

**ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ**

**ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ  
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ  
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2019. ГОДИНЕ**

**БЕОГРАД**

**Мај 2020. године**

## ОСНОВНИ ПОДАЦИ

Основни подаци о Туристичкој организацији Србије (у даљем тексту:ТОС), дати су у прегледу који следи:

<b>ПУН НАЗИВ</b>	ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ
<b>АДРЕСА</b>	ЧИКА ЉУБИНА 8
<b>СКРАЋЕНИ НАЗИВ</b>	ТОС
<b>ОПШТИНА</b>	СТАРИ ГРАД
<b>МЕСТО И ПОШТАНСКИ БРОЈ</b>	БЕОГРАД 11000
<b>МАТИЧНИ БРОЈ</b>	17062867
<b>ПИБ</b>	СР 101824761
<b>ШИФРА ДЕЛАТНОСТИ</b>	5811
<b>БРОЈ РАЧУНА И НАЗИВ БАНКЕ</b>	840-194723-93 УПРАВА ЗА ТРЕЗОР и 205-11989-11, КОМЕРЦИЈАЛНА БАНКА
<b>ОБВЕЗНИК У СИСТЕМУ ПДВ</b>	ДА

## ДЕЛАТНОСТ

ТОС обавља послове промоције туризма, координације активности туристичких организација, привредних и других субјеката у туризму, на територији Републике Србије, као и друге послове из члана 33. Закона о туризму.

## ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА

Средства из буџета за рад ТОС, у износу од 450.000.000 динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2019. годину, раздео 32 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама, Решењем о употреби средстава текуће буџетске резерве 05 број 401-4353/2019 од 25. априла 2019. године у износу од 42.500.000 динара и Решењем о употреби средстава текуће буџетске резерве 05 број 401-5438/2019 од 30. маја 2019. године, у износу од 60.000.000 динара.

## СТАТИСТИЧКИ ПОДАЦИ

Према подацима Републичког завода за статистику, у периоду јануар-децембар 2019. године у Републици Србији боравило је укупно 3,689.983 туриста, што је за 8% више у односу на период јануар-децембар 2018. године, од чега је домаћих било 1,843.432 (7% више у односу на период јануар-децембар 2018. ) или 50% од укупног броја гостију, а иностраних 1,846.551 (+ 8%), односно 50% од укупног броја гостију. У наведеном периоду остварено је укупно 10,073.299 ноћења (што је за 8% више у односу на период јануар-децембар 2018. године), од чега су домаћи

туристи остварили 6,062.921 ноћења (7% више у односу на прошлу годину), што чини 60% од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 4,010.378 (+ 10%) или 40% од укупног броја остварених ноћења.

Према подацима са сајта Народне банке Србије, у периоду јануар-децембар 2019. године остварени девизни прилив од туризма износио је 1,606 милијарда \$, што је за 3,8% више у односу на период јануар- децембар 2019. године, односно 1.436 милијарда €, што је за 9,0 % више.

У табели која следи приказан је, по земљама, туристички промет у периоду јануар-децембар 2019. године, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2020/20119.
Босна и Херцеговина	294.423	+ 12 %
Кина	268.572	+ 50 %
Црна Гора	233.998	+ 12 %
Турска	227.713	+ 30 %
Русија	220.226	+ 58 %
Немачка	203.038	+ 19 %
Хрватска	198.993	+ 13 %
Румунија	190.288	+ 9 %
Бугарска	169.769	+ 1 %
Словенија	163.251	+ 4 %

Извор: Републички завод за статистику

**ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ  
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2019. ГОДИНЕ**

**1. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ**

**Издавачка делатност**

Штампа свих брошура, мапа, флајера, летака постера и другог материјала чији издавач је ТОС, одвијала се у складу са планираним тиражима. У извештајном периоду, штампане су следеће брошуре, мапе и остали штампани материјал:

ОД 1.ЈАНУАРА ДО 30.ЈУНА 2019				
Опис	Количина	Цена	Укупно	Датум испоруке
Карта манастира – италијански	5.000	11,24	56.200,00	
Меморандум-српски	3.000	4,50	13.500,00	
Соулфуд Србија	2.000	59,94	119.880,00	
Туристичка карта Србије – немачки	5.000	11,24	56.200,00	
Дворски комплекс Србије – енглески	3.000	40,81	122.430,00	
Дворски комплекс Србије – српски	2.000	46,05	92.100,00	
Србија живот у ритму срца –турски	2.000	58,13	116.260,00	
Авантуре Духа –српки	5.000	59,73	298.650,00	
Карта манастира – руски	5.000	9,37	46.850,00	
Карта манастира –српски	5.000	9,37	46.850,00	
Бање Србије-енглески	3.000	48,68	146.040,00	18.06.2019
Пешачење и бициклизам-српски	2.000	62,49	124.980,00	18.06.2019
Пешачење и бициклизам-енглески	2.000	62,49	124.980,00	18.06.2019
Фасцикла	3.000	33,13	99.390,00	05.06.2019
Билтен летњи	1.000	43,10	43.100,00	
Културно благо Србије	3.000	220,50	661.500,00	
БЕЛГЕСТ	4.000	114,14	456.560,00	
Живот у ритму срца-кинески	2.000	58,13	116.260,00	10.07.2019
Живот у ритму срца-енглески	5.000	43,93	219.650,00	
КЕСЕ	10.000	50,00	500.000,00	
Туристичка карта-француски	3.000	11,35	34.050,00	
Србија хајлајтс-руски	3.000	28,42	85.260,00	
Авантуре Духа-енглески	5.000	59,73	298.650,00	
Авантуре Духа-италијански	2.000	79,93	159.860,00	
Кампинг И Караванинг	6.000	40,13	240.780,00	
Србија хајлајтс-пољски	3.000	28,42	85.260,00	
52 Викенда-енглески	10.000	53,17	531.700,00	

Дунав у Србији –енглески	10,000	53,99	539.900,00	
Соулфуд Србија-енглески	2,000	59,94	119.880,00	
ЕДЕН	1,000	63,43	63.430,00	
<b>ОД 30 ЈУНА ДО 31.ДЕЦЕМБРА 2019</b>				
<b>Опис</b>	<b>Количина</b>	<b>Цена</b>	<b>Укупно</b>	<b>Датум фактуре</b>
Меморандуми српски	3,000	5.40	16,200.00	28.03.2019.
Бање Србије енгл	3,000	48.68	146,040.00	19.06.2019.
Пешачење и бициклизам енгл	2,000	62.49	124,980.00	19.06.2019.
Пешачење и бициклизам срб	2,000	62.49	124,980.00	19.06.2019.
Дворски комплекс срб	2,000	46.05	92,100.00	11.06.2019.
Дворски комплекс енгл	3,000	40.81	122,430.00	11.06.2019.
Карта манастира руски	5,000	9.37	46,850.00	12.06.2019.
Карта манастира српски	10,000	9.37	93,700.00	12.06.2019.
Авантуре духа српски	5,000	59.73	298,650.00	24.06.2019.
Билтен ТОС	1,000	43.10	43,100.00	01.07.2019.
Белгест 2019	4,000	114.14	456,560.00	12.07.2019.
Србија хиџлајтс	25,000	15.45	386,250.00	29.07.2019.
Србија живот у ритму срца француски	3,000	48.57	145,710.00	29.07.2019.
Соулфуд Србија енгл	2,000	59.94	119,880.00	05.06.2019.
Фасцикле ТОС	3,000	33.13	99,390.00	25.09.2019.
Авантуре духа српски 1	5,000	59.73	298,650.00	11.10.2019.
Авантуре духа немачки	5,000	59.73	298,650.00	23.09.2019.
Туристичка карта Србије француски	3,000	11.35	34,050.00	05.08.2019.
Авантуре духа италијански	2,000	49.39	98,780.00	05.08.2019.
Србија живот у ритму срца енгл	5,000	43.93	219,650.00	06.08.2019.
Туристичка карта Србије италијански	5,000	11.24	56,200.00	09.08.2019.
Авантуре духа	5,000	59.73	298,650.00	09.08.2019.
Кампинг и караванинг	6,000	40.13	240,780.00	19.08.2019.
Србија хигхлигхтс руски	3,000	28.42	85,260.00	26.08.2019.
Србија хигхлигхтс пољски	3,000	28.42	85,260.00	26.08.2019.
Карта манастира енгл	10,000	9.37	93,700.00	06.09.2019.
Србија живот у ритму срца кинески	2,000	58.13	116,260.00	18.07.2019.
Кесе ТОС	10,000	50.00	500,000.00	11.10.2019.
52 викенда у Србији	10,000	53.17	531,700.00	23.09.2019.
Дунав у Србији енгл	10,000	53.99	539,900.00	13.09.2019.
Културно благо Србије срб	3,000	220.50	661,500.00	03.10.2019.
Соулфуд Србија	2,000	59.94	119,880.00	23.09.2019.
Шестострани летак А4	1,000	14.46	14,460.00	23.09.2019.
Изузетне дестинације европе	1,000	63.43	63,430.00	25.09.2019.

Авантуре духа енглески	5,000	59.73	298,650.00	28.12.2019
Авантуре духа спански	1000	129.1	129.100,00	30.12.2019
Билтензимски	1000	43.1	43.100,00	30.12.2019
Туристичка карта Србије спански	3000	11,35	34.050,00	30.12.2019

Промотивни материјал ТОС (брошуре, публикације, каталози, мапе, промотивни флајери и др.) дистрибуира се бесплатно преко инфо центара, на сајмовима, специјализованим манифестацијама.

Промотивни материјал обезбеђује се и за потребе дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству.

На захтев државних органа и других заинтересованих организација, ТОС обезбеђује промотивни материјал за међународне скупове и делегације.

Брошуре се припремају и у дигиталном облику, прилагођеном за Интернет странице ТОС.

## 2. ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ

### Сувенирница на Авали

Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најтраженије брошуре:	Најчешћа питања туриста:
7.221,040,00 динара	Магнети, керамички производи, ракија, вина, ћилими, производи од дрвета	-52 викенда у Србији -Туристичка мапа Србије	-ваучери за одмор у Србији -помоћ приликом одабира објекта за смештај

### Информативни центар и продавница сувенира на Тргу Републике број 5

Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најчешћа питања туриста	Најтраженије брошуре	Структура туриста и број посетилаца	Број подељених брошура
1388.420,00 динара	Магнети, керамички производи, ћилими	- 95% питања се односи на Београд: - обилазак Београда традиционална кухиња -ресторани у Савамали, - Београд на води -крстарење	-52 укуса Србије -52 викенда у Србији -Бање -Авантуре Духа -Кампинг у Србији -Културно благо Србије	- Иностранци туристи - Број посетилаца: 1835 -Домаћи гости : 845 -Иностранци туристи :980	1970

## Информативни центар Аеродром „Никола Тесла”

Најчешћа питања туриста:	Најтраже није брошуре:	Број подељених брошура	Структура туриста и број посетилаца.	Напомена
-Догађаји и фестивали -Једноделни излети ван Београда -сервисне информације и питања која се односе на туристичку понуду Београда	- Календар манифестац ија -Билтен -52 викенда у Србији -Туристичка мапа Србије -Културно благо Србије -понуде ЛТО	6500	Иностранци туристи - Број посетилаца 17600	Највећи број путника који долази у србију преко Аеродрома Никола тесла,очигледно се задржава у Београду, па су догађаји у београду и сервисне информације примат у питањима у дужем низу година

## 2.1. ПОСЕБНИ ДОГАЂАЈИ

### 2.1.1. 141. Скупштина Интерпарламентарне уније

У Београду је од 13. до 17. октобра 2019 године одржана 141. Скупштина Интерпарламентарне уније,

Ово заседање одржано је на 130. годишњицу ове најстарије међународне организације глобалног карактера и највеће међународне парламентарне организације, са данас 178. пуноправних чланова парламената суверених држава, а чија је Србија члан готово од самог оснивања 1889. године.

У „Сава центру“ у Београду, окупило се више од 80 председника и потпредседника парламената, односно више од 1900 чланова делегација из читавог света.

Наша земља је након 56 година, поново била домаћин годишњег заседања ове међународне парламентарне организације, будући да је 52. скупштина ИПУ била одржана у Београду 1963. године. Додатан значај овом скупу дала је чињеница да је након дужег периода Скупштина ИПУ организована у једној европској земљи изван Женева (последње заседање у некој од европских држава одржано је 1999. године у Немачкој).

Одржавање овог највећег парламентарног скупа у новијој историји наше земље пружило је изузетно важну прилику и Туристичкој организацији Србије за афирмацију Србије као пожељне туристичке дестинације, и промоцију Београда, као центра конгресног туризма.

Поводом овог догађаја представници ТОСа, узели су учешће у раду Организационог одбора кроз селекцију и одабир хотела за смештај, реализацију једнодневних излета са гарантованим поласцима за учеснике скупа и рад сувенирнице и инфо центра у холу Сава центра за време

трајања догађаја.

У холу Сава центра, на службеном улазу из улице Милентија Поповића, отворена је **Сувенирница** са традиционалним домаћим производима. Преко две хиљаде артикала било је на располагању посетиоцима скупа, остварен је промет 1.215.415.00 динара, у периоду од 11.10-17.10.2019 год.

У холу је такође формиран **Инфо-туристички кутак**, у сарадњи са колегама из Туристичке организације Београда, мкао и **изложба Фолклорни мотиви Србије** у сарадњи са Удружењем Извор, за неговање традиције из Књажевца



Сувенирница у Сава центру за време одржавања 141 .Скупштине интерпарламентарне уније





Део поставке Инфо туристичког кутка

Свим учесницима скупа обезбеђен је сет промотивних брошура ТОС-а, пакован у препознатљиве кесе са логоом ТОС-а, на службеним језицима скупа, француском и енглеском (преко 2000 пакета).



Изложба Фолклорни мотиви Србије

Учесници скупа могли су да бирају између неколико једнодневних излета :

- Смедерево,Виминацијум и Голубац
- Манастири Фрушке Горе
- Топола и Оплепац
- Нови сад и Сремски Карловци

Активност, која је такође координирана од стране ТОС-а и ТОБ-а, била је комуникација са волонтерима и њихова обука за рад на Инфо пултовима у хотелима. Посебно су се истакли волонтери са Универзитета

Сингидунум, одсека за Туризам и хотелијерство. Путем групе на виберу-ИПУ Београд, остварена је непрекидна комуникација, на велико задовољство гостију и учесника скупа. Присуство ТОС-а, кроз рад сувенирнице и Инфо центра, било је врло примећено и високо оцењено од стране самих гостију, као и организатора Народне скупштине Републике Србије.



Посета Председнице Скупштине Маје Гојковић, Сувенирници ТОС-а

### 2.1.2. Четврта министарска конференција КИНА –ЦИЕЗ(17+1) –конференција о иновацијама

У Београду је 07-09 октобра одржана Конференција о иновацијама, Кина –ЦИЕЗ у формату 17+1.

Директор и представници ТОС-а, укључени су у рад Комитета за смештај и логистику, односно за посету свим хотелима, прикупљање понуда и праћење резервација и долазака свих делегација.

Такође, у хали 4 Београдског Сајма, постављен је Инфо пулт, са понудом туристичко информативних брошура у сарадњи са Туристичком организацијом Београда



### 3. МАРКЕТИНГ

Током 2019. године акценат маркетиншких активности је био усмерен на неколико кључних праваца- завршетак Зимске кампање 2018/2019, реализацију Летње кампање 2019, промоцију филма Види Србију, пласирање и промоција целогодишње кампање на дигиталу- #ВидиСрбију као и на почетак Зимске кампање 2019/20. Осим креирања, пласирања и промоције кампања за традиционалне и online медије, посебна пажња је посвећена наставку повећања броја пратилаца као и броја интеракција на друштвеним мрежама што је резултирало бројком од **преко пола милиона пратилаца** на ТОС-овим налозима.

Током 2019. године дигиталне кампање ТОС-а одлично су прошле унутар маркетиншке заједнице и у земљи и у свету. Награда УЕПС за кампању #ВидиСрбију, додељена је ТОС-у у категорији- Промоција српске креативности у иностранству. Још већи успех представља улазак кампање „ Које моменте ћеш памтити овог лета“ међу финалисте INTERNATIONAL TRAVEL & TOURISM AWARDS.

#### 3.1. ДИГИТАЛНИ МЕДИЈИ

##### Целогодишња кампања на дигиталу #VidiSrbiju

По завршетку зимске кампање на профилима ТОС-ових друштвених мрежа започела је целогодишња кампања под слоганом **#VidiSrbiju** која је подразумева емитовање 12 тематских спотова кроз 12 месеци ( закључно са јануаром 2020) са пратећом креативом. Ови спотови су наишли на одличан пријем код пратилаца ТОС-ових друштвених мрежа као и сама идеја промоције Србије као целогодишње дестинације.

Савремени дизајнерски израз, атрактивне и јасно усмерене поруке, чешће објаве прилагођене начину конзумирања садржаја корисника као и пажљиво буџетирање, условили су значајно већи промет на ТОС-овим налозима као и на садржајима пласираним путем дигиталних платформи.

Од почетка године број пратилаца је увећан за **150 хиљада**, тако да друштвене мреже ТОСа на крају 2019. броје преко пола милиона пратилаца, допрли смо до **64 милиона корисника**, забележили близу **18 милиона прегледа видео садржаја** и преко **22 милиона интеракција**. Истовремено, хаштегови #vidisrbiju + #seeserbia имају близу **100 хиљада фотографија**.

Један од корака ка повећању броја пратилаца био је и укидање FB страница по тржиштима због лоше посећености и таргетирање приоритетних тржишта преко FB странице на енглеском језику. Да би овај концепт заживео, уведена је пракса превођења и пласирања постова према циљаним тржиштима: на француском, италијанском, немачком ( FB ), руском ( В контакте и FB) и кинеском језику ( Weibo ).

**Twitter:** Генерисано је током 2019. преко 7.5 милиона импресија, близу 600,000 tweet engagements ( интеракције), 1. 100 000 прегледа видео садржаја, преко 130,000 лајкова, прикупљено је 22, 772 нови пратилаца ( у односу на прошлогодишњих 18 255, нових пратилаца, бележи даљи раст процента на годишњем нивоу), допрли смо до преко 3 милиона јединствених Twitter корисника.

**Facebook:** Генерисано је преко 22 500 000 импресија, близу 4 500 000 интеракција, преко 1.000 000 кликова, преко 3.680 000 прегледа видео садржаја, прикупљено близу 70 000 нових пратиоца.

**Instagram:** Генерисано преко 130. 000 000 импресија, близу 8. 000 000 интеракција, близу 6. 000 000 прегледа видео садржаја, скоро 56 000 нових пратиоца.

Компаративном анализом резултата оглашавања на платформама **Facebook, Instagram, и Google display Network** уочљив је тренд раста по свим кључним параметрима:

У 2019. године ТОС-ови профили на друштвеним мрежама Facebook и Insatgram стекли су више нових пратилаца него у предходној, 2018. На ФБ страници на енглеском језику као и на Instagramу, тај проценат је близу 100%.

Kanal promocije	Br. pratilaca 1. jan. 2019.	Br. pratilaca 31. dec. 2019.	Broj novih pratilaca u 2019.	Procentualni rast
Instagram	60,876	116,699	55,823	91.70%
Facebook: Serbia Travel	55,862	108,779	52,917	94.73%
Facebook: TOS	213,667	230,171	16,504	7.72%
<b>Ukupno</b>	<b>330,405</b>	<b>455,649</b>	<b>125,244</b>	<b>37.91%</b>

FB на српском бележи раст испод 10 процената јер су средства била преусмерена на јачање налога који су знатно заостајали за овом страницом. С друге стране, Twitter налог који је током 2018. стекао 18 хиљада нових пратилаца, у 2019. је тај број премашио.

Follows	Total audience reach
<b>1.785</b>	<b>248.137</b>
<b>687</b>	<b>92.407</b>
<b>73</b>	<b>193.510</b>
<b>109</b>	<b>271.913</b>
<b>5.037</b>	<b>765.167</b>

707	142.317
194	405.174
14.180	960.275
<b>22.772</b>	<b>3.078.900</b>

Платформа за кампању **#VidiSrbiju**, заснивала се на видео спотовима што је допринело огромном броју прегледа видео садржаја, од близу 18 милиона.

До 31.12 2019. емитовани су следећи тематски спотови:

1. Средњовековна Србија ( промоција средњовековних манастира)
2. Бициолом кроз Србију ( промоција Еуро вело и осталих бициклических стаза у Србији)
3. Домаћинска Србија ( промоција одмора на селу)
4. Магична Србија ( промоција тврђава на Дунаву)
5. City break Serbia ( промоција кратих одмора у градовима)
6. Лето на води ( промоција летњег одмора на рекама и језерима)
7. Природа Србије ( промоција активног одмора)
8. Вина Србије ( промоција путева вина и манифестација посвећених вину)
9. Српска слава, УНЕСКО културно наслеђе ( промоција српског културног наслеђа)
10. SPA i WELNESS ( промоција одмора у бањама)
11. Зима у Србији ( промоција одмора у планинским центрима)

Media views
-
<b>1.106.690</b>

Twitter- преглед видео садржаја

Истовремено, на FB, IG и претраживачу Google у 2019. је било преко 211 милиона импресија.

У 2019. Twitter налог ТОС-а допро до преко 3 милиона људи, што са истим параметром на FB, IG, и Google-у чини бројку од преко 64 милиона ( reach). У табели је преглед основних параметара када су у питању FB, IG i Google.

Kanal promocije	Impressions	Reach	Engagement (Interactions)	Video Views	Clicks	New Followers
Instagram	130,348,255	30,437,608	7,891,381	5,864,994	456,199	55,823
Facebook	22,580,836	6,249,703	4,493,197	3,680,747	1,021,627	69,421
Google	58,889,353	25,000,000*	7,306,912	7,111,211	233,420	/
<b>Ukupno</b>	<b>211,818,444</b>	<b>60,958,315</b>	<b>19,691,490</b>	<b>16,656,952</b>	<b>1,711,246</b>	<b>125,244</b>

\* Maksimalan period za koji se može dobiti podatak o reachu na Guglovim platformama je tri meseca. Izkazana vrednost je približna.

Godišnji izveštaji za 2019: Facebook, Instagram, Google / Turistička organizacija Srbije

## Продукција на друштвеним мрежама

12 тематских видео спотова који су комуницирали могућности одмора у Србији и садржаја које Србија нуди.

Креативна решења за 7 мини кампања спроведених током 2019.

1826 објава са креативом

## 3.2. ВИДЕО ПРОДУКЦИЈА

### 3.2.1. Филм- Види Србију

У 2019. години Туристичка организација Србије промовисала је нови филм- Види Србију који је у веома кратком року на друштвеним мрежама имао преко милион прегледа. Филм се успешно приказује на фестивалима, а редован је део сајамских поставки ТОС-а.

### 3.2.2. Тематски филмови

У току 2019. снимљено је 6 тематских филмова у трајању од 3 мин. у српској и енглеској језичкој варијанти. Филмови су снимани на бројним дестинацијама широм Србије. Ови филмови су испоручени и у форматима од 30 и 15 сек као спотови.

Филмови су снимљени уз слоган Види Србију и See Serbia

- Жабалъ
- Деспотовац, Свилајнац, Жагубица
- Златибор, Увац, Златар
- Нови Пазар
- Чистач- Марина Абрамовић

Овај последњи снимљен је као посебна подршка највећем културном догађају у земљи у 2019., изложби Марине Абрамовић у МСУ, и за само две недеље имао је преко 100 000 прегледа на друштвеним мрежама.

- Филм о ТОС-у: поводом 25 година рада Туристичке организације Србије продуциран је кратки филм који је приказан на манифестацији Туристички цвет.

Сви филмови су емитовани на ТВ ПРВА, а “Жабал”, “Деспотовац, Свилајнац, Жагубица” и “Чистач” су промовисани на друштвеним мрежама и на сајмовима. Златибор, Увац, Златар и Нови Пазар ће премијеру на мрежама имати на пролеће или рану јесен због амбијента у којем су снимани/сезоне.

### **3.2.3. Спотови**

#### **ТВ спот- „ Ове зиме... види Србију“**

За потребе зимске кампање на електронским и дигиталним медијима, током зимске сезоне 2018/2019. је снимана реклама која је у 2019. завршена и емитована. Реклама је на најбољи начин приказала зимску туристичку понуду Србије.

#### **ТВ спот- за летњу кампању 2020.**

Током летње сезоне је снимана реклама за лето 2020. Фокус рекламе је на активном одмору и одмору у природи и у ту сврху су снимљене бројне дестинације које илуструју туристичку понуду Србије током лета.

#### **Радио спот- „ Овог лета... види Србију“**

За потребе летње кампање 2019. на радио станицама продуциран је летњи спот „Овог лета...види Србију“

#### **Радио спот- „ Ове зиме... види Србију“**

За потребе зимске кампање на радио станицама продуциран је зимски спот „Ове зиме...види Србију“

### **3.3. ПРОДУКЦИЈА ЗА МАНИФЕСТАЦИЈУ ТУРИСТИЧКИ ЦВЕТ**

За потребе манифестације Туристички цвет која је у 2019. обележила јубилеј 35. доделе награда рађена је посебна продукција која је подразумевала:

- израду сценографије са кретаивним решењима
- продукцију видео анимација
- компоновање ауторских нумера као и концепирање музичког идентитета манифестације
- продукцију кратких видеа којима су представњени добитници награде
- продукцију видеа којим је приказан рад ТОС-а поводом 25. година рада ТОС-а.
- продукција изложбе најбољих радова пристиглих на конкурс „Најбоља фотографија Србије 2019.“



### 3.4. ТРАДИЦИОНАЛНИ МЕДИЈИ

#### 3.4.1. Електронски медији

Летња кампања на електронским медијима одвијала се под слоганом Овог лета...#vidisrbiju. Зимска је у току, под слоганом Ове зиме....#vidisrbiju. Видео и аудио спотови су емитовани на националним и кабловским каналима као и радио станицама. Осим тв и радио спотова, ТОС је био присутан у електронским медијима и кроз бројне прилоге, гостовања и емисије. Посебно треба истаћи да је током летње кампање 2019. на ТВ Прва емитована серија репортажа и гостовања којима су промовисане туристичке дестинације и летње манифестације широм земље како би гледаоци били подстакнути да део одмора проведу у Србији. Осим тога, емитовани су горе наведени тематски филмови о туристичким дестинацијама у Србији, у продукцији ТВ Прва и ТОС.

#### Летња кампања

Тв оглашавање	Период
РТС	15.06-31.06.
ПИНК	15.05-30.06.
ПРВА	15.05-30.06.
РТВ	15.05.-30.06.
CAS MEDIA Дива, Синеманиа, СК1, ТЛЦ Србија, Црна Гора, Македонија, БИХ/кабл	15.05.-30.06.
СТУДИО Б	15.05.-30.06.
О2	15.05.-30.06.
РТВ Војводина	15.05.-30.06.
ТВ Мост	15.05.-30.06.
Хепи	15.05.-30.06.
БК Телеком	15.05.-30.06.
Туризам ТВ/Здравље ТВ/кабл	1.01- 30-06
Радио	Naxi, Radio 3, Nostalgija, TOP FM Елмаг радио, Туристичка призма , Радио Грачаница

## Зимска кампања

Тв оглашавање	Период
РТС	15.11-31.12
ПИНК	15.11-31.12
ПРВА	15.11-31.12
РТВ	15.11-31.12
CAS MEDIA Дива, Синеманиа, СК1, ТЛЦ Србија, Црна Гора, Македонија, БИХ/кабл	15.11-31.12
СТУДИО Б	15.11-31.12
О2	15.11-31.12
РТВ Војводина	15.11-31.12
ТВ Мост	15.11-31.12
Хепи	15.11-31.12
БК Телеком	15.11-31.12
Туризам ТВ/Здравље ТВ/кабл	1.06-31.12
Радио	Naxi, Radio 3, Nostalgija, TOP FM, Елмаг радио, Радио „С“, Туристичка призма, Радио Грачаница

**Током 2019. године, Туристичка организација Србије је промовисала туристичку понуду Србије и у следећим емисијама:**

- РТС – “Шареница”, прилози и гостовања
- ПИНК – “Жикина Шареница”, прилози и гостовања
- ТВ ПРВА- “ 150 минута”, Јутарњи програм, Ноћни журнал, репортаже и гостовања
- Студио Б – “Слика вест”, прилози
- Емисија “Србија коју волим”, емитовање прилога, спотова и реклама
- Инфобиро продукција – праћење активности ТОС-а

Осим наведених емисија, ТОС је током кампања интензивно сарађивао и са медијма специјализованим за туристичке теме, и то:

## **1.Туристички часописи:**

Туристички свет  
Reminder  
Belguest  
TU magazine  
Ревија Уно  
Туристичке новине

## **2.Специјализовани туристичким портали:**

ИСТН

## **3.Специјализоване туристичке емисије:**

Србија коју волим  
Туристичка Призма

Сарадња са туристичким часописима и продукцијама заснивала се на пласирању огласа, видео спотова као и бројних ПР текстова којим је промовисана туристичка понуда Србије.

### **3.4.2. Штампани медији**

Оглашавање у штампаним медијима пратило је тон и основне поруке летње, а потом и зимске кампање.

Објављени су огласи у дневним новинама, магазинима, специјализованим и туристичким часописима. За ову намену је креирано седам различитих огласних решења који су објављени током лета, јесени и зиме 2019.

### **3.4.3. Портали**

У 2019. години појачано је оглашавање на порталима како специјализованим, тако и порталима дневних новина ( ТОС се прикључио акцији портала Блиц- “Најбоље из Србије”. Такође, по први пут је online ( baner) промовисана пријава за награду Туристички цвет.

## **3.5. КАМПАЊЕ**

Осим целогодишње кампање на дигиталу, сезонских кампања на електронским, штампаним медијима и порталима, ТОС је на друштвеним мрежама реализовао и 7 мини кампања које су постигле одличну интеракцију са публиком.

### **3.5.1. Кампања са Air Serbia**

Као подршка увођењу нових авио линија, ТОС се придружио кампањи Air Serbia и на својим профилима на друштвеним мрежама као и на Google-у, спровео кампању промоције нових линија на 5 таргетираних тржишта- земаља, са којима је Београд постао повезан авионским саобраћајем.

### **3.5.2. Кампања подршке изложби Музеја Југославије „Тито у Африци“**

За потребе ове кампање израђена су креативна решења, таргетирано је тржиште и спроведена је мини кампања промоције изложбе „ Тито у Африци“ на територији САД (Лос Анђелес и околина) као подршка Музеју Југославије.

### **3.5.3. Кампања са Народним музејом**

Подршка кампањи #jasatumuzeju на Инстаграму одвијала се кроз промоцију визуала, креирање сторија и обезбеђивање инфлуенсера ради подстицања кампање која је за циљ имала већу посећеност Народном музеју.

### **3.5.4. Кампања подршке WINTER FEST-у**

Подршка кампањи WINTER FEST преко FB и IG, кроз посебну креативу којом су анимирани пратиоци да се укључе у гласање за најбољи Божићни маркет у Европи.

### **3.5.5. Кампања промоције награде Туристички цвет**

За промоцију јубиларног 35. Туристичког цвета осмишљена је интегрисана кампања којом је подстицана пријава кандидата за награде. Кампања са креативним решењима је спроведена на FB и IG, појачано је дигитално оглашавање на Google-у, закупљен је банер на сајту Блица. Кампања је спроведена и у дневним новинама кроз огласе и ПР текст. Од 2019. гласовима жирија се по први пут додаје и глас интернет публике па је посебно промовисана кампања за online гласање, са креативним решењима која су подстицала укључивање публике у избор најбољих кандидата за награду ТЦ. Гласање интернет публике је трајало две недеље, а гласало је преко 12 хиљада људи.

### **3.5.6. Кампање за фото конкурсе**

Током 2019. спроведена су два фото конкурса, за оба су креиране кампање које су подразумевале креативна решења за различите формате огласа као и за различите канале комуникације помоћу којих су промовисани позиви за учешће на конкурсима.

## **3.6. СПЕЦИЈАЛНА ИЗДАЊА**

### **3.6.1. Национална географија**

У сарадњи са Adria Media Group, ТОС је реализовала специјално издање НГ „ Дунавом кроз Србију“ . За потребе публикације снимљене су фотографије дуж тока Дунава кроз Србију. Издање је двојезично- српско/ енглеско. Снимљено је преко 400 фотографија које су прешле у власништво ТОС-а.

### **3.6.2. The Collection**

У сарадњи са The Collection Serbia, ТОС је реализовала специјално издање – водич кроз Србију у којем је представљена туристичка понуда Србије, коз активни одмор, одмор на селу, градове и културни туризам.

### **3.7. ФОТО КОНКУРСИ**

Током 2019 спроведена су 2 фото конкурса која су за циљ имала промоцију путовања и одмора домаћих туриста у земљи.

#### **3.7.1. Фото конкурс- Инстаграм**

Један фото конкурс је спроведен поводом стохиљадитог пратиоца на Instagramu. Током две недеље трајања конкурса, стигло је 4000 фотографија обележених са #seeserbia, чиме смо хтели да појачамо употребу баш овог хаштага. Две најбоље фотографије су награђене викенд путовањем у Сокобању, а промет на хаштаговима је после конкурса појачан.

#### **3.7.2. Фото конкурс- Најлепша фотографија Србије 2019.**

Туристичка организација Србије је у 2019. по први пут организовала фото конкурс са идејом да промовише и подстакне домаће туристе да чешће путују унутар Србије. На конкурс који је био отворен три недеље, пристигло је преко 1000 фотографија, у ужу селекцију их је ушло 560, а жири састављен од реномираних фотографа и професора је издвојио сто фотографија које су биле постављене на изложби у КЦ Влада Дивљан. Финална изложба на којој је постављено 12, по одлуци жирија, најбољих фотографија одржана је током манифестације Туристички Цвет. Победници су бирани по категоријама- пролеће/ лето/ јесен/ зима. У свакој категорији су проглашена по три победника- прво, друго и треће место, а награда ауторки најбоље фотографије ( викенд путовање у Србији ) додељена је током уручења награда Туристички цвет.

### **3.8. БИЛБОРДИ**

Током августа 2019. је спроведена једномесечна циљана кампања на аеродрому Никола Тесла. На две позиције добро видљиве путницима који слећу на београдски аеродром комунициран је позив добродошлице у Србију.

### **3.9. ВЕБ СТРАНИЦЕ**

У току 2019. појачан је рад на online платформама ТОС-а. Рад на новом порталу је приведен крају, отворене су нове странице, а постојеће су допуњене и осавремењене.

#### **3.9.1. Веб портал Туристичке организације Србије**

2019. завршени су сви текстови за сајт, лекторисани и преведени на следеће језике- енглески, италијански, француски, немачки. У фази превођења је страница на кинеском језику. Сви текстови су постављени на сајт, извршена је оптимизација, пребацивање на сервер и започета провера сајта пред пуштање у рад које се очекује почетком 2020.

### 3.9.2. Нова веб страница-Туристички форум

У 2019. години је одржан јубиларни 10. Туристички форум и то је био један од повода да ова манифестација добије своју веб страницу. Израда странице допринеће лакшој комуникацији, пријављивању за учешће на Форуму као и бољем информисању ЛТО. Страница је у завршној фази пуњења садржаја и почетком 2020 ће бити пуштена у рад.

### 3.9.3. Веб страница Serbia the place to be- # seserbia

За потребе закупа простора током летње кампање на интернационалним порталима постојећа страница је измењена и допуњена новим садржајима који комуницирају

туристичку понуду Србије за коју инострани туристи показују највеће интересовање- култура, гастрономија, активни одмор и градови. Страница је променила име у # seserbia и као таква је део интегрисане летње кампање ТОС-а 2019.

### 3.9.4. Веб страница Туристички цвет

У 2019. страница Туристички цвет је допуњена и новим програмерским решењем омогућено је гласање интернет публике за кандидате за награду. Интернет публика је овим изменама добила могућност да гласа за по једног од кандидата у свакој категорији.

### 3.9.5. GDPR

У 2019. је израђен **GDPR** (заштита података о личности) за веб сајт ТОСа. Ово подразумева израду система који регулише попис, категоризацију и кодирање информација о корисницима сајта који се дефинишу као лични подаци.

## 3.10. ОДНОСИ СА ЈАВНОШЋУ

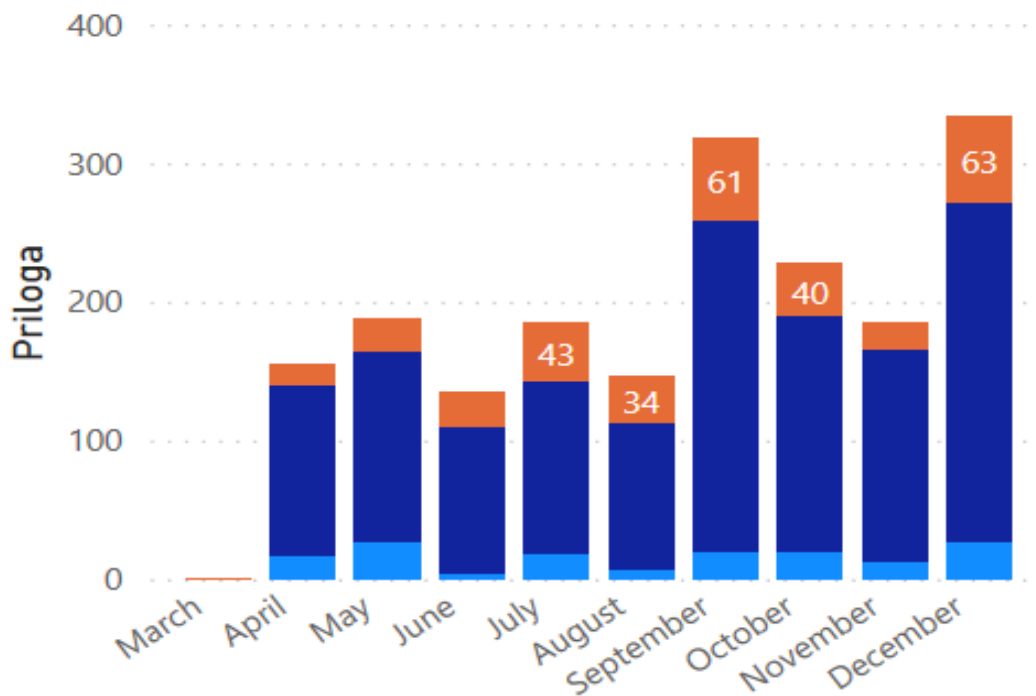
ПР активности су биле интензивне, од пласирања тематских садржаја кроз различита средства комуникације, до директних контаката са новинарима као и организовања три путовања за домаће новинаре и инфлуенсере који су у организацији ТОС-а посетили Туристички форум, Сокобању и ЕДЕН дестинације- Луковску и Пролом бању.

Од априла 2019, од када тече уговор са новим добављачем услуга, Nina Media , било је укупно 2208 објава у којима су помињане Туристичка организације Србије или директорка Марија Лабовић. Највише објава је било на дигиталним медијима.

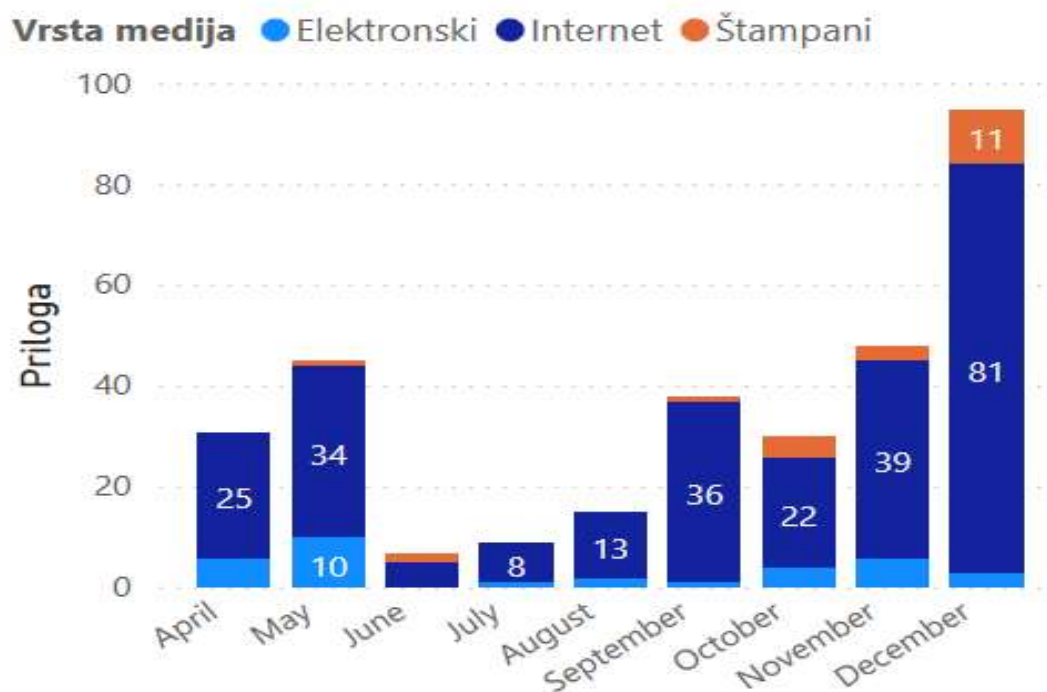
Vrstamedija/Ključne reči	Turistička organizacija Srbije TOS	MarijaLabović
Elektroniski	158	33

Štampani	328	22
Internet	1404	263
Ukupno	1890	318

**Vrsta medija** ● Elektronski ● Internet ● Štampani



*Broj mesečnih pojavljivanja za ključnu reč **Turistička organizacija Srbije TOS***



*Brojmesečnih pojavljivanja za ključnu reč Marija Labović*

### 3.11. КОМУНИКАЦИОНА СТРАТЕГИЈА И КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ

Током 2019. године комуникациона стратегија Туристичке организације Србије се заснивала на уједначеним кампањама које су биле тако конципиране да су се истовремено обраћале и домаћим и иностраним туристима. У фокусу кампања су били тематски видео спотови који су промовисали туристичку понуду Србије кроз све сезоне.

Користећи креативна решења усмерена истовремено на сва тржишта, Туристичка организација Србије је успела да у 2019. години оствари интегрисану комуникацију која је једнако успешно комуницирала и са домаћим и са иностраним туристима.

У фокусу су биле друштвене мреже које су од стране струке дефинисане као најефикаснији канал комуникације за промоцију туризма. Посебан акценат је стављен на повећање броја пратилаца на Instagramu и Twitteru, као и на енглеској страници FB.

ТОС-ови налози на друштвеним мрежама у 2019. години премашили су **пола милиона пратилаца** што представља одличну базу потенцијалних туриста и важан простор за промоцију српског туризма.

Анализа објава ПР активности ТОС-а показује да интернет има примат над традиционалним каналима комуникације. У 2019. години ТОС се оглашавао на порталима, а у 2020 ће из овог разлога бити додатно појачано оглашавање као и ПР активности везане за пласирање садржаја преко домаћих портала.



Специјализовани и туристички часописи су, такође, добар канал комуникације којим се долази до туриста, што је ТОС искористио пласирајући ПР садржаје и огласна решења која су позивала потенцијалне туристе да део одмора проведу у Србији.

Стандардни комуникациони канали попут ТВ, радија и новина и даље имају велику публику, међу којом се налази и одређени проценат потенцијалних туриста, тако да су летња и зимска кампања ТОС-а усмерене спотовима и огласима на овај део циљне групе.

### **3.13. ПРИЗНАЊА**

Резултати које је у бројкама постигла кампања #VidiSrbiju, није прошла незапажено унутар маркетиншке заједнице. Кампања је награђена бронзаном плакетом УЕПС-а. Признање је додељено у категорији – Промоција српске креативности у иностранству.

Још већи успех је постигнут уласком прошлогодишње кампање“#vidisrbiju- Које моменте ћеш памтити овог лета“ међу финалисте **INTERNATIONAL TRAVEL & TOURISM AWARDS** у категорији- Најбоља дигитална кампања у 2018. (IT&TA, током WTM у Лондону, додељује награде за најбоље кампање у туризму, у свету, као и за успехе националних, регионалних и локалних туристичких организација, појединача и маркетиншких агенција).

### **3.14. ГЛОБАЛНА МАРКЕТИНШКА И ПРОМОТИВНА КАМПАЊА**

#### **1. BBC Global News, ТВ кампања 01-31. мај**

Са BBC Global News је спроведена кампања емитовања промотивних спотова ТОС-а у трајању од 30 секунди, и то 22 спота за подручје Европе и 34 спота за подручје Северне Америке, укупно 56 емитовања спота.

Као додата вредност, са BBC Global News је уговорена и дигитална кампања на BBC.com, која је трајала од 01. маја до 31. октобра, и то у два дела: први део од 10. маја до 10. јула и други део од 10. септембра до 31. октобра. Била је предвиђена реализација укупно 4.698.354 импресија распоређених на следећи начин: 2.600.000 Promo Modules (10x10), 1.300.000 Promo Modules (5x5), 400.000 Leaderboard (728x90) и 398,354 MPU (300x250). Тржишта су Европа, САД и Кина. За потребе дигиталне кампање на BBC.com реактивирана је посебна страница о Србији са најважнијим елементима туристичке понуде на <http://www.bbc.com/storyworks/travel/serbia-the-place-to-be-2019/serbia-index-2019> и иновирана је Landing page ТОС-а која се налази на адреси <http://seeserbia.rs/>.

Завршни извештај показао је да је реализовано укупно 4.699.168 импресија, уз укупно 8.917 прегледа (кликова), што даје просечни CTR 0,19%.

Најбоље резултате остварили су Промо модули 5x5 и 10x10 (за 5x5 BBC Benchmark је 0.12%, док је ТОС-ова кампања забележила 0.25% за први део кампање, односно 0.28% за други део кампање; за 10x10 BBC Benchmark је 0.09%, док је ТОС-ова кампања забележила 0.22% з први део и 0.18% за други део кампање).



## **2. Euronews, ТВ кампања, 15-28. мај**

ТВ кампања је обухватала емитовање промотивних спотова ТОС-а у трајању од 30 секунди, и то укупно 30 емитовања.

Резултати ТВ кампање су следећи: досег (reach) је био 4,4%, односно скоро 2.300.000 гледалаца. GRP (Gross Rating Point) је био 6.

Додата вредност ове кампање је дигитално оглашавање кроз Interscroller/Rich Media Banner на euronews.com. Дигитална кампања је трајала од 22. маја до 04. јуна. Остварено је уговорених 190.000 импресија, CTR је био 4,47%.



### **3. Радионица Србија - Азија, 29. мај - 01. јун**

Туристичка организација Србије је, у сарадњи са авио компанијом Turkish Airlines, организовала Форум „Србија-Азија“. У Београду је организован догађај на коме су били присутни представници из чак 12 земаља Азије. Присутних 38 представника агенција из НР Кине, Јапана, Кореје, Сингапура, Монголије, Киргистана, Шри Ланке, Казахстана, Азербејџана, Филипина, Индије и Тајланда имали су прилике да сретну велики број српских агенција. На радионици која је одржана у хотелу Hyatt био је присутан велики број агенција из Србије. За учеснике радионице било је организовано разгледање Београда, Фрушке Горе, Карловаца и Новог Сада.

Из Кине су били присутни: Utour Group Co, Beijing Fashion Internal Travel Agency, Smile International Travel Agency, Sunflower Travel Service Limited, Goldjoy travel, ТК, CTRIP, YOU PAI, Guangdong Nanahu Int. Travel Service Co, Shenzen Top Travel Int. Travel Service Co, Guangdong China Women Int. Travel Service Co, YUE XIU Branch

Из Јапана: Kuoni

Из Кореје: Hana Tour и Mode Tour

Из Сингапура: EU Holidays, Commonwealth Travel, Dynasty Travel

Из Монголије: Travel up и Peak Travel

Из Киргистана: Glavtour и Kyrgyz Concept

Из Шри Ланке: Classic Travel, Nemas Travel

Из Казахстана: BESTAR, International Travel Plus-BCD agency

Из Азербејдана: GTN Tours, Millennium Travel, Weekend Travel, Kings Travel, One World Travel, Casablanca Travel

Са Филипина: Island Paradise Tours and Travel, ACT Travel

Из Индије: Happy Tours и Veena World

Са Тајланда: Zego Travel.

#### **4. Дигитална кампања на порталу Trip Advisor, 15. септембар - 15. новембар**

Trip Advisor Media Group има највеће тржишно учешће у односу на све туристичке сајтове у свету, односно обухвата 37% свих који се у дигиталном свету интересују за туризам и путовања, при чему је 70% посета Trip Advisor-у органско.

Корисници посећују сајт Trip Advisor-а у фази добијања инспирације о томе куда путовати, тако да овај сајт има велику улогу у фази пре доношења одлуке о путовању, односно директно утиче на саму одлуку о путовању.

Интересовање за Србију на Trip Advisor-у је у претходних годину дана (2018.) порасло за 12%, што иде у корак са порастом броја иностраних туриста у Србији. Земље из којих потенцијални туристи највише гледају понуде из Србије су САД, Немачка, Велика Британија, Израел, Русија, Турска, Грчка, Италија и Швајцарска.

Циљ кампање на Trip Advisor-у је да привуче посетиоце портала који раније нису били заинтересовани за Србију, или су били заинтересовани али им је потребно додатно убеђивање; да привуче у Србију оне који се интересују за конкурентске дестинације; да креира нову тражњу за Србијом као туристичком дестинацијом и то оних туриста које би Србија хтела да привуче. На основу података добијених од Trip Advisor-а о популарности дестинације Србија на емитивним тржиштима са којих долазе посетиоци портала Trip Advisor, одлучено је да циљна тржишта буду Немачка, Велика Британија, Израел и Русија.

Кампања је обухватала промотивне елементе – банере 300x250, 300x600, 728x90 са укупно уговорених 2.545.419 импресија и превод свих елемената као и @SerbiaTravel налога на све језике земаља ка којима је усмерена кампања; промоцију на налозима Trip Advisor на друштвеним мрежама.

Након два месеца кампање просечан пораст броја корисника портала који су гледали Србију као дестинацију био је 18%, а по тржиштима Русија +36%, Немачка +21%, Велика Британија +8% и Израел +7%.

Што се тиче букирања одмора у Србији, након два месеца кампање забележен је просечан раст од 10%, а по тржиштима Немачка +38%, Израел +13%, Велика Британија 0%, Русија -9%. Може се закључити да се са тржишта Немачке највише интересовања завршава букингом, Израел је такође дао добре резултате у смислу конверзије. Велика Британија је имала добре резултате у септембру и октобру (+6% и +17%), али је новембар био у минусу пре свега због политике и економске ситуације (Brexit), док је за руско тржиште било карактеристично да упркос великом броју прегледа није било раста у букирању, већ чак и пада.

Раст процењених стопа конверзије је био 5% у септембру, 6% у октобру и 15% у новембру.



#### **4. Дигитална кампања на порталу Lonely Planet, 16. септембар - 21. децембар**

Након што је Lonely Planet крајем претходне године прогласио Нови Сад за Best in Travel дестинацију за 2019. годину у конкуренцији градова, ТОС и ТО Новог Сада су донеле одлуку о заједничкој дигиталној кампањи на овом светски познатом и признатом туристичком порталу. Договорено је да се обим кампање и финансирање исте реализују у односу 80% ТО Нови Сад и 20% ТОС.

Кампања је садржала следеће елементе:

- Destination Sponsorship Package, Нови Сад и Србија, 312.500 импресија

За ову промоцију су уређене и странице Србије и Новог Сада на Lonely Planet порталу

<https://www.lonelyplanet.com/serbia>

<https://www.lonelyplanet.com/serbia/vojvodina/novi-sad>

- Чланак о Новом Саду са видеом Новог Сада, 818.181 импресија

- Чланак о Новом Саду и излетима у околину Новог Сада, са видео садржајем, 1.000.000 импресија

- Standard ROS Supezone – садржај је обезбедио ТОС, 68.818 импресија

- Пакет додате вредности – Нови Сад – 250.000 импресија

Укупно: 3.062.499 импресија



#### 4. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ДОМАЋЕМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

##### 4.1. САЈМОВИ

###### 4.1.1. Међународни сајам туризма, Београд, 21 -24. фебруар

41. Међународни сајам туризма одржан је под слоганом „Лето је ближе него што мислите“. Сајам је организован уз учешће од преко 900 излагача из 38 земаља, уз 64.619 посетилаца. Први пут на поменутом сајму се представила туристичка понуда Малдива, док су се на сајам поново вратили Индонезија и Куба. Земља партнер 41. Сајма туризма је била Бугарска, а током сајма извршена је примопредаја партнерства са Арапском Републиком Египат, која ће бити земља партнер Сајма туризма 2020. године.

Истовремено са Сајмом туризма организоване су још три манифестације: 15. Међународни сајам опреме за хотелијерство и угоститељство NORECA, 10. Сајам вина BeoWine и 15. Сајам сувенира „Види Србију“. Сајам туризма ове године отворио је потпредседник Владе Републике Србије и министар трговине, туризма и телекомуникација.

На штанду величине 131,75м<sup>2</sup>, са Туристичком организацијом Србије представили су се Министарство трговине, туризма и телекомуникација, ЈП Скијалишта Србије, Завод за заштиту природе Србије, Народни музеј у Београду, ЕДЕН Србија - Изузетне дестинације Европе.

Туристичка организација Србије представила је целокупну туристичку понуду Србије на нов и јединствен начин. У виртуелној соби „Види Србију“ посетиоци су могли да упознају туристичку понуду Србије кроз шест мултимедијалних садржаја: Богатство природе, У духу религије, Путовање кроз време, Добродошли у Србију, Ужурбана метропола, Адrenalинско искуство.

ТОС је представила богату туристичку понуду наше земље кроз виртуелну брошуру „52 викенда у Србији“, која носи поруку „Добродошли у Србију, земљу која нуди узбудљиву природу, градове који никада не спавају, мир и тишину питомих села, богато културно наслеђе, забаву која се памти, разноврсну гастрономију и гостољубиве домаћине“.

Посетиоцима сајма представљена је нова брошура „Авантуре духа“ о понуди културно-историјске баштине Србије која је уједно и значајан сегмент понуде туризма наше земље.

На свечаном отварању сајма, као и на штанду, представљен је туристички промотивни филм „Види Србију“, који је на друштвеним мрежама само у време трајања сајма имао преко 100.000 прегледа.

На штанду ТОС-а представиле су се ЕДЕН дестинације: Књажевац - нематеријално културно наслеђе, Пирот – гастрономија и Нови Пазар – културни туризам.

Посетиоци су се могли упознати са начином израде српског традиционалног средњовековног накита, али и учествовати у квизу знања „Карта за природу“ у организацији ТОС-а и Завода за заштиту природе Србије и упознати заштићена подручја Србије из новог угла.

Промоција ваучера за одмор у Србији је и ове године била запажена.

Одржани су бројни састанци са представницима туристичких организација градова и општина, као и туристичке привреде Србије.

У току сајма представници ТОС-а су имали гостовања у медијима и дали су бројне изјаве за медије.

#### **4.1.2. Сајам сувенира, Београд, 21-24. фебруар**

У Хали 4 Туристичка организација Србије је током 41. Међународног сајма туризма у Београду, организовала 15. Сајам сувенира под називом „Види Србију“. На 30 изложбених пултова посетиоци су могли да виде сувенире из свих регија Србије.

Позив за учешће на Сајму сувенира Туристичка организација Србије упутила је туристичким организацијама градова и општина, произвођачима сувенира, сувенирницама као и младим дизајнерима чија је делатност усмерена на производњу сувенира.

Циљеви Сајма сувенира су подстицање производње сувенира, очување старих заната, упознавање потенцијалних произвођача са изворним и аутентичним сувенирима Србије, као и са искуствима предузећа која се тиме већ баве, а ради стимулисања масовније производње сувенира у малим и средњим предузећима

Сајам је продајног карактера, где су посетиоци имали могућност да се упознају са начином настанка неког одређеног сувенира. Посетиоци су могли да купе производе од вуне, керамике, стакла.

#### **4.1.3. Међународни сајам туризма и активног одмора, Ниш, 18-20. април**

20. Међународни сајам туризма и активног одмора одржан је у хали „Чаир“ уз учешће 130 излагача из 6 земаља. Осим активног одмора, као и претходне године фокус је био на гастрономској понуди Србије кроз презентације локалних туристичких организација и удружења.

За ову прилику ТОС је закупила штанд површине 24м<sup>2</sup>, на ком су посетиоци сајма имали прилике да се упознају са туристичком понудом Србије са посебним освртом на активан одмор и нову брошуру „Авантуре духа“.

Посетиоци сајма су имали прилику да се упознају са туристичком понудом градова и региона Србије, Бугарске, Грчке, Републике Српске, Македоније и Мађарске.

На свечаној вечери организованој 19. априла у хотелу „New city“, организатор сајма ТО Ниш доделио је ТОС-у Признање за дугогодишње партнерство и подршку сајму.

Током сајма представници ТОС-а су одржали састанке са:

- представницима туристичких агенција из Ниша о плановима за сезону и могућностима за сарадњу на унапређењу промоције авантуристичког туризма Србије,
- представницима туристичких организација, Сокобање, Ниша, Војводине, Параћина, Туприје, Бачке Паланке, Лознице, Алексинца и Лесковца.

Дате су изјаве за нишку телевизију „Belle Amie“ и емисију „Србија коју волим“.

#### **4.1.4. Сајам омладинског туризма OPENS YOUTH FAIR, Нови Сад, 02-03. јул**

Осми регионални Сајам омладинског туризма – OPENS YOUTH FAIR 2019, одржан је на Тргу слободе и у Католичкој порти непосредно пред ЕХИТ фестивал и био је прилика да се комбинацијом сајамске понуде и музичког програма младима из целог света који посећују Нови Сад прикаже све што овај град, Србија и регион могу да пруже. Сајамски програм је ове године посетиоцима пружио прилику да се уз игру, интеракцију, забаву информишу о бројним омладинским дестинацијама, фестивалима, местима забаве, као и да освоје вредне поклоне на квизовима знања

Посетиоци сајма су имали прилику да се упознају са понудом коју су поред ТОС-а и ТОБ-а, представиле туристичке организације из земље и иностранства: Новог Сада, Нижњег Новгорода, Ниша, Републике Српске, Темишвара, Војводине, Жабља, Лознице, Западне Србије и пријатеља манифестације - Туристичке организације Републике Немачке.

Поред туристичке понуде дестинација, на OPENS YOUTH FAIR-у су се представиле и манифестације Belgrade Beer Fest, Lovefest и Nišvill и разноврсне организације које имају програме за младе попут Explore Serbia, Природњачки центар Србије - Свилајнац, Србија за младе, Млади истраживачи Србије, Love Serbia и агенције Jungle Tribe, Модена Travel&Events, Лидер Травел.

Током оба дана OPENS YOUTH FAIR 2019 у Католичкој порти организован је Ноћни базар где су уметници, дизајнери и мали произвођачи имали прилике да прикажу и понуде своје ручне радове.

#### **4.1.5. Међународни сајам туризма, Нови Сад, 03-05. октобар**

На 52. Међународном сајму туризма у Новом Саду програме су представиле земље региона са акцентом на бањском и здравственом туризму.

Паралелно са сајмом туризма одржан је и Сајам лова и риболова „ЛОРИСТ“, као и Сајам спорта и Сајам екологије. Процена је да је сајам посетило око 35.000 посетилаца.

52. Сајам је отворио потпредседник Владе и министар трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије.

Земља партнер овогодишњег сајма туризма је била Мађарска.

На штанду ТОС-а величине 24м<sup>2</sup> представљена је туристичка понуда Србије, са посебним акцентом на производе гастрономије, активног одмора и спа и велнес туризма. Поред ТОС-а на штанду су се представили и туристичке организације Аранђеловца, Сокобање, Лознице и Лесковца, као и Пролом и Луковска бања.

У Хали "Мастер" организовани су Б2Б сусрети домаћих и страних понуђача. Одржано је више од 50 састанака учесника из девет земаља.



Вински и гастро туризам представили су произвођачи пића и хране из Србије, а садржај је био употпуњен такмичењима у припремању специјалитета у склопу такмичења "Гастро изазов" на коме су се познати кувари опробали у припремама гастрономских специјалитета.

Представници ТОС-а су искористили присуство бројних излагача из ЛТО и туристичке привреде да са њима разговарају и позову их да гласају за кандидате који су се пријавили за награду „Туристички цвет 2019.“, а у организацији ТОС-а.

Представница ТОС-а дала је изјаву за дописништво РТС из Крушевца, ТВ Нарру, „Србија у кадру“, „Србија коју волим, „Belle Amie“, Радио Нови Сад, Сремска ТВ.

#### **4.1.6. Међународни сајам туризма и сеоског туризма, Крагујевац, 22-24. новембар**

11. Међународни сајам туризма и сеоског туризма у Крагујевцу одржан је уз учешће више од 100 излагача из 4 земље и 10.000 посетилаца.

На штанду ТОСа величине 24м<sup>2</sup> представљена је туристичка понуда Србије. Изглед штанда наишао је на похвале излагача на сајму, али и посетилаца сајма.

Сајам је свечано отворила в.д. директора ТОС-а. На отварању је говорио и директор Градске туристичке организације Крагујевац, истичући да је сеоски туризам постао бренд Србије.

Посетиоци сајма су били у прилици да се на једном месту упознају са туристичком понудом Србије, аранжманима за новогодишње и божићне празнике, као и предлозима за зимски одмор.

У оквиру програма сајма могла су се пратити и бројна стручна предавања на тему руралног туризма.

Током сајма, за новинаре и излагаче организоване су водичке туре кроз град у пратњи стручног локалног водича ТО Крагујевац.

На сајму су додељене награде најбољима за „Најуређенији излагачки простор“, „Најуспешнију промоцију“ и за „Најбољи промотивни материјал“.

У оквиру Сајма туризма и сеоског туризма, одржан је и 7. Сајам зимнице на којем око 40 произвођача здраве хране и пића изложило своје локалне домаће производе.

Представница ТОС-а, менаџер за тржиште Србије, дала је изјаву за емисију „Србију коју волим“, ТВ града Крагујевца и ТОП Србију.

## **4.2. ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ И ПРОМОТИВНИ ДОГАЂАЈИ**

### **4.2.1. Београдски манифест, Београд, 24-26. мај**

Туристичка организација Србије је у оквиру летње промотивне кампање „Овог лета...види Србију“ била покровитељ манифестације „Београдски манифест“ која је одржана на Београдској тврђави. Земља партнер је била Црна Гора. На манифестацији се представило 45 општина.

Тема овогодишњег Београдског манифеста је била „Адути Србије“ са идејом да посетиоци на интерактиван начин упознају Србију, откривајући различите крајеве наше земље, главне манифестације због којих би требали посетити градове, нека од дивних језера и планина, сагледати Србију од севера до југа, од запада до истока, уз све најлепше различитости живота, обичаја, хране, прелепе природе и туристичке понуде, а уз исту гостопримљивост добрих домаћина.

На бини су се представљале локалне туристичке организације градова и општина из Србије које су биле учеснице манифестације, док је између њихових наступа презентован видео материјал ТОС-а. Водитељи су текстом који је припремила ТОС промовисали туристичку понуду Србије.

Као и већина других учесника, и ТОС се представила у типској брендираној пагоди. Брендинг пагоде је био у духу летње промотивне кампање, „Овог лета...види Србију, #видисрбију“. На штанду ТОС-а на интерактивном стубу је мултимедијално представљена понуда Србије.

#### **4.2.2. Изложба „Заштићени предели Србије“, Сава Променада, Београ, 04. јул -20. септембар**

Омиљено београдско шеталиште Сава Променада било је прошарано фотографијама најлепших заштићених предела Србије у оквиру истоимене изложбе. ТОС је у сарадњи са компанијом Belgrade Waterfront представила изузетне природне лепоте свих крајева наше земље, а у центру пажње овог пута нашли су се национални паркови и паркови природе. Зеленило Србије било је приказано кроз 41 фотографију, пружајући уживање у најнеобичнијим и најлепшим пределима Србије.

Фотографије заштићених природних реткости Србије обогатиле су шеталиште поред Саве својом разноликошћу. Шуме, извори и јединствени дивљи свет непроцењиво су национално благо, посебно имајући у виду да су поједине животиње које шетају нашим пределима већ готово нестале у другим деловима Европе. Изложба „Заштићени предели Србије“ приказала је неке од најлепших клисура, пећина, водопада, камених мостова, слапова, чак и оних најскривенијих и тешко приступачних области.

#### **4.2.3.Изложба „Стари занати и сувенири Србије“, Сава Променада, Београд, 10. октобар 2019 – 25. фебруар 2020.**

Шаролик свет старих заната и сувенира Србије, још из доба заснивања модерне српске државе, био је представљен на Сава Променад у оквиру истоимене изложбе фотографија. ТОС је, у сарадњи са компанијом Belgrade Waterfront, представила мноштво различитих заната који су некада били веома тражени, као и многе занатске производе који су стекли статус општенационалних симбола.

Изложба „Стари занати и сувенири Србије“ приказала је умеће и вештине који су део српског наслеђа, оличеног у везу, ткању, грнчарству, као и производе старих заната, попут опанака, шајкача и фрула. На 40 панела, посетиоци су били у прилици да погледају и разнолике предмете који носе снажан печат локалног поднебља, попут пиротских ћилима и грнчарија, клесаних беловодских розета, стапарских ћилима, луткица од кукурузовине из Баната и таванкутске уметност на слами. Фотографије су биле прошаране заборављеним мотивима веза и ћилима, као и ћириличног писма, који данас представљају саставни део сувенира, па се могу видети на магнетима, шољама или амбалажи. Српска гастрономска традиција такође је била маштовито упакована у љупке теглице и бочице, у којима се налазе лицидерска срца и најфиније карамеле и ратлук, подсећајући на слатко наслеђе у којем и данас неретко уживамо.

Велико интересовање за ову изложбу показали су и медији у Србији (преко 20 прилога и изјава).

### **4.3. ОСТАЛЕ АКТИВНОСТИ**

#### **4.3.1. „10. Туристички форум Србије“, 8-11. мај 2019. године, Бања Ковиљача, Лозница**

Туристичка организација Србије организовала је од 8-11. маја 2019. године, сада већ јубиларни, 10. Туристички форум Србије. Домаћин је била Бања Ковиљача, тј. Туристичка организација града Лознице. Форум је одржан у реновираном Кур салону у Бањи Ковиљачи.

На Форуму је учествовало 59 туристичких организација, са 190 учесника, а 27 новинара је пратило рад Форума.

Потпредседник Владе и министар трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, Расим Љајић, је отворио 10. Туристички форум Србије.

На свечаном отварању су говорили: Марија Лабовић, в.д. директора Туристичка организација Србије, Снежана Перић, директор Туристичке организације града Лознице, Александар Јокић, директор Специјалне болнице за рехабилитацију „Бања Ковиљача“, а испред града Лознице све учеснике форума је поздравио Видоје Петровић, градоначелник Лознице.

Уводно предавање на тему Промоција Европе као туристичке дестинације“, као и „Предности укључивања Србије у активности Европске туристичке комисије“, одржао је Miguel Gallego, директор маркетинга, Европске туристичке комисије.

Едукативне сесије и радионице су биле прилика да се заједно упознамо са туристичком промоцијом ЕТК (Европска туристичка комисија) где је Србија активни члан, као и темама које ове године повезују туризам и културу. Представници туристичких организација имали су прилику и да се упознају са креирањем, развојем и промоцијом појединих туристичког производа.

1. Sara Bellshaw, из Центра за рекреацију и туристичка истраживања, Универзитета Highlands and Islands, West Highland College UHI, Шкотска и Јелена Фаркић, Туристичка организација града Новог Сада, из Шкотске, одржале су презентацију „Европски туристички производ **Slow Adventure**“.
2. Вера Ровчанин, Министарство трговине, туризма и телекомуникација упознала је присутне са новим Законом о туризму.
3. Игор Ковачевић, Туристичка организација Србије, одржао је интерактивну радионицу „Туристичко искуство као основ креирања производа – примена концепта интерпретације ресурса“.
4. „ЕДЕН пројекат и конкурс за 2019. годину – Здравствени и велнес туризам“, представио је Дејана Црномарковића из Туристичке организације Србије.
5. Раде Делибашић, Фондација НС 2021. представио је пројекат „Нови Сад-Европска престоница културе 2021“.
6. Оливера Марковић из Министарства културе и информисања, одржала је презентацију „Промоција културног наслеђа од изузетног значаја кроз културни туризам“.
7. Ане Радић из Музеја Југославије, одржала је презентацију „Улога музеја у промоцији дестинације - Како музеји виде туристе и туризам“.

#### **4.3.2. Активности поводом награде „Туристички цвет 2019“**

Конкурс за награду Туристички цвет за 2019. годину био је отворен од 02. до 30. 2019. године, и током тог периода локалне туристичке организације, рецептивне туристичке агенције, представници хотелске индустрије, Привредна комора Србије и удружења из области туризма периодично су обавештавани о конкурсима (укупно 3 пута). Оглас за награду Туристички цвет био је објављиван у више штампаних медија као и током on-line кампање.

Ове године као новина је уведено гласање интернет публике које је као шеста оцена додато оценама чланова жирија. Резултати укупног гласања интернет публике имају вредност гласа једног члана Жирија. Укупно су пристигла 12.184 гласа интернет публике.

Представници жирија за доделу награде ове године били су: проф. др Слободан Черовић декан Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум - председник жирија и чланови жирија господин Бранислав Кнежевић, директор Туристичке организације града Новог Сада, Иван Цветановић, заменик председника Управног одбора Туристичке организације Србије, Слободан Шаренац, новинар Радио телевизије Србије и мр Зорица Јованов, руководилац Службе промоције на тржиштима Туристичке организације Србије.

На конкурс су стигле пријаве за 78 кандидата.

Ажурирање сајта [www.turistickicvet.rs](http://www.turistickicvet.rs) намењеног промоцији добитника награде Туристички цвет.

Добитници награде Туристички цвет 2018 у различитим категоријама су присуствовали међународним сајмовима туризма у иностранству што је био материјални део награде: добитник награде за категорију Рецептивна туристичка агенција, Robinson Adventure Team је учествовао на сајму туризма „ITB“ у Берлину, у марту 2019. Добитник награде за категорију Угоститељски објекат за смештај – подкатегија остали угоститељски објекти за смештај, Ивањички конаци учествовао је сајму туризма „СМТ“ Штутгарт у јануару 2019. Добитник награде за категорију Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга, Београдски сајам учествовао је на сајму туризма у „ITB“ у Берлину, у марту 2019.

#### **4.4. ПОСЕБНЕ ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ И ДОГАЂАЈИ КОЈИМА СУ ПРИСУСТВОВАЛИ ПРЕДСТАВНИЦИ ТОС**

- На позив Туристичке организације Чачка, 11. и 12. јун 2019. године, представници ТОС-а су, са другим представницима туристичке привреде, обишли Чачак и околину и том приликом су се упознали са туристичком и гастрономском понудом
- Посета општини Мионица са циљем упознавања са новим туристичким програмима који су у понуди на територији општине. Посета је организована од стране локалне туристичке организације и општине Мионица.
- Учешће на Научном скупу „Деловање Тирила и Методија на подручју Паноније – постојање хришћанског континуитета на простору Срема од 9. до 13. века“ у Сремској Митровици 04. јуна, у организацији Завода за заштиту споменика културе Сремска Митровица
- Учешће на националним радионицама у оквиру пројекта „ATTRACTIVE DANUBE“ у организацији Института за архитектуру и урбанизам Србије (ИАУС);
- Учешће у активностима Координационог тима за реализацију Пројекта ЕДЕН (инфо дани, инспекција дестинација, организација доделе награде, припрема и реализација брошуре);
- Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу - „Tripple P Tourism“ пројекта за повећање атрактивности туристичких производа региона. Пројекат " Tripple P Tourism " фокусиран је на стварање заједничке понуде производа за подстицање регионалне интеграције у циљу диверсификације туристичке понуде региона. Активности земаља у региону треба да буду усмерене на развој заједничких регионалних тематских туристичких рута са

акцентом на авантуристичке и историјске културне руте у Југоисточној Европи на основу учешћа 3+ економија.

Тема будуће културно туристичке руте би могла бити везана за три цивилизацијска периода: археолошка налазишта и споменици културе из римског и античког периода, споменици културе из Другог светског рада и тврђаве. Комплементарни производи наведених рута су производи авантуристичког туризма на рути „Via Dinarica“. Трасе које обухватају наведену руту, а које пролазе кроз посматране економије Регионалног савета за сарадњу су: „Via Dinarica“, „Peaks of the Balkans“ и „Trans Dinarica“.

У периоду од јануара до јуна 2019. године пројекат је имао следеће активности: презентацију у току Београдског сајма туризма у фебруару. Презентација је била посвећена регионалној сарадњи на развоју туризма и развоју и улози регионалних туристичких рута; учешће на сајму ITF Fiets and Wandelbeurs у Утрехту, у Холандији у марту и учешће на сајму ITB 2019 у Берлину, у Немачкој;

- Учешће на састанку Форума за развој туризма на планини Мокра гора - Тутин, у организацији Института за територијални економски развој, 30.јануар.
- Учешће на свечаном проглашењу најбољих традиционалних рецепата домаће српске кухиње у организацији портала Рецепти и кувар, 20.фебруар.
- Учешће у раду округлог стола, на тему:„Развој наутичке привреде и наутичког туризма Србије“, у организацији ПКС, март
- Учешће на конференцији Hotel Summit, одржаној у хотелу Hyatt Regency Belgrade, 21.март.
- Учешће на 2. Међународној конференцији туризма, Бања Лука 2019, 20.април.
- Предавање о Актуелном стању у сеоском туризму на Андрићу у оквиру пројекта који реализује Центар за истраживање и студије туризма из Новог Сада, 13.11.2019.
- Учешће у панелу Процес развоја сеоског туризма на територији општине Ћуприја, новембар
- Учешће у раду Радне групе за израду предлога аката којим се уређују посебни услови и начин доделе и коришћење средстава за реализацију пројеката развоја и унапређења руралног туризма у републици Србији
- Учешће у раду и у дискусијама на панелу „Аграрно наслеђе и рурални развој“ одржаном 16.10.2019. и панелу „Партиципативна партнерства. Културна права као елемент економског развоја и социјалне инклузије“ одржаном 30.10.2019. у оквиру серије панела под називом Нематеријално културно наслеђе за одрживи развој које организују World Music Асоцијација Србије, Друштво за промоцију традиционалне културе „Извор“ и Форум за нематеријално културно наслеђе уз подршку EUNIC мреже (мреже културних центара ЕУ).
- Учешће на презентацији у оквиру пројекта “Подизање свести о значају археолошког наслеђа“ које је реализовало Српско археолошко друштво у сарадњи са Министарством културе и информисања Републике Србије, 28. октобра 2019. године
- Сарадња са Министарством културе и информисања поводом догађаја који је Министарство организовало у Унеску у Паризу 22. октобра 2019. године. За ову потребу ТОС је доставио промотивне штампане материјале на више страних језика (енглески, француски, немачки...),
- Учешће на састанку координатора и представника културних рута у Србији, акредитованих од Савета Европе 06. новембра у организацији Завода за проучавање културног развитка. Представници установа и организација које управљају културним

рутама у Србији у конструктивној атмосфери разменили су информације, знања и искуства о досадашњим активностима, са главним циљем унапређења и развоја културних рута у нашој земљи,

- Сарадња са Комисијом Републике Србије за сарадњу са Унеском на тему промоције културног и природног наслеђа у Србији које је на листи Унеска;
- У оквиру припреме текстова за издање Michelin туристичког водича о Србији провера текста који се односи на савремену уметност Србије;
- Учешће на конференцији „Круне на рекама“ (“Crowns of Rivers”) 06. новембра која је део међународног пројекта подржаног од стране Вишеградског фонда. Конференција је одржана с циљем размене искустава, изградње мреже за сарадњу и припреме стварања заједничке туристичке понуде: обиласка тврђава на Дунаву у оквиру јединственог програма.
- Учешће на 2. авантуристичком фестивалу у кањону реке Јерме 15.08.-17.08.2020
- Поводом свечаности отварања аутопута Милош Велики, на раскрсници код Лајковца, ТОС је координирао и организовао представљање туристичке понуде свих дестинација које гравитирају ка овом делу ауто пута- од Уба ,Лајковца ,Мионице и Ваљева.
- Учешће на Филмском фестивалу Сила фест у Великом Градишту, 1-7. септембар
- Учешће у раду 10. ЦЕИ Регионалног Форума здравственог,велнес и спа туризма, који је одржан у хотелу Холидеј Ин, 22.10 2019.
- Учешће у раду No Sleep конференције – Фестивали, најбоља промоција дестинације
- 8.новембар
- Континуирани састанци са Министарством трговине, туризма и телекомуникације око различитих питања развоја туризма Србије.
- Присуство представника ТОС-а свечаном отварању обновљене Голубачке тврђаве.
- Учешће директорке ТОС-а у раду Скупштине ХОРЕС, која је одржана у Сава Центру, а управо једно од кључних питања се односи на реновирање Сава Центра и иницијатива хотелске индустрије која је изразила спремност да учествује у адекватној форми у налажењу решења.
- Активно учешће у пројекту Министарства здравља поводом Здравственог туризма у Србији.
- Учешће директорке ТОС-а на свечаној додели признања "Изузетне дестинације Европе - ЕДЕН 2019". која је одржана 27. септембра 2019. године.

#### **4.5. ОРГАНИЗОВАЊЕ СТУДИЈСКОГ ПУТОВАЊА ЗА ДОМАЋЕ НОВИНАРЕ**

Организација студијске посете новинара ТО Жабалј поводом свечаног отварања сезоне за голф

#### **4.6. КООРДИНАЦИЈА РАДА СА ЛОКАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ДРУГИМ СУБЈЕКТИМА У ТУРИЗМУ**

- Сарадња са Хостелским савезом Србије у циљу да се хостели у Србији (укључујући и омладинске и студентске домове) уносе у постојећу базу података РЗЗС. Активност је била спроведена у сарадњи и са Београдским заводом за статистику и мрежом ЛТО.
- Сарадња са представницима Народне банке Србије у циљу добијања реалније слике о девизном приливу од туризма и усклађивање методологије НБС са методологијом РЗЗС.

Наставак сарадње у 2019. остварен је у сталном месечном праћењу остварених резултата девизног прилива.

- Потписивање Протокола о сарадњи са Српском скајрајнинг асоцијацијом. Протокол подразумева заједничке активности на промоцији планина и планинског туризма у Србији. ТОС је подржао планинску трку „Ultra trail Stara planina“.
- Подршка акцијама Савеза извиђача Београда које су организовали у Београду.
- Бициклически савез Србије- организација 2 конференције за новинаре, поводом трке Београд-Бања Лука и поводом „Трке кроз Србију“
- Потписивање споразума о сарадњи са Једриличарским савезом Србије
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима
- Потписивање Споразума о пословно техничкој сарадњи са Клубом планинског бициклизма „Чикер“ из Краљева и подршка Маратону у планинском бициклизму маратон“
- Организација промоције нових туристичких програма на територији НП „Тара“ везаних за посматрање мрког медведа. Промоција је организована у сарадњи са канцеларијом WWF-а за Србију.
- Подршка одржавању 2. авантуристичког фестивала у кањону реке Јерме, коју организује удружење „Авантуристичка мрежа“ из Пирота. Тос је дао писмо подршке и прослеђивао је саопштења за медије своју базу новинара.
- Подршка Триатлон савезу Србије у промоцији 11ТРИ Белграде триатлон трке која се одржава у септембру у Београду.
- Подршка Скијашком савезу Србије у организацији Конгреса светске сноуборд федерације.
- Учешће у раду одбора ПКС за туризам (посебно групација за манифестациони туризам, сеоски туризам, бањских и климатских места Србије и наутички туризам);
- Учешће у раду Скупштине „Лепенски вир“ д.о.о
- Учешће у раду, као представници ТОС-а, у управним одборима ТО Регије Западна Србија и Удружења водића.
- Учешће у раду Организационог одбора манифестације Дани европске баштине; Сарадња са музејима и галеријама на месечном нивоу о актуелним изложбама и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а
- Промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а
- Припрема информација о програмима у музејима и галеријама у Србији за рубрику Вести на интернет страници ТОС-а
- Припрема информација о локацијама погодним за авантуристички туризма , за потребе снимања новог спота ТОС-а.
- Координација рада са ЛТО: представник ТОС-а је био члан жирија на манифестацији „Златне руке“, у Сокобањи; посета ТО Бољевцу и Ртњу, и подршка у промоцији те дестинација; учешће у манифестацији „Регата Лим“ и посета ТО Пријеполје; посета ТО Владимирци; ТОС је подржао ТО Бојник и ТО Пожегу финансијским средствима.
- Прикупљање информација од ЛТО о новим туристичким садржајима на њиховим дестинацијама;
  - о авантуристичком туризму,
  - о томе где се, и како слави Српска Нова година
  - о садржајима и програмима дестинација за Ускршње и Првомајске празнике

- Прикупљање информација од ЛТО и туристичке привреде, за припрему и ажурирање брошура:
  - o „Билтен ТОС-а“;
  - o „Календар природби“;
  - o „Смештај у Србији“, који се ради на основу података о смештајним објектима које категорише Министарство трговине, туризма и телекомуникација
  - o „Кампинг“;
  - o „Авантуре духа“ на енглеском, италијанском, француском, руском и немачком језику;
  - o „Каталог сеоских туристичких домаћинстава“;
- Сарадња ЛТО, ТОС и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Настављен је пројекат праћења туристичког промета у сеоским домаћинствима Србије.
- Сарадња са Министарством иностраних послова и мрежом ДКП која обухвата
  - o дистрибуцију промотивног материјала (брошуре, филмови и сл:) за потребе
  - o дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству, обезбеђивање
  - o потребних статистичких информација и других података о туристичкој понуди Србије.
- На захтев других државних органа и других заинтересованих организација, ТОС обезбеђује је промотивне материјале за међународне скупове и делегације.
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика у активностима промоције пута културе Трансроманика у Србији;
- Сарадња са Министарством културе у процесу добијања сагласности за коришћење фотографија споменика од изузетне важности у промоцији туризма РС;
- Сарадња са Републичким заводом за заштиту споменика културе, појединачним манастирима и другим институцијама културе у промоцији културно-историјског наслеђа Србије;
- Учешће у изради плана објава на Facebook-у са конкретним информацијама и фотографијама;
- Осмишљавање нових културних рута према упиту господина Љубомира Сиракова, државног експерта у Министарству туризма Бугарске у оквиру пројекта Савета Европе који је укључивао више институција у Аустрији, Бугарској, Хрватској, Босни и Херцеговини, Чешкој, Црној Гори, Словачкој, Молдавији, Украјини, Румунији;
- Припрема информација о програмима и промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а;
- Припрема информација и одговора на питања, који се односи на промоцију и развој туристичке понуде, као и туристички промет за:
  - o различите новинске редакције и портале
  - o Кабинет потпредседника Владе Србије, и Министра туризма
- Ажурирање текстова и координација преводилачких активности за израду нове интернет странице ТОС-а;
- Сарадња са високошколским институцијама, које имају смер туризам, у приприми студената за израду дипломских и мастер радова, као и докторских дисертација.
- Присуство свечаном отварању Инфо центра Туристичке организације Војводине
- Сарадња са Кајак кану клубом „Српски веслачи“ на промоцији регате Дрином и Савом



- Сарадња и подршка удружењу Качаревачка сланинијада на промоцији 32. Манифестације у Качареву
- Подршка промоцији манифестације „Витез фест“ 2019, април
- Подршка удружењу Моравски корени у промоцији Моравског сабора фруле и песме
- Подршка Удружењу грађана – „Црта“ у промоцији фестивала Новембар вино фест
- Сарадња са удружењем ПЕК Соко из Панчева ради добијања фотографија са мотивима из Делиблатске пешчаре
- Инспекцијска посета Голубачкој, Рамској тврђави, и манастиру Тумане
- Прикупљање информација од ЛТО за припрему другог издања брошуре Каталог сеоских туристичких домаћинстава
- Подршка удружењу ENECA у организацији медијске презентације резултата пројекта „South Serbia delicates basket“ који је реализован у сарадњи са Програмом УН за развој Србије и уз подршку Владе Руске Федерације
- Подршка и повезивање ТВ Прва са локалним туристичким организацијама у реализацији емисија током летње сезоне
- Подршка ТО Врњачка Бања у реализацији гостовања на ТВ Прва
- Подршка представницима пројектног тима “Nature conAction” при учешћу на конференцији у Румунији од 8. до 16.2019.
- Организација наступа ТО Књажевац на сајму NATURE-HEALTH FAIR 2019 у Љубљани
- Консултације са удружењем Домовина из Александровца око унапређења организације спортско туристичке Жупске винске трке
- Подршка манифестацији Дани пива у Зрењанину и обезбеђење материјала за Фестивал културе и традиције
- Подршка манифестацији јесењи Ukus Fest - Kombank 14. и 15. септембра у Београду
- Учешће у раду организационог одбора манифестације Тестивал-фестивал тестенине
- Подршка организацији манифестације Belgrade Wine Week у просторијама Туристичке организације Србије у оквиру које ће се оцењивати најбоља тајаника и прокупац
- Координација са Економском школом из Панчева око извођења блок наставе у Туристичкој организацији Србије
- Подршка организаторима ТИД регате код учешћа на 65. ТИД Конференцији
- Подршка организацији Novembar Vино Fest и организација конференције за медије у просторијама ТОС-а
- Сарадња са ЛИНКОМ-ПЦ и Кристином Гашпар око обезбеђења фотографија слвског жита за потребе објаве у ЕТС магазину
- Студијска посета мини пивари Кабинет
- Подршка винарији Мачков подрум, кроз промоцију и организацију конференције за медије у просторијама ТОС-а поводом Дана младог портогизера
- Присуство обележавању завршетка сезоне у Туристичкој организацији Војводине
- Посета манифестацији Манић-Тиса 2019. У организацији ТО Нови Бечеј
- Учешће у раду Транснационалног пројекта DTP1-270-4. IMPROVING CAPACITIES FOR ENHANCING TERRITORIAL ATTRACTIVENESS OF THE DANUBE REGION - ATTRACTIVE DANUBE („Побољшање капацитета за унапређење територијалне атрактивности Дунавског региона”) кофинансираног од стране Европске уније (ERDF, IPA) кроз Дунавски транснационални програм, који је окупио 19 партнера из 11 земаља: Аустрије, Босне и Херцеговине, Бугарске, Италије, Мађарске, Немачке, Румуније,

- Словачке, Словеније, Србије, Хрватске, Црне Горе и Чешке Републике. ТОС је дао пуну подршку имплементацији пројекта ATTRACTIVE DANUBE;
- Припрема материјала за ТОС-ов прилог у емисији „Београд за почетнике“ која се емитовала једном седмично на ТВ „Студио Б“ у току јула, августа и у септембру, закључно са 11.09.2019.;
  - Учешће у емисијама „Студио знања“ РТС-а на теме „Српске славе“, као и „Здравствени туризам“.
  - Представница ТОС-а је о слави говорила с позиције туристичке понуде Србије и могућностима упознавања првенствено иностраних туриста са овим српским обичајем који се налази на листи УНЕСКО;
  - Промоција манифестације Дани Тесле 10. јула у оквиру пута културе Пут Тесле и Кластера путева културе;
  - Учешће у раду Националног комитета за Унеско програм „Човек и биосфера” - два састанка о досадашњим активностима, као и дефинисање наредних корака у оквиру задатака Националног комитета за МАБ;
  - Промоција пута културе Транроманика и учешће у раду Асоцијације Трансроманика у циљу развијања и промоције овог пута културе у Србији. Припрема материјала за промотивни календар Пута културе Трансроманика за 2020. годину. Припрема материјала за промотивни магазин Асоцијације Трансроманика (Travel Magazine).Сарадња са рецептивним туристичким агенцијама у циљу укључивања Трансроманике у редовну понуду агенција;
  - Учешће на Генералној скупштини Асоцијације Трансроманика у Павији, Италија 03-04. септембра 2019. На састанку је дат преглед досадашњих активности и распореда средстава током 2019. године, реизабрани су досадашњи чланови Управног одбора и разматране су чланарине у Асоцијацији. Детаљним представљањем ситуације о путу културе Трансроманика у Србији, чланарина Туристичкој организацији Србије је смањена за 30%;
  - Учешће у раду Скупштине друштва „Тврђава Голубачки град“ д.о.о., консултације у циљу унапређења туристичке понуде и промоције тврђаве Голубац.
  - Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу, са седиштем у Сарајеву:  
09 - 10. отобар, Сарајево, БИХ: Састанак Фокус групе са циљем усаглашавања маркетинг плана и развоја итинерера под заједничким називом Западни Балкан – раскршће цивилизација  
01. новембар, Београд, Србија: Састанак националних стејкхолдера намењеног развоју производа културног туризма у Србији и у Западном Балкану  
10 – 11. децембар, Будва, Црна Гора: састанак чланова Експертске групе за туризам
  - Дневна комуникација са институцијама културе и уметности у циљу промоције активности поменутих институција као сегмента туристичке понуде Србије;
  - На иницијативу ТОС-а, Голубачка тврђава је уврштена у План издавања пригодних поштанских марака и вредносница за 2020. годину;
  - На иницијативу председнице Владе РС, учешће на састанку, 1. августа, на тему Нови Сад - Европска престоница културе 2021.
  - Учешће у кампањи „#ја сам и музеју, а ти...“, на молбу Кабинета Председника Србије, као и радној групи коју су чинили представници Народног музеја, Министарства културе и информисања, Министарства трговине, туризма и телекомуникација, Air Serbia-е, Привредне коморе Србије, Туристичке организације Београда, Радио телевизије Србије,

- ТВ Студио Б. Кампања је допринела повећаној видљивости Народног музеја у периоду септембар – децембар 2019. године и показала како сарадња институција различитих профила доносе успешне резултате. У оквиру кампање ТОС је организовао посету Музеју више блогера и инфлуенсера са којима има редовну сарадњу. Такође, ТОС је организовао посету 19 рецептивних агенција;
- Припрема текстова за Europe Magazine Европске туристичке комисије које се online објављује једном месечно.
  - Припрема информација о фестивалима у Србији која се континуирано поставља на интернет страницу [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com).
  - Састанак са представницима агенције „Extreme summit team“ са циљем унапређења промоције и понуде авантуристичког туризма у Србији.
  - Подршка Једриличарском савезу Србије у припреми за наступ на међународним такмичењима.
  - Организација Конференције за новинаре Бициклическог савеза Србије поводом одржавања бициклическе трке „Кроз Србију“
  - Сарадња са аероклубом „Галеб“ у вези њиховог наступа на аеромитингу у Аустрији
  - Организација промоције фото монографије Националног парка „Тара“ у конференцијској сали ТОС-а 18.09.2019. у 19 часова
  - Сарадња са Скијашким савезом Србије у вези њиховог наступа на састанку "35th Meeting of the FIS Children's Races Organizers Committee" у Чешкој.
  - Састанак са компанијом **SAILING & FISHING Infinity Club D.O.O.** организаторима Европског првенства у риболову са Hobbie кајака које се одржава на Гружанском језеру.
  - Сарадња са Савезом Атлетских ветерана Србије у вези наступа на међународном атлетском првенству у Румунији.
  - Састанак са представницима Јапанске агенције за међународну сарадњу „ЈСА“ са циљем представљања туристичке понуде Србије студенткињи из Јапана Кани Санаи.
  - Сарадња са Веслачким савезом Србије у одржавању Конгреса Балканске веслачке федерације у Београду 14.09.2019.
  - Подршка организацији Интернационалног кошаркашког турнира“Мој ред“ за играче са посебним потребама одржаног 22.09.-23.09.2019 у Београду.
  - Подршка Београдском маратону за презентацију трке и понуде Србије на сајму фитнеса који се одржава у оквиру маратона у Њујорку и за презентацију на кинеском тржишту у граду Ксијанмен.
  - Учешће у фокус групи које реализује Друштво за промоцију традиционалне културе „Извор“ и Географски институт „Јован Цвијић“ САНУ у оквиру пројекта **Истраживање, вредновање и документација традиционалних народних спортова у Србији као елемента нематеријалног културног наслеђа**. Састанак је одржан 03.12.2019. у просторијама Географског института „Јован Цвијић“ у Београду.
  - Учешће у раду Радне групе за давање претходне сагласности на програме рада локалних туристичких организација.
  - Подршка агенцији Топ Тоурс у припреми брошуре за долазак преко хиљаду пензионера из Аустрије, као резултат договора ове агенције и Удружења пензионера из Аустрије. Они су у Србији боравили у септембру и октобру 2019 године
  - И ове године ТОС је дао предлоге МТТ-у за издавање пригодних поштанских марака: Резерват биосфере „Бачко-Подунавље“, као и предлог да се тврђаве на Дунаву штампају као посебна серија поштанских марака.

- Организација обуке, у сарадњи са Повереником за информације од јавног значаја и заштиту података о личности, за ЛТО, као и запослених у ТОС-у, о заштити података о личности која су, у складу са ЗЗПЛ.
- Подршка Амбасади Србије у Данској у изради фотографија за изложбу која ће се одржати за Дан државности у Амбасади у Копенхагену.
- Учешће у Радне групе Владе републике Србије, за израду предлога акта којим се уређују посебни услови и начин доделе и коришћења средстава за реализацију пројеката развоја и унапређења руралног туризма и угоститељства у Републици Србији.
- Учешће у раду радне групе МТТ за утврђивање критеријума у погледу потребних квалификација и вештина кандидата за полагање стручног испита за туристичког водича и туристичког пратиоца у зависности од потреба туристичког тржишта.
- ТОС је активно учествовао у раду радне груп Министарства грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, на тему Трансформација напустених пруга у зелене стазе, пре свега у бициклистичке стазе.  
Припремљена је и анализа рута старих железничких пруга за потребе трансформације у зелене бициклистичке стазе.

## **5. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ**

### **5.1. УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТИМА**

ТОС је у оквиру Пројекта „Изузетне дестинације Европе“ (*European Destinations of Excellence - EDEN*), спровео следеће активности:

#### **5.1.1. GRO-SME-17-C-095 - EDEN 2017 – Promotion (код нас се води као ЕДЕН 2018/2019 – Кампања)**

- штампање репринта ЕДЕН брошура на српском језику из претходних година;
- израда промотивног материјала и промотивне активности на 41. Међународном сајму туризма у Београду, 21–24. фебруара;
- састанак ЕДЕН мреже током сајма туризма у Београду, 22. фебруара;
- састанак ЕДЕН мреже у Књажевцу, са организованим излетима до Зајечара и Пирота, све три су победничке, односно пратеће ЕДЕН дестинације, 15–17. маја;
- учешће ТО Пирот на Сајму туризма у Бањалуци, уз организацију посебног промотивног догађаја за представнике туристичке привреде, јавних институција и медија у Републици Српској, 18–20. априла;
- учешће ТО Нови Пазар на Сајму туризма у Лукавцу, најзначајнијем догађају ове врсте у Тузланском кантону Федерације Босне и Херцеговине, 9–11. маја;
- учешће ТО Књажевац на Сајму туризма у Љубљани, *Narava – Zdravje 2019*, 23–26. октобра;
- израда периодичних и завршног извештаја о спровођењу пројекта за Извршну агенцију за мала и средња предузећа Европске комисије (EASME).

#### **5.1.2. GRO/SME/18/C/065 – EDEN – Health and well-being tourism (код нас се води као ЕДЕН 2019 – Здравствени и велнес туризам)**

- припремне радње за расписивање ЕДЕН конкурса на тему „Здравствени и велнес туризам“ – утврђивање листе квалификованих учесника, израда нацрта обрасца за пријаву, одабир чланова жирија;
- презентација овогодишњег издања конкурса на X Туристичком форуму у Бањи Ковиљачи 10. маја;
- конференција за новинаре 11. јула поводом расписивања конкурса и гостовања у медијима;
- спровођење конкурса (пријем и обрада пријава, састанци жирија поводом одлуке о дестинацијама у ужем избору, обиласци дестинација, одлука о победничкој (Куршумлија) и два пратећим дестинацијама (Пећинци и Крушевац) у периоду од 15. јула до 5. септембра;
- израда штампане публикације на српском и енглеском језику;
- организација свечане доделе ЕДЕН награда за 2019. годину у Скупштини града Београда на Светски дан туризма 27. септембра;
- учешће на X СЕI Регионалном форуму велнес и спа индустрије 22. октобра;
- студијско путовање за новинаре на победничку дестинацију 24–26. октобра;
- израда досијеа победничке и пратећих дестинација и завршног извештаја за Извршну агенцију за мала и средња предузећа Европске комисије (EASME).

## **5.2. ПРОЈЕКТ УКЉУЧИВАЊА СРБИЈЕ НА МАПУ СВЕТСКИХ ГАСТРОНОМСКИХ ДЕСТИНАЦИЈА**

- Током 2019. године спроведена је прва фаза пројекта, која је подразумевала истраживање. Гастрономски потенцијали представљени су у завршном извештају који је ТОС-у представљен 17. децембра и предат 18. децембра. Препорука је да се наредне године реализује друга фаза пројекта, како би се у октобру 2020. године Србија нашла међу најпрестижнијим гастрономским дестинацијама света.

## **5.3. ПРОЈЕКТ ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈСКОГ МАРКЕТИНГ ПЛАНА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ 2019-2024.**

- ТОС је у 2019. години, у складу са Планом рада, отпочела активности на изради Стратегијског маркетинг плана туризма Србије за период 2019 (2020)- 2024. За израду пројектног задатка била је формирана радна група састављена од представника кабинета Председника Републике Србије, кабинета председнице Владе Републике Србије, представника Министарства трговине, туризма и телекомуникација, Министарства саобраћаја, Министарства финансија, Министарства привреде, Привредне коморе Србије, пословних удружења YUTA и HORES, и представника Air Serbia.
- Након усаглашеног текста пројектног задатка, ТОС је спровела јавну набавку, и уговор са извођачем Block and Roll је потписан у септембру 2019. године. Крајем године усвојена је Методологија израде, укључујући и фазе израде Стратегијског маркетинг плана и усаглашена је методологија и упитник за анкетно истраживање домаћих и страних туриста.
- Рок за достављање финалног предлог Стратегијског маркетинг плана туризма Србије је јун 2020. године.

## 6. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНОМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

Током 2019. године Служба за промоцију је на иностраном тржишту имала укупно следеће активности:

- Број сајмова на којима је ТОС био носилац наступа самостално: 15
- Број сајмова на којима је ТОС био носилац наступа са другим субјектима: 3
- Број сајмова на којима је ТОС био учесник на штанду других субјеката: 6
- Број сајмова које су представници ТОС-а посетили: /
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 27
- Број новинара у студијској посети: 106
- Број ТВ екипа у студијској посети: 7
- Број блогера у студијској посети: 38
- Број организатора путовања у студијској посети: 128
- Број туристичких агенција у студијској посети: 45

### I Велика Британија и Ирска

#### 1. Сајмови и презентације

##### 1.1. Сајам World Travel Market, Лондон, Велика Британија. 04-06. новембар

За потребе представљања туризма Србије, ТОС је закупила изложбени простор величине 99м<sup>2</sup>. Израда штанда је, према уговору, поверена предузећу “Жижгин” доо из Београда. На штанду је промовисана туристичка понуда градова, пре свега Београда, али и Новог Сада као Европске престонице културе 2021, активан одмор у природи – бициклизам, пешачење и ски одмори, туре везане за историјско наслеђе, вино и гастрономију као и најзначајније манифестације у Србији.

Поред ТОС-а, на штанду туризма Србије представиле су се туристичке организације Београда, Војводине и Новог Сада, Министарство здравља Републике Србије, Air Serbia, Београдски сајам, организатори путовања Serbia Tour Operator, Robinson и Victor Tours, хотели Premier Aqua из Врдника и Prezident хотели из Сремских Карловаца и Новог Сада, и Скијалишта Србије.

Представљање Србије на овом сајму пратили су и представници медија из Србије, и то екипа РТС Информативни програм, новинарка ТВ Пинк, новинарка ТВ Прва и новинар Инфобироа.

Штанд је посетила амбасадорка Републике Србије у Великој Британији.

Током сајма на штанду је одржан велики број унапред заказаних састанака. Заказани састанци су се односили на прикупљање понуда за глобалну телевизијску и дигиталну кампању у 2020. години, састанке са новинарима, блогерима и организаторима путовања из Велике Британије и других земаља и регионалну сарадњу.

Директорка ТОС-а је на сајму WTM 2019 дала изјаве за следеће иностране електронске медије: CNBC (САД), Media India Group (Индија) и Fly to TV ( Израел).

Огласи на целој страни објављени су у дневном издању В2В магазина TTG 04. и 05. новембра.

#### 2. Студијска путовања

### **2.1. Новинар и фотограф, Urban Birder, 27-30. јануар**

Новинар David Lindo, познатији као Urban Birder, у пратњи фотографа, боравио је у Србији у циљу прикупљања грађе за објављивање више чланака на тему посматрања птица. Посебан акценат је стављен на посету Кикинди и снимање сова, јер поред тога што се бави новинарством, гдин Lindo је и стручни пратилац група туриста из Велике Британије које долазе у Кикинду ради посматрања сова. Посета је реализована у сарадњи са агенцијом Balkan Expert.

### **2.2. Новинар и фоторепортер, за Telegraph и Independent, 22-28. мај**

Циљ посете је био објављивање текстова о Новом Саду као европској престоници младих и европској престоници културе, као и о новинама у понуди Београда, укључујући и нове хотеле, у британским дневним новинама Telegraph и Independent. Реализовано у сарадњи са Туристичком организацијом Београда и Туристичком организацијом Новог Сада.

### **2.3. Групна посета новинара, 22-26. мај**

Новинари медија Culture Trip, Daily Star и The Sun, у пратњи представнице ангажоване ПР агенције, посетили су Београд, манастир Манасију, водопад Лисине, Ресавску пећину, Сремске Карловце, Фрушку Гору и Нови Сад.

### **2.4. Групна посета новинара, 05-08. септембар**

У сарадњи са USAID Пројектом за конкурентност реализована је ова студијска посета на тему гастрономије и производа хране и пића карактеристичних за Србију. У посети је било четири новинара – Wanderlust, Viva Magazine, Time Out London и PA Media, у пратњи представнице ангажоване ПР агенције. Новинари су посетили Београд, Фрушку Гору, Сремске Карловце, Нови Сад, Сопот, Тополу, Опленач, Овчарско-Кабларску клисуру, Ивањицу.

### **2.5. Индивидуална посета новинара, Wanderlust, 08-10. септембар**

Новинарка овог престижног туристичког магазина боравила је у Новом Саду у наставку претходне групне посете, са циљем упознавања са понудом Европске престонице културе 2021 и објављивања репортаже о Новом Саду. Посета је реализована у сарадњи са ТО Нови Сад.

### **2.6. Индивидуална посета новинара, Scotsman, 17-20. октобар**

Тема посете је била Нови Сад, Европска престоница културе 2021, те је новинар током ове посете боравио у Новом Саду и околини. Посета је реализована у сарадњи са ТО Нови Сад.

## **3. Оглашавања и промотивне кампање**

### **3.1. TTG (Travel Trade Gazette), 22. април**

Оглашавање на целој страни у оквиру чланка о туристичкој понуди земаља Балкана

### **3.2. Wanderlust Magazine, мај**

Оглашавање на целој страни у једном од најпрестижнијих туристичких магазина, додата вредност дигитална кампања у трајању од месец дана

### **3.3. Food and Travel Magazine, мај, јун, септембар**

Оглашавање на по пола стране у три издања магазина који повезује гастрономију и туризам.

### **3.4. TTG (Travel Trade Gazette), 04. и 05. новембар**

Оглашавање у издањима TTG Daily током одржавања сајма WTM 2019.

### **4. Прес клипинг**

У овом раздобљу објављено је 100 текстова о туризму Србије у дневним новинама и магазинима.

### **5. Остале активности**

5.1. Чланство у ANTOR Велика Британија, асоцијацији представништава националних туристичких организација

## **II Француска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Међународни сајам туризма IFTM Top Resa 2019, Париз, Француска, 01-04. октобар**

ТОС се након паузе од 6 година вратила на водећи пословни сајам и туристички догађај у Француској - IFTM Top Resa. На овогодишњем сајму, 41. по реду, одржаном у хали 1 Parc des Expositions de la Porte de Versailles представило се 1.700 излагача из 170 земаља. Земља партнер била је Индонезија.

Упркос „ефекту Thomas Cook“ због којег су многи туристички агенти били заузети обрадом отказивања великог броја резервација, број посетилаца сајма остао је на нивоу прошлогодишњег од 34.000 посетилаца.

ТОС је за потребе представљања туризма Србије закупио изложбени простор и типски штанд величине 30м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а, на заједничком штанду представиле су се и национални авио-превозник Air Serbia, Туристичка организација Новог Сада и представници туристичке привреде Србије: туристичке агенције Skoruna, Serbia tour operator и Balkan Holidays, као и хотели Mona Plaza и Holiday Inn Express.

Првог дана сајма штанд ТОС-а посетила је амбасадор Р. Србије у Француској, са којом је разговарано о могућностима даље промоције туризма Србије у Француској.

Током сајма одржани су бројни састанци са француским организаторима путовања, везани за унапређење продаје постојећих програма / аранжмана за Србију, креирање засебне понуде за Србију тамо где је она присутна само у оквиру регионалних тура или је уопште нема (Step travel, Salaun, Amslav, Terres d'aventure, Intermedes, Nomade aventure, By nativ, Bemex tours), затим за представницима авио-компанија (Air France, ASL Airlines), као и са медијским кућама (France Inter, TF1, Yonder).

Сајам су пратиле и бројне конференције за штампу, дебате и форуми, а у оквиру неких представљена су и најновија истраживања француских туриста (број годишњих путовања, начини резервисања, информисања о дестинацији, аспекти који се у одабиру најчешће узимају у обзир и сл.)

Огласни текст о Србији изашао је на пола стране у двојезичним званичним сајамским новинама IFTM Daily првог дана сајма (тираж 6.000 примерака), а на мапи сајма налазио се и лого и број штанда ТОС-а.

Директорка ТОС-а је током трајања сајма дала изјаве за Инфобиро и дописника РТВ-а из Француске.



## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета француског новинара магазина Lignes, 15-18. јануар**

Француски новинар боравио је у студијској посети Београду у циљу објављивања туристичке репортаже о главном граду у магазину Lignes – специјализованом часопису намењеном путницима у авионима ASL Airlines – француске авио-компаније која је од јуна месеца увела директне летове на релацији Париз - Београд. Чланак на 4 стране је објављен у априлу месецу, а фотографија Београда нашла се и на насловној страни априлског броја магазина.

### **2.2. Посета француских новинара, успостављање лета Air France, 01-02. април**

Француска национална авио-компанија Air France успоставила је након 6 година паузе директне дневне летове на релацији Париз-Београд, и тим поводом Београд је посетило и 8 француских новинара (Madame Figaro, Meet & Travel Mag, Les Echos Week-end, Voyages & Stratégie, Challenges, Le Figaro, Forbes) за које је организовано разгледање Београда.

### **2.3. Посета француских новинара Београду и Новом Саду, 12-15. септембар**

Новинари медија Le Parisien Week-End, Le Journal des Femmes, Télérama.fr, Ouest France и Femme Actuelle у пратњи представнице ангажоване ПР агенције, посетили су Београд, Сремске Карловце и Нови Сад.

## **3. Ogлашавање и промотивне кампање**

### **3.1. Дигитална кампања на порталу Easyvoyage**

Дигитална кампања спроведена током јуна месеца на порталу Easyvoyage – водећем франкофоном порталу за путовања са 3,67 милиона посетилаца месечно – имала је за циљ с једне стране подршку промоцији програма у Србији француског организатора путовања Voyageurs du Monde (са десетинама пословница широм Француске, Швајцарске и Белгије и преко 200 туристичких агената) и појачано присуство Србије као дестинације на овом порталу. Кампања се састојала од Facebook постова, банера, ауторских чланака и newsletter-а.

## **4. Прес клипинг**

У 2019. години објављено је двадесетак текстова о туризму Србије у дневним новинама, магазинима и туристичким порталима.

## **III Словенија, Хрватска, Црна Гора, Македонија и БиХ**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма Place2Go, Загреб, Хрватска, 15-17. март**

Носилац представљања туристичке понуде из Србије била је Туристичка организација града Новог Сада. На штанду је поред ТОС-а наступила и Туристичка организација Београда. Сајам на коме је учествовало 200 излагача обишло је 14.700 посетилаца. Већ трећу годину сајам се одржава у Арени. Из године у годину бележи се све већи број земаља учесница, а током сва три дана колико траје Сајам организују се радионице и предавања. Највише интересовања на штанду је било за Београд, Нови Сад и бањске центре.

### **1.2. Међународни сајам туризма, Бања Лука, Република Српска, 18-20. април**

На Сајму је учествовало 150 излагача из Републике Српске, Босне и Херцеговине, Србије, Хрватске, Словеније, Мађарске, Аустрије и Турске.

Туристичка организација Србије добила је бесплатни простор - штанд величине 72 м<sup>2</sup> на коме су се представиле и туристичке организације градова и општина: Крушевца, Пожаревца, Новог Сада, Пирота, Лознице, Бољевца, Златибора, Ивањице, Пријепоља, Врања, Ваљева, Новог Бечеја, Суботице, као и Парк Палић и Специјална болница за рехабилитацију „Горња Трепча“.

У оквиру спровођења пројекта ЕДЕН за 2018–2019. годину, у Бања Луци је организована презентација Пирота као победничке дестинације националног конкурса за 2015. годину на тему „Туризам и локална гастрономија“.

Као пратећи догађај у Банским дворима је организована друга Међународна конференција туризма Бања Лука 2019. У три панела одржан је већи број предавања, а по завршетку и В2В састанци. За учеснике конференције организована је промотивна тура по граду и у околини Бања Луке.

Изјаве су дате за: Радио телевизију Република Српска, уз гостовање на РТРС представника ТОС-а и ТО Пирота, као и за један број радијских станица.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијско путовање за представнике туристичких агенција из Словеније, Хрватске и Босне и Херцеговине, 14 - 18. мај**

У сарадњи са ТУ магазином организовано је студијско путовање за представнике 9 организатора путовања из Словеније (Marco Polo, Mana и Ojla), Хрватске (Best Travel, Fantasia Travel и Integral) и Босне и Херцеговине (Lambada Travel, Dar Prirode и MG Travel). Првог дана у просторијама ТОС-а организована је радионица, где су имали прилику да разговарају са десет туристичких агенција из Србије. Учесници радионице истакли су да су задовољни заједничким сусретима. Током боравка у Србији, поред Београда, обишли су Златибор и Тару.

### **2.2. Студијско путовање за Удружење „Мами блогерке“ из Словеније, 21-25. јун**

У Србији су боравиле четири породице мама блогерки са децом. Ово је друга година да породице из Удружења долазе организовано у Србију, а у организацији ТОС-а. Ове године представљена им је туристичка понуда Војводине и Београда. Обишли су Ириг (винарија „Ковачевић“ и манастир Хопово), Нови Сад, Салаш 137, Палић и Суботицу и Ранч „Добро прасе“ у Лединцима. У Београду су посетили Калемегдан, Аду Циганлију, Савски кеј, Музеј науке и технике и Јавни акваријум и тропикаријум.

### **2.3. Студијско путовање за Радио Телевизију Словеније, 28. јун- 02. јул**

Новинарка РТВ Словеније боравила је у Србији како би направила репортаже за „Јутарњи програм“ и Емисију „Културна сцена“. Тим поводом организован јој је обилазак Новог Пазара док је у Београду имала прилику да се упозна са културном понудом Београда.

### **2.4. Студијско путовање за новинаре из Црне Горе, Северне Македоније и Босне и Херцеговине, 25-29. септембар**

Током боравка у Србији, поред туристичке понуде града Београда и одласка у Музеј савремене уметности на изложбу Марине Абрамовић, новинарима је представљена и понуда бањског и планинског туризма. Посетили су Пролом и Луковску Бању, Ђавољу Варош и Копаоник.

У посети је било 10 новинара и блогера из Босне и Херцеговине (Fashion Beauty Love Magazine, Ljepota i zdravlje, eprivednik.com i eubusinessstime.com), Црне Горе (дневне новине „Dan“, Српске новине, Portal CDM) и Македоније (Color media/Lepota i zdravlje, Portal Večer).

### **2.5. Студијско путовање за новинаре и инфлуенсере из Словеније и Хрватске, 20-23. новембар**

Гастро новинари и инфлуенсери имали су прилику да се упознају са традиционалним послуживањем хране у шумадијском сеоском домаћинству Јанин рај, да виде како се слави слава, припрема и служи храна у модерним ресторанима Београда, и традиционално једе лепиња пуњена гулашем са кајмаком у пекари Спаса у Скадарлији. Обишли су Земунску пијацу и пробали бурек у пекари Петровић. Видели су и како се израђује занатско пиво у Сопоту, посетили винарију Александровић у Тополи и подруме ракије у Крагујевцу, у оквиру шумадијских путева ракије. У Београду су посетили радионицу за израду бомбона Босиљчић. У посети је било 8 новинара и инфлуенсера из Хрватске (wish.hr, Jutarnji list, NovaTV/Pun kufer, Portal o slanom i slatkom, Gloria IN, She.hr, Cover.Style, Coolinarika.com, Travel advisor/Savjetnik za putovanja) и Словеније (Metropolitan, govori.se, Delo, Izdavačka kuća “Družina”).

## **3. Оглашавање и промотивне кампање**

### **3.1. Штампани и online медији**

Медијска кампања рађена је за најаву летње и зимске сезоне.

#### ***Хрватска:***

- Часопис „Diplomacy&Commerce“, месечник на енглеском језику. Дистрибуира се на 5.000 адреса широм Хрватске (амбасаде, међународне организације, министарства, хотели, компаније). Уз сваки број са одређеном амбасадом и привредном комором, ради се InFocus Country додаток. У фебруару је у сарадњи са Амбасадом Србије у Загребу урађен додаток, док се ТОС представила са једном страном огласа и једном страном ПР текста на тему културни туризам у градовима (Београд, Нови Сад и Суботица); за зимску сезону урађена је једна страна огласа, као и ПР текст и банер на порталу.

- Часопис „Naturala“ издање у Хрватској, за летњу сезону четири стране ПР текста на тему породични туризам и једна страна огласа. ПР текст постављен је и на интернет страници часописа; за зимску сезону оглас на једној страни, два ПР текста и банер на порталу.

- Часопис Place2Go Хрватска излази три пута годишње; за летњу сезону 6 страна репортаже на тему породични туризам и једна страна огласа; за зимску сезону једна страна огласа.

#### ***Словенија:***

- Оглашавање у прилогу „Ника“ у оквиру најчитанијег недељника у Словенији „Недељски дневник“ и дневних новина „Дневник“. Прилог има тираж од 107.000 примерака и излази једном месечно. У њему су чланци о моди, лепоти и здрављу, путовањима. За летњу сезону на једној страни објављен је ПР текст и дата је једна страна огласа. Бесплатно је добијен текст о фестивалима у Србији током летње сезоне у дневним новинама „Дневник“; за зимску сезону једна страна огласа.

- У оквиру дневних новина „Вечер“ Словенија у прилогу „Роџитниџ“ за летњу сезону 1 страна огласа, а за зимску сезону у прилогу „Зима“ једна страна огласа.

- Cosmpolitan i aktivna.si за зимску сезону оглас на једној страни, ПР текст, чланак.

### ***Босна и Херцеговина:***

- Лепота и здравље, за зимску сезону једна страна огласа и репортажа.

### ***Северна Македонија:***

- Убавина и здравје, за зимску сезону оглас на једној страни и ПР текст на порталу, репортажа.

### ***Црна Гора:***

- Грација, за зимску сезону две стране ПР текста.

- Дневне новине „Дан“ за зимску сезону једна страна огласа у главном делу новине до десете стране и 5 дана радијске рекламе на радију Д.

- Вијести, за зимску сезону две стране ПР текста.

### **3.2. Билборди и лед екрани**

- Фирма Нова Опрема у Републици Српској поставила је бесплатну билборд кампању за ТОС, у периоду од 12. до 21. априла, и то у градовима Бања Лука (два дисплеја), Бијељина и Приједор.

- 6 дигиталних билборда, од 27. маја до 11. јуна у Љубљани (центар Љубљане и ВТС). Поред билборда, добијено је бесплатно оглашавање на другом најпосећенијем порталу у Словенији (2 ПР текста по недељу дана).

### **4. Прес клипинг**

У 2019. години објављено је око 20 текстова о туризму Србије у дневним новинама, магацинима и туристичким порталима, као и две репортаже на Радио Телевизији Словеније (Београд и Нови Пазар).

## **IV Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма Holiday&Spa, Софија, Бугарска, 14-16. фебруар**

ТОС је закупио и опремио изложбени простор – штанд величине 120 м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а, на заједничком штанду су се представила туристичке организације Београда, Војводине, Ниша, Пирота, Соко Бање, Крушевца, Књажевца, Беле Паланке, Димитровграда, Златибора, Бабушнице, Лесковца, Крагујевца, Власотинца, Новог Бечеја, Врања, Чачка, Краљева, Пожаревца, као и представници привреде Spa Travel Врњачка бања, Центер хотели, Пролом и Луковска Бања, Славија хотели, хотел Петрус, Омнитоурс/ Belgrade city hotel, хотел Bosphorus, Атера апартмани, Специјална болница Чигота.

На штанду ТОС-а одржане су следеће презентације:

- ТО Драгачево је представила Сабор трубача у Гучи
- ТО Крагујевац је имала промоцију манифестације “Путевима шумадијске ракије”
- ТО Ниш је најавила гастро манифестацију “Дани Бурека”
- ТО Бела Паланка је представила манифестацију “Дани Банице”
- ТО Димитровград је представила манифестацију “Дани Царибродске шушенице”.

Бугарски туристи радо посећују Србију и то неколико пута годишње. Профил туриста је средњих година, путују у пару, вишег су образовања и веома заинтересовани за туристичку понуду наше земље.

### **1.2 Заједничка промоција ТОС-а и ТОБ-а, Солун, Атина и Лариса, Грчка, 12-19. мај**

Туристичка организација Србије и Туристичка организација Београда су заједнички организовали представљање комплетне туристичке понуде Србије и Београда.

Прва станица ове кампање била је у Солуну 13. маја код Беле Куле, где је у присуству великог броја грађана, као и туриста који бораве у овом граду, одржана промоција туристичких потенцијала наше земље. У оквиру промоције организован је богат културно-уметнички програм. Културно уметничко друштво “Свети Ђорђе” представило је народне игре из Србије као и старе изворне песме. Учесће је имао и Народни оркестар из Ниша. Такође је представљена и гастрономска понуда у оквиру које је ТО Лесковца промовисала своју најпосећенију манифестацију – Роштиљијаду.

Истог дана у вечерњим часовима у Хотелу Mediterranean Palace организована је конференција за новинаре. На конференцији присутним су се обратили представници ТОС-а и ТОБ-а, туристичке организације Војводине, Ниша, Лесковца, Крагујевца, Соко Бање и Мионице. Такође, присутнима се обратио градоначелник Солуна као и представници туристичке привреде Солуна - власник и директор Tourism Plus и представница Air Serbia у Грчкој.

Био је присутан велики број грчких медија (Voria TV, Vergina TV, ET 3TV, Skai TV, Atlas TV, Antenna TV, Star TV, Omorfia Taksidia TV, radio Thesalonikki, Etnos Newspaper, председник асоцијације туристичких новинара, Athenian Macedonian - новинска агенција, новине Demokratia).

Од присутних представника туристичке привреде који у својој понуди имају Србију и Београд били су присутни Vergina Travel, Filos Travel, Choice Travel, Silver Holidays, IOLE Travel, Mythos Holidays, Dimakis Travel, Zeus Travel, Athos Hellas, Zorpidis Travel.

Дана 14. маја организована је промоција у тржном центру Cosmos у Солуну.

Промоција је настављена у Атини, пре свега у Амбасади Републике Србије у Грчкој, где је уз свечани коктел одржана конференција за новинаре на којој су се поред ТОС-а и ТОБ-а присутнима обратили и Амбасадор Србије у Грчкој, директор ТО Крагујевца и представник ТО Ниша. Конференцији су присуствовали представници туристичке привреде из Атине и представници дипломатског кора. Целу кампању је подржала наша Амбасада и веома је помогла у организовању исте.

Истог дана у поподневним часовима у пешачкој зони центра Атине представљена је комплетна понуда Србије и Београда, где су присутни поред добијања информација имали прилику да науче и основне кораке српског кола што је изазвало велико интересовање пролазника.

У Лариси је првог дана боравка организована конференција за новинаре и свечана вечера, где се присутнима поред представника ТОС-а и ТОБ-а обратио и помоћник градоначелника Ларисе за економију.

Следећег дана, 18. маја, у центру Ларисе организована је целодневна промоција туристичке понуде Србије која је изазвала велико интересовање посетилаца. Велестино, родно место Риге од Фере налази се у близини Ларисе и зато становништво овога краја показује велику наклоност према нашем народу. Ово је била и најпосећенија промоција на отвореном.

### **1.3. Манифестација Улични корзо, Будимпешта, Мађарска, 19-20. октобар**

Улични корзо је манифестација на отвореном са штандовима и пагодама постављеним дуж два велика булевара која су затворена за саобраћај. Важи за највећу и напосећенију манифестацију у Будимпешти, посебно из разлога што је део коњичких трка које се традиционално одржавају на Тргу Хероја сваке године. Све земље које учествују на тркама, међу којима је и Србија, имају могућност бесплатно да се представе на Уличном корзоу где добијају штанд. На овој манифестацији ТОС је учествовала другу годину за редом.

Ове године из Србије своју туристичку понуду представили су, поред ТОС-а, и ТО Војводина, ТО Сокобања и ТО Крагујевац. Тајкође је представљена и гастрономска понуда са ракијом и винима из Србије. Фирма Адонис из Сокобање понудила је своје разноврсне чајеве за дегустацију многобројним посетиоцима. За културно-уметнички програм задужено је било Културно уметничко друштво "Тамнава" из Уба.

ТОС је на овогодишњем представљању у Будимпешти представила комплетну туристичку понуду са акцентом на планински туризам, јер последње две године све већи број туриста из Мађарске долази на Копаоник. ТО Крагујевца промовисала је сада званично заштићено географско порекло шумадијске шљивовице, коју су оба дана служили заинтересованим посетиоцима. ТО Сокобања је такође промовисали атракције своје општине. Изложени су били и разни аутентични сувенири из Србије.

Манифестација је била веома посећена, поред Мађара било је и многобројних туриста из разних земаља. Штанд Србије освојио је другу награду за промоцију и представљање своје земље. Занимљиво је поменути да је на великом коњичком галопу други пут заредом прво место освојио такмичар из Србије.

Штанд Србије посетили су представници Амбасаде Републике Србије у Будимпешти.

#### **1.4. Сајам туризма Philoxenia, Солун, Грчка, 8-10. новембар**

ТОС се представила на сајму туризма Philoxenia на штанду ТОБ-а. Ово је највећи сајам туризма у Грчкој, где се ове године представило са својом туристичком понудом преко 650 излагача из 47 земаља. За време сајма организован је и велики број В2В састанака. Сајам је забележио највећи број посетилаца до сада.

Носилац штанда је била Туристичка организација Београда. Поред ТОС-а и ТОБ-а, на штанду величине 25м<sup>2</sup> представиле су се и Привредна комора Србије као и поједини хотели и агенције из Београда. ТОС и ТОБ су организовале заједнички Нарру Ноуг за пословне партнере из Грчке. Посетиоци су највише питали за бање у Србији и за организован дочек Нове године у Београду.

#### **1.5. Сајам туризма АИТ ЕХРО - Athens International, Атина, Грчка, 06-08. децембар**

ТОС је туристичку понуду Србије представила на сајму пословног туризма АИТ ЕХРО - Athens International. Сајам је отворито министар туризма Грчке, који је касније заједно са генералним секретаром Туристичке организације Грчке и министром саветником наше амбасаде у Атини посетио штанд туризма Србије.

Из године у годину АИТ ЕХРО окупља све више излагача, односно учесника на В2В састанцима. Ове године представило се више од 150 учесника из 40 земаља из сектора туризма. Паралелно су се одржавали панели на тему нових трендова у туризму.

На штанду ТОС-а наступале су и туристичке агенције iSerbia и Glob Metropoliten Tours.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета организатора путовања и три блогера из Мађарске, 11-14. април**

ТОС је угостила представнике 14 организатора путовања из Мађарске, као и три мађарска блогера. Током боравка у Србији, мађарски представници посетили су Златибор и околину, као и незаобилазну српску престоницу.

Када је у питању Србија, међу мађарским туристима владало је до сада највеће интересовање за дестинације у Војводини, за Београд и Копаоник. Управо из тог разлога ово студијско путовање организовано је са фокусом на Златибор и околину, како би се мађарским туристичким операторима и туристима дочарале лепоте западне Србије и повећала заинтересованост за ову туристичку регију.

### **2.2. Посета Националне румунске телевизије, 05-12. мај**

Два румунска новинара и позната водитељка са Националне румунске телевизије путовали су по Србији у циљу упознавања српских градова, села и традиције. У оквиру овог путовања упознали су се са Београдом, Војводином, Источном Србијом и делом Западне Србије. Емитовање ових емисија планирано је за септембар месец.

### **2.3. Посета новинара из Мађарске и Грчке поводом одржавања EXIT-а, 04-07. јул**

Укупно 3 новинара, односно једна новинарка из Грчке (Kathimerini) и две из Мађарске (Ongo, Travelo) су поред посете EXIT фестивалу обишли и Београд и Нови Сад.

## **3. Оглашавање и промотивне кампање**

### **3.1. Промотивна кампања на мађарском порталу TRAVELO.hu**

У периоду од јуна до новембра реализована је промотивна кампања на овом порталу, где су се објављивали текстови о туристичкој понуди Србије и најављивали догађаји на којима је промовисана Србија као туристичка дестинација.

### **3.2. Оглашавање на грчком порталу 24 Media**

У октобру месецу објављен је плаћени текст о Србији на грчком порталу 24 Media, у коме су представљени Београд, Нови Сад, Западна и Источна Србија са својом туристичком понудом. Овај текст се нашао и на Facebook и Instagram страници овог медија.

## **V Норвешка, Шведска и Данска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1 Промоција Београда и Србије, Стокхолм, Шведска, 15.април**

У Стокхолму је организована прва промоција Београда и Србије на престижној локацији у центру шведске престонице Догађај су организовале Туристичка организација Србије и Туристичка организација Београда у сарадњи са познатим ТВ лицем нашег порекла, Јованом Радомиром, и уз подршку Амбасаде РС у Стокхолму.

Догађај у „Sjo & Land” окупио је око 70 гостију, представника туристичких агенција, медија, пословних људи и познатих личности из света спорта, културе, привреде и јавног живота Шведске.

Од присутних туристичких компанија заинтересованих да уврсте у своју понуду Београд и Србију односно интензивирају постојећу понуду, истичу се Europaweekend, Airtours, Resia, Grand Travel, Travel2, Ethnos Travel Agency, The Travel Collection.

Међу познатим гостима били су Staffan Olsson, светски и европски првак у рукомету, Zimzon Lelo, телевизијска звезда, Abgar Barsom, професионални фудбалер, Yankho Kamwendo, глумац, Jacob Brandon-Cox, директор тениског турнира "Stockholm Open", Reegolito, шведска поп звезда, Јелена Дрењанин, шведски представник у ЕУ, Душан Умчевић, ТВ водитељ, Lottie Knutsson, некадашњи директор "Fritidsresor" који сада промовише дестинације за путовања на ТВ4, и многи други.

На догађају су се присутнима обратили амбасадор Републике Србије у Стокхолму и представнице ТОС-а и ТОБ-а, које су презентовале Србију кроз понуду за активни одмор у бројним градовима и туристичким местима, и Београд као „град са душом“ и популарну европску “city break” дестинацију. Такође су истакнути свакодневни летови на релацији Београд - Стокхолм нашег националног авио превозника Air Serbia као фактора за увећање туристичког промета две земље. Током вечери емитовани су промо филмови “See Serbia” и “Belgrade Love Story”, а гости су имали прилике да дегустирају специјалитете домаће кухиње ресторана „Balkan Steak House – Stockholm” као и вина Топличких винограда, Стару соколову ракију и Јелен пиво. Програм је водио Јован Радомир, новинар и водитељ телевизије „SVT”, и аутор пројекта “Balkan Food Club” који је недавно објавио неколико репортажа о Београду у реномираним шведским магазинима попут „RES” и „Expressen”.

О догађају је са препорукама за путовања известила и шведска медијска агенција Cawa Media: <https://cawamedia.wordpress.com/2019/04/15/serbian-evening-in-stockholm/>

### **1.2 Промотивни догађај са Air Serbia, отварање нове линије, Хелсинки, Финска, 01. јун**

Поводом отварања директне авио-линије Београд – Хелсинки, у Амбасади Републике Србије у Хелсинкију одржана је презентација компаније Air Serbia и ТОС-а, којој су присуствовали бројни новинари из Београда и Хелсинкија, српски туристички оператери, представници Air Serbia и FinAvia, као и представници више финских компанија заинтересованих за пословну сарадњу са Србијом.

Госте су поздравили амбасадор Србије у Хелсинкију и амбасадор из Министарства спољних послова Финске, истакавши значај нове линије за развој сарадње две земље у области туризма, привреде и културе. Присутнима се обратио и представник Air Serbia, након чега се присутнима обратила представница ТОС-а и приказан је промотивни филм Види Србију.

После догађаја у Амбасади, ради обележавања инаугурационог лета, на једном од градских тргова је одржан промотивни мини-концерт Марије Шерифовић на коме се могла чути „Молитва“, песма која је 2007. године у Хелсинкију донела победу нашој земљи на Еуросонгу. Српска авиокомпанија Air Serbia је промоцијом лета за Хелсинки почела и промоцију за девет нових дестинација - Мадрид, Барселона, Кијев, Задар, Ријека, Краснодар, Ница, Каиро, при чему су линије ка Ници и Задру сезонског карактера.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета шведске блогерке, Стара планина, 15-19. јануар**

У посети је у овом раздобљу боравила блогерка и инфлуенсерка из Шведске, Lina Sjölund. Мотив посете била је могућност увођења директних летова low cost авио компанија из Шведске до Ниша, као и упознавање са природним лепотама Старе планине, уз ниже цене од познатијих европских ски центара. Програм су подржали ЈП Скијалишта Србије и хотел Стара планина. Текстовете, постове и фотографије блогерка из Шведске је објавила на својим блог/Инстаграм профилима Liniz Travels Blog; односно Инстаграм профилима, укључујући филмове и слике на



Instastories, са специјалним booklet-ом из Србије. Такође, чланак је објављен и у Premium Magazine, који се истовремено може наћи online и на главном аеродрому.

У оквиру организованог такмичења за најбољи чланак у 2018. које организује шведски ANTOR, ТОС је у јануару о.г. конкурисала са објавама ове блогерке са Копонаика који је посетила прошле године (online чланак и гостовање у јутарњем програму на шведској ТВ са причом и снимцима овог зимског центра)

### **2.2. Посета шведске блогерке, Београд, 25-28 .април**

У посети Београду је боравила блогерка Towe Ahlin, travelblog Come Fly with Me, Blogg: come-fly-with-me.se. Теме којима се ова блогерка бави су путовања, са и без деце, као и викенд путовања по Европи. Током своје посете блогерка је обишла све значајније атракције Београда. Објаве је поред блога, поставила и на другим својим друштвеним профилима: Instagram: @come-fly-with-me.se, Facebook: facebook.com/come-fly-with-me.se, Twitter: @towistowe. Програм је реализован у сарадњи са ТО Београд

### **2.3. Посета шведске националне телевизијске мреже SVT, 12-20. јун**

У посету Србији и Београду дошла је по први пут шведска национална телевизија, програм SVT. SVT је јавни сервис са вестима из целе Шведске и света, а емисија Go 'kväll SVT1 (у преводу Добро вече, пандан Београдској хроници) је са милион и по гледалаца најгледанија емисија овог типа у Шведској. Планирано је да се из посете направи 4-5 репортажа које би се емитовале у емисијама распоређеним током јесени 2019. године. Тема репортажа су биле типична српска храна и обичаји, са акцентом на атипичан и до сада неприказан Београд. Интересна сфера су били вино, ракија, храна, домаћи прозводи и доживљаји (прављење сира, кајмака, ајвара, ракије; авантуризам, рафтинг) из којих ће се извући мањи путописи

Презентер је био Јован Радомир, познато ТВ медијско лице у Шведској.

Поред приказа Београда кроз спој модерног и традиционалног, ТВ екипа је посетила Златибор где је у сеоском домаћинству организовано прављење ракије, водопад Гостиље и Стопића пећину, као и Дрвенград-Међавник. Такође, урађено је снимање припреме традиционалних специјалитета попут кајмака, сухомеснатих производа, хељдопите, лепиње са кајмаком у оквиру презентације Планинског доручка. За представника шведске националне телевизије, гдина Радомира, организована су гостовања у емисијама Жикина шареница, РТС, Пинк-Свитање у сарадњи са ТО Београд.

У посети Србији су били : Јован Радомир као презентер, продуцент и сниматељ.

### **2.4. Посета данског новинара, 13-16. август**

У посети Београду боравио је Hasse Ferold, новинар Copenhagen Post-a, недељног магазина који објављује вести из Данске на енглеском језику и јединих новина на енглеском језику у Данској, у тиражу 12.000–15.000 примерака. Поред тога, часопис се може бесплатно наћи на одређеним локацијама, попут аеродрома у Копенхагену.

Новинар је у посету Србији дошао на препоруку Амбасаде Р Србије у Копенхагену.

Поред разгледања централног дела града, Калемегдана и Београдске тврђаве, гост је упознат са културноисторијском понудом, где је поред споменика културе обишао и Народни музеј и Храм Св. Саве. Такође, упознат је са природом градског окружења укључујући Аду Циганлију, Кошутњак и шеталиштима града. Представљена је и гастрономска понуда, са обиласком Каленић пијаце, као саставног дела приче о српској кухињи.

Незаобилазан део програма је био Нови Сад, који је 2021. године Европска престоница културе.

Из ове посете је проистекла нова активност, наиме на основу направљених фотографија са овог путовања на Дан државности 15.02.2020. године биће организована изложба одабраних фотографија у Амбасади РС у Данској.

### **2,5 Посета шведских медија, 15-19. август**

У посети Београду и Новом Саду били су новинари Hans и Ana Shimoda. Hans Shimoda је до недавно био главни уредник медија Allers (принт и онлине издања), који делује у оквиру Aller media групе (једна од највећих медијских компанија у нордијском региону са преко 120 брендова), а сад наставља своју каријеру као free lancer.

Текстови са путовања ће бити објављени у највећем дневном листу Aftonbladet, као и магазину Gala, Hänt Extra, Hänt i Veckan (у питању су најтиражнији листови у Шведској). Објаве ће такође бити постављене на страници Shimoda.se.

Сфера интересовања читалаца ових медија су забава, познате личности, leisure, гастрономија, примарно представљајући моменте који доприносе интересовању људи за путовања и упознавање нових култура.

Акцент посете је био Београд са Beer fest-ом, упознавање са културно историјским знаменитостима и наслеђем центра града и урбане стране града, уз представљање модерне и урбане кухиње, у оквиру чега је организована посета дестилерији и винској кући. Као најава европске престонице културе 2021, посећен је Нови Сад, уз претходну посету Сремским Карловцима, а представљена је и понуда салаша као традиционалног домаћинства овог поднебља.

Програм је направљен у сарадњи са ТО Београд.

## **3. Оглашавање и промотивне кампање**

### ***3.1. Друштвене мреже***

- Промоција преко Facebook

## **4. Остало**

### ***4.1. Чланство у ANTOR Шведска***

### ***4.2. Чланство у ANTOR Норвешка***

### ***4.3. Номинација за најбољи објављени чланак са неког путовања у медијима Шведске***

Конкурсе организује ANTOR Шведска. Главни критеријум је био да је главно промотивно тржиште Шведска и да је чланак настао 2018 године. ТОС је конкурисао са чланком новинарке медија Allers, Lotta Hellman, која је боравила у студијској посети Београду, у периоду од 5. до 8. јула 2018. године. Током своје посете, новинару су представљене културно историјске знаменитости Београда, архитектура старог града, као и гастрономија престонице. Магазин Allers је недељни модеран часопис, читаоци су углавном жене, које се првенствено занимају за гастрономију, моду, културу. Тираж магазина је 177.300, а укупан број читалаца је 442.000. Такође, послат је веб и ТВ материјал о Копаонику које је направила блогерка и инфлуенсерка Lina Sjölund Gröndahl, почетком 2018. године.

#### ***4.4 Предавање за студенте из Данске, Београд, 19. март***

У просторијама ТОС-а представници ТОС и ТОБ су одржали предавање о туризму Београда и Србије, за ученике комерцијалне средње школе из Данске - Handelsgymnasiet Lyngby - KNORD, где је један од предмета који изучавају Познавање међународне економије. У оквиру овог предмета и програма рада одређена је и пракса којом је предвиђено тематско обилажење делова Европе.

## **VI Немачка, Аустрија и Швајцарска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### ***1.1. Сајам туризма СМТ, Штутгарт, Немачка, 12 - 20. јануар***

У Штутгарту је одржан 51. сајам Urlaubsmesse СМТ, најпосећенији европски сајам туризма намењен искључиво општој публици, који је и ове године забележио посећеност од преко 250.000 људи. Србија је учествовала осми пут и представила се на штанду величине 49 м<sup>2</sup> у Хали 4.

Током девет дана трајања сајма, осим туристичке понуде земаља и региона, кроз тематске викенде представљена је и понуда везана за бициклизам и активни одмор, камповање и караванинг, голф и велнес, као и кружна путовања.

На штанду Србије су се представиле и туристичке организације Нови Сад, Златибор, Чачак, Војводина, Београд и Савски венац.

Током трајања сајма је свакодневно на штанду Србије била организована радионица традиционалне ручне израде предмета од глине која је привлачила велику пажњу посетилаца свих узраста. Демонстрацију израде предмета је пратио и филм на немачком језику са историјским сликама традиције из села Злакусе.

Првог викенда сајма (12. и 13. јануар 2019.) у Хали 10 – „Бициклизам и авантуристички туризам“ се представио ДСС са понудом бициклизма дуж Дунава. На њиховом штанду су биле дистрибуиране и брошуре ТОС-а.

#### ***1.2. Међународна туристичка берза ИТВ, Берлин, Немачка, 06 -10. март***

За потребе представљања закупљен је штанд величине 161 м<sup>2</sup> у хали 1.1 Берлинског сајма. ТОС је била носилац наступа, уз учешће представника регионалних и локалних туристичких организација и асоцијација, као и туристичке привреде: туристичке организације Београда, Златибора, Ниша, Новог Сада, Војводине, Суботице, Сомбора и Сремске Митровице, Атомска бања, национална авио компанија Air Serbia, туристичке агенције Alpha Travel See, Uniline Experience, Dora Travel, Serbia tour operator DMC, Magelan Travel, KonTiki Travel, Jungle Travel, Incoming TIM Travel, хотелска групација Belgrade Hotels Group, хотел A Hoteli и хотел Sky.

Поред редовних, додатне активности на сајму су обухватале:

- 06. марта је одржан је догађај за новинаре и туристичку привреду на штанду Србије коме је присуствовало око 50 гостију.

- ТОС је учествовала у програму Дунавског центра за компетенцију - ДСС који се по осми пут организује у оквиру сајма ИТВ под називом Danube@ИТВ. Србија је учествовала и у Danube Passport Game, а на штанду ДСС је био дистрибуиран и пропагандни материјал Србије (Туристичка карта, Пешачење и бициклизам у Србији и брошура Дунав у Србији – 588 утисака).

- Истог дана после сајма је одржано је и седмо издање „Дунавског салона“ у представништву покрајине Баден-Виртемберг; ове године је Хрватска била партнер земља. Тема овогодишњег Салона је била „Macht! Еуропа“ (Моћ! Европа). Дунавски салон је посетио више од 500 гостију, међу којима су били представници немачких институција и политичких партија, новинари и чланови дипломатског кора.

- Током пословног дела сајма одржани су састанци са представницима туристичких организација, медија и организаторима путовања, консултантских кућа, организатора сајмова и другим партнерима и понуђачима.

- На штанду Србије је одржана презентација интерактивна брошура, где је публици уз употребу нових технологија бити омогућено упознавање са туристичком понудом Србије.

### **1.3. Догађај „Дани културе – Србија“, Франкфурт, Немачка, 22 -23. јун**

Догађај „Дани културе – Франкфурт“ је одржан први пут ове године у организацији Генералног конзулата Републике Србије у Франкфурту. Циљ ове манифестације је представљање Србије као „земље културе“ у граду где живи представници више од 200 нација и уз подршку српске дијаспоре у Франкфурту. Манифестација се одржавала на отвореном, на тргу Roßmarkt.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијска посета немачких блогера, 21-25. фебруар**

ТОС је организовала студијску посету у оквиру годишње кампање „Види Србију“, за 2 туристичка блогера који воде следеће блогове: Reiseblitz и Alaanigacz, а у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као зимске дестинације.

### **2.2. Студијска посета новинара часописа Schwulissimo, 26-28. март**

ТОС је уз подршку локалних туристичких организација организовала студијску посету за новинара часописа Schwulissimo у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као атрактивне туристичке дестинације, представљањем богатог културно-историјског наслеђа и природних богатстава наше земље.

### **2.3. Студијска посета немачких новинара, 25- 29. мај**

ТОС је уз подршку ТО Града Новог Сада организовала студијску посету под називом „Културни туризам Србије!“ за групу од 7 немачких новинара у циљу промоције Србије као туристичке дестинације са богатом културном понудом. У посети су били представници који пишу између осталог за следеће медије: NZZ, Bahnmax, reisefreak, Ruhr Nachrichten, Tipps for Tripps.

### **2.4. Студијска посета немачких блогера, 30. мај - 02. јун**

ТОС је организовала студијску посету под називом „Бициклом дуж Дунава у Србији“ за 2 блогера из Немачке. У посети су били блогери следећих блогова: funkloch.me и imprintmytravel.com.

### **2.5. Студијска посета немачких блогера, ЕХИТ, 02-06. јул**

У студијског посети су били немачки блогери: www.mitvergnuegen.com, www.fraeuleinchen.de и www.weltkugelschreiber.de. Поред фестивала ЕХИТ упознали су се са туристичком понудом Новог Сада и Београда.

### **2.6. Студијска посета немачких новинара и блогера на тему Гастрономија, 09-13. октобар**

У сарадњи са USAID Пројектом за подизање конкурентности, ТОС је организовала студијску посету Србији за четири новинара (Rheinische Post, Kulinariker, Reisereporter, Stuttgarter Zeitung) и четири блогера (Tracks and the city, Escape from Reality, Nomyblog, Reiselust-mag) из Немачке. Гости су посетили Београд, Сремске Карловце, Нови Сад, Ваљево, Овчарско-кабларску клисуру, Космај, Тополу и Оплепац.

## **3. Оглашавање и промотивне кампање**

### **3.1. Оглашавање у ITB Berlin News часопису**

Часопис који се дели за време трајања сајма ITB и обухватао је интервју са директорком ТОС-а и огласне стране.

## **4. Остало**

### **4.1. Чланство у Удружењу немачких аутобусера RDA**

### **4.2. Чланство у аустријској асоцијацији туристичких агенција ÖRV**

## **VII Русија, Белорусија, Украјина**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Конференција за новинаре, Москва, Русија, 10. март**

Дан уочи одржавања сајма туризма у Москви, одржана је конференција за новинаре и пословне партнере у радионици и атељеу познатог руског вајара Рукавишникова.

Новинарима се обратила директорка ТОС-а поздравним говором. Указала је на туристичке потенцијале наше земље, на природне лепоте и културно наслеђе, као и на посебне потенцијале руског тржишта с обзиром на блискост наших односа, повољне услове за путовања у нашу земљу, као што је одсуство виза и постојање директних летова.

Одржана је презентација дестинације са акцентом на туристичку понуду за наступајућу сезону, одморе у градовима, фестивале, бањске и спа центре, гастро и винске туре. У посебној презентацији, представљене су могућности активног одмора у Србији са акцентом на предности пецања и могућност довођења туриста ради спортског пецања за руске пецароше, којих према статистичким подацима има преко 20 милиона. Представник уметничког тима Рукавишњикова представио је пројекат - рад на скулптури Стефана Немање која ће ускоро бити постављена на Савском тргу у Београду.

На крају програма приређена је дегустација вина Бројаница и српска закуска.

Конференцији је присуствовало око 50 новинара, од којих је већина одмах по завршетку конференције објавила информације на својим порталима и другим медијима.

#### **1.2. Сајам туризма МИТТ, Москва, Русија, 11-14. март**

ТОС је објединила представљање туризма Србије на 28. Међународном сајму туризма МИТТ, на изложбеном простору од 48м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а на сајму су се представили Туристичка

организација Београда, Меркур из Врњачке бање, Специјална болница Горња Трепча, Луна трافل, Апелсин, Р- Турс, Glob Metropolitan Tours и Experience Pro Travel.

За све време одржавања сајма ТОС је на штанду организовао промоције у виду дегустације вина и српских специјалитета, радионице са локалним агенцијама и локалним медијима.

На штанду је била графичким решењима представљена туристичка понуда Београда, Новог Сада, бањских лечилишта и природно благо Србије. На штанду су на два екрана емитовани филмови ТОС-а и видео материјал других излагача.

Од медија из Србије представљање ТОС-а пратила је екипа Јутарњег програма РТС-а и новинар листа Куир.

Током представљање туризма Србије на сајму МИТТ у Москви, директорка ТОС-а дала је више интервјуа за медије присутне на сајму (између осталих и за National Geographic Traveler и Турбизнис) и за руске ТВ и радио станице.

Са Министарством туризма Тјуменске области договорена је заједничка промоција Србије и радионица за преко 30 привредника из Србије, при чему би трошкове пута и смештаја сносили домаћини.

Амбасадор Републике Србије у Руској Федерацији је 13. марта, на позив ТОС-а, посетио српски штанд и упознао се са представницима туристичке привреде и локалних туристичких организација.

### **1.3. Конференција за новинаре, Минск, Белорусија, 03. април**

У сарадњи са Амбасадом Републике Србије у Минску, у ресторану Т-Брано организована је конференција за медије и радионица за око 50 учесника, међу којима су били представници националне телевизије, као и представници локалне туристичке привреде.

Одржана је презентација туристичких потенцијала Србије са посебним нагласком на понуду бањског туризма. Такође су истакнуте могућности и погодности за одмор у планинама и зимским центрима. За туристе из Белорусије, за одмор у Србији погодност представља директна авио линија, која је ове године побољшана за још један додатни лет, као и одсуство виза. Након званичног дела презентације, организована је српска закуска и дегустација српских вина. Поред ТОС-а, на конференцији су учествовали и представници Туристичке организације Београда.

### **1.4. Сајам туризма Отдых, Минск, Белорусија, 03-06. април**

У Минску је одржан 23. сајам туризма Отдых, намењен искључиво пословној публици, који је ове године забележио посећеност од преко 20.000 људи. ТОС је учествовала заједно са ТОБ и представила се на штанду величине 40м<sup>2</sup>.

Током четири дана трајања сајма, осим туристичке понуде земаља и региона, кроз тематске викенде представљена је и понуда везана за зимовање и активни одмор, културне и верске туре, одмор у градовима, спа и велнес, као и понуда за транзитне групе.

Током представљање туризма Србије на сајму ОТДИХ у Минску, представница ТОС-а дала је више интервјуа за медије присутне на сајму и белоруску националну ТВ и радио станицу.

### **1.5. Конференција за новинаре, Кијев, Украјина, 03. јун**

Промоција новог лета Air Serbia и туристичке понуде Србије одржана је у Кијеву, у хотелу Опера, пред око 70 представника локалне привреде и новинара из Кијева. На промоцији су поред презентације редовне авио линије, презентовани и туристички потенцијали Србије са акцентом на зимске ски центре, бањска лечилишта и културне и верске туре. Промоцији је присуствовао Амбасадор РС у Украјини. Подељен је промотивни материјал.

### **1.6. Презентација туристичке понуде Србије на конференцији за новинаре у Краснодару и Казању, Русија, 19. и 21. јун**

После континуираних успешно реализованих пословних активности, сајмова и презентација у Москви и Санкт Петербургу, ТОС, у сарадњи са ТОБ и Air Serbia, први пут је представила понуду наше земље у Краснодару и Казању, градовима на југу односно истоку европског дела Руске Федерације.

Конференција за новинаре и туристичку привреду из Русије и Србије, одржана је 19. јуна у хотелу Ибис у Краснодару. Догађају је присуствовало преко 100 званица, представника туристичке привреде и новинара. Међу новинарима су били представници државне телевизије и радија, као и представници најтиражнијих новина Комсомољскаја Правда. Програм промоције је обухватао презентацију нове директне линије наше националне авио компаније Air Serbia на релацији Београд - Краснодар, туристичке понуде Београда и Србије, након чега су уследили Б2Б сусрети наших и руских туристичких агената и привредника.

После официјалног дела, програм је настављен пригодним културно уметничким перформансом „Српска слава“. Присутни су имали прилике да уживају у промотивним филмовима наших дестинација, дегустацији српских специјалитета, а организована је и наградна игра са питањима о Србији.

Промоција у Русији настављена је 21. јуна у једном од највећих градова Русије, Казању, где је у простору хотела Корона, у српском ресторану „Србија“, организован промотивни догађај за званичнике, новинаре и туристичку привреду.

### **1.7. Сајам туризма Отдых, Москва, Русија, 10-12. септембар**

ТОС је закупила и опремила изложбени простор – штанд величине 60 м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а, на заједничком штанду су се представила туристичке организације Београда, Новог Сада, Ниша, Пожаревца, Новог Пазара и Суботице, као и представници привреде Luna Travel, хотели Crowne Plaza и Путник-Копаноник и Пролом и Луковска Бања.

На штанду ТОС-а одржан је промотивни догађај за представнике руских организатора путовања, на коме су одржане презентације свих туристичких организација и представника привреде присутних на штанду. Организована је закуска и дегустација српских вина.

Током пословног дела сајма одржани су састанци са представницима туристичких организација, медија и организаторима путовања, консултантских кућа, организатора сајмова и другим партнерима и понуђачима.

Током представљање туризма Србије на сајму ОТДИХ 2019. у Москви, представница ТОС-а дала је више интервјуа за локалне медије присутне на сајму.

### **1.8. Презентација за руску туристичку привреду, Санкт Петербург, 14. септембар**

У банкет сали хотела Crowne Plaza – Санкт Петербург, одржана је презентација туристичке понуде Србије за преко 30 представника локалне привреде и новинаре.

Локална привреда и новинари добили су информације о могућности одмора у Србији и директним летовима Air Serbia из Санкт Петербурга.

По завршетку званичног програма приређена је српска вечера уз дегустацију српских вина.

### **1.9. Сајам туризма Komi Expo Travel 2019, Сиктивлар, Република Коми, 06-08. децембар**

На позив Министарства културе и туризма Републике Коми, ТОС је прихватила учешће на међународном сајму туризма у граду Сиктивлару у Републици Коми - Русија.

Поред Србије, на сајму су од страних излагача учествовали представници Грчке, Мађарске, Белорусије и Бугарске.

На сајму су били присутни и најзначајнији организатори путовања који послују на тржишту Русије: TUI, Inturist, Robinzon. Такође, за време трајања сајма, одржани су састанци са директором представништва TUI-а, представником Robinzon и Inturist. Договорено је да ова три најзначајнија организатора путовања уврсте туристичку понуду Србије у своју понуду.

Организован је пријем за представнике медија и привреде на штанду ТОС-а, коме је присуствовало двадесетак руских новинара. Званицама је одржана презентација целокупне туристичке понуде Србије, подељен је промотивни материјал и послужени су српска ракија и закуска.

Са организаторима сајма је договорено да следеће године Србија учествује под истим условима.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијска посета руских новинара, 20-24. фебруар**

ТОС је организовала студијску посету на тему „Скијање у Србији“ за групу од четири руска туристичка новинара из следећих медија: Liza, Комсомољскаја правда, inflight магазине Red Wings, а у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као зимске дестинације. Гости су поред Београда и Аранђеловца, боравили на Копаонику.

### **2.2. Студијска посета руских новинара, 26-28 .фебруар**

ТОС је, у сарадњи са Старом Планином, помогла логистички и финансијски организацију студијског путовања за руске новинаре који су осим на Старој Планини и Београду, боравили у Пироту и околини. У Србији су боравили представници 3 медијске куће из Москве: Аргументи и факти, National Geographic, V otpusk.ru.

### **2.3. Студијска посета руских организатора путовања, 02-06. април**

Студијска посета, у организацији ТОС-а, реализована је за 5 организатора путовања из Русије. У посети су били представници следећих компанија: Solvex, 7-Tour, Vand, Vedi Tour, Travel Land. Промоција се односила првенствено на бањска лечилишта.

## **3. Интернет презентација и друштвени медији**

### **3.1. Друштвена мрежа ВК**

- Дневне активности на друштвеној мрежи ВК (В Контакте)

## **4. Саопштења за новинаре**

Од почетка године су послата 6 редовна саопштења за новинаре.

## **5. Прес клипинг**

У 2019. години објављено је преко 150 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима. Један од чланака о Србији објављен је у *National Geographic Traveler Russia*.



## **VIII Италија**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Промоција Србије у сарадњи са организатором путовања I Viaggi di Maurizio Levi из Италије, Фиренца, 24. фебруар**

Промоција је одржана за време сајма туризма у Фиренци „TourismA“, на коме ТОС није учествовао. Србију су представили чувени археолог Данте Бертоли, као и Николо Теса, аутор водича о Србији у издању Morellini, који је о Србији говорио у име ТОС-а.

ТОС је дала основе за презентацију, достављене су фотографије, филмови и брошуре, а модератори догађаја су били представници ангажоване ПР агенције.

Догађају је присуствовао велики број организатора путовања са којима до сада ТОС није имала сарадњу.

#### **1.2. Промоција Србије у сарадњи са организатором путовања Viaggi dell'Elefante, Милано, 5. март**

Настављајући сарадњу са организаторима путовања, ТОС је учествовала у презентацији дестинације заједно са Viaggi dell'Elefante. За место догађаја одабрана је гламурозна тераса „Terrazza Martini“, а италијански партнер у сарадњи са ангажованом ПР агенцијом позивао је агенције на догађај. Након презентација следио је коктел српских специјалитета. Презентације су држали:

- 1) Enrico Ducrot, CEO Viaggi dell'Elefante
- 2) Paola Musolino, Mailander/NTOS
- 3) Etleva Balla, Product Manager Viaggi dell'Elefante

Добра је била присутност и медија који прате туристички сектор.

#### **1.3. Српски павиљон у Венецији „Biennale Art“, 10. мај**

ТОС је подржала отварање српског павиљона у Венецији „Biennale Art“. Од стране ТОС-а позвани су новинари који прате културу на коктел у и Палати Nani Bernardo у част уметника Ђорђе Озболта.

#### **1.4. Сајам туризма TTG Incontri, Римини, Италија, 09 - 11. октобар**

ТОС је представила туристичку понуду Србије на овом најзначајнијем сајму туризма у Италији, који је искључиво Б2Б сајам на ком је присутна целокупна туристичка привреда Италије. Ово је био први пут да се ТОС представила на већем и боље уреженом штанду величине 36 м<sup>2</sup>. Одржани су бројни састанци, а приоритет су биле агенције које у својој понуди имају већ Србију, али са недовољном продајом аранжмана. Разматране су могућности повећања продје аранжмана и начини тешње сарадње са агенцијама. Такође, овај сајам је био прилика за сусрете са бројним новинарима и инфлуенсерима са којима је ТОС до сада сарађивала и са онима са којима се планира сарадња. Дати су интервјуи за бројне радио станице и новине.

Са ТОС-ом су на штанду биле и две агенције: Intertours и Experience Pro Travel, као и Туристичка организација Војводине, а акценат представљања је била нова брошура „Авантура духа“ као и културно наслеђе наше земље што је за италијанско тржиште увек најинтересантнија тема.

### **1.5. Промоција Србије у сарадњи са организатором путовања „I Viaggi di Maurizio Levi”, Милано, 16.децембар**

У просторијама мањег биоскопа Cinemino Milano приказан је филм „Trumpets republic”, уз присуство 50 агената који су након филма имали прилику да чују туристичке вести из Србије и да пробају српске специјалитете

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијско путовање новинарке Repubblica-e и новинара Radio Capital, 31. децембар - 03.јануар**

Новинарски пар је провео прве дане јануара у Београду, одакле су извештавали о догађајима који прате празничне дане у нашем главном граду. Организовани су им сусрети са представницима музичке сцене, који су им пружили прилику да виде клупску сцену у Београду.

### **2.2. Групна посета туристичких агенција, 28-31. март**

У сарадњи са Viaggi dell’Elefante, организована је ова посета у складу са програмом који ова велика агенција има везано за Србију. Они су спонзорисали авио карте, а ТОС је платио трошкове боравка. Укупно је било 9 особа (једна добитница награде на догађају у Милану), представници агенција Viaggi dell’Elefante, Sommacal, Sguardi Lontani, Ecoluxury Milano, Dwa Viaggi, Stopover, Coima, Dove Club, Ciclone Viaggi. Обишли су Београд, Голубац, Кладово, Манасију, Раваницу, Војводину.

### **2.3. Индивидуална посета новинара Chef Kumale’, 22-26. април**

Новинар који је познат у свету гастрономије Vittorio Castellani, боље познат под псеудонимом Chef Kumalé и његов фотограф Lucia Gor, посетили су Београд, Војводину и Ниш, а фокус је био на храни, кроз традицију, обичаје и људе. Идеја је да објави дужи чланак за Il Gambero Rosso, угледан часопис фокусиран на културу хране. Новинар ће у наредном периоду предложити различите чланке новинама са којима сарађује као што су: Il Venerdì, додатак Repubblica-e DOVE, додатак Corriere della Sera и многи други.

### **2.4. Посета блогерке Chiare Marchi, Miss Claire 26-30. април**

Chiara Marchi, Miss Claire, је већ једном боравила у Србији крајем децембра прошле године и одлучено је да јој се организује боравак и током неколико дана за време Ускрса, да би могла да прикаже другачију Србију, а и као најаву за летњу сезону. Овог пута је посетила Београд и Нови Сад.

Ова блогерка је добитница бројних признања од колега из суседних националних туристичких организација. Њени текстови о Србији су пренети преко друштвених мрежа ТОС-а у Италији.

### **2.5. Групна посета новинара, 23-26. мај**

Организована група новинара је боравила углавном у Београду. Групу су чинили новинари из Radio RAI, Dove (Corriere della Sera) и Vogue Italia. Путовали су од Суботице, Новог Сада, Фрушке Горе, Сремских Карловаца, до Београда.

### **2.6. Групна посета новинара у сарадњи са “I Viaggi Di Maurizio Levi”, 21-27. септембар**

Организована је посета групе новинара у сарадњи са агенцијом из Србије Fogg travel и италијанском агенцијом I Viaggi di Maurizio Levi. Новинари су пратили итинерпер какав је у програму овог организатора путовања а учествовали су представници следећих медија: Io Donna (додатак дневним новинама Corriere della Sera), магазин „GQ“, туристички часопис „Itinerari&luoghi“, дневне новине „La Stampa“. Обишли су Нови Сад, Карловце, Виминацијум

### **2.7. Посета новинара италијанске националне телевизије RAI 3, 23-26. септембар**

Екипа националне телевизије Италије RAI 3, снимала је једну од првих емисија серијала Stranger Europe. Популарни водитељи Ema Stockholma и Briga, водили су гледаоце у јединствено путовање неконвенционалним путевима по Београду (вожња Плавим возом, обилазак гробља, посета необичним продавницама, Музеју илузија, згради Genex-a, Escape room итд.).

### **3. Прес клипинг**

У овом периоду објављена су 104 чланка-репортажа, у писаним медијима, на радију и online, међу којима се издвајају: La Repubblica, LaStampa, Travelquotidiano.com, ItaliaTravelWorld.it, Vogue, Il Messaggero, I Viaggi di Radio1, Sale&Pepe, TTGItalia.com, Guidaviaggi.it, Qualitytravel.it.

### **4. Саопштења за новинаре и агенције**

Саопштења за медије се шаљу на више од 400 адреса, а за привреду са мало измењеним садржајем на 1.500 адреса. Теме за ову годину су биле:

“Serbia, paese ricco di storia e cultura, per la prima volta a tourismA”

“La Serbia protagonista del MasterElefante. Serata per agenti di viaggio alla Terrazza Martini di Milano”

”Serbia, l’estate 2019. Nella meta piu’cool per I giovani europei“

“La Repubblica delle Trombe”

“La Serbia a TTG Travel Experience 2019. Continua a crescere il numero degli Italiani che scelgono la Serbia per le loro vacanze.”

“Xmas festivities in Serbia are worth double: traveling between past and future to greet the New Year”

### **5. Интернет презентације и друштвени медији**

#### **5.1. Facebook - Serbia Travel. it**

07.01: пост везан за православни Божић и о обичајима који га прате

09.01: пост о Београду са линком ка Dove - I Viaggi del Corriere della Sera који је тада објавио чланак о нашем главном граду

18.01: пост о тексту познате блогерке Miss Claire’s и њена прича о Београду који упоређује са Њујорком. “Belgrade, Blakan’s New York”, који је објавила на свом блогу након што јој је ТОС организовала боравак

21.01: пост о Miss Claire’s односно други део њене приче о Београду, “Belgrade, Balkan’s New York”, објављен на њеном травел блогу.

24.01: пост о Мокрој Гори и Кустендорфу.

27.01: ре-пост Serbia Travel-а са прославом титуле на Australian Open-у о победи Новака Ђоковића

29.01: ре-пост Serbia Travel-везано за Рибарску бању

Након овога преузет је налог од стране званичног налога ТОС-а и од тада се преводе интересантни постови за италијанско тржиште. Сваког месеца се у просеку 7 постова преведе или се линкују текстови објављени у италијанским медијима.

## **IX Кина**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам СОТТМ, Пекинг, 15-17. април**

ТОС је на заједничком штанду са Националном туристичком организацијом Црне Горе представила туристичку понуду Србије. Обједињено је представљање туризма у Србији уз наступ Туристичке организације Београда (ТОБ), хотела Holiday Inn Express и Праг Коперникус, као и агенција Omnitours, Glob Metropoliten, Asteria, Uniline и Alphatravel.

Одржано је преко 100 састанака са кинеским организаторима путовања, представницима медија и онлајн платформи. Овај сајам је искључиво Б2Б и бројни представници привреде из целе Кине су посетили сајам.

Током трајања сајма, директорка ТОС-а учествовала је на панел конференцији о туризму на тему „Еволуција дестинацијског маркетинга на тржишту НР Кине“, што је изазвало велико интересовање посетилаца сајма. Током трајања сајма одржана је и конференција за новинаре на самом сајму, где је пред бројним новинарима представљена туристичка понуда Србије.

#### **1.2. Презентација за организаторе путовања у Пекингу, 19. април**

По завршетку сајма туризма у Пекингу, ТОС је, заједно са Туристичким организацијама Црне Горе и Босне и Херцеговине, а у сарадњи са авио компанијом Turkish Airlines, организовала презентацију дестинација и пословне састанке представника туристичке привреде региона. Turkish Airlines је обезбедио гратис авионске карте, две за ТОС као и комплетној српској привреди која је наступила на сајму туризма у Пекингу и остала на догађају.

Велики одзив и позитивни утисци потврда су да је обједињена туристичка понуда и добра сарадња Србије, Црне Горе и БиХ добитна комбинација за привлачење још већег броја туриста из Кине. На догађају је било преко 80 представника кинеске привреде и по 5 агенција по земљи региона. Заједничко представљане три земље које имају безвизни режим са Кином изазвало је велико интересовање кинеских медија те је током и после сајма директорка ТОС-а дала више од 30 интервјуа.

Важан податак је да је вредност објављених текстова везано за наступ на овом сајму а нарочито након радионице у Пекингу износио скоро 300.000 евра.

#### **1.3. Сајам ИТВ Шангај, 15-17. мај**

ТОС је и ове године учествовала на заједничком штанду Европске туристичке комисије, као и већи број европских земаља.

На самом штанду ТОС су заступали представници ангазоване ПР агенције из Кине, који су након завршетка, по њиховом мишљењу веома успешног сајма, доставили листу остварених контаката и састанака, коју је ТОС проследила агенцијама које је прате на кинеском тржишту.

#### **1.4. Сајам Guangdong Tourism Expo, 30. август – 01. септембар, Guanzhou**

Уз подршку Turkish Airlines-а организован је први заједнички балкански сајамски наступ на југу Кине. Земље региона Бих, Црна Гора и Србија добиле су бесплатно по 15м<sup>2</sup> и тиме је формиран балкански штанд, на којем је свака земља имала по пет представника привреде. Turkish Airlines је обезбедила бесплатне карте за представнике привреде, а ТОС је уступила своје карте привреди.

Првог дана сајма након отварања одржан је Б2Б сусрет између балканске и кинеске привреде. Представница ангажовне ПР агенције ТОС-а у Кини је одржала презентације за све три земље да би се постигла униформност у наступу, након чега је привреда имала прилике да се сретне са великим бројем колега из Кине. Овај догађај је изазвао велику пажњу у овом делу Кине. ТОС је опремила штанд фотографијама и промо филмовима.

#### **1.5. Сајам за инвестиције и трговину Xiamen, 06-11. септембар**

ТОС је била део Националног штанда Републике Србије у граду Сиамену у провинцији Шанси. На великом штанду ТОС је имала централно место и представила се брошурама и филмовима. Организовани су и састанци са таргетираним компанијама из провинција Фуијан и Шанкси.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета инфлуенсера из Кине у сарадњи са Turkish Airlines-ом, 23-26. јануар**

Edward Lone, који пише за Lonely Planet, National Geographic, China daily, такође је и инфлуенсер којег прати скоро милион пратилаца. Annie Yu, инфлуенсер, оснивач брэнда „Enjoy your trip” који је достигао велику популарност на кинеским друштвеним мрежама.

### **2.2. Посета екипе ТВ серије из Пекинга 24-29. јануар**

Уз помоћ ангажоване ПР компаније у Кини обезбеђен је долазак велике ТВ екипе из Пекинга која су снимила серију у Београду „Лављи одраз мачке“.

### **2.3. Индивидуална посета блогера, 06. фебруар**

ТОС је прихватила да организује једнодневни излет за инфлуенсера Zhao Xi, који је боравио у Београду у сопственој организацији током кинеске Нове године, а ТОС му је омогућио излет до Новог Сада и Карловаца као и ручак на дестинацији.

### **2.4. Групна посета новинара у сарадњи са националним туристичким организацијама Мађарске и Немачке, 13-21. март**

У сарадњи са Европском туристичком комисијом, а у оквиру пројекта “Europe invites - Danube connects”, ТОС је у сарадњи са колегама из Немачке и Мађарске организовала два студијска путовања за новинаре из Кине. У првој групи од 9 особа, која је реализована у сарадњи са Аерофлотом, били су следећи новинаре и инфлуенсери: Cici ZHOU – Connexion и Summer ZHANG – Connexion, CUI Xiao Li - Lonely Planet, ZENG Yan - Life Week, ZONG Bo – KOL, ZHENG Hai Hong - Southern Metropolis Daily, HUA Qing - Nam Kwong (Shanghai) Intel Travel Service, Larisa LI – Aeroflot, Susan LI – Azure Global. Група је у Србији боравила од 19. до 21. марта и обишли су: Суботицу, Палић, Нови Сад и Карловце и Београд.

### **2.5. Индивидуална посета блогера, 16-21. март**

Посета оснивача платформе ImGuider, веома посећене и значајне у Кини. Обезбеђене су му посете и интервјуи са директорима музеја, колегама из Суботице, Новог Сада и Београда да би се и наше дестинације нашле на овој платформи. Његови постови имају велики одзив у Кини.

### **2.6. Групна посета новинара у сарадњи са националним туристичким организацијама Мађарске и Немачке, 16-25. март**

У сарадњи са Европском туристичком комисијом, а у оквиру пројекта “Europe invites - Danube connects”, ТОС је у сарадњи са колегама из Немачке и Мађарске организовала два студијска путовања за новинаре из Кине. У другој групи од 7 особа која је организована са Turkish Airlines-ом, били су следећи новинаре и инфуенсере: WANG Hui - The Beijing News, ZHANG Na – Beijing Youth Weekly, CUI Xiang Ming – KOL, XIA Yang – KOL, LIANG Xin Ting - Southern Metropolis Weekly, WANG Fang - I Home, Rachel LEI – Azure Global. Група је у Србији боравила од 23-25. марта и обишли су: Суботицу, Палић, Нови Сад и Карловце и Београд.

Важан податак је да је након свих активности које је ТОС имао у сарадњи са Европском туристичком комисијом и уз помоћ пројекта везаног за Дунав, само за први део клипинга вредност објављених текстова износила 537.760 евра.

### **2.7. Индивидуална посета организатора путовања Starry Europe, 10-12. април**

ТОС је помогла овом организатору путовања из Ченгдуа у постављању туре за Србију и организацији догађаја „Thousand people travel to Serbia/Balkan”. Уприличен је свечани дочек и ручак у Скадарлији.

### **2.8. Индивидуална посета инфлуенсерке, 01-07. јул**

Све већи број упита за фестивале у Србији, па тако и за ЕХИТ, од стране кинеских туриста, подстакло је довођење инфлуенсерке која кроз плес и музику приказује неку дестинацију. Госпођа Нанпап има више од 2 милиона пратилаца. Током свог боравка посетила је Суботицу, Нови Сад и Београд.

### **2.9. Групна посета екипе Националне телевизије Кине CCTV 6, 03-13. јул**

Екипа филмског канала кинеске националне телевизије боравила у Србији 10 дана. Идеја је била да се кроз филмове који су били веома популарни у Кини, а снимљени су у Србији, прикаже дестинација. Ти прилози су били интересантни широкој публици и подсетили их на нека стара издања. Урађен је између осталог интервју са 10 истакнутих филмских стваралаца. Направљено је 5 емисија од по 30 минута. Екипа је бројала 6 чланова. Боравили су у Београду, Новом Саду (у току је био ЕХИТ), на Златибор, Увцу, Мокрој Гори, у Студеници.

### **2.10. Индивидуална посета инфлуенсера, 24-28. јул**

Mr. Shen Wei је блогер из Кине који има 7 милиона пратилаца на кинеској мрежи weibo (<http://weibo.com/favorstar>). Веома је популаран блогер и инфлуенсер којег често позивају колеге из туристичких организација Италије, Канаде, Јапана, Шпаније. Ради за: Fourseasons, Aman, Mandarin Oriental, RITZ, Shangri-la. Позивају га често да буде гост на радију и телевизији у Кини где коментарише догађаје у туризму, објавио је 3 књиге о туризму.

### **2.11. Индивидуална посета инфлуенсера у сарадњи са Fliggy-jet i Etihad-ом, 21-27. август**

Да би кампања са Fliggy-jem била успешна, ТОС је организовала долазак три групе инфлуенсера из Кине. Ms Zhen Minyi и камерман су у Србији обишли дестинације од Увца до Београда и снимали споменике из другог светског рата, јер је то био један од мотива који их је заинтересовао, сем класичне туристичке руте по Србији.

#### **2.12. Групна посета организатора путовања у сарадњи са Mahan Air-ом, 06-13. септембар**

У сарадњи са овом авио компанијом организована је регионална посета за 12 организатора путовања, који су посетили Србију, Црну Гору и Босну и Херцеговину. Улазак и излазак групе је био преко Србије. Током свог путовања посетили су Нови Сад, Карловце, Фрушку Гору, Београд, Златибор. Дан пред полазак у Кину, у просторијама ТОС-а организована је радионицу са организаторима путовања из Србије. Представници из Кинесу били: China Bamboo Garden INTL Travel Service CO. LTD., Beijing Global Tour INTL Travel Service CO. LTD., Beijing Fashion INTL Travel Agency CO. LTD., CYTS, China INTL Travel Service travel Service CO. LTD, Success Way INTL INC., GZL INTL Travel Service LTD, Shenzhen Tripean INTL Travel Service CO.,LTD, 深圳特色, Mahan Air China GSA. Azure Global.

#### **2.13. Групна посета новинара из Шангаја, 19-22.септембар**

Новинари су писали о дестинацијама бивше Југославије и посетили су све главне градове региона. Један новинар је из „Senior Tourist Travel“, часописа који је веома популаран међу старијим туристима, који траже путовања више категорије. Други новинар је био из „Shanghai modern drama“, часописа који преноси потенцијале културних институција. Упознали смо из са Коларцем, Београдском филхармонијом и Народним позориштем.

#### **2.14. Индивидуална посета инфлуенсера у сарадњи са Fliggy-jem i Etihad-ом, 25. септембар - 01. октобар**

Други пар инфлуенсера, Ms Lin и њен камерман, су ишли путем Дунава и снимали прилоге са Голупца и других дестинација на путу. Такође су бележили прилоге о споменицима из другог светског рата

#### **2.15. Посета чувене глумице из Кине Миао Миао и њеног тима, 25-28. октобар**

Популарна глумица из Кине, коју је именована за ”Градског амбасадора српског туризма”, приказала је Београд и Србију на други начин, учећи да кува традиционална српска јела на Салашу, да игра фолклор у локалном КУД, да јаше коња у Војводини и уживајући на Белом двору који је био отворен само за ову групу и у који су ушли возећи се у олдтајмеру. Она и њен тим који је бројао седам људи су покушали да приближе на мало другачији начин нашу земљу младим Кинезима, с обзиром на њену велику популарност у Кини. Она је такође део пројекта са Fliggy-jem и титула градског амбасадора јој је додељена на годину дана.

#### **2.16. Групна посета агенција из Кине, 04. новембар**

У сарадњи са великим организатором путовања из Кине UPIE, ТОС је помогла организацију посете групе агенција (27) из целе Кине, који продају њихове програме Србије и региона. Представник ТОС-а је био са њима током боравка у Београду и ТОС је организовала вечеру за целу групу 04. новембра. Обишли су Београд и Нови Сад, као и Тополу, Опленач, Мокру Гору и Златибор. Затим су обишли Црну Гору и БиХ.

#### **2.17. Групна посета организатора путовања, 11-17. децембар**

С обзиром да скијање и све везано за зимске спортове постаје све популарније у Кини, ТОС је одлучила да организује посету групе организатора путовања који су специјализовани за скијање и који су имали већ спремне групе које могу да пошаљу у Србију. Организован им је боравак у Београду, затим су обишли су Студеницу на путу ка Копаонику где су имали прилику да скијају и да се, уз помоћ Скијалишта Србије, упознају са понудом нашег најпознатијег ски центра. Након боравка у Србији, наставили су пут у Црну Гору где су обилазили Колашин и Жабљак. Организатори путовања су били: Xhtravel, BOOMSKI, Xinjie ski club, Genting Resort Secret Garden, LETU SKI CLUB. Између осталог, посетили су и Музеј Црвене звезде, уколико одлуче да, сем зимских спортова, доведу и љубитеље других спортова, нарочито на спортске припреме.

### **3. Прес клипинг**

Током 2019. ТОС је у Кини имао укупно 2.231 члаанака, укупне вредности 8.634.684 евра.

### **4.Остало**

#### **4.1. Сарадња са организацијом 16+1 везано за туризам у оквиру асоцијације**

ТОС сарађује активно са Мађарском туристичком организацијом који су главни партнер у иницијативи 16+1 везано за туризам. Уносе се измене на заједнички сајт и промовише награда везану за награду у туризму „Марко Поло“, која је додељена 09. септембра организатору путовања из једне од 16 земаља који има иновативан приступ, који у пакету понуде има бар три земље, који има доказе о броју продатих аранжмана као и фотографије и филмове који то доказују. ТОС је добио прилику да учествује у формирању нових критеријума за ову престижну награду, заједно са још неколико земаља. Током 2019. добитник је била агенција из Црне Горе која у већини својих програма има и Србију и са једним од тих програма је управо проглашена и за најбољу од свих.

#### **4.2. Састанак са представниција Кинеске делегације из Хуангпу дистрикта, 03. мај**

Кинеска делегација коју су чинили Tang Hong, Qian Hong, Gao Yun, Zhang Qin i Xu Yan Qing је дошла у ТОС са циљем размене искустава у промотивним активностима. Кинеска делегација је желела да зна какве су активности ТОС-а на кинеском тржишту, на којим сајмовима учествује, каква је статистика када су туристи из Кине у питању и обрнуто. Предложили су да се кинеским туристима представи више локалитета везаних за Југославију, Тита и то доба, као и да у музејима и на осталим битним локалитетима буде што више заступљен кинески језик. Пренели су предлог једне кинеске агенције да би требало направити неку врсту сарадње када су у питању реке Хуангху и Дунав, у виду заједничке промоције.

#### **4.3. Састанак са представницима делегације Хајнана, 16. јун**

У посети МТТ-у била је делегација града Хајнана, на коме су дефинисани потенцијали могуће сарадње у области промоције.

#### **4.4. Састанак у Пекингу у организацији Европске туристичке комисије, 05. децембар**

У организацији Европске туристичке комисије уприличен је састанак за земље чланице са представницима медија у амбасади једне од европских земаља. Представник ПР агенције ТОС-а је била присутна на догађају.



## **X Уједињени Арапски Емирати**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам Arabian Travel Market, Дубаи, 28. април - 01. мај**

ТОС се пету годину заредом представила на водећем пословном сајму и глобалном догађају намењеном туристичкој привреди на Блиском истоку - Arabian Travel Market. На овогодишњем сајму, 26. по реду, одржаном у Dubai World Trade Centre, представило се 2.500 излагача из 150 земаља са 65 националних павилјона. Забележено је стотину нових излагача, а по први пут су се представиле туристичке организације Белорусије, Узбекистана, Кијева и конгресни биро Астане.

ТОС је за потребе представљања туризма Србије закупила изложбени простор и штанд величине 50м<sup>2</sup>. Штанд је изградио и опремио овлашћени сајамски извођач радова Smartspace. Поред ТОС-а, на заједничком штанду представиле су се и Туристичка организација Београда и представници туристичке привреде Србије: туристичке агенције Omniturs, Glob Metropolitan, Serbia tour operator, Alpha travel SEE и Intertours, као и хотел Crown Plaza.

На штанду је представљена целина туристичке понуде Србије, посебно градски туризам, природне лепоте и национални паркови, као и могућности за породични туризам у складу са интересовањима туриста из УАЕ.

ТОБ је обезбедио анимацију у виду кустоса Музеја Николе Тесле који је био обучен у костим великог научника и посетиоцима омогућавао увид у поставку музеја посредством VR/3D наочара. Ова анимација је пажњу привукла првенствено посетиоцима из Европе и Северне Америке.

Првог дана сајма штанд ТОС-а посетио је амбасадор Р. Србије у УАЕ, који је изразио наду у интензивирање промотивних активности посебно у светлу предстојеће Светске изложбе ЕХРО 2020 која ће бити одржана у Дубаију од 20. октобра 2020. до 10. априла 2021.

Другог дана сајма штанд је посетио директор националног туристичког програма УАЕ, са којим су настављени разговори започети у оквиру I заседања Мешовитог комитета за сарадњу између Владе Р. Србије и Владе УАЕ, а у вези са унапређењем сарадње у домену повећања броја туриста из обе земље.

Током сајма одржани су бројни састанци са туристичким порталима, дигиталним платформама, представницима авио-компанија, инфлуенсерима, маркетинг агенцијама из Индије и Емирата као и са организаторима путовања (из Емирата, али и из других Заливских земаља, као и из Индије и Египта). Одржан је састанак и са телевизијском станицом Владе Дубаија на тему могућности снимања репортаже о Србији. Присутне рецептивне агенције из Србије су изразиле велико задовољство бројем и квалитетом остварених контаката на сајму.

Захваљујући договору о бесплатном оглашавању постигнутом током ИТВ-а са Gt media, Србија је добила посебан простор на три стране у АТМ Yearbook 2019 (луксузно издање на 180 страна које се издаје једном годишње и дистрибуира у тиражу од 20.000 примерака на самом сајму, док дигитално издање прегледа и до 178.000 туристичких посленика). Оглашавање је укључило и краћи интервју са менаџером тржишта урађен на сајму, као и емитовање ТОС-овог промотивног видео спота током годину дана у оквиру дигиталног издања публикације. Током трајања сајма интервју је дат и за ТТН Middle East пословни магазин (тираж 8.500 примерака, 59.000 посетилаца месечно на дигиталном издању).

## **XI САД и Канада**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. New York Times Travel Show, Њујорк, 25-27. јануар**

ТОС је представила туристичку понуду Србије први пут самостално на овом сајму.

Заједно са ТОС-ом, на штанду од 10м<sup>2</sup>, наступили су Air Serbia, која је промовисала директан лет између Њујорка и Београда као и аранжмане за посету Београду као стоп-овер дестинацији, и организатор путовања Intertours из Београда, који је промовисао програме путовања у Србију и земље региона.

Први дан сајма је био пословни дан где је велики број излагача међусобно размењивао информације о туристичким понудама и идеје о потенцијалној сарадњи, а био је присутан и велики број блогера и новинара.

Други и трећи дан сајма су били резервисани за ширу публику која је са великим интересовањем тражила информације о земљи и регији.

Представници ТОС-а су имали разговоре са новинарима који пишу за следеће медије: Travel+Leisure, The Epoch Times, Fodor`s Travel, Conde Nast Traveler, CNN, AFAR, Departures, Architectural Digest.

#### **1.2. Промотивни догађај за туристичке агенције и медије, Мајами, 26. јул**

На позив и уз подршку Turkish Airlines-а, у Мајамију је одржана промоција Србије као туристичке дестинације. Промоција је изазвала велику пажњу, како туристичких агенција тако и медија. Три агенције из Србије су се одазвале да учествују на догађају, и то Kompas, Serbia Tour Operator и Balkan Travel Centar.

Директорка ТОС-а је одржала презентацију о Србији и њеним туристичким потенцијалима пред четрдесетак представника агенција из Мајамија и околине (Dream Makers Tour, JTB USA, PJR Travel, Vision Travel, и други). Дати су интервјуи за бројне медије (Diario, Las America, Hola TV, Univision). Потом је уследио радни доручак и радни део презентације где су представници агенција из Србије имали могућност да разговарају са потенцијалним партнерима о модалитетима сарадње.

#### **1.3. Подршка за први Serbian Philanthropic Gala, Њујорк, 23. новембар**

На иницијативу Air Serbia, ТОС је за овај догађај обезбедила видео презентације и 250 примерака DK Eyewitness водича о Србији који су били подељени званицама. Више о догађају на <https://www.serbianphilanthropicgala.org>.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Студијска посета организатора путовања из САД, 13-16. октобар**

У сарадњи са Turkish Airlines-ом, организована је посета Хрватској и Србији за групу организатора путовања са Флориде, као наставак промотивне активности из јула месеца када је организован промотивни догађај у Мајамију.

Учесници посете су били представници 8 организатора путовања (Ahecker Travel, Let`s Travel, Access Corp Travel, Dream Makers Tour, Royal Travel, GW Client, Vision Travel), један новинар (Diario las Americas) и представник Turkish Airlines-а из Мајамија.

Гости су се упознали са туристичком понудом Београда и Новог Сада.

## **XII Пољска, Чешка и Словачка**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Roadshow Жешов, Катовице, Краков и Броцлав, 01-06. септембар**

У организацији пољске ПР компаније Aviareps, ТОС је учествовала на roadshow-у и четири пољска гада.

Поред Србије, промоције својих дестинација и производа су имали Turismo de Portugal, Visit Madeira, Melia Madeira Mare Resort & Spa, Meet Montenegro, Namibia Tourism Board, Amadeus, Polskie Linie Lotnicze LOT GSA, TAP AIR Portugal.

Програм је уобичајено трајао од 17,30 до 21,00 часова у сваком од градова, а након презентација оргизовани су индивидуални разговори са заинтересованим представницима пољских компанија. Укупно је било скоро 160 представника пољских агенција у сва четири града заједно.

#### **1.2. Сајам TTWarsaw, Варшава, 21- 23. новембар**

Travel Show TT Warsaw окупља преко 400 излагача из 50 земаља и главно је место сусрета међународне и пољске туристичка индустрија.

ТОС је објединила представљање туризма Србије на сајму у Варшави на штанду од 40м<sup>2</sup>, уз осамнаест суизлагача, представника домаће привреде и ЛТО. Осим ТОС-а на штанду су били и представници туристичких организација Београда, Ниша, Новог Сада, Војводине, Крушевца, Краљева и бројни хотели и агенције.

Првог дана сајма, штанд Србије посетио је амбасадор Републике Србије у Пољској.

Одржан је велики број састанака са представницима пољске привреде међу којима су: Euro Pol Tour, Itaka, Rainbow, Visait Balkan.

Пољски организатори путовања препознали су Србију као земљу транзита до морских дестинација али и као city break дестинацију и дестинацију за активан одмор.

Пољаци доста путују, а релативно висок стандард и просечна плата од 1000 евра им то и дозвољавају.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Студијска посета пољског блогера, 21-25. фебруар**

Туристичка организација Србије је организовала студијску посету у оквиру годишње кампање „Види Србију“.

## **XIII Шпанија**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам FITUR, Шпанија, 23-27. јануар**

ТОС не наступа на сајму FITUR у Мадриду већ неколико година од када је укинута директан лет Мадрид - Београд, али је ове године помогла представнику привреде који је био спреман да наступи и да закупи штанд за своју агенцију. Помогли смо обезбеђивањем авио карте и

смештаја, као и обезбеђивањем промотивног материјала и филмова за наступ. Претходно смо помогли истој агенцији када је у Србију довела екипу телевизије ESPANA 2 која је направили репортажу о Србији.

### **1.2. Промотивни догађај, отварање нове директне линије – Мадрид, 06. јун**

Инаугурациони летови Air Serbia у оквиру увођења 9 нових авио линија обављени су према Хелсинкију и Барселони 01. јуна. Дан касније, 02. јуна, успостављена је линија ка Мадриду, а до главног града Шпаније Air Serbia ће летети 2 пута недељно.

Тим поводом је одржан промотивни догађај Air Serbia у мадридском хотелу Marriott, уз присуство представника Амбасаде Републике Србије у Мадриду и корпоративних партнера Air Serbia.

Овом приликом је промовисана и туристичка понуда Србије. Присутнима су се обратили представници Air Serbia, ТОС-а и хотела Marriott Београд. Након презентације емитован је промотивни филм Види Србију.

## **XIV Израел**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма IMTM 2019, Тел Авив, 12-13. фебруар**

Место одржавања сајма је Tel Aviv, Convention Center. За потребе представљања туризма Србије закупуљен је изложбени простор величине 30 м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а, на штанду су своју понуду представили Туристичка организација Београда, Туристичка организација Суботице, Air Serbia, Цептер групација, Sky Hotel, Wild Serbia.

Београд је на сајму IMTM 2019 проглашен за једну од најпопуларнијих дестинација за израелске туристе, према ранг листи најзначајнијег израелског портала за путовања *Lametayesls*. Признање је уручено првог дана Међународног сајма туризма IMTM 2019 у Тел Авиву, чему је присуствовао и амбасадор Републике Србије у Израелу са сарадницима.

На сајму је представљена актуелна туристичка понуда Србије, са акцентом на јеврејско наслеђе, културне туре и гастрономију. Координираном активношћу са авио компанијом Air Serbia, успостављањем директних авио линија 2013. године из Београда за Тел Авив, као и континуираним промотивним активностима ТОС-а, запажа се константан раст броја израелских туриста у Србији, који је бележио рекордни пораст у процентима у доласцима и у ноћењима у претходне две године.

За време трајања сајма одржани су састанци излагача са више представника привреде међу којима је био и представник компаније Natur који је обавестио о намери да настави истим интензитетом летове и продају аранжмана за Србију.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Групна посета организатора путовања Natur и туристичких агенција**

У сарадњи са Air Serbia, а у циљу промоције туристичке понуде Србије, група туристичких агенција је посетила Србију на позив Туристичке организације Србије. Током пет дана боравка обишли су Београд, Нови Сад, Суботицу и Сремске Карловце. У посети су били представници организатора путовања Natur са 8 представника агенција.

## **2.2. Посета новинара из Израела, 03-06. јул**

ТОС је помогла организацију боравка групе новинара из Израела, који су обишли Нови Сад са посетом ЕХИТ фестивалу, Фрушку Гору, Карловце, и Београд. У посети су били представници следећих издања: Lamatayel, Мако и Laisha.

## **3. Остало**

### **3.1. Издаваштво: Сепарат брошуре Културно наслеђе Србије**

У оквиру брошуре Културно наслеђе Србије, припремљен је за издавање сепарат под називом Јеврејско културно наслеђе у Србији.

## **XV Турска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1 Сајам ЕМИТТ, Истанбул, 31. јануар - 03. фебруар**

По свечаном отварању сајма, штанд ТОС-а је посетио министар културе и туризма Турске, у пратњи амбасадора РС у Анкари.

Централна позиција штанда у Хали 2 и велики број излагача (22) на заједничком штанду од 80м<sup>2</sup> где је ТО Београда главни носилац представљања туризма Србије, карактеристике су овог наступа. Сем ТОС-а на штанду су били и представници туристичких организација Ниша, Новог Сада, Војводине, Новог Пазара, Републике Српске и бројни хотели и агенције.

О наступу на сајму извештавала је екипа РТС као и велики број турских медија. Највећи број састанака ТОС је одржала уз помоћ директора Turkish Airlines-а Београд који је био у Истанбулу на сајму. Велики број састанака се односио на трећа тржишта што је за Turkish Airlines значајније а и ТОС-у је то била добра прилика да великим организаторима путовања, нарочито из Индије, приближи туристичке потенцијале наше земље уз најзначајнији податак о безвизном режиму између наше две земље.

Штанд су посетили и представници турске националне телевизије који су прошле године боравили у Београду и којима је био организован излет дуж Дунава, а са циљем прецизнијих договора о наредном филму о земљама на Дунаву, који почиње да се снима током овог лета и где ће Србија имати значајну улогу. Иначе њихов филм о Београду емитован је током трајања сајма на штанду. Направљен је и договор са екипом телевизије TRT World која ће крајем априла доћи у Београд да направе филм о нашем главном граду са акцентом на културну понуду. Такође, значајни блогери који су већ били у Србији планирају поновну посету и желе да направе репортаже али овога пута из других делова Србије.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Посета представника агенције KOSBI, Hakan Kasalak, 18-21. март**

Добитник награде на сајму у Измиру у септембру 2018. године. Представник агенције је дошао у Београд, где му је ТОС организовао смештај, а Turkish Airlines карте.

#### **2.2. Посета инфлуенсера и блогера Мурат и Тугче, 24-30. мај**

Посета најзначајнијих инфлуенсера из Турске (брачни пар). Ово је други пут да су у Србији и претходну посету је ТОС организовала пре 5 година. Овај пут су обишли делове Србије које нису обухватили претходним путовањем, а то су Виминацијум, Лепенски Вир, Кладово, Зајечар, Ниш, Краљево, Студеница, Нови Пазар, Увац. Њихов сајт посети преко 2 милиона посетилаца сваког месеца и њихове друштвене мреже прати преко 800.000 пратилаца. Они имају и травел шоу у јавном превозу у Истанбулу који има прилику да види око 3,6 милиона људи сваког дана на преко 6.450 екрана широм града. Авионски превоз је спонзорисао Turkish Airlines.

### **2.3. Посета екипе TRT World из Турске, 28. јун - 06. јул**

Након успешне сарадње из прошле године са овом телевизијом и ове године ТОС је угостила Националну телевизију из Турске која је направила више краћих епизода о Србији, приказиване више пута у току дана. Фокус прилога је био на Београду и културној сцени. Посета је реализована у сарадњи са Туристичком организацијом Београда.

### **2.4. Радионица Србија – Турска, 30. Септембар – 02. октобар**

У Новом Саду је одржан први пословни сусрет домаћих организатора путовања са представницима организатора путовања из чак 15 градова Турске. Овај велики пословни скуп заједнички су организовали ТОС, Turkish Airlines и Туристичка организација Новог Сада као домаћин скупа. Организатори путовања су имали прилику да се током три дана боравка у нашој земљи упознају са знаменитостима у Новом Саду и Београду. Ово је највећи догађај овог типа јер је чак 40 представника из Турске било у могућности да оствари контакте са српским колегама.

Били су присутни: Malife turizm, Ultra Turizm, Yabanabad Turizm, Setur Turizm, A-Tour Turizm, KKD, Deytour, Anker, Nevatur, Sambatur, Marinatur, Adonis, Magidos Turizm, Ustuner Turizm Gogusgeren Turizm, Zenofon Turizm, Dimasya Turizm, Merletur, Yavuztur, Baslangic Tur, Patron Tur, Carvis Turizm Pinar Turizm Mavi Rota Turizm, Konsey Turizm, Riza Turizm Gulgiz Turizm, Sayyal Turizm Baturay Turizm, Asur Turizm, Esquire Turizm, Adiyat Acentesi, Cem Tur Acentesi, Sofouglu Turizm IK manager, Modi Turizm, Tatilce Turizm, Inandi Turizm, Tk Manager, Malife Turizm.

## **XVI Бразил**

### **1. Студијска путовања**

#### **1.1 Студијско путовање за групу новинара из Бразила, 16-20. јануар**

Европска туристичка комисија традиционално уручује признање за најбољи текст о Европи који је током године објављен у бразилским медијима. ТОС је са колегама из Црне Горе одлучила да буде спонзор путовања за награђене новинаре. Велики је публицитет и пре самог пута био за ове две земље, а новинари су у Србији имали прилике да виде Златибор, Мокру Гору, Београд, Фрушку Гору, Карловце и Нови Сад. Било је три добитника (Gastrolandia, Ailinaleixo и Viagemestadao) са партнерима. Иначе, гости из Јужне и Централне Америке су све бројнији на овим просторима у оквиру регионалних тура и због тога ТОС настоји да представи Србију као незаобилазну тачку на тим путовањима.

## **XVII Индија**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Презентације и пословне радионице, Мумбај, Њу Делхи 12. и 14. новембар**

ТОС је, у сарадњи са авио-превозником Turkish Airlines, први пут у Индији организовала Roadshow, односно презентације туристичке понуде Србије праћене пословним радионицама намењеним представницима индијске туристичке привреде и то у два града, Мумбају, 12. новембра и Њу Делхију 14. новембра. Туристичку понуду Србије поред представника ТОС-а представило је и 5 домаћих рецептивних агенција - Balkan Travel Centar, ISerbia Travel, Glob Metropolitien, Компас и Serbia Incoming Tours. Краће презентације у оба града одржали су и представници Turkish Airlines.

Радионицама је присуствовало више од 120 организатора путовања и туристичких агената из Индије. Осим за класична туристичка путовања били су посебно заинтересовани за МИСЕ понуду и у мањој мери за организацију ђачких екскурзија, као и венчања у нашој земљи. Представници туристичке привреде Србије су веома задовољни бројем и квалитетом састанака које су имали у два града, први упити стизали су им истог дана по окончању радионица, а до прве реализације мање групе доћи ће већ почетком децембра.

За индијске учеснике радионица обезбеђено је 5 награда у виду авио-превоза и петодневног смештаја у Србији – авио-карте обезбедио је Turkish Airlines.

Боравак у Индији искоришћен је и за одвојене састанке са већим организаторима путовања у Индији (Thomas Cook, SOTC, Arunodaya Travels, Ourania и др.) као и са авио-превозником Flydubai који има повољне летове и добру конекцију са Београдом из Мумбаја. Директорка ТОС-а дала је интервјуе и изјаве за више индијских пословних магазина: Travel Biz Monitor Travel Trends Today, Business World Media, Golf Plus Monthly.

Подршку представљању Србије у Њу Делхију дао је и амбасадор наше земље, који је привредницима из Индије понудио и личну помоћ око организације тура за Србију, истакавши изузетно добре билатералне односе између две земље и наглашавајући да Индијцима нису потребне визе за Србију.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Група индијских новинара, 16-21. септембар**

Посета је организована у сарадњи са авио-компанијом Flydubai која је обезбедила авио-карте за свих 5 новинара различитих медијских кућа (National Geographic Traveller India, Times Life, Stardust magazine, Deccan Herald, Indian Express Eye). У оквиру посете индијски новинари су се упознали са туристичком понудом Београда, Сремских Карловаца, Новог Сада и Западне Србије (Тара, Златибор, Мокра гора).

## **XVIII Сингапур**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1 Сајам ITB Asia, 16-19. октобар**

ТОС је, заједно са колегама из Националне туристичке организације Црне Горе и Агенције за промоцију туризма Северне Македоније, наступила на пословној берзи ITB Asia у Сингапуру.

Ово је најзначајније туристичко дешавање у том делу света и окупља представнике туристичке привреде из целе Азије. Било је присутно 1.300 излагача, 1.200 купаца из целог света и укупно око 13.000 пословних посетилаца. ТОС је реализовао преко 50 састанака са организаторима путовања из Азије, највише из Кине и Индије. Најављено је ТОС-ово прво гостовање у Индији и позвани су новинари и организатори путовања да посете догађаје у оквиру Roadshow презентација у Мумбају и Њу Делхију.

Дати су интервјуи за најзначајније пословне медије: Travel Weekly Asia, ИТВ Asia News, TTG Show daily итд. Разлог ушећња ТОС-а ма овом сајму је чињеница да путовања из Азије расту много брже од глобалног просека и у сталном су порасту. Интересовање за Србију је било велико, нарочито им је био интересантан регионални приступ понуди јер је то и начин на који они најчешће и путују.

## **7. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ**

У извештајном периоду Конгресни биро је имао следеће активности:

Број организованих догађаја у земљи за партнере из привреде и академије: 4

Број сајмова на којима је КБ учествовао: 3

Број посебних презентација и радионица из области конгресног туризма: 8

Број студијских посета за организаторе конгреса: 51

Број организатора конгреса у студијској посети: 239 организатора

Број кандидатура које су у процесу: 15

Број потврђених кандидатура: 10

Број презентација дестинације у иностранству: 16

### **7.1. ПРОМОЦИЈА НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ**

#### **7.1.1. Организовање и учешће на сајмовима и туристичким манифестацијама у земљи**

- У оквиру Међународног сајма туризма у Београду, представници Бироа су имали активно учешће током трајања сајма, поготово прва два дана када је сајам окренут пословним посетиоцима. Током сајма обављени су састанци са присутним представницима хотелске индустрије широм Србије, као и са представницима хотела чије је отварање најављено током 2019. године.
- Предствници Бироа су учествовали на другом дану рада Туристичког форума који је ове године одржан у Бањи Ковиљачи. Представник Бироа је одржао предавање на тему Коришћења искуства као основе креирања туристичког производа, а коришћене су технике научног и практичног приступа са интерактивним питањима како би се учесници заинтересовали и узели учешћа у дискусији.
- Током целе године представници Бироа су обилазили нове и реновиране хотелске и конгресне капацитете у Србији. Хотели које су обишли су: Вила Брег у Вршцу, Рамонда на Ртњу, Војводина у Зрењанину, Аква Премијер на Врднику, Торник на Златибору, а на



ово неопходно је додати и готово свакодневне састанке са представницима хотелијерске понуде у Београду. Таође, председник бироа је урадио и инспекцијску посету Мионице, Врњачке бање, Тополе и Аранђеловца. Представник Бироа је боравио у Нишу са сврхом реализације састанка са начелником Канцеларије за локални економски развој и пројекте, на којем су се упознали с два пројекта које град Ниш, у одређеној динамици, ставља у имплементацију. Један се односи на изградњу мултинаменског простора, који у први план ставља културне садржаје, али који својом структуром има капацитета да задовољи потребе и одговарајућих конгреса. Реч је о локацији која се налази готово у центру града и део је будућег комплекса са шопинг центром и становима и пословним зградама. Други пројекат се налази надомак Нишке бање, и део је изградње сајамске инфраструктуре. Након састанка посећене су и локације и скоро реновиран хотел Амбасадор.

- Представник Бироа је учествовао у раду и Скупштине ХОРЕС, која је одржана у Сава Центру, а управо једно од кључних питања се односи на реновирање Сава Центра и иницијатива хотелске индустрије која је изразила спремност да учествује у адекватној форми у налажењу решења.
- Представник Бироа је учествовао у годишњем састанку Удружења за туризам, при ПКС. Тема овогодишњег састанка се односила на измене у Закону и процедурама рада Туристичке инспекције, а Помоћник министра за туристичку инспекцију је детаљно представила нове принципе рада и правила.
- Представник бироа је учествовао у годишњим скупштина локалних удружења са којима имамо остварену дугорочну сарадњу по питању кандидовања и организовања међународних скупова, као што су удружења радиоаматера, неурохирурга, пантомиме, пчелара, ортопеда и слично. Добијено је и неколико захвалница. Представници бироа, поготово у периоду, маја и јуна, узимају учешће на свечаним отварањима међународних конгреса који се дешавају у Србији, као што су били конгреси неурохирурга дечје хирургије, микрохирургије, ортопедије и слично.
- У периоду 29 – 31 август, ТОС и Биро су били домаћини Летњег састанка Централноевропског chaptera Светске конгресне асоцијације (Summer Meeting of the Central European Chapter of the International Congress and Convention Association). Састанку је присуствовало 100 делегата, од чега 50 из иностранства и остатак су били домаћи представници хотелске и конгресне индустрије. Поменута међународна асоцијација је најпрестижнија у домену конгреса и дестинацијског менаџмента у свету, тако да је организовање овог догађаја у Србији заиста креирало добре ефекте и резултате. Убрзо након овог догађаја, Биро је био и домаћин Радионице за клијенте и понуђаче (Client Supplier Workshop), која је привукла 8 представника европских конгресних бироа и 8 европских клијената асоцијација, на дводневну радионицу, али која је имала и прилику да представе конгресне капацитете Србије. Оба догађаја су оцењени као одлично организовани, и ситуација да једна дестинација има два догађаја Међународне конгресне асоцијације у истој години је показала да Србија и Биро имају добру препознатљивост у свету.
- Дана 03.10.2019. године, представник Бироа је имао прилику да борави на Сајму туризма у Новом Саду. Наиме, био је предавач на радном делу одржаном у хали мастер, а моја презентација је имала за тему Креирање туристичког производа и иновирање на нивоу дестинације Нови Сад. Предавању је присуствовало око 50 делегата. Пре моје презентације, одржан је и панел на тему подршке развоју туризма у Војводини, где су

учествовали представници АП Војводине и ТОНС-а. Уочи презентације обишао сам и штанд ТОС као и Сајам у целини.

- У Београду је 2. децембра ове године одржан традиционални годишњи коктел конгресне индустрије Србије. Догађају су присуствовали сарадници и партнери који су заједничким радом допринели позиционирању Србије као препознатљиве конгресне дестинације, нарочито из сфере јавних и академских институција, привреде и научне заједнице окупљене у Клубу конгресних амбасадора. Незаобилазни гости били су и представници хотелске индустрије, специјализованих туристичких агенција и пружалаца услуга у сфери пословних догађаја. Догађају је присуствовало 250 званица.
- Представник Бироа учествовао је као говорник и модератор на традиционалној научно стручној конференцији у организацији ХОРЕСа. Панел је имао за циљ да са саговорницима дискутује на теме промена које савремено тржиште доноси хотелском бизнису и операцијама, а добра припрема и интерактивност са публиком су свакако допринели атрактивности конференције.

### **7.1.2. Оглашавање и промоција у домаћим медијима**

- У 2019. години Биро није имао плаћене активности оглашавања и промоције у домаћим медијима.

## **7.2. ПРОМОЦИЈА НА МЕЂУНАРОДНОМ ТРЖИШТУ**

### **7.2.1. Учесће на сајмовима конгресног туризма**

- **Conventa, 21-24 јануар 2019. године, Љубљана, Словенија**  
Конгресни биро Туристичке организације Србије учествовао је 22–24. јануара на конгресној берзи Conventa, највећем пословном сајму конгресне индустрије у региону југоисточне Европе, који се одржава од 2009. године у Љубљани. Сајам је ове године привукао 192 клијента из 42 земље, заинтересованих за регион ЈИЕ, и укупно 118 излагача из 17 земаља. Поред КБС ТОС-а, који је закупио типски опремљен штанд величине 4 м2, остали учесници из наше земље били су представници Конгресног бироа ТОБ, Туристичке организације Златибора, ЈП Парк Палић, хотела Crowne Plaza & Holiday Inn Belgrade/Belexpro center Belgrade, МК Mountain Resort, Radisson Collection Old Mill Belgrade. Они су на појединачним састанцима представили своје капацитете и понуду за одржавање конгреса и различитих типова пословних догађаја. На свечаној церемонији одржаној 22. јануара увече у конгресном центру Sankarjev Dom додељене су годишње награде Meetings Star Awards часописа Kongres Magazine. Посебну награду Conventa Ambassador Award за 2019. годину добила је Међународна конгресна асоцијација ICCA (International Congress and Convention Association), а признање је примила гђа Elif Balci Fisunoglu, ICCA Regional Director Europe. Игор Ковачевић је у четвртак 24. јануара учествовао као панелиста на традиционалном догађају ICCA Breakfast Seminar, који је за тему имао регионалну сарадњу у области организације пословних догађаја. Током два дана трајања сајма, имали смо као и сваке године до сада попуњен дневник састанака, са представницима углавном агенција и корпорација, а разговори су обављени и са једним бројем потенцијалних клијената који су долазили ван унапред утврђеног распореда.

Поједини клијенти већ имају потврђене догађаје у Србији за 2019. годину. Пре, током и након трајања догађаја, одржано је укупно 9 тура упознавања у Словенији и земљама региона (Аустрија, Хрватска, Србија). У сарадњи са београдским хотелом Radisson Collection Old Mill за 9 клијената из неколико различитих земаља након завршетка сајма организована је тура упознавања у Београду 25 јануара.

- **IMEX, 22–24. мај, Франкфурт, Немачка**

У периоду од 21. до 23. маја 2019. године, Конгресни биро Туристичке организације Србије (КБС) учествовао је на једном од најзначајнијих сајмова конгресне индустрије IMEX. Конгресни сајмови предвиђени су искључиво за организовање састанака између представника на страни понуде и на страни тражње. У односу на раније године, структура састанака остала је углавном иста, где је преовлађујући број био са представницима асоцијација, корпорација и агенција које организују подстицајна путовања. У односу на претходну годину закупљен је нешто мањи штанд (66 м<sup>2</sup>), чиме је обезбеђен наставак излагања на изузетно видљивој и прометној локацији између два главна улаза у халу. Штанд је у смислу дизајна и функционалности наишао на добар одјек и код суизлагача и публике, тј. клијената. Осим КБС, суизлагачи на штанду Србије били су и водећи хотели у нашој земљи: Belexprocentar hall/Holiday Inn, Crowne Plaza, Falkensteiner Hotel Belgrade, Hilton, Hotel Mona Plaza, Hyatt Regency, Metropol Palace, МК Mountain Resort, Radisson Collection Hotel, Old Mill Belgrade, и по први пут Tami Residence Hotel. Учествовале су и агенције које се баве корпоративним тржиштем: Balkan-Adriatic, DMC Vekol, iSerbia Travel & Events, Miross, Serbia Incoming и Talas Serbia. Као излагачи био је присутан и ТОБ. Сви учесници на штанду налазе се у Програму партнерства Бироа и индустрије, а наступу на сајму претходили су интензивна комуникација КБС са суизлагачима и припремни састанак. Партиципација за учешће на овом сајму износи 300 евра за агенције и 500 евра за хотеле, а осим овога суизлагачи су међусобно поделили и трошак авио карте и дневница за бармена, уз обезбеђивање пића за коктеле, док је Биро организовао најам кетеринг опреме и трошак смештаја. Током три дана трајања сајма, на штанду Србије одржано је 350. Поред индивидуалних састанака, сваког дана сајма одржане су и презентације дестинације (укупно 5) са представљањем конгресне понуде Србије. Групним презентацијама присуствовало је, као и прошле године, укупно 52 клијената, а они су били су организовани углавном од стране глобалних хотелских брендова – Leadin Hotels of the World Russia, Hyatt Hotels & Resorts – CIS, Accor Italy, Marriott - Russia & Kazakhstan, као и агенције Destinations Unlimited 2. Осим активности на штанду представници Бироа учествовали су и у великом броју активности који с дешавају дан уочи почетка сајма, односно након радног времена током његовог трајања:

- 20/05 – учествовање у догађајима које организује International Congress and Convention Association (ICCA): Plenary Session, Central European Chapter Meeting, Destination Marketing Sector Meeting, IMEX Frankfurt Association Evening, Member Networking Reception.
- 21/05 – пријем који за своје излагаче приређује Reed Travel Exhibitions, организатор сајма IBTM.
- 22/05 – IMEX Gala Dinner and Academy Awards Ceremony у Alte Oper Frankfurt

Такође, 20. и 21.05.2019. године, Представник Биора је боравио у Франкфурту ради учествовања на сајму ИМЕХ. Први дан је традиционално посвећен састанцима индустрије на нивоу ИССА чланства, као и на нивоу РСМА и других асоцијација. Имајући у виду функцију ко-председавајућег ИССА СЕС, модерирана је сесија за представнике овог региона. Такође, учествовао сам у раду ИССА пленарне седнице, а након тога током састанка ИССА Destination Marketing сектора представљена је дестинација Србија као организатора ИССА CSW. Одржан је састанак са новим директором ИССА, ради договора о зајдничким даљим корацима и састанак ИССА Chapter Chairs Meetings како би се договорило, на који начин да се усклади рад европских чаптера и да се усагласе активности и начин функционисања.

- **ИВТМ, 19-21 новембар 2019. године, Барселона, Шпанија**

Конгресни биро Туристичке организације Србије представио је конгресну понуду Србије на сајму „ИВТМ Ворлд 2019“ који се од 19. до 21. новембра одржавао у Барселони, Шпанија. На штанду је поред нас учествовало још 15 коизлагача из конгресне индустрије као и Туристичка организација Београда. Уочи сајма Биро је, заједно са свим коизлагачима, унапред заказао око 420 састанака, а број реализованих је преко 540, имајући у виду и проактиван приступ осталим пословним посетиоцима сајмова. Штанд на коме смо наступали је био 30 квадрата, што је заиста мало у поређењу са свим осталим дестинацијама, али колегијални приступ и сарадња су омогућили да се на овоко ограниченом простору, реализује овај број састанака. Што се тиче структуре и профили упита, доминантни су клијенти из Европе, и то из Скандинавије, Немачке, Пољске, Русије и Холандије, што се у потпуности поклапа са таргетом који је конгресна индустрија поставила. Нешто мање упита је било из држава попут Француске, Немачке и Турске. Реч је корпорет организаторима или инсентиве агенцијама, а неколико састанака одржано је и са међународним асоцијацијама, а једна до њих је и Европска кардио асоцијација, за чији конгрес од цца 5.000 људи управо и бидујемо. Представници Бироа су били и учесници нетворкинг вечере приређене са само 100 људи из читавог света. Ове године организатори су смањили број клијената из земаља попут Кине и Индије јер је претходне године било притужби у смислу квалитета истих. Такође, током трајања сајма, а након самог радног времена организовани су састанци и са потенцијалним конгресним организаторима, као сто је Европско удружење за бол, и слично. Осим Конгресног бироа Туристичке организације Србије, као носиоца наступа наше земље, своју понуду међународним клијентима представиће и хотели Hyatt Regency, Metropol Palace, Radisson Collection Old Mill, A Hoteli, Mona Plaza, МК Mountain Resort Кораоник, Saint Ten и Sheraton у Новом Саду. Од агенција биће присутни Balkan-Adriatic, DMC Vekol, Glob Metropoliten Tours, iSerbia Travel & Events, Serbia Incoming и Talas Serbia, уз учешће Конгресног бироа Београда и националног авио превозника Air Serbia.

## **7.2.2. Посебне презентације, конференције и радионице у иностранству из области конгресног туризма**

- **European CVBS Alliance Meetings, 31.1-01.2, Беч, Аустрија**

У дефинисаном термину боравио сам у Бечу са састанку Стратешке алијансе националних конгресних бироа Европе. Реч је о удружењу које окупља руководиоце националних конгресних бироа са циљем подизање нивоа знања, разумевања и квалитета Европе као конгресне

дестинације, а доминантно у комуникацији са прекоморским и далеким тржиштима. Теме овогодишњег састанка су се односиле на формализацију структуре и рада Алијансе, дефинисање стратешких пројеката за ову годину, унапређење пројектних предлога са могућностима финансирања од стране фондова ЕУ, дефинисање кључних изазова у комуникацији са организаторима конгресних сајмова. Такође, у петак увече био сам присутан на свечаном пријему поводом одласка у пензију директора Конгресног бироа Беча

- **European CVBS Alliance Meetings, 30.09-01.10, Ст Петербург, Русија**

Данас сам боравио и Ст Петербургу са сврхом учествовања у раду Европске Алијансе Конгресних Бироа. Чланови Алијансе су национални конгресни бирои на нивоу Европе и за сада 23 су члана. Теме овог састанка имале су за циљ формализацију структуре и одређивања форме рада Алијансе, као и дефинисање приоритета, у смислу интерног оснажавања и екстерне комуникације. Боравак сам искористио и за обилазак Конгресног центра, који је отворен скоро, имајући у виду да се налази у непосредног близни Аеродрома.

- **ICCA Med Chapter and ACE of MICE, 17-21 фебруар, Анталија и Истанбул, Турска**

У поменутом периоду боравио сам у Турској како би као говорник и учесник на панелима учествовао на два догађаја. Први је Састанак ICCA Медитеранског сектора, на ком је учествовало око 40 ICCA чланова из региона Медитератана. Тема 45 минутног излагања представника Бироа, је била Улога интелектуалног капитала као основе брендирања у конгресном туризму - промена парадигме DMO и CVB. Поред тога, представник Бироа је, као панелиста, је учествовао на Association Expert панелу. Током конгресног сајма Ace of MICE био сам један од панелиста на сесији која је за тему имала Креативни елементи дестинацијског менаџмента, где су поред мене учествовали још и директори конгресног бироа Русија, Сеула, Јужне Африке као и директори ICCA за Европу и Блиски Исток. Свакако да сам путовања искористио за продубљивање односа са ICCA члановима, поговато у домену PCO услуга, те је већ за март договорена инспекција дестинације за DMC/PCO Action. Током боравка на сајму успостављени су и контакти са конгресним агенцијама које већ имају Србију у понуди, али и за састанке са GSO Radisson и GSP Marriott.

- **MEETEX, 19-21 март, Загреб, Хрватска**

У дефинисаним терминима у Загребу, покренута је конгресна берза MEETEX која је намењена само хрватским чиниоцима конгресне понуде, са једне стране, и са друге стране, страним клијентима из корпоративног и инсентив сегмента тражње. Иако је сајам организован први пут, професионалност свих аспеката организације је била очигледна, а поготово у домену квалитета клијената. Успостављен је контакт са неколико клијената који су заинтересовани за наш регион, од којих су неки већ били у Београду и имају потврђене групе за јесен ове године, односно следећу годину.). У току берзе је организован и едукативни програм, где сам имао своју презентацију на тему сарадње као елемента дестинацијског менаџмента и креирање искуства за конгресне клијенте. Обављени су састанци и са националним конгресним бироом Хрватске и Конгресним бироом Загреба.

- **Sochi MICE Forum, 03-06. мај, Сочи, Русија**

У поменутом термину, у Сочију, Русија, представник Бироа је, као говорник, учествовао у раду Sochi MICE Forum. Форум је замишљен као скуп конгресне индустрије Русије, и то са једне стране понуђача из самог региона Краснодар (хотели, агенције, конгресни простори), и са друге стране клијената из саме Русије (корпоративне агенције и саме корпорације). Тема првог дана на Форуму, представника ТОС-а била је How to create communication within the industry and with authorities, а другог дана на тему New trends in the corporate marketing and in the meetings industry. Имајући у виду структуру клијената, али и најављене нове авио линије Air Serbia за Краснодар, обављени су разговори и са већим бројем агенција овог региона које су због увођења нових летова заинтересоване да део клијената и догађај пребаце на Србију. Реч је компанијама из области изградње али и компанијама из области пољопривреде и пекарских производа (јер су то и најзаступљеније индустрије ове области).

- **St Petersburg International Economic Forum, 07-09. јун, Санкт Петербург, Русија**

У поменутиим терминима, на позив организатора Roscongress Foundation, ТОС је учествовао у раду руског економског форума, који је ове године окупио око 18.000 делегата из свих крајева Русије, Азије и Европе. Овај економски форум карактерише комбинација тематских сајмова, панела и едукативних презентација, које организују компаније и ентитети из различитих сфера интересовања, и подједнако и из приватног и из јавног сектора. Трећег дана Форума, субора 08. јун главна тема била је "Креирање услова развоја посебних сфера туризма и улога државе", а као подтеме биле су конгресни туризам и рад филмских комисија. Поред представника ТОС-а, на напелу су учествовали помоћник директора Федералне агенције за развој туризма, заменик градоначелника града Ст Петербург, председавајући комитета за туризам у Ст Петербургу, директор конгресног центра, директор конгресног бироа, као и представник Москва Film Commission, а одржан је и састанак са представницима Конгресног центра, који су презентовали своје конгресне и изложбене капацитете и стратегије бидовања. Такође, одржан је и састанак са представницима Roscongress -а, имајући у виду да од следеће године отварају у своје међународно одељење. Трошкове пута и смештаја је сносио организатор.

- **Сверуски Инвестициони Форум, 20-23. јун, Сабантуј, Русија**

Представник ТОС-а је, као уводничар и панелиста који представља сектор конгресног туризма, учествовао у раду Сверуског инвестиционог форума, и то у оквиру сесије Међународни територијални маркетинг, поред којег су говорили и учесници испред сектора развоја градова и извоза роба и услуга.

Осим наведеног, боравак је искоришћен за даљи развој односа са Руским пчеларским друштвом. Имајући у виду да је град Уфа, главни град републике, добила организацију Светског конгреса пчелара Апимондија 2021, циљ је био упостављање стратешке сарадње са домаћином како би се осигурала подршка Русије и бивших земаља Совјетског Савеза, јер они заједно носе скоро 40% гласова у Генералној скупштини. С тим у вези, одржан је састанак са представником њиховог пчеларског удружења као, и са директором агенције за међународну сарадњу републике, који је иначе и главни организатор овог конгреса. Настављено је даље са припремо кандидатуре коју ћемо поново представити, али овога пута 2021 у граду Уфа.

- **ICCA World Congress 26.10 – 31.10, Хјустон, САД**

Овом приликом унапређени су односи са клијентима из домена међународних асоцијација за чије конгресе ће се у наредном периоду поднети кандидатуре, као и са клијентима чије смо когресе већ добили. У том смислу, остварени су контакти са са VP sales and business Kenes Group, који је један од највећих РСО и АМС на свету. Они су пре пар година били у Београду, али су од тад имали значајна пререструктурирања, тако да је са њима обављен разговор који се тицао њихових постојећих клијената, али и на тему сопствених догађаја о томе, које дестинације могу да креирају. Одржани су и састанци са World Association of Science Journalists WFSJ, са SEMI асоцијацијом која се бави електронском индустријом, Азијском федерацијом кардиолога имајући у виду тренд да се доктори, истраживачи и специјалисти из Азије све више прикључују раду европских конгреса, затим са International Leadership association, International Association of Public Transportation, затим са IAEE око евендутални едукација, затим са IAOMS чији смо Европски конгрес максилофацијалних хрируга већ имали у Београду, као и са ICMAN, са којима смо договорио да дођу у Београду у јануару на инспекцију дестинације, затим са IASP за чији Европски конгрес смо бидовали и изгубили, али су нас саветовали да поновимо бид, као и са AIM групом који већ раде 2020 EANS конгрес у Србији. Такође, а представни ТОС-а је био и модератор сесије које се тицала даљих активности и умрежавања ИССА чланова у делу Централне и Источне Европе, као и учесник панела који је ИССА организовала за представнике чаптера, и осталих које су се дешавале. Један од главних трендова, на чему већ радимо је, Talent Attraction Program. Уприличен је и обилазак ТМСХ који предсавља један од највећих здравствених бизнис инкубатора у свету, који окупља научнике из читавог света који раде на новим открићима који ће помоћи лечењу и излечењу најтежих болести. Укупна вредност њихових пројеката је 230 милиона евра, а први резултати се ускоро очекују на тржишту, као и обилазак Cancer center, где су представљени начини изградње асоцијација у САД као и начин рада са пацијентима. За фебруар месец је договорен долазак СЕО ИССА у Београд. На Destination Marketing презентацији другог дана конгреса, презентована је Србија и како је изгледао CSW.

### 7.2.3. Организовање студијских путовања за стране новинаре и за организаторе конгресних и пословних путовања

Организовање студијских тура је имало за циљ представљање конгресних капацитета и доживљаја за конгресе асоцијација као и корпоративне догађаје. Следи списак студијских група, а детаљни итинерери као и програми пута се могу добити у канцеларији Бироа, при чему су исти предати приликом правдања пристиглих рачуна и фактура.

	Датум	Назив групе	Број људи	Тржиште
1	24-26.01	Post Conventa Fam Trip	9	Европа
2	26-27.01	ECI Congress	4	Европа
3	11-14.02	Molecula Congress	1	Русија
4	21-23.01	Vascular Congress	1	Европа
5	08-10.02	Apimondia Congress	1	Свет
6	14-19.02	Toyota India	7	Индија
7	17-20.05	Pre IMEX	10	Свет
8	08-12.04	Civicus	3	Европа
9	05-07.04	French Corporate	10	Француска

10	11-15.04	Holland Corporate	10	Holandija
11	06-09.07	Russian Corporate Agencies	10	Rusija
12	15-16.03	Zepter Inspection	11	Srbija
13	21-24.03	WFNS Neuro	3	Svet
14	21-24.03	Hispa heart	4	Evropa
15	24-28.03	Intensive Care Congress	2	Evropa
16	29.03-02.04	European Pain Congress	6	Evropa
17	31.03-01.04	Corporate Inspection	1	Evropa
18	13-19.04	ATH Corporate	2	Rusija
19	03-09.04	European Rhino Congress	2	Evropa
20	22-23.04	European Respiratory Congress	2	Evropa
21	06-08.04	European Immunology	7	Evropa
22	22-24.05	Sunflower Congress	10	Evropa
23	23-25.05	European Urgent Medicine	3	Evropa
24	23-25.05	EFPA European Congress	5	Evropa
25	16-21.05	Soya Congress	3	Svet
26	14-15.06	EANS European Congress	5	Evropa
27	24-.26.05	FIS	4	Svet
28	08-11.08	Russian Corporate Agencies	8	Rusija
29	29-31.08	ICCA CEC	13	Evropa
30	11-15.06	WACSFC	1	Svet
31	04-07.04.	EHFS	3	Evropa
32	02-05.10	IALM	3	Svet
33	19-21.08	Marriott Corporate clients	5	Spain
34	20-27.09	WC Special Needs	2	Svet
35	24-26.10	Corporate Scandinavia	9	Skandinavija
36	21-23.05	WSC	4	Svet
37	21-30.06	IPES	2	Svet
38	04-04.10	F-production	1	USA
39	02-06.10	WMC	2	Svet
40	05-08.12	EAACI	1	Evropa
41	03-05.10	ICCA CCW	16	Evropa
42	01-03.11	Russian corporate agencies	13	Rusija
43	09-12.11	Helmsbriscoe	10	Svet
44	06-07.11	ECIC	2	Evropa
46	13-15.11	GEC	5	Evropa
47	13-16.11	ECES	4	Evropa
49	21-23.09	German corporate	13	Nemacka
50	25-28.11	France media	1	Francuska
51	02-11.10	WFTGA	2	Svet
52	17-18.12	EANS	6	Evropa



#### **Укупно студијских тура: 52**

- Корпоративне студијске туре: 17
- Туре за асоцијације: 35

#### **Укупно људи на студијским турама: 239**

- Корпоративне студијске туре: 120
- Туре за асоцијације: 125

#### **7.2.4. Ogлашавање и промоција у иностраним часописима и медијима**

- У току године Биро није имао плаћене активности оглашавања и промоције у иностраним часописима и медијима. Време је искоришћено за анализу потенцијалних облика сарадње, а који се могу базирати на интернет или штампаном оглашавању, и то кроз представљање студија случаја сарадње Бироа са међународним асоцијацијама и удружењима.
- У неколико наврата представник Бироа је дао бесплатне интервјуе за стране медије а објављена је вест и у дневним новинама сајма IMEX
- Intervjuji kongres slovenija

#### **7.3. ИНФОРМИСАЊЕ И ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ**

- Биро наставља активности које су фокусиране на одржавање и ажурирање базе података. База података служи за праћење комуникације са клијентима. На једном месту су смештени сви неопходни подаци.
- У овој години уочени су недостаци у садржају на интернет презентацији, због чега представник бироа ради на активностима ажурирања садржаја и креирања новог.

#### **7.4. ПОДРШКА У ПРОЦЕСУ ИСТИЦАЊА КАНДИДАТУРА ЗА ОРГАНИЗАЦИЈУ МЕЂУНАРОДНИХ СКУПОВА У СРБИЈИ**

- Биро је у сарадњи са домаћим стручњацима, докторима и локалним асоцијацијама започео процес истицања кандидатуре за међународне догађаје. Махом је реч о европским догађајима али у неколико наврата и о светским. Реч је кандидатурама за 15 конгреса који би потенцијално у земљу довело 26.400 делегата и генерисао профит од приближно 27 милиона евра. У наредном периоду Биро ће интензивирати активности око ових кандидатура ако би се издејствовала победа за Србију.

<b>Назив конгеса</b>	<b>Бр делегата</b>	<b>Година</b>
1. European Federation of Psychologists Association	2,000	2023
2. Annual Congress of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies	1,500	2023
3. World Organisation of Family Doctors	2,500	2023
4. European Association of Oncology Neurology	900	2022

5. European Pain Federation	3,000	2023
6. European Hear Failure Congress	6,000	2022
7. World Society for Kids and Yuth Theatre	600	2021
8. European Society for Population Economics	300	2021
9. European College of Sport Science	2,000	2021
10. Diabetes, Hypertension, Metabolic Syndrome & Pregnancy	1,500	2021
11. European Biophysical Societies' Association	1,100	2022
12. World Society for Reconstructive Microsurgery	1,200	2021
13. SEE Style Show	1,500	2020
14. PNS Meeting	1,300	2022
15. European Conference of Education research	1,000	2023

- Биро је у сарадњи са домаћим стручњацима, докторима и локалним асоцијацијама кроз процес истицања кандидатуре за међународне догађаје (махом је реч о европским догађајима али у неколико наврата и о светским) успео да потврди 10 конгреса за Србију. Укупно посматрано, на овим догађајима према званичном међународној ИССА статистици, очекује се 8.030 делегата, који ће остварити око 24.100 ноћења, а објективно процењен директан приход је око 8 милиона евра.

Назив конгеса	Бр делегата	Година	Статус
1. European Association of Geoscientists and Engineers	500	2020	Добијено
2. International Political Economy Society (IPES)	80	2019	Добијено
3. World Federation of tourist guide association	350	2021	Добијено
4. European gambling teambiling	1,500	2019	Добијено
5. European Congress on Intrapartum Care	1,200	2021	Добијено
6. European Society of Tissue Regeneration in Orthopaedics	500	2022	Добијено
7. European Society of Paediatric Radiology	900	2022	Добијено
8. Federation of European Nutrition Societies	2,200	2023	Добијено
9. International Symposium on Biological Monitoring	400	2021	Добијено
10. International Medicinal Mushroom Conference	400	2021	Добијено

- Биро је у процес кандидовања инвестирао и одређени буџет кроз активности „Презентација дестинације у иностранству“, а који се увек односи на испуњење неколико међусобно повезаних циљева: представљање кандидатуре Србије, промоција Србије као организатора конгреса, повећање броја страних делегата на конгресу у Србији и лична стручна подршка домаћим удружењима приликом презентовања и браћења кандидатуре. Ова подршка се односила на истицање кандидатуре: ISPRM Светски конгрес

реhabилитације, ЕСИС Европски конгрес здравља одојчета, ЕАВСТ Европски конгрес когнитивних и бихејвиралних терапеута, WONCA Европски конгрес лекара опште праксе, ЕАГЕ Европски конгрес гео инжењера, Европско првенство у оријентирингу, ESTROT Европског конгреса регенерације ткива, WSRM Светски конгрес реконструктивне микрохирургије. У термину 15-17. марта, представник Бироа је боравио у Берлину са сврхом презентације дестинације поводом истицања кандидатуре за конгрес ЕАВСТ који окупља око 1.500 делегата. Противкандидати су Москва и Копенхаген. Резултате очекујемо у јулу месецу након доношења одлуке на ГА који се одржава током Светског конгреса ЕАВСТ. Боравак у Берлину је искоришћен и за састанак са директором Берлин Конгресног Бироа и директорком једног од највећих АМС компанија СРО Hanser. У термину 11-13. Јун представник Бироа је боравио у Болоњи са сврхом кандидовања Србије за организацију Светског конгрес реконструктивне микрохирургије (WSRM). Након иницијалног процеса слања неопходно документације Београд је добио прилику да се представи, а конкуренти су били Барселона, Њујорк, Истанбул и Сингапур. Након презентација Борд асоцијације је организацију доделио Њујорк. Кандидатуру ћемо поновити за две године, када због ротације поново долази ред на Европу. Иако смо изгубили конгрес, који окупља око 1.500 делегата, морамо да будемо свесни чињенице да смо у огромној конкуренцији, успели да дођемо до финалних презентација и то са светским најјачим конгресним дестинацијама, што је само по себи огроман успех, те ћемо за следећи пут унапредити стратегију наступа. У Болоњи одржан састанак са италијанским члановима борда Европске патент Асоцијације, како би видели опције да се Србија јави као потенцијални организатор конгреса у наредном периоду. Поред тога, урађена је и детаљана инспекција конгресног центра Болоња (који је део Болоњског сајма), као и најбитнијег конгресног хотела у Болоњи. Овом приликом представници Бироа су обишли канцеларије Туристичке организације Болоње, и учествовали у бриеф састанку њиховог конгресног бироа, а на позив Конгресног бироа Словеније, учестволо се у Словенији и раду радионице Програма конгресних амбасадора Словеније, где је представљена наша методологију рада и студије случајева, и где се могло видети на који начин се они активирају у поменутом процесу.

- У периоду 5-7 јул представник биро је боравио у Москви са сврхом презентације Србије као конгресне дестинације и истицања кандидатуре за организовање Европског конгреса психолога. Презентација је била део генералне скупштине која је одржана непосредно након овогодишњег конгреса. Европски конгрес психолога у песимистичној опцији окупља 2.000 делегата, при чему је ове године у Москви било присутно 2.450. Кандидатура је рађена у сарадњи са Удужењем психолога Србије, којима је ово био први пут након приступања чланству европској асоцијацији да се појаве у пуном капацитету, као и да заједно предложимо Београд као дестинацију. У конкуренцији су били Србија и Велика Британија, и у финалном кругу Велика Британија је добила са 13 гласова више (од укупно 85). Процес се наставља даље и на следећем конгресу, који је у Љубљани, где ћемо опет изаћи са кандидатуром, али до тада имамо сет корака који се морају испунити, као део стратегије интеграције у међународне токове. Оно што је позитивно је што смо на маргинама скупа успели да издејствујемо да се следеће године у Србији одржи тзв семестар Европске федерације психолога, а то подразумева серију од 5-6 састанака који се током године одржавају, и који ће окупити око 600 делегата, тако да економски

импакт смо свакако остваритли, а ово је само једна од платформи даљег позиционирања Србије. Присутствовало се раду генералне скупштине европске асоцијације која укупно броји 28 земаља чланица, од којих свака има број гласова сходно величини асоцијације, односно бројности чланства. На тај начин аутоматски је дата предност већим и богатијим земљама чији број чланова иде и до неколико хиљада. Оно што је интересно напоменути је да поред очигледне поларизације на развијене и неразвијене земље, унутар ове асоцијације присутна је и тенденција биполаризације унутар развијених земаља, и то на север и југ Европе. Сама кандидатура Србије је прихваћена са великим задовољством, али број гласова који лоби око Велике Британије држи, нисмо могли да превазиђемо, плус чињеница да одређени број земаља које подржавају Србију нису биле присутне на гласању. У наредном кораку настављамо и бид процес и односе са домаћим удружењем, а све са циљем подизања капацитета и таргетирања овог конгреса за неку од наредних година, а пре свега 2025. Годину. У периоду 22-24 јуч представник Бироа је боравио у Мадриду како бисмо учествовали у презентацији кандидатуре Србије као потенцијалног домаћина Европског конгреса биофизике (ЕБСА). Реч је о конгресу који окупља око 1.000 делегата, и то доминантно у другој половини јула, што је јако добро имајући у виду да је тада конгресна сезона готово на нули. Презентација је одрађена за време General Assembly, а против кандидат је био Јерусалим/Тел Авив у Израелу. Израел се кандидовао други пут, а прошлог пута су изгубили од Беча. Израел је изашао са великим супортом од стране саме дестинације, ССа. на нивоу од 100.000 евра. Нажалост ми немамо систем подстицаја који би овоме могао да парира. Али све у свему, презентација је прошла одлично. Одлука ће се донети у наредних 6 месеци. Уколико изгубимо, онда ћемо поновити кандидатуру али за 2025 годину, када би ишли на удружен конгрес Европске и Светске асоцијације биофизике.

<b>Podrška u procesu isticanja kandidatura za međunarodne kongrese u Srbiji kroz prezentaciju destinacije / presek kongresa za koje se biduje</b>
1. Annual Conference of the International Federation for Theatre Research -IFTR-
2. Annual Congress of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies -EABCT-, Generalna skupština EABCT
3. European Congress on Intrapartum Care -ECIC -
4. Svetsko školsko prvenstvo i sastanak ISF ( Orijentiring Savez Srbije)
5. Congress of the World Society of Reconstructive Microsurgery -WSRM-
6. Conference & Technical Exhibition of the European Association of Geoscientists - EAGE-
7. World Congress on Behavioural and Cognitive Therapies -WCBCT-
8. ASSITEJ Artistic Gathering (AAG)
9. International Symposium on Biological Monitoring in Occupational and Environmental Health -ISBM -
10. Conference of the European Association of Health Law -EAHL-
11. 10th International Medicinal Mushroom Conference (IMMC10)
12. European Biophysics Congress - EBSA

13. European Congress of Psychology -ECP-
14. European Congress on Nutrition -FENS-
15. European Association for Neuro-Oncology -EANO-
16. European Congress of Neurosurgery -EANS-

## **8. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА**

### **8.1. АКТИВНОСТИ У ОКВИРУ ЕВРОПСКЕ ТУРИСТИЧКЕ КОМИСИЈЕ**

*8.1.1. Борд директора и Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Варшава, Пољска, 28-30. октобар*

*8.1.2. Годишњи састанак Маркетинг групе Европске туристичке комисије, Краков, Пољска, 06-09. фебруар*

*8.1.3. Борд директора и Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Букуешт, Румунија, 05-07. Јун*

*8.1.4. Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО*

*8.1.5. Месечно достављање текстова на задате теме за newsletter*

**8.1.6. Активности у оквиру припреме ко-брендинг кампање:** апликација за финансирање ко-брендинг кампање националних туристичких организација Србије и Црне Горе Wild Soul of Europe на тржиштима Кине, САД и Канаде; грант је добијен и уговор потписан у децембру 2019, а кампања ће се реализовати током 2020. године

### **8.2. АКТИВНОСТИ У ОКВИРУ АСОЦИЈАЦИЈЕ ТРАНСРОМАНИКА**

Припрема материјала за објаву у Sales Manual-у и Travel Magazine-у за 2018. Планирана је дистрибуција већег дела тиража локалним туристичким организацијама на чијим општинама се налазе споменици културе на путу културе Трансроманика

### **8.3. ЧЛАНСТВО У МЕЂУНАРОДНОЈ КОНГРЕСНОЈ АСОЦИЈАЦИЈИ ИССА**

Конгресни биро ТОС-а је члан Међународне конгресне асоцијације ИССА за коју се плаћа годишња чланарина.

**8.4. ЧЛАНСТВО У УДРУЖЕЊУ НЕМАЧКИХ АУТОБУСЕРА RDA**

**8.5 ЧЛАНСТВО У АУСТРИЈСКОЈ АСОЦИЈАЦИЈИ ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА ÖRV**

**8.6. ЧЛАНСТВО У ДУНАВСКОМ ЦЕНТРУ ЗА КОМПЕТЕНЦИЈУ DCC**

**8.7. ЧЛАНСТВО У МЕЂУНАРОДНОЈ АСОЦИЈАЦИЈИ ЗА КОНГРЕСЕ И КОНВЕНЦИЈЕ ICSSA**

**8.8. ЧЛАНСТВО У АСОЦИЈАЦИЈИ НАЦИОНАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ANTOR SWEDEN**

**8.9. ЧЛАНСТВО У АСОЦИЈАЦИЈИ НАЦИОНАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ANTOR NORWAY**

**8.10. ЧЛАНСТВО У АСОЦИЈАЦИЈИ НАЦИОНАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ANTOR UK**

**8.11. ЧЛАНСТВО У АСОЦИЈАЦИЈИ НАЦИОНАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ADUTE ITALIJA**

**ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ  
СРБИЈЕ ЗА ПЕРИОД 01.01.-31.12.2019. ГОДИНЕ**

**Приходи**

Рачун	ОПИС	План 2019.	Извршење 2019.	Индекс
1	2	3	4	4/3
6010	Приходи од продаје робе	7.000.000	7.165.955	102,37
6402	Приходи из буџета-субвенције 451	552.500.000	491.748.928	89,00
6401	Пренети приходи из претходне године	12.767.996	12.746.592	99,83
6420	Приходи од донација	4.550.000	4.788.002	105,23
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора (конференцијска сала)	200.000	80.000	40,00
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	300.000	512.312	170,77
67	Остали приходи	100.000	81.525	81,53
69	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос прихода	50.000	0	0,00
	<b>Укупно приходи</b>	<b>577.467.996</b>	<b>517.123.314</b>	<b>89,55</b>

**Расходи**

Конто	ОПИС	План 2019.	Извршење 2019.	Авансна плаћања (преузете обавезе)	Индекс
1	2	3	4	5	(4+5)/3
<b>50</b>	<b>Набавна вредност продате робе</b>	<b>5.000.000</b>	<b>4.999.227</b>		<b>99,98</b>
	<b>Трошкови материјала</b>				
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.500.000	1.240.300		82,69
512	Трошкови горива и енергије	2.440.000	1.882.788	60.000	79,62
513	Трошкови резервних делова	100.000	88.548		88,55
514	Трошкови једн.отписа алата и инвентара	400.000	389.600		97,40
<b>51</b>	<b>Укупно трошкови материјала</b>	<b>4.440.000</b>	<b>3.601.236</b>	<b>60.000</b>	<b>82,46</b>
	<b>Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>				
520	Трошкови зарада и накнада – бруто 1	49.200.000	48.057.173		97,68
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	8.440.000	8.220.358		97,40
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	3.800.000	3.776.901		99,39
525	Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора	7.001.500	6.997.674		99,95

529	<i>Остали лични расходи и накнаде</i>	<b>25.950.000</b>	<b>21.934.368</b>	<b>2.273.520</b>	<b>93,29</b>
52900	Остала лична примања-солидарна помоћ, јубиларне награде и отпремнине	500.000	257.721		51,54
52910	Превоз на посао и са посла	1.800.000	1.520.598	45.850	87,02
52911	Трошкови сл.путовања у земљи и иностр.	16.497.000	13.131.140	2.227.670	93,10
<b>Конто</b>	<b>ОПИС</b>	<b>План 2019.</b>	<b>Извршење 2019.</b>	<b>Авансна плаћања (преузете обавезе)</b>	<b>Индекс</b>
1	2	3	4	5	(4+5)/3
52930	Накаде трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца	7.153.000	7.024.909		98,21
<b>52</b>	<b>Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>	<b>94.391.500</b>	<b>88.986.474</b>	<b>2.273.520</b>	<b>96,68</b>
	<b>Трошкови производних услуга</b>				
530	Трошкови израде по учинку – издавачка делатност	15.600.000	15.589.328		99,93
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	4.400.000	3.602.781	83.700	83,78
532	Трошкови услуга одржавања	3.000.000	2.524.259		84,14
533	Трошкови закупнина	3.200.000	2.934.350	42.000	93,01
<b>534</b>	<b>Трошкови сајмова</b>	<b>79.100.000</b>	<b>77.644.206</b>	<b>1.391.000</b>	<b>99,92</b>
5340	Трошкови сајмова у земљи	8.000.000	7.436.923	560.000	99,96
5341	Трошкови сајмова у иностранству	71.100.000	70.207.283	831.000	99,91
<b>539</b>	<b>Трошкови осталих услуга</b>	<b>326.039.996</b>	<b>276.823.189</b>	<b>40.530.000</b>	<b>97,34</b>
5390	Трошкови манифестација у земљи	3.500.000	3.337.037		95,34
5391	Трошкови услуга за односе са јавношћу	27.900.000	21.288.256	2.000.000	83,47
53922	Трошкови оглашавања у земљи	144.459.000	118.573.533	23.650.000	98,45
53923	Трошкови оглашавања у иностранству	28.500.000	19.508.409	8.510.000	98,31
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	44.050.000	38.056.595	5.000.000	97,74
5394	Организовање студијских путовања за новинаре, туроператоре и блогере	25.800.000	25.785.779		99,94
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	5.500.000	5.365.000	110.000	99,55
5396	Трошкови промотивног материјала	5.700.000	5.538.410		97,17
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	40.630.996	39.370.170	1.260.000	99,99
<b>53</b>	<b>Укупно трошкови производних услуга</b>	<b>431.339.996</b>	<b>379.118.113</b>	<b>42.046.700</b>	<b>97,64</b>
<b>54</b>	<b>Трошкови амортизације и резервисања</b>	<b>5.500.000</b>	<b>5.497.248</b>		<b>99,95</b>
	<b>Нематеријални трошкови</b>				
550	Трошкови непроизводних услуга	<b>5.170.000</b>	4.636.354	530.000	99,93
551	Трошкови репрезентације	9.070.000	9.062.042		99,91
552	Трошкови премија осигурања	330.000	297.208		90,06
553	Трошкови платног промета	1.100.000	908.628		82,60



554	Трошкови чланарина у посл.удружењима и међународним асоцијацијама	4.958.000	4.924.808		99,33
555	Трошкови пореза	13.208.500	13.140.453		99,48
559	Остали нематеријални трошкови	1.060.000	1.030.458		97,21
<b>55</b>	<b>Укупно нематеријални трошкови</b>	<b>34.896.500</b>	<b>33.999.951</b>	<b>530.000</b>	98,95
<b>56</b>	<b>Финансијски расходи</b>	<b>900.000</b>	<b>402.986</b>		44,78
<b>57</b>	<b>Остали расходи</b>	<b>150.000</b>	<b>142.561</b>		95,04
<b>59</b>	<b>Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода</b>	<b>850.000</b>	<b>375.518</b>		<b>44,18</b>
	<b>Укупно расходи</b>	<b>577.467.996</b>	<b>517.123.314</b>	<b>44.910.220</b>	<b>97,33</b>

Разлика између прихода и расхода распоређена је тако, што је део средстава утрошен за авансна плаћања у текућој години, за наредну пословну годину, као и за преузимање обавеза које се односе на 2020. годину, а остатак нераспоредених средстава из 2019. године је враћен у буџет.

Председник Управног одбора

Др Ратка Вушуровић