

**ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ**

**ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ  
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ  
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2022. ГОДИНЕ**

**БЕОГРАД  
Март 2023. године**

## ОСНОВНИ ПОДАЦИ

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

ПУН НАЗИВ	ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ
АДРЕСА	ЧИКА ЉУБИНА 8
СКРАЋЕНИ НАЗИВ	ТОС
ОПШТИНА	СТАРИ ГРАД
МЕСТО И ПОШТАНСКИ БРОЈ	БЕОГРАД 11000
МАТИЧНИ БРОЈ	17062867
ПИБ	СР 101824761
ШИФРА ДЕЛАТНОСТИ	5811
БРОЈ РАЧУНА И НАЗИВ БАНКЕ	840-194723-93 Управа за Трезор и 205-11989-11, Комерцијална банка
ОБВЕЗНИК У СИСТЕМУ ПДВ	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 400.000.000 динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2022. годину („Службени гласник РС“, број 110/2021), раздео 32 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, програм 1507 – уређење и развој у области туризма, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

Поред прихода из буџета, у Програму рада са финансијским планом Туристичке организације Србије за 2022. годину, на који је Влада дала сагласност Решењем 05 број: 021-866/2022-1 од 10. фебруара 2022. године, планирани су приходи и по другим основама, тако да су укупна финансијска средства износила 486.350.000 динара.

У августу месецу, Влада је донела Решење 05 број: 021-6353/2022-1 од 11. августа 2022. године, којим се усваја Програм о изменама и допунама програма рада са финансијским планом Туристичке организације Србије за 2022. годину, а основни разлог за његово доношење је измењена структура прихода током прве половине године.

Измена је настала након умањења буџетских средстава за 40.000.000 динара, а истовремено су опредељена додатна буџетска средства на име учешћа у организацији Првог међународног сајма вина „Винска визија Отворени Балкан“, у складу са Закључком СП 08 број: 00-101/2022 од 27. јула 2022. године, у износу од 39.482.400 динара. Такође,

извршена је измена у делу пренетих прихода, када је након израде завршног извештаја за 2021. годину, утврђен коначан износ од 76.898.866 динара.

Након евидентирања наведених промена, укупни приходи су износили 481.881.266 динара.

Крајем године, донет је нови Програм о изменама и допунама Програма рада са финансијским планом Туристичке организације Србије за 2022. годину, имајући у виду да су Туристичкој организацији Србије опредељена додатна средства из буџета у износу од 30.000.500 динара, на име реализација III фазе пројекта укључивања Србије на мапу светских гастрономских дестинација. Пројекат обухвата израду и промоцију годишње Michelin водич селекције посвећене Београду.

На измену Програма, Влада је дала сагласност доношењем Решења 05 број: 021-10473/2022 од 15. децембра 2022. године.

Након усвајања измењеног Програма рада, укупни приходи за 2022. годину су износили 510.768.268 динара.

## Брендирање туризма Републике Србије

Туристичка организација Србије, у складу са Стратегијским маркетинг планом Републике Србије до 2025, и Стратегијом развоја туризма Републике Србије од 2016. до 2025., покренула је неколико стратешких процеса који за циљ имају да се:

- Подигне видљивост Србије на међународном тржишту туризма
- Изгради бољи имиџ Србије као туристичке дестинације
- Привуку туристи из циљаних земаља и мотивише њихов дужи боравак и већа потрошња

У том смислу, као један од закључака Стратегијског маркетинг плана, појавила се потреба за креирањем новог туристичког брэнда Србије и модерне интегрисане дигиталне online и offline комуникационе платформе Србије као туристичке дестинације и њеног туристичког брэнда.

На основу расписане јавне набавке, за реализацију пројекта брэндирања туризма Србије ангажована је агенција, чија су стратегија комуникације и основе брэнда приказане у наставку.

Нови усвојени брэнд и стратегија комуникације, у новембру 2021. године, имају задатак да нагласе све атрактивности које привлаче туристе, особености земље и њених становника, разноликости и контрасте, природна и културна богатства, искуства. Циљ је да Србија постане туристички брэнд сам за себе, те да на крају овог периода туристички брэнд и слоган буде само Србија. Због тога је важан јединствен маркетиншки и визуелни наступ на нивоу читаве земље.



Агенција је, у сарадњи са ТОС, у оквиру месечног сервисирања и примене предложеног решења и комуникационе стратегије на маркетинг активности ТОС, реализовала следеће активности:

### Јануар

- Концепт, дизајн и архитектонско решење насупа ТОС на Сајму туризма у Београд
- Концепт, прелом и дизајн опште брошуре “Experience! Serbia”
- Дизајн и припрема за штампу: фасцикле, 2 врсте луксузних кеса, 8 врста комерцијалних кеса, заставица на сталку и на дршци, 6 врста обележивача за књиге
- Дизајн корица за брошуру „Сеоска туристичка домаћинства 2022“
- Илустрације за туристички производ „Мој Дунав“

### Фебруар

- Дизајн и припрема за штампу Туристичке карте Србије на српском језику (латиница) и на енглеском језику
- Дизајн и припрема за штампу кулинарског сета (кецеља, рукавице, подметач и врећица), меморандума, 5 врста налепница за поклон кутију
- Дизајн логотипа Experience! Serbia на различитим језицима: српски латиница, француски, италијански, шпански, немачки, руски
- Предлог три концепта дизајна изложбе у Москви
- Концепт и монтажа комерцијалног видеа за глобалне ТВ канале у трајању од 15 секунди
- Соруwrite за пет туристичких производа

### Март

- Припрема за штампу опште брошуре “Experience! Serbia” и „Србија. Доживи!“
- Дизајн и припрема за штампу визуала за сајамски штанд и билборде на Београдском сајму туризма
- Предлог дизајна за билборд ко-брендинг кампању и ко-брендинг кампању на друштвеним мрежама са ТО Златибор и ТО Врњачка Бања
- Дизајн и мокаповање колатерала – 10 предмета
- Дизајн панела за ходник ТОС-а
- Дизајн визуала, соруwrite и концепт промоције новог бренда на друштвеним мрежама
- Логотип Конгресног бироа Србије
- Монтажа анимираног исписа и брендинга за летњи видео на енглеском, руском, француском и српском језику, експортовање транзиције за видео на ћирилици
- Монтажа видеа за сајамски штанд на Београдском сајму туризма
- Дизајн и припрема за штампу мараме
- Припрема за штампу новог печата
- Креативни концепт за летњи и зимски спот

### Април

- Редизајн Карте манастира Србије на енглеском језику
- Дизајн и припрема за штампу press wall-а
- Дизајн roll-up триптиха
- Дизајн решења и припрема за штампу визуала за летњу регионалну билборд кампању (бивше СФРЈ)
- Слоган за летњу кампању са преводом на енглески језик
- Дизајн визуала за штанд на сајму у Франкфурту
- Дизајн, мокаповање, спецификације за бели ранац, бели цегер и свеску у бојама кровног бренда, на српском и енглеском језику
- Соруwrite за пет производа и кровни бренд за коалтерал (свеске, ранац, цегер)
- Припреме за штампу за подметаче и крпице за наочаре на српском и енглеском језику
- Дизајн беле мајице, припрема за штампу на српском и енглеском језику
- Превод сору-ја за радијску кампању
- Лого на турском и македонском језику
- Мокаповање колатерала у инверзији боја

### Мај

- Дизајн банера за сајт МСП-а

- Дизајн Google банера за летњу кампању
- Припрема за штампу Карте манастира Србије на енглеском језику
- Редизајн и припрема за штампу Карте манастира Србије на српском језику
- Дизајн, мокаповање и спецификације за стони календар и роковник
- Креирање фонта Србија (само болд), наменски креираног за потребе ТОС, пратећа презентација фонта
- Експортовање анимираних исписа у бојама пет производа и бојама брэнда на српском и француском језику
- Анимирање и прилагођавање ppt презентације на француском језику
- Прилагођавање ppt презентације за Будимпешту
- Лого на кинеском језику
- Припрема за штампу roll-up триптиха
- Припрема за штампу визуала за штанд на сајму у Франкфурту
- Припреме за штампу за ранац, цегер, етикете и свеске
- Дизајн наградног ваучера
- Дизајн и припрема за штампу press wall-а за ТОС и ТОБ на турском језику

### Јун

- Дизајн, мокаповање и припреме за штампу за маску за спавање, раскладну торбу, кишобран, хемијску оловку, каблове, картицу за путну торбу и алуминијумску флашу, са брэндингом на српском и енглеском језику
- Фото дирекције за сва годишња доба
- Анализа и бриф за нови ТОС website
- Постављање концепта за уређивање и редизајн брошуре Културни мозаик
- Превод слогана летње кампање на немачки, турски, руски, италијански, кинески, француски и шпански језик.

### Јул

- Експортовање анимираних исписа у бојама пет производа и бојама брэнда на латиници на српском језику, на руском, немачком, турском, италијанском и шпанском језику
- Текуће активности на редизајнирању брошуре Културни мозаик
- Предлози дизајна архитектуре брошура
- Предлози текста свеске за свих пет туристичких производа
- Предлог три фото слајд видеа за друштвене мреже

### Август

- Редизајн предлога странице градова и менија за нови ТОС website
- Редизајн брошуре Културни мозаик
- Предлози сајамског штанда – архитектонски изглед и брэндирање
- Концепт дизајна календара и роковника са илустрацијама, дирекција и бриф за илустраторе
- Дизајн и програмирање website-а за преузимање Srbija Sans фонта
- Дизајн и припрема за штампу свезака за пет туристичких производа
- Дизајн и припрема за штампу црвене и наранџасте мајице на А4 формату
- Дизајн и припрема за штампу бочица и ранчева за производе Дунав и Узбудљива природа

### Септембар

- Редизајн предлога странице градова за ТОС website
- Дизајн предлога странице чланка и странице story за ТОС website
- Презентација нових предлога дизајна и архитектуре брошура
- Предлози дизајна мајица за производе Мој Дунав и Узбудљива природа
- Организација рада и закључивања уговора за илустраторе
- Предлог услова коришћења Србија Sans фонта
- Корекција припрема за штампу ранчева и бочица за производе Дунав и Узбудљива природа

### Октобар

- Редизајн предлога home менија за ТОС website
- Предлог структуре и дизајн менија секција Things to do, Places to go, за ТОС website
- Предлог структуре и дизајн story секције за ТОС website
- Предлог структуре и дизајна Plan your trip секције за ТОС website
- Редизајн предлога футера за ТОС website
- Нови предлог дизајна странице Градови за ТОС website
- Нови предлог дизајна странице Бање за ТОС website
- Предлог дизајна странице Активни одмор за ТОС website
- Предлог дизајна странице Story топ листа за ТОС website
- Предлог дизајна за сегмент B2B за ТОС website
- Предлог дизајна странице природа, језера и пешачење за ТОС website
- Два предлога врсте гранања кроз две секције за ТОС website
- Анимирање исписа за презентацију на кинеском језику
- Дизајн и припреме за штампу визуала за штанд на сајму у Лондону
- Дизајн и припрема за штампу визуала за билборде за регионалну зимску кампању
- Дизајн визуала за друштвене мреже и банера за зимску кампању
- Предлози архитектонског решења и дизајна модела сајамске поставке ТОС-а
- Редизајн брошуре Културни мозаик
- Прелом брошуре Културни мозаик на енглеском језику
- Дизајн bookmarker-а Културни мозаик
- Дизајн bookmarker-а Experience Serbia
- Предлози дизајна бочице и ранца за производ Градови пуне енергије
- Дизајн календара и роковника за 2023. годину са 12 илустрација
- Арт дирекција за илустраторе
- Сору и музика за радијско оглашавање за зимску кампању



## 1.2. СТАТИСТИЧКИ ПОДАЦИ

Према подацима Републичког завода за статистику, у 2022. години у Републици Србији боравило је укупно 3.869.235 туриста, што је за 52% више у односу на 2021. годину, од чега је домаћих било 2.096.472 (32% више у односу на 2021.) или 54% од укупног броја гостију, а иностраних 1.772.763 (+ 86%), односно 46% од укупног броја гостију. У 2022. години остварено је укупно 12.245.613 ноћења (што је за 36% више у односу на 2021. годину), од чега су домаћи туристи остварили 7.306.219 ноћења (28% више), што чини 60% од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 4.939.394 (+ 49%) или 40% од укупног броја остварених ноћења. Мерено бројем остварених ноћења, домаћи туристи у 2022. години највише су боравили у Сокобањи, затим следе Врњачка Бања, Златибор, Београд, Копаоник итд. Иностранци гости највише су боравили у Београду, затим следе Нови Сад, Суботица, Златибор, Ниш итд.

Према подацима са сајта Народне банке Србије, 2022. години остварени девизни прилив од туризма износио је 2,592 милијарди \$, што је за 38% више у односу на 2021. годину, односно 2,489 милијарди €, што је за 56% више у односу на 2021. годину. Суфицит прилива и одлива од туризма у 2022. години износио је 122 милиона €.

У табели која следи приказан је туристички промет у 2022. години са тржишта са којих нам долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2022/2021.
Руска Федерација	594.194	+ 151 %
Турска	442.591	+ 6 %
Босна и Херцеговина	342.730	+ 14 %
Немачка	242.481	+ 72 %
Северна Македонија	213.481	+ 56 %
Црна Гора	207.589	+ 37 %
Хрватска	189.410	+ 82 %
Кина	186.252	+ 16 %
Румунија	174.367	+ 89 %
Словенија	161.819	+ 99 %

Извор: Републички завод за статистику

Треба истаћи да је укупан број туриста у 2022. године већи за +5% у односу на рекордну, предпандемијску 2019. годину, а број остварених ноћења је већи за чак +22%. У поређењу са 2019. годином већи је и број домаћих туриста (за +14%) и број ноћења домаћих туриста (за +21%). Али и број ноћења иностраних туриста (за +23%). Једино је број иностраних туриста за -4% мањи у односу на 2019. годину. Значајну улогу у остваривању ових резултата имале су акција Владе Републике Србије, односно надлежног Министарства са бесплатном поделом ваучера за одмор, туристичке субвенције и интезивна туристичка кампања са акцентом да се одмор проводи у Србији.

У 2022. години Србија је са растом од + 86% броја иностраних туриста далеко изнад нивоа просечне светске стопе раста међународних туриста која је у 2022. години износила +2%, а на нивоу са Европским земљама, у којима је тај раст био +92% (извор UNWTO World Tourism Barometer, January 2023). UNWTO очекује да коначни резултати у 2022. години покажу да ће светски међународни туризам достигнути тек 63% нивоа пре пандемије, а европски близу 80% предпандемијског туристичког промета.



# ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2022. ГОДИНЕ

## 1. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

У 2022 години повећано је интересовање за дистрибуцију издања Туристичке организације Србије, што је пратио план издавачке делатности остварен по табели у наставку:

Назив ставке	Број ставке у ЈН	Количина
Каталог сеоских домаћинстава Србије српски	17	5000
Културно благо	11	3000
Пешачење и бициклизам	16	2000
Позивнице енг	34	2000
Позивнице срп	34	2000
Шестострани летак срп	29	10000
Шестострани летак енг	29	10000
Шестострани летак	29	1000
Обележивач страница - црвени	39	2000
Обележивач страница - плави	39	2000
Обележивач страница - зелени	39	2000
Кеса српски	38	2500
Кеса енглески	38	2500
Постери	36	1000
Туристичка карта Србије - СРП	25	20000
Туристичка карта Србије - СРП	25	20000
Брошура "Соулфуд Србија"	15	2000
Меморандум СРП	35	3000
Меморандум ЕНГ	35	3000
Авантуре духа	5	5000
календар природби српски	18	5000
Брошура "Choose Serbia" - срп	1	3000
Брошура "Choose Serbia" - енг	1	3000
Визиткарте	37	6000
Визиткарте	37	6000
Брошура "Укуси Србије"	4	5000
Авантуре духа	5	5000
Дворски комплекс Србије	22	3000
Кеса српски	38	2500
Кеса енглески	38	2500

Четворострани летак	30	300000
Брошура "Choose Serbia" - срп	1	3000
Брошура "Choose Serbia" - енг	1	3000
Визиткарте	37	600
Бање Србије - енг	10	3000
Руско наслеђе у Србији - енг	12	3000
Капинг И караванинг	9	6000
Роковник-агенда	40	2000
Календар стони	41	1500
Брошура "52 викенда у Србији" - СРП	3	2000
Брошура "52 викенда у Србији" - ЕНГ	3	5000
Визиткарте - Дарија Бугатин	37	200
Визиткарте - Александра Долпачев	37	200
Брошура "52 викенда у Србији" - СЛЮ	3	2000
Хотелски адресар	20	1000
Брошура "Србија хигхлигхтс"	2	5000
Шестострани летак -сјајни	28	5000
Брошура "Календар природби" - енг	19	2000
Брошура "Serbia meeting planner guide"	24	200
Визиткарте	37	800
52 Викенда у србији - СЛЮ	3	1000
Авантуре духа -СЛЮ	5	1000
Дунав у Србији -срп	7	3000
Изузетне дестинације - енг	23	1000
Летак А5 енг	32	10000
Информативни летак -ћир	33	10000
Карта манастира - енглески	26	3000

➤ У 2022. години је ажурирана публикација „*Meetings planner’s guide*“ која представља својеврсну личну карту дестинације, а у којој се налазе све релевантне информације у вези са капацитетима дестинације у домену конференцијских сала и конгресних простора за одржавање састанака, затим смештајних капацитета у хотелима, специјалним просторима за пријеме и церемонијалне догађаје, списком локалних партнера на дестинацији као и идејама за реализацију пратећих активности за време, пре и након догађаја.

Будући да је публикација намењена искључиво међународним организаторима догађаја који немају довољно сазнања о дестинацији, публикација је штампана на енглеском језику.

Електронско издање публикације доступно је на следећем линку:  
[https://issuu.com/kresh.marketing/docs/final\\_-\\_tos\\_mpg\\_2022\\_sa\\_koricama\\_preview](https://issuu.com/kresh.marketing/docs/final_-_tos_mpg_2022_sa_koricama_preview)

- У складу са стратегијом ребрендирања Туристичке организације Србије, започет је процес израде две нове публикације "Културни мозаик" и „Место сусрета“ тј. „Place to meet“. Одабран је ауторски тим који је на основу пројектног задатка Туристичке организације Србије дао предлог израде. Публикације су израђене крајем 2022. године и према плану биће премијерно промовисане на Београдском сајму туризма.
- У публикацији „Место сусрета“ тј. „Place to meet“ су се по први пут у брошурама Конгресног бироа нашли одређени појмови попут одрживог развоја и организације догађаја у складу са стратегијом остваривања циљева одрживог развоја, као и термина „business events legacy“ који се у буквалном преводу односи на наслеђе или заоставштину на дестинацији након одређеног догађаја а тиче се заправо највише друштвених утицаја на локалну привреду и становништво.

## 2. ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ

У 2022. години, долази до опоравка туристичких кретања. Интересовања за туристичким информацијама нарочито су била приметна у инфо центру-сувенирници на Авали очигледно, због опоравка излетничког туризма после короне, што се уочава и у расту промета у сувенирници.

Радови на Аеродрому Никола Тесла су и даље у пуном јеку, па и поред редовног снабдевања, појачане контроле изгледа и уређености штанда, остаје осетљива тачка у раду инфо центра. Додатно, рад отежава и најава Туристичке организације Београда да више неће бити у могућности да учествује у овом заједничком послу и део смена ће остати непокривен. Предвиђени рокови за завршетак радова су тек у 2024. години.

Сувенирница/инфоцентар на Авали ради континуирано јер су карактеристике простора такве да омогућавају рад и примену свих епидемиолошких мера. Инфоцентар на Тргу Републике има површину мању од 10м2 и нема услова за поштовање физичке дистанце због чега је у децембру 2022. године и затворен.

### Сувенирница на Авали

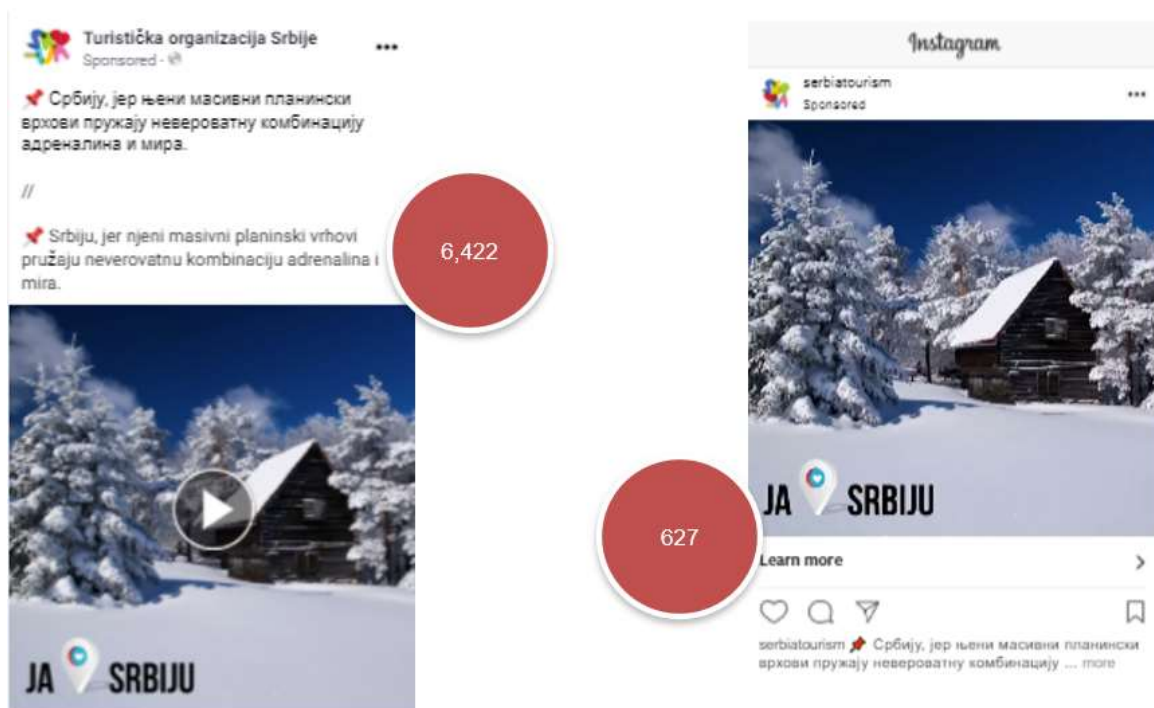
Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најграженије брошуре:	Најчешћа питања туриста:
<b>4.801.270,00</b>	Магнети, керамички производи, ракија, вина, ћилими, производи од дрвета	--Туристичка мапа Србије -52 викенда у Србији -Карта манастира - Пешачење и бициклизам	- ваучери за одмор у Србији -питања о Авали и туристичкој понуди

### 3. МАРКЕТИНГ

#### 3.1. ДИГИТАЛНИ МЕДИЈИ

Комуникациона стратегија Туристичке организације Србије на друштвеним мрежама почетком 2022. године, наставља да користи hashtag #biramsrbiju. Поруке пласиране путем друштвених мрежа усмеравале су пратиоце на конкретне дестинације или локалитете у оквиру туристичких центара или туристичких регија, садржале су „пин“ ка конкретној локацији и разлог зашто посетити одређену локацију. Комуникација је, такође, била усмерена и на промоцију унапред стратешки одређених туристичких производа – активног одмора и одмора у природи, планинама, културно-историјског наслеђа, одмора у бањама и гастрономији, као додатној вредности.

Током прва три месеца 2022. године акценат маркетиншких активности је и даље био усмерен на домаће и тржиште региона, и то кроз реализацију зимске кампање „Бирам Србију“



Слика 1. Пример визуелног решења за дигиталне медије током зимске кампање „Бирам Србију“

На Међународном сајму туризма у Београду, одржаном у периоду од 24.-27. марта, Туристичка организација Србије је представила свој ребрендинг као и нови лого и слоган „СРБИЈА. Доживи!“ и „Experience! Serbia“. Комуникациона стратегија на друштвеним мрежама почиње да користи #experienceSerbia, #serbiacreatememories, #visitsrbija, #mysrbianmemories, #mysrbianexperience.



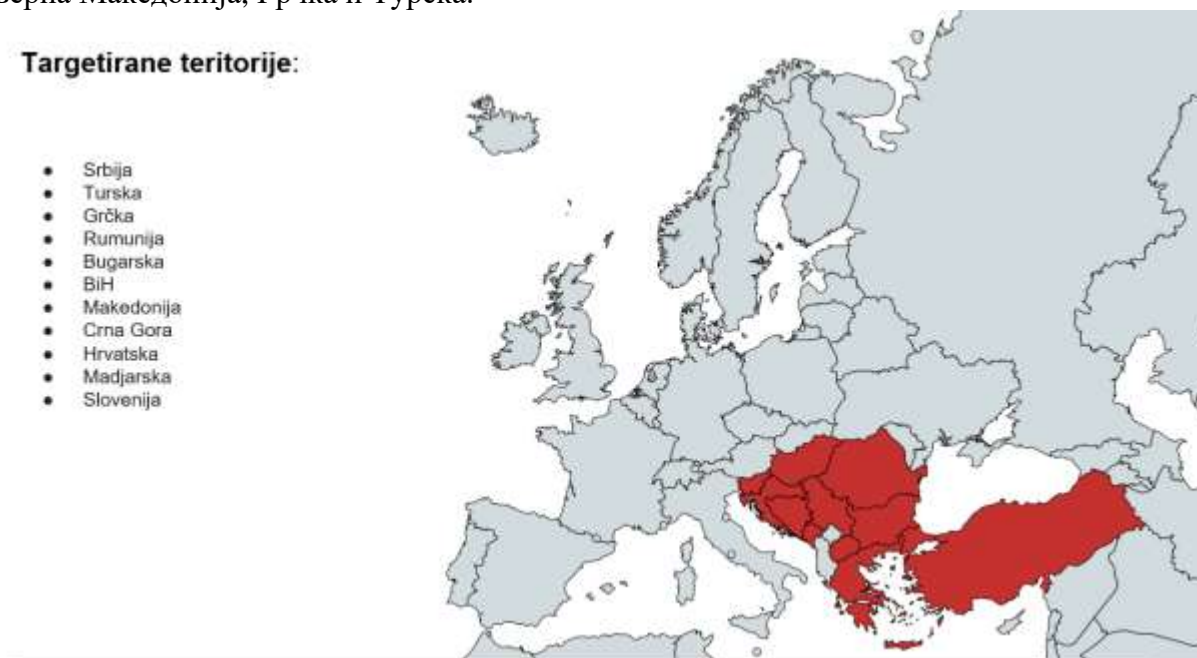
Слика 2. Приказ новог логоа Туристичке организације Србије

### 3.2. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ

Промотивне кампање Туристичке организације Србије у 2022. години имале су следеће теме:

- Култура
- Активни одмор
- Сеоски туризам
- Дунав
- Београд
- Нови Сад – Европска престоница културе 2022
- Бање Србије
- Планински центри
- Градски одмори

Промотивна летња кампања обухватала је оглашавање путем друштвених мрежа Facebook, Instagram и Twitter. Кампање су пласиране у следећим земљама: Србија, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Мађарска, Румунија, Бугарска, Северна Македонија, Грчка и Турска.



Слика 3. Приказ таргетираних тржишта

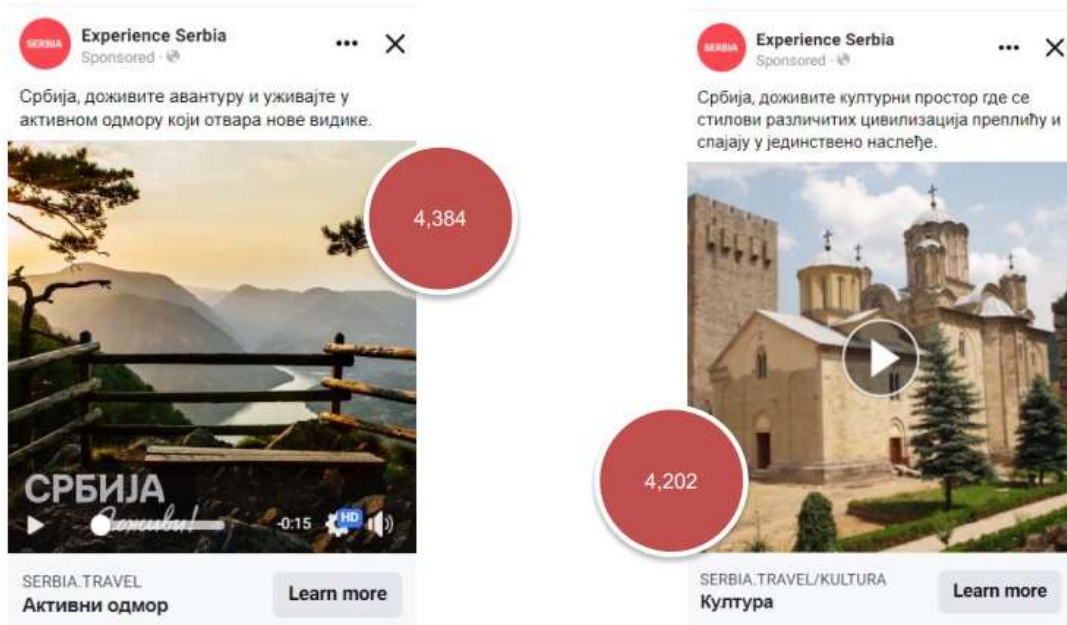
За сваку кампњу креиране су посебне подстранице на сајту Туристичке организације Србије на језицима који кореспондирају таргетираним територијама, на које су водили огласи:

- SR, CG, BIH: <https://www.serbia.travel/sr/poznata-destinacija>
- HR: <https://www.serbia.travel/sr/poznato-odrediste>
- SLO: <https://www.serbia.travel/sr/znana-destinacija>
- MK: <https://www.serbia.travel/poznata-destinacijamk>
- BG: <https://www.serbia.travel/en/serbia-bulgaria>
- RO: <https://www.serbia.travel/en/serbia-romania>
- GR: <https://www.serbia.travel/en/serbia-greece>

У периоду од 15.07. до 15.11. кампањама су, поред региона, таргетирана и тржишта западне Европе, и то:



Слика 4. Приказ таргетираних тржишта



Слика 5. Пример видео кампање за Facebook и Instagram за тржиште Србије, посвећена промоцији културе и активног одмора

За потребе зимске кампање, која је пласирана у региону, креиране су посебне подстранице на сајту Туристичке организације Србије на језицима који кореспондирају таргетираним територијама:

BG [www.serbia.travel/Зима-в-Сърбия](http://www.serbia.travel/Зима-в-Сърбия)

GR [www.serbia.travel/Χειμώνας-στη-Σερβία](http://www.serbia.travel/Χειμώνας-στη-Σερβία)

HU [www.serbia.travel/Téli-ünnepek-Szerbiában](http://www.serbia.travel/Téli-ünnepek-Szerbiában)

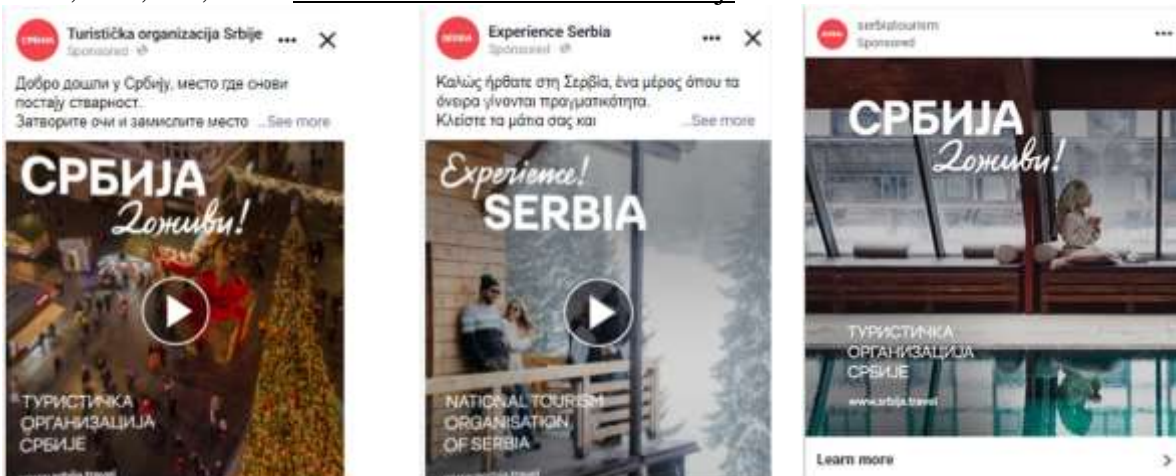
RO [www.serbia.travel/Iarna-în-Serbia](http://www.serbia.travel/Iarna-în-Serbia)

TR [www.serbia.travel/tr/s-rbistan-da-k-tatilleri](http://www.serbia.travel/tr/s-rbistan-da-k-tatilleri)

SLO [www.serbia.travel/en/winter-holiday-in-serbia](http://www.serbia.travel/en/winter-holiday-in-serbia)

MKD [www.serbia.travel/zimuvanje-vo-srbija](http://www.serbia.travel/zimuvanje-vo-srbija)

HRV, BIH, CG, SRB [www.serbia.travel/sr/zima-u-srbiji](http://www.serbia.travel/sr/zima-u-srbiji)



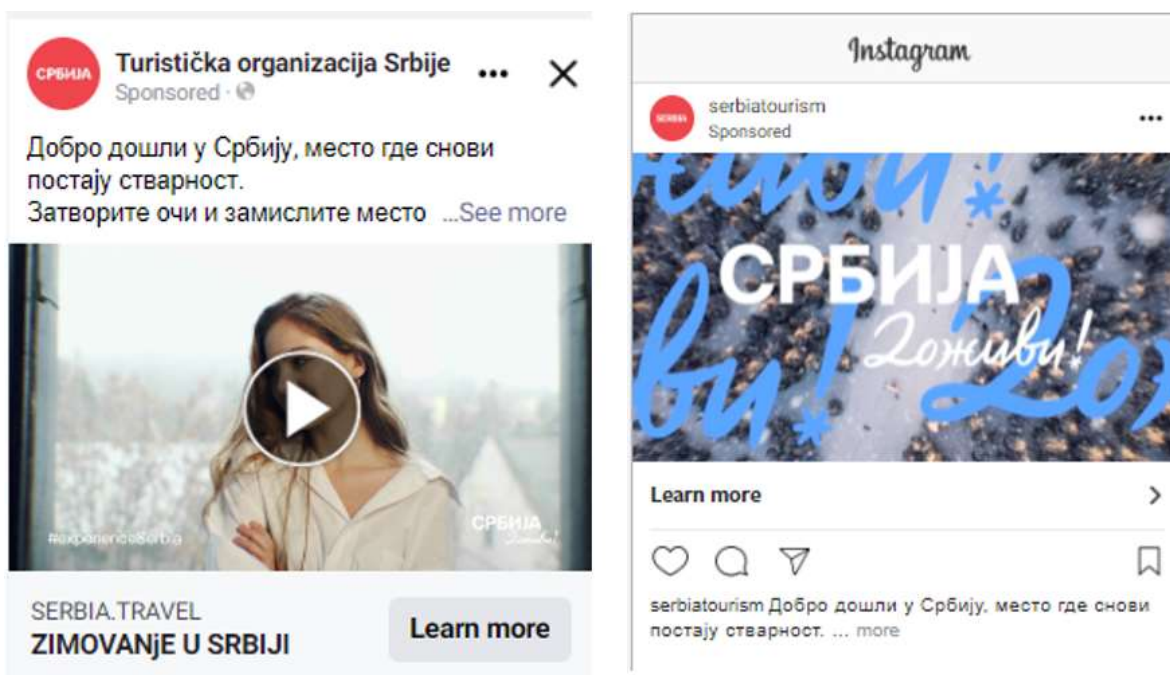
Слика 6. Приказ видео кампање за Facebook и Instagram, посвећене промоцији градова, планинских центара и бањског туризма

Формати коришћени за комуникацију на овим тржиштима били су video, carousel, single post за Facebook и Instagram, док је путем Google-ових платформи коришћен – Google Display Network, i YouTube.



Слика 7. Пример Google Display Network банера, за летњу, јесењу и зимску кампању СРБИЈА. Доживи!

Такође, путем друштвених мрежа и Youtube канала, током 2022. године, промовисани су летњи и зимски видео спот Туристичке организације Србије.



Слика 8. Промоција видео спота Туристичке организације Србије на друштвеним мрежама Facebook и Instagram





Слика 9. Промоција летњег и зимског видео спота на Youtube каналу

Поред целогодишње кампање на дигиталним каналима, ТОС је на друштвеним мрежама реализовао и неколико мини кампања.

### 1. Презентација ТОС-а на ЕХРО у Дубаију

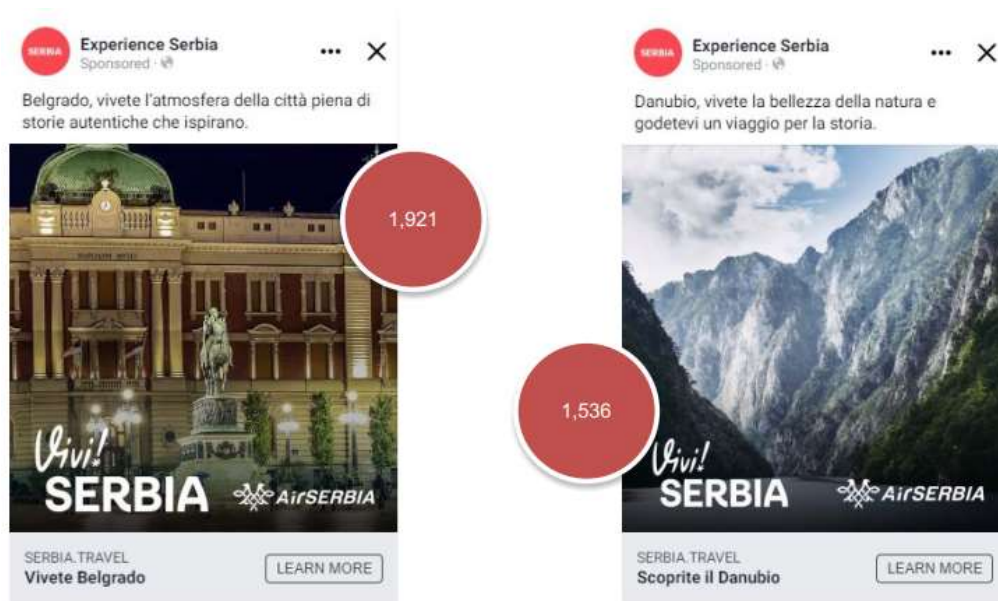
ТОС је реализовао мини кампању на својим друштвеним мрежама у вези наступа на ЕХРО у Дубаију. Догађај је пропраћен на друштвеним мрежама Facebook, Instagram и Twitter.



Слика 10. Приказ промотивних активности – ЕХРО Дубаи

### 2. Сарадња са AirSerbia-ом

Активности ТОС-а на друштвеним мрежама укључивале су и сарадњу са националним авио превозником AirSerbia, кроз промоцију Србије на туристичким дестинацијама са којима је повезана директним летовима, као и кроз промоцију на дестинацијама на којима ће се од јуна месеца увести директни летови за Србију. Кампања је пласирана на следећим тржиштима: Италија, Шпанија, Француска, Немачка и Аустрија, реализована је у марту и априлу.



Слика 11. Приказ рекламне кампање рађене у сарадњи са Ер Србијом

За потребе кампање, креиране су подстранице на сајту Туристичке организације Србије на језицима који кореспондирају таргетираним територијама:

<https://www.serbia.travel/de/Erleben-Sie-die-Donau>

<https://www.serbia.travel/fr/Decouvrez-le-Danube>

<https://www.serbia.travel/it/Scoprite-il-Danubio>

<https://www.serbia.travel/es/Experimente-el-Danubio>

<https://www.serbia.travel/de/Erlebe-ein-Abenteuer>

<https://www.serbia.travel/fr/vivez-l-aventure>

<https://www.serbia.travel/it/Vivete-l-avventura>

<https://www.serbia.travel/es/Experimente-la-aventura>

<https://www.serbia.travel/de/Erleben-Sie-den-landlichen-Tourismus>

<https://www.serbia.travel/fr/Decouvrez-le-tourisme-rural>

<https://www.serbia.travel/it/Vivete-in-agriturismo>

<https://www.serbia.travel/es/Experimente-el-turismo-rural>

<https://www.serbia.travel/de/erlebe-novi-sad>

<https://www.serbia.travel/fr/decouvrez-novi-sad>

<https://www.serbia.travel/it/vivete-novi-sad>

<https://www.serbia.travel/es/experimenta-novi-sad>  
<https://www.serbia.travel/de/Erlebe-Belgrad>  
<https://www.serbia.travel/fr/Decouvrez-Belgrade>  
<https://www.serbia.travel/it/Vivete-Belgrado>  
<https://www.serbia.travel/es/Experimenta-Belgrado>



Слика 12. Резултати заједничке кампање са Ер Србијом

3. Кампања „Туристички цвет 2022“ – позив за пријаву

У месецу октобру имали смо кампању везану за пријаве за награду „Туристички цвет 2022“ која је пришла веома запажено. Кампања је допрела до 1,433,792 корисника који су видели оглас и постигла 145,197 улаза на сајт [www.turistickicvet.rs](http://www.turistickicvet.rs)



Слика 13. Приказ банера коришћених у кампањи

Campaign	Impression	Clicks	CTR	Avg. CPC
TOS - Konkurs turistickei cvet	15,939,614	145,197	0.91%	0.03

Табела 1. Приказ резултата кампање „Туристички цвет 2022“ – позив за пријаву

#### 4. Кампања „Туристички цвет 2022“ – позив за гласање

У првој половини новембра имали смо кампању везану за гласање за награду „Туристички цвет 2022“ која је остварила преко 10 милиона приказа огласа, допрела до 1,127,709 корисника који су видели оглас и постигла 84,401 улаз на сајт [www.turistickicvet.rs](http://www.turistickicvet.rs)



Слика 14. Приказ банера коришћених у кампањи

Ad group	Impr.	CTR	Clicks
TOS - Konkurs turistickei cvet GLASANJE	10,655,610	0.79%	84,401

Табела 2. Приказ резултата кампање „Туристички цвет 2022“ – позив за гласање

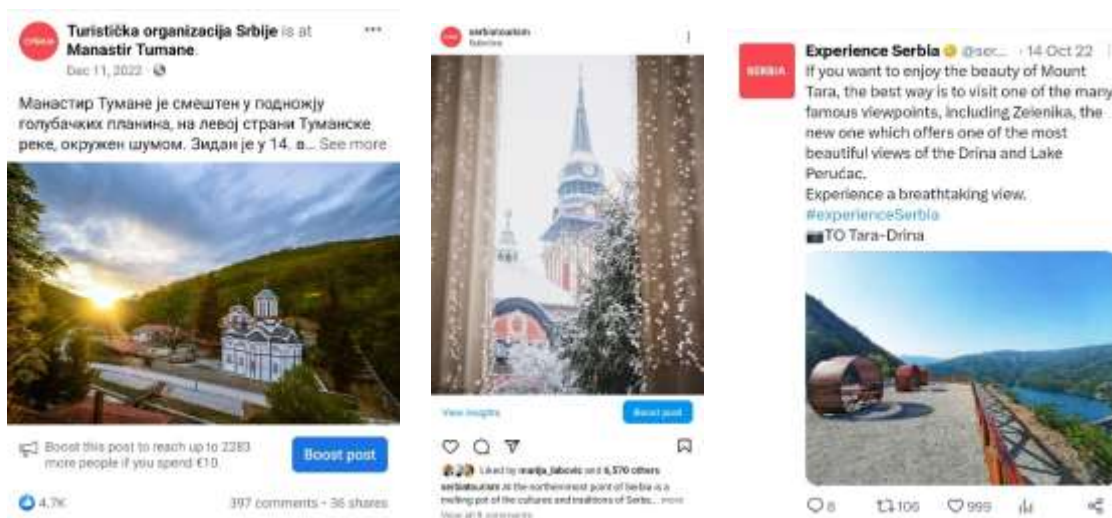
5. Кампања „Experience! SERBIA“ – која је пратила кампању Службе за промоцију туристичких производа на тржиштима бивше СФРЈ и обухватила промоцију градова, планинских центара и бањског туризма. Остварено је 15,140,389 приказа огласа и 125,398 кликова на огласе.



Слика 15. Приказ банера коришћених у кампањи

### 3.3. ПРОМОЦИЈА ПОСТОВА НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА ТОС-А

Настављена је и пракса дневног пласирања постова на ТОС-овим друштвеним мрежама, Facebook, Instagram i Twitter. План постовања израђује се на месечном нивоу у сарадњи са Службом развоја туристичке понуде, у циљу презентације што разноврсније понуде и што већег броја производа које Србија као туристичка дестинација може да понуди постојећим и потенцијалним туристима.



Слика 16. Приказ постова на друштвеним мрежама Facebook, Instagram i Twitter

Туристичка организација Србије такође је активна и на специфичним друштвеним мрежама, као што су руски ВКонтакте и кинески Weibo.



Слика 17. Приказ поста на друштвеној мрежи ВКонтакте

### 3.3.1. ПОСТИГНУТИ РЕЗУЛТАТИ У 2022. ГОДИНИ

**Друштвена мрежа TWITTER:** Током 2022. године били смо активни на 5 тржишта и то Бугарске, Румуније, Словеније, Грчке и Турске. Генерисано је преко 88 милиона импресија, преко 2 милиона tweet engagementa, више од 300,000 кликова, преко 2 милиона прегледа медијских садржаја, више од 100,000 лајкова, 4,000 ретвитова, стекли 36,238 нових пратиоца, досегли скоро 20 милиона јединствених Twitter корисника.

Time period	Campaign name	Objective	Impressions	Clicks	Tweet engagements	Engagement rate
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	228810_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	Followers	23,466,142	17,083	83,194	0.39%
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	228810_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	Engagements	5,390,797	614,944	614,944	10.32%
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	812_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR(C=	Engagements	28	1	1	1.37%
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	238812_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR(Copy)	Followers	1,220,250	480	2,413	0.20%
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	238812_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	Engagements	6,595,787	1,886,743	1,886,743	25.27%
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	258812_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	Followers	55,488,847	18,282	81,426	0.16%
		<b>TOTAL</b>	<b>88,690,051</b>	<b>2,117,533</b>	<b>2,456,709</b>	<b>2.77%</b>
Time period	Campaign name	Clicks	Media views	Links	Followers	Total audience reach
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	228810_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	23,026	11	1,913	17,083	5,546,460
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	228810_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	61,673	550,835	12,546	172	1,881,913
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	812_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR(C=	1	0	0	0	28
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	238812_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR(Copy)	1,943	-	114	480	445,775
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	238812_Vid1_Srbija-Tweet_engagement_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	100,448	1,563,937	67,040	223	1,770,887
Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022	258812_Vid1_Srbija_Followers_SVN,ROU,BUL,GRE,TUR	62,884	4	4,662	18,282	9,737,019
		<b>300,872</b>	<b>2,114,767</b>	<b>106,277</b>	<b>36,238</b>	<b>19,483,000</b>

Табела 3. Кључни резултати остварени на друштвеној мрежи Twitter током 2022. године

**Друштвена мрежа FACEBOOK:** Генерисано је скоро 60 милиона импресија, преко 5 милиона интеракција, преко 2,5 милиона кликова, прикупљено преко 1.500 нових пратилаца.

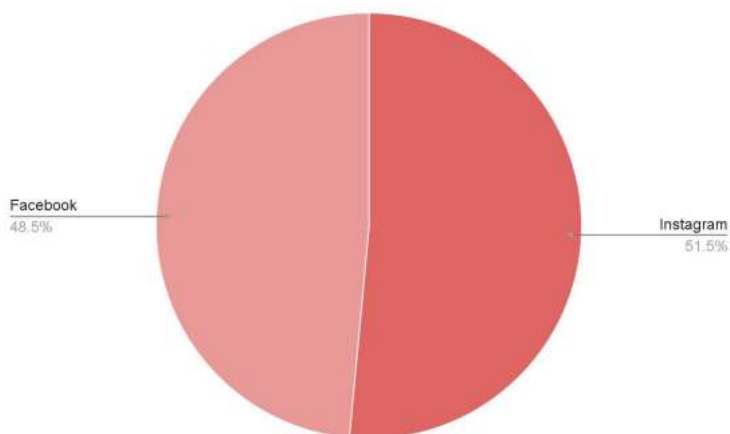
**Друштвена мрежа INSTAGRAM:** Генерисано је преко 37 милиона импресија, преко 5 милиона интеракција и преко 2.500 нових пратилаца.

Kanal promocije	Impressions	Reach	Engagement (Interactions)	Video Views	Clicks	New Followers
Instagram	37,503,553	7,563,282	5,164,235	9,762,563	1.333.089	2538
Facebook	59,876,835	12,229,187	5,435,417	9,205,499	2,566,333	1632
<b>Ukupno</b>	<b>97.380.388</b>	<b>19.792.469</b>	<b>10.599.652</b>	<b>18.968.062</b>	<b>3.899.422</b>	<b>4.170</b>

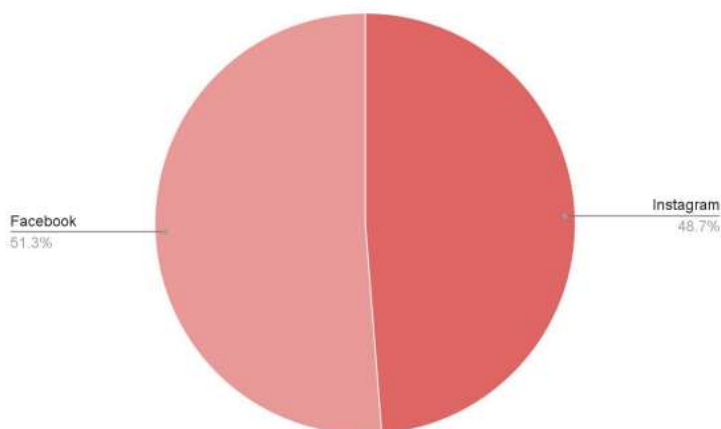
Табела 4. Кључни резултати остварени на друштвеним мрежама Facebook и Instagram током 2022. године.

На друштвеним мрежама Facebook и Instagram, у 2022. години, забележено је скоро 19.000.000 видео прегледа. Истовремено, на Facebook-у и Instagram-у, број интеракција са садржајима које је ТОС пласирао на друштвене мреже, достигао је преко 10.000.000.

Kanal promocije	Video Views
Instagram	9,762,563
Facebook	9,205,499
<b>Ukupno</b>	<b>18,968,062</b>



Kanal promocije	Engagement (Interactions)
Instagram	5,164,235
Facebook	5,435,417
<b>Ukupno</b>	<b>10,599,652</b>



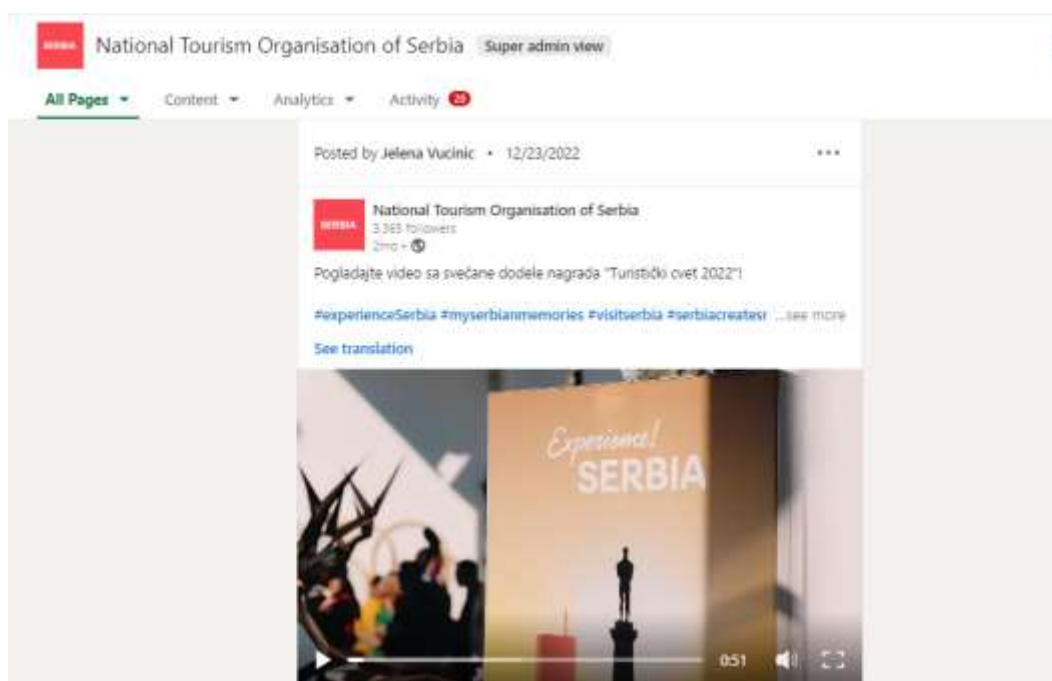
**GOOGLE:** Генерисано је скоро 125.000.000 импресија, преко 5,200.000 кликова на банере који су водили на сајт Туристичке организације Србије и преко 2.000.000 прегледа видео садржаја.

Kanal promocije	Impressions	Clicks	CTR
Google	124,754,753	5,276,770	1.11%

Табела 5. Кључни резултати остварени на Google платформи током 2022. године

### Друштвена мрежа *LINKEDIN*

Туристичка организација Србије је у 2022. години покренула страницу на пословној друштвеној мрежи LinkedIn, са циљем промоције свог пословања и пласирања пословних активности ТОС-а, као и пословног повезивања са корисницима мреже, као и правним лицима из туристичке индустрије. У току године, имали смо 78 објава.



Слика 18. Приказ објаве Туристичке организације Србије на друштвеној мрежи LinkedIn



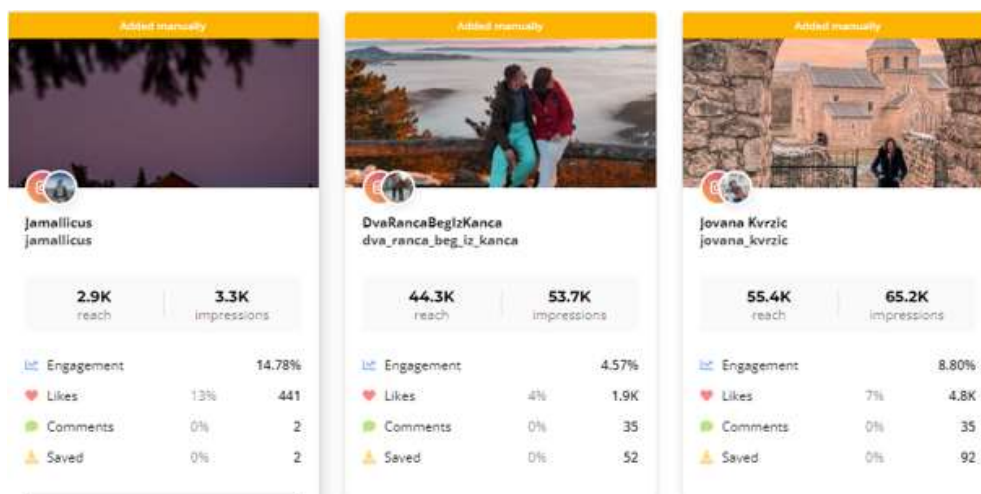
### 3.4. ИНФЛУЕНСЕРИ

Туристичка организација Србије је у сарадњи са компанијом „UNITED INFLUENCERS SOUTHEAST EUROPE“ ангажовала инфлуенсере ради промоције Србије као туристичке дестинације. Током године реализовано је 5 кампања, и то:

- Зимска кампања, 10 домаћих инфлуенсера посетило је зимске центре у Србији у циљу промоције планинског туризма
- Студијско путовање 10 инфлуенсера из региона (Словенија, Хрватска, БиХ, Црна Гора, Северна Македонија, Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка, Србија) у Западну Србију
- Студијско путовање 10 домаћих инфлуенсера у Нови Пазар, Врњачку Бању и Овчарско-кабларску клисуру
- Студијско путовање 5 домаћих инфлуенсера у Војводину
- Студијско путовање 5 домаћих инфлуенсера у источну Србију

TOTAL SVIH KAMPANJA:	
<b>Reach</b>	<b>3,045,715</b>
<b>Impressions</b>	<b>3,135,188</b>
<b>Likes</b>	<b>93,174</b>
<b>Comments</b>	<b>1,562</b>
<b>Saved</b>	<b>1,885</b>

Табела 6. Приказ резултата кампања рађених у сарадњи са компанијом „UNITED INFLUENCERS SOUTHEAST EUROPE“



Слика 19. Пример резултата објава ангажованих инфлуенсера у зимској кампањи

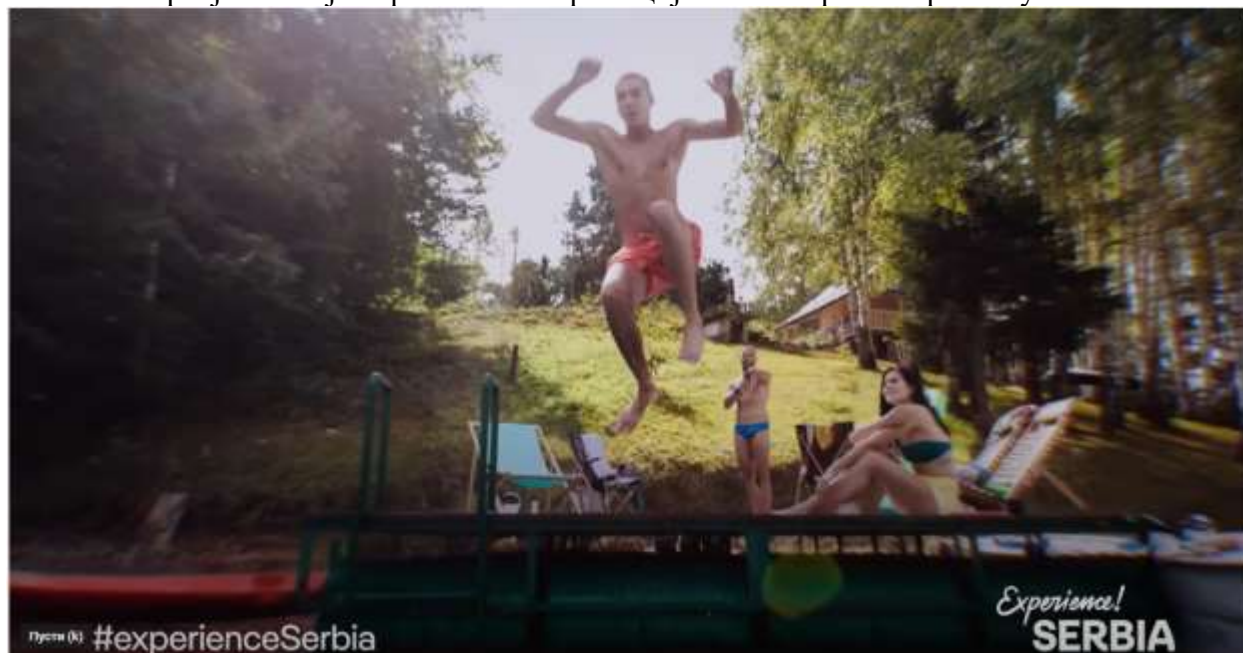
У оквиру регионалне иницијативе „Отворени Балкан“ коју су успоставиле Република Албанија, Северна Македонија и Република Србија, Туристичка организација Србије и Туристичка организација Албаније договориле су унапређење сарадње и промотивних активности у области туризма и тим поводом организована је посета домаћих инфлуенсера Републици Албанији.

Њихове објаве се налазе на Instagram профилу @putujuci\_ranac и [www.putujuciranac.com](http://www.putujuciranac.com)

### **3.5. АУДИО И ВИДЕО ПРОДУКЦИЈА**

#### **3.5.1. Летњи видео спот 2022**

Урађена су два видео спота за летњу кампању у трајању од 15 и 30 секунди. Спотови су урађени у две језичке верзије, српска и енглеска верзија. Продукцију је извела агенцији уз куповину адекватних фотографија и видео материјала са сток платформе. Пратећи кампању „СРБИЈА Доживи!“ у споту су приказани доживљаји кроз сегментацију различитих предела, друштвених сусрета и манифестација у Србији. Спотови су промовисани кроз канале националних телевизија у периоду пред лето и током лета. Енглеска верзија спота је коришћена за промоције не иностраном тржишту.



#### **3.5.2. Летњи аудио спот 2022**

Пратећи видео спот и кампању „Србија Доживи!“, са истом тематиком, музичким ритмом и поруком, урађен је аудио спот дужине 20 секунди. Спот је направљен само на српском језику. Аудио спот је промовисан путем радио станица у Србији. Продукцију спота извела је радио станица Радио С1.

#### **3.5.3. Зимски видео спот 2022**

Зимски видео спотови су направљени у продукцији креативне агенције Метаклиника. Израђена су два спота у трајању од 15 и 30 секунди, у две језичке варијанте, српска и енглеска верзија. Спотови су рађени са приказом зимских дестинација у Србији уз куповину фотографија и кратких видео снимака са сток платформе. Основна порука прати

нови бренд Туристичке организације Србије „СРБИЈА Доживи!“. Спотови су промовисани путем канала националних телевизија у пред зимском периоду и током зимског периода. Енглеска верзија спота је коришћена за промоције не иностраном тржишту.



#### **3.5.4. Зимски аудио спот 2022**

Аудио спот за зимску кампању, у трајању од 20 секунди, је урађен у продукцији Накси радио станице, а пратио је поруку која је усаглашена са зимским видео спотом. Наглашена је порука „СРБИЈА Доживи!“ уз адекватну пратећу музику и наратора. Спот је направљен само на српском језику. Аудио спот је промовисан путем радио станица у Србији.

#### **3.5.5. Специјални видео материјали**

Урађени су специјални спотови на тему „Активни одмор на рекама и језерима“. Број спотова је 10 у два различита формата 4:5 и 9:16, а за потребе промовисања Србије као туристичке дестинације на друштвеним мрежама.

Прављење туристичко промотивног видео материјала за приказивање у емисији „Шареница“. Укупно 24 видео материјала који се приказују 4 пута месечно.

У оквиру 8 емисија „Трагачи успомена“ који се емитију једном недељно на 21 регионалној телевизији промовисан је туризам Србије, кроз усмеравање пажње аудиторијума на значај, вредности и компаративне предности туризма у Србији и улогу ТОС-а у развој ових вредности.

#### **3.5.6. Специјални аудио материјал**

У сарадњи са радио станицом Радио С1 организована је радио емисија „Летњи караван Радио С1“ у трајању од 4 епизоде на 4 различите дестинације у Србији, током маја и јуна месеца. Направљен је рекламни спот у трајању од 20 секунди за промоцију емисије уз директна укључење радио водитеља током емисије са дестинација и промовисање туристичких дестинација у Србији.

## 3.6. ЛЕТЊА КАМПАЊА

### 3.6.1. Летња кампања – ТВ

У периоду од 15.маја до 30.јуна пласирана је летња кампања кроз ТВ станице у Србији пуштањем летњег видео спота у рекламним блоковима. Носећа порука у оквиру летње кампање је „СРБИЈА Доживи!“. Промоција туристичке понуде Србије путем летњег видео спота је промовисана у рекламним блоковима телевизијских станица РТС, РТВ, ТВ ПРВА, ТВ ПИНК и ТВ МОСТ.

### 3.6.2. Летња кампања – Радио

Током периода од 15.маја до 30.јуна на радио станицама у Србији је у рекламним блоковима промовисан туризма у Србији путем летњег аудио спота, а у рекламним блоковима. Као и код видео кампање, носећа порука је била „СРБИЈА Доживи!“ са позивом да се летњи одмор проведе у туристичким дестинацијама Србије. Радио станице које су пуштале радио спот су Радио С1, Радио С2, Радио С3, Накси радио, Радио Ин, Радио Носталгија, ТопФМ и Радио Грачаница.

### 3.6.3. Летња кампања – Веб портали

На веб порталима у земљи, а који се читају и у дијаспори, објављени су ПР текстови који промовишу различите дестинације, манифестације и гастрономију у Србији. Портали на којима су објављивани ПР текстови су blic.rs, novosti.rs, kurir.rs, republika.rs, srbijadanas.rs, mondo.rs, telegraf.rs, alo.rs, b92.net i informer.rs.

Туристички портал srbijuvoilimo.rs је пратио нашу кампању променом банера на свом сајту који је графички дизајнер ТОС унапред примпремио.



### 3.6.4. Летња кампања – Магазини и дневна штампа

Током трајања летње кампање у магазинима и дневној штампи објављени су ПР текстови са тематиком промоције Србије као туристичке дестинације. Текстови су пратили нови бренд „СРБИЈА Доживи!“. Магазини где су текстови објављени су „Лепота и здравље“, „Стори“ и „Лепа и срећна“, док су у дневним новинама објављени у Блиц, Вечерње новости, Политика, Информер, Курир, Ало и Српски телеграф.

**S BITEFOM NA KRAJ SVETA!**

## Turistička organizacija Srbije preporučuje BITEF!

56. Bitef festival počeo je 23. septembra prologom „(Nije) kraj sveta“ britanske rediteljke Kejti Micele, u izvođenju pozorišta Saubine iz Berlina, a svečano otvoren 25. septembra u JDP igranim komadom „svaki pokušaj će se završiti skršenim telima i slomljenim kostima“ koreografa Jana Martensa iz Belgije.

U glavnom programu festivala, koji se ove godine odvija pod sloganom Mi - junaci rada svog, je ukupno devet predstava iz sedam zemalja. Domaća produkcija biće zastupljena dvema premijerama: „Svet bez žena“ Maje Pelević i Olgin Dimitrijević i „Dr Auslander (Made For Germany)“ Bojana Đorđevića. Obe predstave su ruđene u koprodukciji Bitef teatra.

Najveće interesovanje vlada za komad „Ljubav“ u režiji i po tekstu Aleksandra Zeldina i izvođenju njegove kompanije iz Londona. Prema ovom komadu Zeldin je snimio i istoimeni film za Bi-Bi-Si, a predstava će na Bitefu biti izvedena tri puta: 30. septembra u 21 i 1. oktobra u 17 i 21 čas u Plavoj hali u Luci Beograd.

Šem domaćih predstava, svetsku premijeru imaju i „Krtze“ Slovenskog mladinskog gledališta u režiji Žige Divjaka, 30. septembra u 18 u Bitef teatru. Reprizno izvođenje je 1. oktobra u 20 na istom mestu.

56. izdanje Bitefa proteći će uz najveći broj stranih gostiju do sada, njih više od petsto iz celog sveta! Većina njih su učesnici plenarnog sastanka jedne od najvećih evropskih pozorišnih mreža IETM-a. Za njih je organizovan i šoukejs, koji je zamišljen kao platforma za povećanje međunarodne vidljivosti domaćeg pozorišta i njegov plasman u inostranstvo.

**DOŽIVITE BITEF!**



PROMO

### 3.6.5. Летња кампања – Студијска путовања

Током маја и јуна месеца организована су тематска студијска путовања где су промовисане дестинације и туристички потенцијали Србије.

Прво студијско путовање под називом „Београдска тура“ организовано је са туристичким водичем и том приликом су присуствовали новинари ТВ Пирот, ТВ Галаксија Чачак, ТВ Банат и ТВ Крагујевац који су правили прилоге о знаменитостима Београда и пуштали их на локалним ТВ станицама.

Друго студијско путовање под називом „Гастрономска тура“ организовано је обиласком Пирота и Старе планине у сарадњи са ТО Пирот. Новинари из ТВ Прва, РТС, ТВ Балкан Трип, дневне новине Објектив и ТВ Инфобиро су правили прилоге о гастрономији југоисточне Србије.



Треће студијско путовање под називом „Путеви вина – тура култура“ обављена је обиласком града Вршца, вршачке куле и винарија у околини Вршца, а настављена у Врднику, обиласком врдничке куле и винарија на Фрушкој Гори. Новинари из ТВ Прва, ТВ Балкан Трип, РТС Шареница, ТВ Инфобиро су правили прилоге и касније их пуштали у оквиру својих телевизија.

На четвртном студијском путовању „Лековита тура“ новинаре смо водили у Рибарску, Пролом и Луковску бању са обиласком Ђавоље Вароши и града Крагујевца. Новинари из ТВ Прва, ТВ Балкан Трип, ТВ РТС, дневне новине Објектив и Радио Београд 1 су правили

прилоге и текстове о квалитету српских бања и посебним и атрактивним локацијама на југу Србије.

На последњем студијском путовању у оквиру летње кампање под називом „Еко авантура тура“ смо обишли Златибор, возили се Голд Гондолом, обилазили село Љубиш, Стопића пећину, водопад Гостиље и музеј на отвореном старо село Сирогојно. Новинари су правили прилоге са свих дестинација, а били су из ТВ Прва, РТС, дневна новина Објектив и ТВ Инфобиро.



### **3.7. ЗИМСКА КАМПАЊА**

#### **3.7.1. Зимска кампања – ТВ**

Зимска кампања на ТВ станицама је организована од 15.11.2022. до 15.01.2023. У та два месеца је зимски видео спот пуштан у оквиру рекламних блокова и промовисао зимске дестинације у Србији са акцентом на српске планине и бање. Промо спот је ишао у Србији на РТС, РТВ, ТВ Прва, ТВ Пинк, ТВ Б92, ТВ Хепи и ТВ Мост, а у Босни и Херцеговини на ТВ БН.

#### **3.7.2. Зимска кампања – Радио**

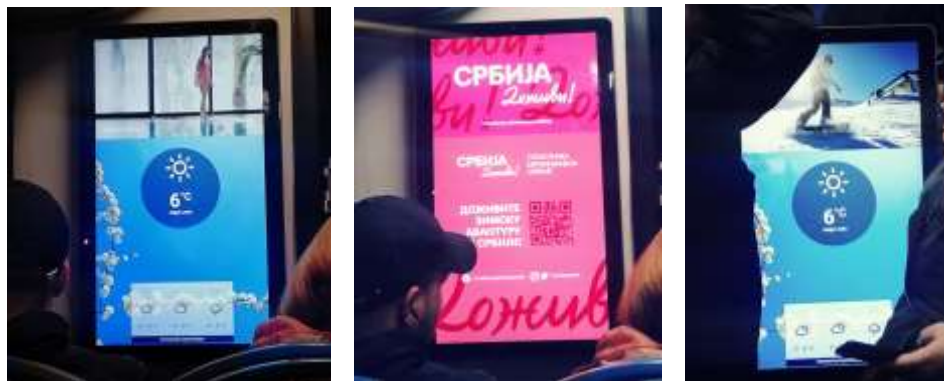
Радио станице у Србији које су промовисале туризам у Србији током зиме, пратећи главни бренд „СРБИЈА Доживи!“ и позивајући аудиторијум на скијање на српским планинама са зимским аудио спотом су Радио С1, Радио С2, Радио С3, Радио НС-АС, Радио Накси, Радио Носталгија, Радио ИН, Топ ФМ, Радио Београд 1, Рок Радио и Радио Грачаница.

#### **3.7.3. Зимска кампања – Веб портали**

На најпосећенијим веб порталима у Србији промовисане су зимске дестинације у Србији писањем и објављивањем ПР текстова. Текстови су објављени на порталима blic.rs, novosti.rs, kurir.rs, republika.rs, srbijadanas.rs, mondo.rs, telegraf.rs, alo.rs, b92.net i informer.rs. Туристички портал srbijuvoilimo.rs је пратио нашу кампању променом банера на свом сајту који је графички дизајнер ТОС направио и послао.

### 3.7.4. Зимска кампања – ЛЕД дисплеји у јавном градском превозу

У оквиру јавног градског превоза у четири града у Србији (Београд, Нови Сад, Ниш и Крагујевац) промовисано је зимовање у Србији кроз ЛЕД дисплеје постављене унутар градског превоза. Зимски видео спот је пратио и слоган „Доживите зимску авантуру у Србији“. Кампања промоције путем ЛЕД дисплеја у градском превозу је трајала 3 месеца, од 20.11.2022. до 28.02.2023.



### 3.8. ВЕБ САЈТ ТОС-а

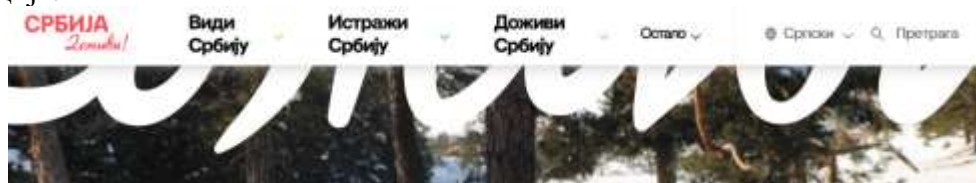
>> [serbia.travel](http://serbia.travel) <<

#### 3.8.1. Визуелно унапређење

Сајт Туристичке организације Србије прилагођен је савременом туристи и потребама за информацијама. Осим српског, сајт је могуће пратити и на енглеском, руском, француском, немачком, италијанском и кинеском језику. Сајт се редовно ажурира новим текстовима и фотографијама, као и израдама страница на које воде огласи, који се пласирају преко друштвених мрежа ТОС-а. У оквиру сајта, налази се сегмент ”Календар догађаја”, где се могу пратити сва актуелна дешавање из области туризма, културе, спорта, промоција, сајмова.

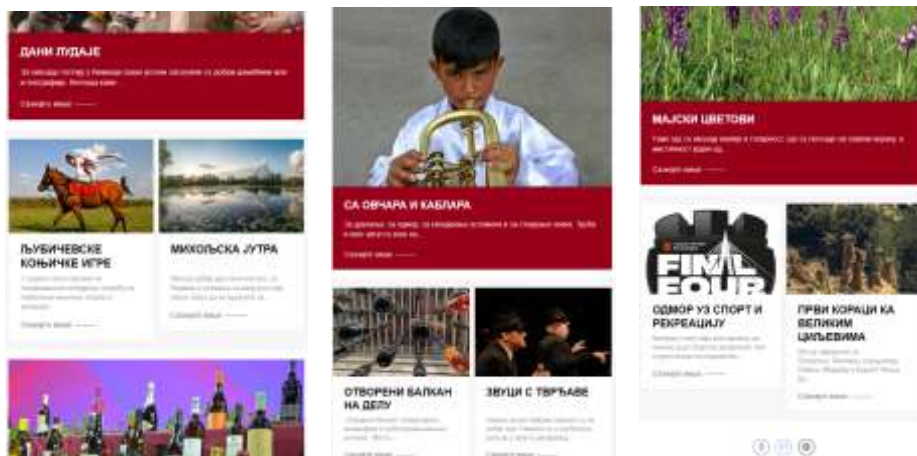
У 2022. години, настављено је ажурирање сајта ТОС-а. За рубрику „Вести“ (подаци, занимљивости и др.) на сајт ТОС-а постављено је 720 вести. Ажурирана је страница „Календар догађаја“, тако да је у 2022. години постављено око 900 догађаја, уз пажљиву проверу датума на веб сајтовима организатора, односно ЛТО као суорганизатора или организације која промовише догађаје. Поред тога, на месечно нивоу ажурирају се секције «Смештај», односно «Адресар локалних туристичких организација»

У духу новог бренда „СРБИЈА Доживи!“ урађена је корекција визуелног изгледа веб презентације.



### 3.8.2. Newsletter

Једанпут месечно су биране теме, писани текстови, одабаране фотографије и/или видео, направљене странице као и целокупан њузлетер и послат на адресе пријављених корисника за пријем њузлетера. Садржај сваког појединачног њузлетера је биран у сарадњи са сектором Производа и садржао је 6 текстова месечно. Текстови су бирани у зависности од доба године и врсте промоције, а пазећи да се колико је могуће сваки од производа подједнако промовише.



### 3.8.3. Специјалне лендинг странице

За сектор Тржишта и део промоције Србије као туристике дестинације у иностранству, прављене су и посебно промовисане посебне странице са различитим садржајима, а према послу и потражњи сектора Тржишта.

Током марта и априла су направљене и преведене на више језика лендинг странице за промоцију нових летова Ер Србије, а које су у себи садржале промоцију тема Дунав, Сеоски туризам, Активни одмор и градова Београд и Нови Сад. Исте странице су коришћене и касније током летње кампање.

За зимску кампању је направљена посебна лендинг страница која промовише ски центре, прославу нове године и бањски туризам у Србији. Страница је преведена на више језика и промовисана кроз друштвене мреже.

### 3.8.4. Ажурирање

Сајт везан за Туристички форум је благовремено ажуриран свим неопходном подацима пред сам догађај који се десио у септембру у Врњачкој Бањи. Касније су додате и фотографије као успомена са самог догађаја.

### 3.8.5. Ажурирање и праћење

Организација за награду Туристички цвет за 2022. годину је захтевала више пажње усмерене ка сајту који промовише награду, јер се по први пут све одвијало он-лајн. Сајт је био ажуриран са свим подацима за почетак пријаве кандидата и као такав промовисан кроз све канале комуникација (веб портали, новине, друштвене мреже, саопштеља за



медије и друго). Након пријава кандидата, сва документација, писани текстови, и линкови ка фото и видео материјалима су сређени и постављени за гласање искључиво преко сајта [turistickicvet.rs](http://turistickicvet.rs). Након затварања гласања и након званичне свечане промоције добитника сајт је ажуриран са именима добитника.

### **3.8.6. Мултимедијални садржај ТОС – база фотографија за трећа лица**

Велика потражња мултимедијалних садржаја ТОСа, навела нас је, да поред базе фотографија коју могу користити сви запослени у ТОС-у, креирамо базу фотографија за трећа лица, а у циљу брзог и једноставног приступа, претраге и преузимања фотографија уз поштовање ауторских права. Корисници базе праве налог на сајту [medialibrary.serbia.travel](http://medialibrary.serbia.travel), бирају фотографије уз коришћење кључних речи и филтера. Ова веб апликација омогућава праћење коришћења садржаја и пружа нам увид шта је то што је најтраженије и нашим корисницима најатрактивније. Све фотографије су именоване (на енглеском) и повезане филтерима који омогућавају бржу и конкретнију претрагу.

## **3.9. КОМУНИКАЦИЈА СА МЕДИЈИМА**

### **3.9.1. Саопштења**

Током целе године за све значајне догађаје Маркетинг тим је слао обавештења новинарима кроз имејл листу Пресс. Том приликом их обавештавајући о свим актуелним дешавањима у домену Туристичке организације Србије.

### **3.9.2. Интервјуи и изјаве**

Током целе године у сарадњи са великим бројем ТВ станица у Србији договарана су и реализована гостовања у ТВ студијима телевизијских станица где се говорило о актуелним темама и увек презентоване туристичке дестинације, манифестације, културна добра, гастрономија и друго, а у домену српског туризма. На ТВ гостовања је одлазила директорка Туристичке организације Србије, ПР Туристичке организације Србије и друге колеге.

Поред гостовања, често су тражене и реализоване појединачне кратке изјаве за ТВ станице у Србији. Изјаве су у више наврата реализоване у просторијама ТОС-а, на студијским путовањима, на сајмовима, на туристичком форуму, приликом доделе награде Туристички цвет, на другим манифестацијама. Том приликом су често најављиване манифестације, даване су информације о броју туриста у Србији, успеху српских ресторана као и многе друге.



### **3.10. КОНФЕРЕНЦИЈЕ ЗА НОВИНАРЕ**

У седишту ТОС-а у Београду у великој сали током године, а са акцентом на летњи период, организован је велики број конференција за новинаре на различите теме. Тако је ТОС угостио промоцију фестивала „Тестивал“ у Београду, најаву фестивала „Дани лудаје“ у Кикинди, промоцију фото књига „Србијом“ и „Стари градови Србије“ аутора Драгана Боснића, туристичке тематске туре „Сецесија по мери радозналост шетача“ о сецесији у градовима Суботица, Нови Сад и Београд, а у реализацији Art Nouveau 2, као и многе друге.

Маркетинг служба је комуницирала са новинарима ради доласка на саму конференцију и касније промовисање садржаја презентованог на конференцији.

### **3.11. ГЛОБАЛНЕ МАРКЕТИНШКЕ И ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ**

#### **3.11.1. Кампања, Discovery канали: Travel Channel, Eurosport 1, Eurosport 2, Eurosport Digital, јануар-јун**

Са Discovery-јем је договорена летња и зимска кампања кроз емитовање спотова туризма Србије од 15 секунди (зимски и летњи), према следећем распореду:

Зимска кампања (јануар – фебруар): Travel Channel, Eurosport 1 и Eurosport 2 – укупно 120 емитовања, Eurosport Digital – милион импресија.

Летња кампања (март-јун): Travel Channel – 70 емитовања, Eurosport 1 и Eurosport 2 – по 50 емитовања, укупно 170 емитовања, Eurosport Digital – два милиона импресија.

Због смањења буџета ТОС за 2022. годину, договорено је са Discovery-јем да се кампања прекине, те да се остатак спроведе током 2023. године, најкасније до краја године.

Реализовано је укупно следеће:

Зимска кампања: Travel Channel – 45 емитовања, Eurosport 1 и Eurosport 2 – по 40 емитовања, укупно 125 емитовања, Eurosport Digital – 1.099.811 импресија, 2.532 клика.

Летња кампања: Travel Channel – 6 емитовања, Eurosport 1 и Eurosport 2 – по 7 емитовања, укупно 20 емитовања.

За зимску дигиталну кампању коришћен је такође зимски спот у трајању од 15 секунди.

#### **3.11.2. Кампања, BBC Global News, јануар-април**

Са BBC Global News је уговорена кампања која подразумева емитовање промотивних спотова ТОС-а, и то 54 емитовања у раздобљу од 15. марта до 30. априла, као и пратећа дигитална кампања у две фазе: зимска кампања од 01. јануара до 28. фебруара, и летња кампања од 01. марта до 30. априла.

Због смањења буџета ТОС за 2022. годину, договорено је са Discovery-јем да се кампања прекине, те да се остатак спроведе током 2023. године, најкасније до краја године.

Због смањења буџета ТОС за 2022. годину, договорено је са BBC Global News да се реализује у целини дигитални део кампање, а да се ТВ кампања спроведе почетком 2023. године, а најкасније до 31. марта 2022. године. Дигитални део кампање је уз коришћење различитих формата банера спроведена на сајту BBC.COM у сегментима Travel, Culture и Audience, с тим што је преко посебне странице о туризму Србије на сајту BBC-ја водила

ка сајту ТОС-а. За потребе ове кампање, BBC Global News је, уз асистенцију ТОС-а, израдио нове промотивне чланке на делу свог сајта – посебној страници посвећеној туризму Србије и то следеће чланке:

- Hub: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/experience-serbia/home>

- Setting the Scenery: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/experience-serbia/setting-the-scenery>

- A Tale of Second Cities: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/experience-serbia/a-tale-of-second-cities>

- A Walk of Serbia's Wild Side: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/experience-serbia/a-walk-on-serbias-wild-side>

- The Inexorable Rise of Serbian Cuisine: <https://www.bbc.com/storyworks/travel/experience-serbia/the-inexorable-rise-of-serbian-cuisine>

У оквиру кампање реализовано је укупно 3.310.000 импресија, уз просечни CTR од 0,21%.

### **3.11.3. Студијска посета: Епизода о Србији – Zero Waste Chef – НВО Europe, 13-19. април**

Телевизијска екипа серијала Zero Waste Chef, који се реализује у продукцији НВО Europe и продуцентске куће из Шпаније Beta Entertainment, боравила је у Србији у циљу снимања тематске епизоде о нашој земљи која ће бити емитована у оквиру друге сезоне серијала на јесен. Туристичка организација Србије им је обезбедила контакт са Специјалним резерватом природе Засавица, предложила локације за снимање у Београду и покрила два хотелска ноћења у Београду.

Епизода снимљена у Србији премијерно је емитована 22. октобра на НВО МАХ стриминг платформи.

### **3.11.4. Дигитална и видео кампања „Укуси Србије“ у сарадњи са блогером Budget Traveller**

У оквиру дигиталне и видео кампање Туристичке организације Србије (ТОС) под називом „Укуси Србије“ и са њом повезаном промоцијом на друштвеним мрежама, у периоду од 2. до 11. септембра 2021. године, Србију су посетили блогери Budget Traveller, Sabrina Wulf и Kashyap Bhattachary. Они су имали задатак да дочарају какви укуси прате туристичке дестинације Србије и преточе их у промотивни филм као и објаве на блогу и каналима друштвених мрежа.

Промотивни филм је завршен у пролеће 2022. године и постављен на YouTube канал ТОС-а, користи се у промотивним догађајима и за промоцију на друштвеним мрежама. Блог постови су објављени и могу се видети на <https://budgettraveller.org/best-food-from-serbia/> и <https://budgettraveller.org/food-in-serbia-you-have-to-try/>.

## **3.12. СРБИЈА У ТУРИСТИЧКИМ И ГАСТРОНОМСКИМ ВОДИЧИМА**

### **3.12.1. MICHELIN ГАСТРОНОМСКИ ВОДИЧ**

Промоција прве селекције, проглашене у децембру 2021. године, је подразумевала сарадњу ТОС-а и Michelin Гастрономског водича кроз промоцију на друштвеним мрежама и објављивање шест текстова на порталу Michelin Гастрономског водича на тему гастрономске и туристичке понуде Београда, током целе 2022. године:

- Iva New Balkan Cuisine – Fine Cuisine and Beautiful Architecture of Belgrade  
<https://guide.michelin.com/rs/en/article/dining-out/iva-new-balkan-cuisine---fine-cuisine-and-beautiful-architecture-in-belgrade>
- Salon 1905 – Elegance and Haute Cuisine in the Heart of Belgrade  
<https://guide.michelin.com/rs/en/article/dining-out/salon-1905-elegance-and-haute-cuisine-in-the-heart-of-belgrade>
- Culture, Art and Relax in Belgrade – Unmissable Sights for the Perfect Holiday  
<https://guide.michelin.com/rs/en/article/travel/culture-art-and-relax-in-belgrade-unmissable-sights-for-the-perfect-holiday>
- Natural Wines in Serbia – An Increasing Interest in Sustainability  
<https://guide.michelin.com/rs/en/article/wine/natural-wines-in-serbia---an-increasing-interest-in-sustainability>
- The Best Serbian Wines and Wine Pairing Recommendations  
<https://guide.michelin.com/en/article/wine/the-best-serbian-wines-and-wine-pairing-recommendations>
- The Culinary Treasures of Serbia – Traditional Ingredients and Unmissable Specialties  
<https://guide.michelin.com/rs/en/article/features/the-culinary-treasures-of-serbia-traditional-ingredients-and-unmissable-specialties>

Друга селекција – селекција за 2023. годину је објављена 12. децембра 2022. године. Поред свих ресторана који су раније понели ознаке (Iva New Balkan Cuisine са ознаком Bib Gourmand и препоручени ресторан Salon 1905, Gušti mora, JaM, Enso, Homa, Magellan, The Square, Legat 1903, Ebisu, Comunale Cafè e Cucina, Mezestoran Dvorište, Langouste и Бела Река), селектована су као препоручена нова три београдска ресторана: Metropolitan Grill у хотелу Hyatt Regency, Skylounge у хотелу Хилтон и Twenty Two у хотелу Metropol Palace.

### **3.12.2. GAULT & MILLAU ГАСТРОНОМСКИ ВОДИЧ**

Јединствени водич Gault & Millau за Србију чувени је гастрономски водич који на једном месту даје преглед најбољих ресторана, посластичарница, сеоских домаћинстава, винарија, пивара, једном речју свих пружалаца услуга хране и пића у Србији, уз оцену њиховог квалитета по јединственој методологији.

Водич Gault & Millau је присутан на четири континента, у 27 земаља, од Бразила до Јапана, од Аустралије до читаве Централне Европе: Пољска, Луксембург, Белгија, Француска, Холандија, Немачка, Аустрија, Грчка, Бугарска, Хрватска, Румунија, Словенија .

Водич Gault & Millau подржава следеће вредности и методологију: независност, кредибилност, стручност односно компетентност, извршеност и преданост локалном. Оцењују се ресторани различитих ценовних категорија, а пресудан је квалитет јела. У водичу се не оцењују само ресторани већ и друге врсте угоститељских објеката, нуди се преглед аутентичних пића, локалних гастрономских производа, сеоских домаћинстава, салаша и слично. Такође, водич промовише одрживу гастрономију: тзв. “zero waste” припремање хране, коришћење локалних намирница, очување кулинарских традиција и рецепата, енергетски ефикасну кухињу, заштиту природних ресурса, образовање младих, неограничене могућности за лични развој и правичну надокнаду за уложени рад.

Израда водича се спроводи у две фазе: прва фаза је обилазак угоститељских и сродних објеката у Србији од стране независних оценитеља, а друга фаза је писање самог водича, опремање фотографијама, приређивање за штампу, штампа и достављање водича наручиоцу, организовање гала промоције, промотивне и маркетиншке активности (објављивање целокупног водича на веб страници Gault & Millau који има 500.000 корисника, на мобилној апликацији коју користи 200.000 корисника, кобрендинг на налепницама које се додељују ресторанима, организовање промотивних догађаја, оглашавање у најчитанијим традиционалним и дигиталним медијима и на друштвеним мрежама).

Прва фаза израде водича је завршена у новембру 2021. године, када је 17. новембра у хотелу „Москва“ у Београду организована презентација/конференција за новинаре, на којој је представљен сам водич, рад на његовој изради у Србији и значај уласка Србије као гастрономске дестинације у овај престижни водич.

Водич је из штампе изашао 31. маја 2022. године, поводом чега је издавач водича, у сарадњи са ТОС, приредио свечаност у хотелу Crown Plaza у Београду за преко 300 званица из света медија и туризма. На свечаности су додељена признања најбољим ресторанима и појединцима. У водичу је ознаке високог квалитета (капе, од једне до три) добио 121 ресторан, 76 угоститељских објеката је добило препоруку под именом POPS. Такође је истанута 31 винарија у Србији, као и сеоска домаћинстава која пружају услуге хране и мини пиваре. Из штампе је изашло укупно 6.000 примерака водича, а активиран је и веб сајт са одабраним ресторанима <https://rs.gaultmillau.com>, на српском, енглеском и француском језику.

Водич Gault & Millau има 376 страна и двојезичан је (српско/енглески), тираж је 6.000 примерака, а дистрибуција се вршила кроз канале ТОС-а (информативни центри ТОС-а и локалних туристичких организација, на сајмовима и другим посебним догађајима и презентацијама). Обухвата понуду укупно 197 ресторана широм Србије у 31 винарију.

Маркетинг служба је позвала новинаре на догађај и слала саопштења за медије. Дошао је велики број новинара који су правили прилоге и узимали изјаве. Акцент ове промоције је био гастрономија у Србији.

#### **4. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ, МАНИФЕСТАЦИЈЕ И ДОГАЂАЈИ НА ДОМАЋЕМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ**

##### **4.1. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА У БЕОГРАДУ**

43. Међународни сајам туризма 2022. године под слоганом „Између планина и мора“ одржан је од 24-27. марта 2022. године у Београду, као први велики туристички догађај у региону у условима светске здравствене кризе изазване вирусом КОВИД-19.

Сајму туризма присуствовало је око 400 учесника из 18 земаља: Грчка, Турска, Бугарска, Румунија, Мађарска, Словачка, Северна Македонија, Црна Гора, Босна и Херцеговина, Тунис, Египат, а појединачно су наступили излагачи из Албаније, Хрватске и Словеније.

По први пут посетиоцима су ексклузивно представљене четири нове туристичке дестинације: Малезија, Малдиви, Демократска република Сао Томе и Принципе и Ангола.

Поред учесника и гостију из иностранства било је и 40 домаћих туроператора.

Сајам је отворила је министарка трговине, туризма и телекомуникација у Влади Републике Србије Татјана Матић

Велико интересовање на штанду ТОС-а изазвала је активација Фотографија за понети „СРБИЈА Доживи!“ где су посетиоци имали прилику да изаберу омиљену дестинацију, сликају се и понесу кући фотографију. Вишедимензионални тунел „СРБИЈА Доживи!“ је посетиоцима омогућио да закораче у најлепше пределе Србије, а квиз знања да провере колико познају своју земљу..

У оквиру штанда ТОС-а представили су се различите институције.

Археолошки парк Виминацијум је представио интерактивну туру кроз археолошко налазиште и „Мамут парк“, а тактилну изложбу „Додирни прошлост“ намењену слепим и слабовидим особама припремили су Народни музеј Пожаревац и Народни музеј Лесковац.

Завод за заштиту природе, уз подршку Туристичке организације Србије, за посетиоце сајма туризма у Београду организовао је едукативне радионице и квиз знања на тему „Учимо о природи-осети природу“.

Спој традиционалне средњовековне Србије и модерне Србије посетиоцима сајма су приближили најпознатији соколари из Браничевског округа, уз фотографију али и кроз причу вештине узгајања соколова.

Марија Лабовић, в.д. ТОСа је на штанду Националне туристичке организације Црне Горе потписала Протокол о сарадњи две националне туристичке организације са директорком те организације г-ђом Аном Трипковић Марковић. Том приликом су истакле промоције туризма у обе земље, као и могућност заједничког наступа на далеким тржиштима.

Туристичка организација Србије је као домаћин на галерији свог штанда одржала састанак са туристичким организацијама регија, градова и општина у Србији поводом заједничке промотивне активности на домаћем тржишту и тржиштима региона.

Остварени су бројни контакти са представницима туристичких организација градова и општина, као и туристичке привреде Србије.

Маркетинг сектор ТОС-а је том приликом обавестио и позвао велики број новинара из свих медија како би пренели значајне податке везане за претходну и будућу туристичку сезону у Србији. Том приликом је први пут званично промовисан нови бренд „СРБИЈА Доживи!“, а што су пренели сви медији. Дат је велики број изјава на тему Србије као туристичке дестинације.

Током сајма је направљен промотивни видео и велики број фотографија које су се у наредном период користиле за саопштења за новинаре.

#### **4.2. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА У НОВОМ САДУ**

Међународни сајам туризма је одржан у Новом Саду у периоду од 17. до 19. новембра 2022.године. Земља партнер овогорждишњег сајма туризма је била Црна Гора. ТОС је на штанду величине 24 квадратна метра представио туристичку понуду Србије у сарадњи са локалним туристичким организацијама Лознице, Сокобања, Луковском и Пролом бањом. Представници ТОС-а су, на сајму одржали бројне састанке са представницима туристичке привреде из целе Србије и дали бројне изјаве за медије о туристичкој понуди Србије и плановима ТОС-а у наредном периоду.

#### **4.3. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА И СЕОСКОГ ТУРИЗМА У КРАГУЈЕВЦУ**

У хали Шумадија сајма, на овогодишњем 13. Међународном сајму туризма и сеоског туризма, учешће је узело око 50 излагача из Србије и региона, 30 излагача на Базару домаћих производа (Сајам зимнице), агенције са обједињеном понудом за зиму 2022/2023, хотелијери, туристички центри, бањска лечилишта, сеоска домаћинства, винарије и дестилерије, уз посету преко 3000 посетилаца. Сајам је свечано отворила Наташа Јовановић, народна посланица. Такође, на отварању су се још обратили и Марија Лабовић, в.д директор ТОС-а, која је овом приликом подсетила присутне на значај сеоског туризма, као и посебну важност коју овом туристичком производу придаје ТОС.

На штанду Туристичке организације Србије, представљена је туристичка понуда Србије.

Током тродневног трајања сајма, посетиоци сајма су били у прилици да се на једном месту упознају са готово целокупном туристичком понудом Србије, аранжманима за новогодишње и божићне празнике, као и предлозима за зимски одмор.

#### **4.4 ПРВИ МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ВИНА: Wine vision by Open balkan**

Од 1. до 4. септембра 2022. године, у Београду је одржан први међународни сајам вина „Винска визија Отвореног Балкана“, у оквиру иницијативе „Отворени Балкан“ под покровитељством влада Србије, Северне Македоније и Албаније. Сајам је био место окупљања најбољих произвођаче вина у региону, Симболично је почео отварањем црног вина "Отворени Балкан" које је направљено од три локалне сорте из три земље чланице ове регионалне иницијативе - од српског "пробуса", северно-македонског "вранца" и албанског "шазил".

Туристичка организација Србије била је носилац промоције туризма на овом Сајму земаља учесница и координатор свих активности током припреме сајма.

Туристичка организација Србије, са Националном туристичком агенцијом Албаније и Националном агенцијом за промоцију и подршку туризма Северне Македоније, представила се на заједничком штанду од 300м<sup>2</sup>. Специјално за ову прилику креиран је заједнички сувенир, тзв магична коцка са странама које окретањем дају различите мотиве-туристичку понуду културне баштине под заштитом УНЕСК-а у све три земље. На штанду посетиоци су коришћењем VR наочара могли виртуелно да обиђу дестинације у овим земљама или да учествују у квизу знања. За најуспешније биле су додељене награде такође, на располагању је био у тзв “photo booth” где су посетиоци сајма могли да се фотографишу и са собом понесу успомену у виду фотографије са позадинама значајних туристичких атракција из све три земље.

Све време трајања сајма на штанду је вршена промоција старих заната .

Свечаној церемонији отварања Сајма су присуствовали председник Србије Александар Вучић и премијери Албаније и Северне Македоније, Еди Рама и Димитар Ковачевски.

Заједнички штанд националних туристичких организација Србије, С.Македоније и Албаније обишао је председник Републике Србије Александар Вучић, јпредседница Владе Републике Србије Ана Брнабић, министарка трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије Татјана Матић, министарка животне средине и туризма Републике Албаније Мирела Кумбаро Фурци, потпредседница Владе и министарка за културу и информисање Републике Србије Маја Гојковић и многи други званичници и гости.

Током трајања сајма вина организован је и заједнички састанак на ком је директорка Туристичке организације Србије Марија Лабовић угостила директора националне агенције Северне Македоније Љупчета Јаневског и представницу Албаније директорку политике и културног развоја Хериде Дуро. Разговарало се о заједничкој промоцији значајне туристичке гране, све траженијег винског туризма и винских дестинација на Балкану.

Маркетинг служба је позвала медије и слала саопштеља. Током трајања сајма вина био је присутан велики број новинара. Основна комуникација је била на промоцији вина и винских рута кроз Србију, али уједно и сарадња са суседним земљама ка заједничком наступу пред туристима са далеких дестинација.







#### **4.5. ТУРИСТИЧКИ ФОРУМ**

Туристички форум 2022. године одржан је 26-28. септембра у хотелу Тонанти у Врњачкој бањи. Била је то прилика да се колеге окупе, размене искуства и изазове и кроз квалитетну дискусију и предавања обележе Светски дан туризма.

Туристички форум свечано су отворили; Татјана Матић, министарка трговине, туризма и телекомуникација, Бобан Ђуровић, председник Општине Врњачка Бања, Марија Лабовић, директорка ТОС-а и путем видео поруке присутнима се обратио Luis Araujo, председник Европске туристичке комисије, председник НТО Португала.

Током трајања форума одржан је велики број радионица и предавања.

Предавање на тему „Трендови након пандемије SARS-CoV-2 вируса у индустрији туризма и одговор туристичких дестинација на настале промене одржао је директор археолошког локалитета Петра Јордан, Мајед Ал Хасанат. Радионицу на тему „Управљање процесом припреме пројеката на локалном, регионалном и националном нивоу, примери и пројектне идеје“, одржала је Јелена Видојевич, пројектна директорка БСЦ Крањ Словенија

Рената Пинцо, директорка комуникација Савета страних инвеститора у Србији, ФИЦ, одржала је предавање на тему „Значај интегралног планирања развоја туризма на нивоу дестинација“

Радном делу Форума претходила је посета учесника излетишту Попина, манастиру Љубостиња, манастиру Света Петка, а учесници су обишли и туристички центар Врњачке Бање.

12-ом Туристичком форуму присуствовали су представници више од 50 туристичких организација широм Србије. Посебно је значајно њихово активно учествовање предавањима и радионицама.

Маркетинг тим је том приликом организовао новинаре из различитих медија ради праћења догађаја и у сарадњи са ТО Врњачка Бања урађена је промоција Врњачке Бање. Новинари су правили прилоге о туристичкој понуди Врњачке Бање и околине.

#### **4.6. ТУРИСТИЧКИ ЦВЕТ**

Најзначајнија награда у области туризма, „Туристички цвет“ 2022. године је додељена 37. пут.

Додели награда претходио је конкурс који је трајао од 05. до 26. октобра. На конкурс су стигле пријаве 95 кандидата у 7 категорија. О добитницима признања одлучивао је жири у саставу: проф. др Горан Петковић, професор Економског факултета - председник жирија и чланови жирија: Бојана Банковић, председник Управног одбора Удружења туристичких водича Србије, Тијана Маљковић, секретар Удружења за туризам Привредне коморе Србије, Ратка Вушуровић, председник Управног одбора Туристичке организације Србије и Александар Шуша, туристички сарадник за планско-аналитичке послове Туристичке организације Србије.

Претходне године уведено гласање посетиоца на порталу [www.turistickicvet.rs](http://www.turistickicvet.rs), задржано је и ове године. Укупан број гласова интернет публике је био 50.109.

У 2022. години награду „Туристички цвет“ освојили су:

- 1. У категорији Туристичка организација:*
  - Туристичка организација града Лознице
- 2. У категорији Туристичка манифестација*
  - Београдски маратон, Београд
- 3. У категорији Туристичка агенција*

-Таратурс, Бајина Башта

4. У категорији Угоститељски објекат за смештај – Хотел

-Хотел Фрушке терме, Врдник

5. У категорији Угоститељски објекат за смештај - Остали угоститељски објекти за смештај

- Lala Vinayard Glamping Resort, Сремски Карловци

5. У категорији Правни субјект за допринос унапређивању туристичке понуде и промоције туризма

- Музејско-туристички комплекс Шарганска осмица, Мокра Гора

6. У категорији Инфлуенсер/блогер

- Борис Радошевић – Лутајући путник

7. У категорији Електронски или штампани медиј, за представљање Србије као туристичке дестинације

- ТВ емисија „Шареница“, РТС

Догађања поводом доделе награде Туристички цвет прати и интернет страница [www.turistickicvet.rs](http://www.turistickicvet.rs).

Маркетинг тим је позивао медије, и кроз ПР текстове и саопштења позивао на пријаву кандидатуре, касније на он-лајн гласање публике и коначно на сам догађај. Догађај је испратио велики број новинара и редакција.

## **4.6. ПОСЕБНЕ ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ И ДОГАЂАЈИ, КОЈИМА СУ ПРИСУСТВОВАЛИ ПРЕДСТАВНИЦИ ТОС-А**

### **4.6.1. Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу**

Рад Регионалног савета за сарадњу је у току 2022. године био усмерен на прикупљање података о различитим трендовима у туризму у земљама Западног Балкана. Од чланова Експертске групе за туризам тражени су подаци који се односе на пораст тражње за хотелским смештајем, RB&B, спа, велнес, бањским и другим облицима здравственог туризма, подаци о „дигиталним номадима“. Циљ рада Експертске групе је координација и напредовање у заједничком регионалном развоју одрживог туризма.

### **4.6.2. Учешће у догађају „ДАНИ ТУРИЗМА“ у Нишу**

Учешће у „Данима туризма“ у Нишу од 9. до 11. септембра на традиционалној манифестацији „Дани туризма“, која је одржана у Тржном центру „Делта“, на посебном штанду, Туристичка организација Србије, представила је понуду Србије. Такође, ТОС је учествовао на конференцији о туризму, коју је организатор припремио за учеснике са темама „ Дуално образовање – решење ка новим квалитетнијим кадровима у туризму“ и „Трендови у руралном туризму“.

Дани туризма били су прилика и за планирање заједничких промотивних активности са представницима појединих туристичких организација.

#### **4.6.3. Фестивал „8. београдски манифест“**

Туристичка организација Србије је представила целокупну туристичку понуду Србије на 8. издању фестивала „Београдски манифест“ који се одржао 27.05.-29.05.2022. на потезу шеталишта Сава променада.

На штанду Туристичке организације Србије посетиоци су имали прилике да се упознају са понудом гастро, авантуристичког туризма, као и са понудом културно историјског наслеђа. Посебно је био припремљен „photo booth“ са пејзажима Србије, где су посетиоци могли да понесу сувенир.

На манифестацији се окупило преко 60 општина из Србије и региона, који су своју понуду представили у 10 фестивалских зона .

#### **4.6.4. Прва национална конференцији о бициклизму, 28.09.-29.09.2022 Нови Сад**

Током одржавања Прве националне конференције о бициклизму, представник Туристичке организације Србије је , на позив организатора, одржао предавање са темом „Туризам на 2 точка у Србији“, које је представљало својеврстан увод у предавања која су одржана другог дана конференције 29.09.. Том приликом су присутни упознати са свим резултатима, предностима и изазовима са којима се среће развој и промоција овог вида туризма у Србији.

#### **4.6.5. „Фестивал јагодичастог воћа Berry fest“**

Туристичка организација Србије је узела учешће и промовисала туристичку понуду Србије на 1. „Фестивалу јагодичастог воћа Berry fest“ , који је одржан 2. јула на Савком шеталишту, код тржног центра „Галерија“. На фестивалу су се поред ТОС-а, представили и ТО Београда и бројни мали произвођачи јагодичастог воћа и производа од јагодичастог воћа.

### **4.7. СТУДИЈСКА ПУТОВАЊА**

У оквиру летње промотивне туристичке кампање организована су студијска путовања за медије, и то:

#### **4.7.1. Пирот – Књажевац – Стара планина (1. – 2. јун)**

Током овог студијског путовања, чија је тема била гастрономија, представници медија имали су прилику да посете млекару „Пироћанци“, као и чувену пиротску Млекарску школу. Представљен им је цео процес производње чувеног Пиротског качкаваља и младог качкаваља (Ћубек), као и дегустација ових специјалитета. Угоститељски објекат „Мамма Rossa“ , позната и више пута награђивана пицерија из Пирота, уприличила нам је дегустацију својих пиротско – италијанских пица. „Витина Ижа“ , локал са прелепим панорамским погледом на Пирот, организовао је дегустацију Пиротске пеглане кобасице уз традиционалу демонстрацију справљања исте. На Старој планини, у објекту „Врело“ који носи име по истоименом излетишту, организована је дегустација старопланинске јагњетине.

Другог дана посете, манастир Суково, који се налази на 18 километара од Пирота, угостио нас је и презентовао нам своје аутентичне сиреве са додацима као што су: мирођија, сусам,

бели лук, босиљак и нана. Такође, група жена из села Темска, представила нам је своје пите и остале гастрономске чаролије овог краја које смо имали прилике да пробамо. На путу ка Кални и Књажевцу, обишли смо водопад Бигар и цркву Свете Тројице. Сеоско туристичко домаћинство Вила „Бабин зуб“ припремила је за нас дегустацију традиционалних јела као што су белмуж, дзипа, сармице у виновом листу и слатко од парадајза. На крају путовања, винарија „Јовић“ из Књажевца, позната по свом јединственом вину Вишњица, организовала нам је обилазак своје винарије уз дегустацију својих вина.

Медији учесници студијског путовања су: ТВ Прва, Продукција Инфобиро, ТВ Balkan Trip, РТС Шареница, Објектив.

#### **4.7.2. Вршац – Фрушка гора (6. – 7. јун)**

Тема овог студијског путовања, која је такође организована за представнике медије, била је „Путвеи вина и тура-култура.“ Првог дана посете, на тему културе, у Вршцу смо обишли Градски музеј Вршац у згради „Конкордија“ и Вршачку кулу. Такође, у Вршцу су организовани обиласци и дегустације у винаријама „Драшковић“ и „Selecta“ која се налази у селу Гудурица, у непосредној близини Вршца. Други дан студијског путовања је био посвећен Фрушкој гори, заправо једном њеном делу. Од културно-историјских споменика посетили смо Врдничку кулу и манастир Малу Ремету. Врдничка кула је пре неколико година реконструисана тако да је безбедна за туристичку посету. Иако је овај крај познат по виноградима и својим фантастичним винима, овог пута, за обилазак и дегустацију смо се одлучили за винарије „Деурић“ и „Комуна.“

Медији учесници студијског путовања су: ТВ Прва, Продукција Инфобиро, ТВ Balkan Trip, РТС Шареница.

#### **4.7.3. Златибор 21.06.-22.06.2022**

У оквиру кампање „Србија! Доживи“ Туристичка организација Србије је за представнике медија организовала промотивно путовање и упознавање са туристичком понудом везаном за активан одмор Златибора.

Првог дана путовања, за представнике медија, организована је посета ново отвореном хотелу „Zlatibor resort & spa“ где су имали прилике да се упознају са комплетном понудом и садржајима хотела. Након посете хотелу, Туристичка организација Златибор као домаћин, је у сарадњи са предузећем „Голд гондола“ организовала возњу гондолом и са циљем да се посетиоци упознају са радом гондоле и виде прелепе пејзаже на траси гондоле до Торника.

Представници медија су имали прилике и да се опробају у управљању квадова и искусе препреке у „Авантура парку“ недалеко од центра Златибора.

Други дан туре био је резервисан за обилазак Музеја на отвореном „Етно село Сирогојно, где су поред упознавања са музејском поставком, представници медија имали прилике и да учествују у радионици развлачења кора и прављења традиционалне пите са сиром. Након музеја обишли су Стопића пећини и Водопад Гостиље, где су домаћини организовали и час јахања коња. Храброст су могли да тестирају возњом на зип лајну Љубиш, најдужем у Србији. Дегустација локалних специјалитета је организована у ресторану „Пећинар“.

#### **4.7.4. Студијско путовање Копаоник- Нови Пазар 20.12.-22.12.2022**

Током децембра месеца за зимско студијско путовање одабране су дестинације Копаоник и Нови Пазар.

Први дан путовања је обухватао позив на скијање и снежне авантуре, када су представници медија и инфлуенсери имали прилике да се опробају у активностима на снегу и додатним садржајима на скијалишту Копаоник, које су за потребе студијског путовања обезбедили ТОС и Скијалишта Србије.

Други дан је био резервисан за културно историјско наслеђе и упознавање са локалним обичајима, гастрономијом, манастирима, црквама и цамијама у Новом Пазару.

Новинари ТВ Прва, ТВ Балкан Трип и ТВ Инфобиро су правили прилоге, док су инфлуенсери „Два ранца, бег из канца“ правили материјале за друштвене мреже.

#### **4.8. ОСТАЛО**

##### **4.8.1. Едукација запослених у туризму**

Током 2022. године реализован је пројекат „Едукација запослених у туризму“ у сарадњи са „Центром за истраживања и студије туризма“.

У периоду од јуна до новембра спроведено је укупно 25 радионица на 15 тема, на 9 дестинација. Радионице су се спроводиле кроз три кластера која смо конципирали тако да анимирамо највећи могући број представника из јавног, приватног, цивилног и академског сектора.

Кластери су:

1. Војводина
2. Централна, Западна и Југозападна Србија
3. Источна и Југоисточна Србија

##### **4.8.2. Програм “Едукација и обука људских ресурса у туризму Републике Србије”**

Овај програм је реализован на дестинацијама широм Србије, а кроз серију обука и едукација које су биле намењене запосленима у туристичкој индустрији, посебно локалним туристичким организацијама, и то у следећим градовима и на следеће теме:

###### **Нови Сад – 05.07.2022.**

„Управљање туристичком дестинацијом: Примери најбољих пракси у региону и њихова примена на дестинације у Републици Србији”

“Storytelling” као алат у функцији промо - ције дестинације”

„Максимизација употребе дигиталног маркетинга и улога В2В догађаја у промоцији и продаји дестинације”

###### **Аранђеловац – 06.07.2022.**

„Управљање туристичком дестинацијом: Примери најбољих пракси у региону и њихова примена на дестинације у Републици Србији”

“Storytelling” као алат у функцији промо - ције дестинације”

„Максимизација употребе дигиталног маркетинга и улога B2B догађаја у промоцији и продаји дестинације”

#### **Зајечар – 07.07.2022.**

„Управљање туристичком дестинацијом: Примери најбољих пракси у региону и њихова примена на дестинације у Републици Србији”

“Storytelling” као алат у функцији промо - ције дестинације”

„Максимизација употребе дигиталног маркетинга и улога B2B догађаја у промоцији и продаји дестинације”

#### **Палић – 07.09.2022. 08.09.2022.**

„Управљање јавним набавкама: Организација послова, планирање, спровођење поступака, праћење реализације уговора“.

„Ефикасно припремање планова промоције на локалном нивоу и усклађивање са процедурама Туристичке организације Србије”

„Брендирање туристичког производа на локалном нивоу и сарадња са локалним туристичким организацијама: Пример добре праксе”.

„Развој, имплементација и управљање процесом грађења брэнда”

„Доступни фондови за финансирање пројеката у туризму, билатерални и мултилатерални донатори у Републици Србији и региону”

#### **Туристички форум, Врњачка Бања – 27.09.2022.**

„Трендови након пандемије SARS-CoV-2 вируса у индустрији туризма и одговор туристичких дестинација на настале промене.”

„Законска регулатива и примена на локалне туристичке организације: Управљање сопственим приходима, управљање атракцијама и локалитетима на дестинацијама, догађаји у области културе који се односе на туризам”

„Управљање процесом припреме пројеката на локалном, регионалном и националном нивоу, примери и пројектне идеје“

#### **Фрушка гора – 25.10.2022.**

„Развој туристичких производа са посебним акцентом на креативне индустрије”

„Управљање кровним брэндом туристичке дестинације и његова примена на дестинације локалног карактера ”

#### **Ваљево – 26.10.2022.**

„Развој туристичких производа са посебним акцентом на креативне индустрије”

„Управљање кровним брэндом туристичке дестинације и његова примена на дестинације локалног карактера ”

#### **Виминацијум – 27.10.2022.**

„Развој туристичких производа са посебним акцентом на креативне индустрије”

„Управљање кровним брендом туристичке дестинације и његова примена на дестинације локалног карактера ”

**Београд – 22.11.2022.**

„Значај развоја бренда на националном и локалном нивоу ” „Креирање дигиталног садржаја за локалне туристичке организације и максимизација наступа на вебу и друштвеним мрежама”.

Програм је имао интерактивни приступ и радионице које су конципиране да приближе интерактивни начин комуникације. Теме радионица су биле у складу са Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године кроз који се дефинише и континуирана едукација и обука запослених у туристичкој индустрији на територији Републике Србије.

Сврха Програма била је:

- Стварање услова за трансфер знања и вештина који директно утичу на подизање конкурентности туристичке дестинације;
- Унапређење механизма за промоцију, маркетинг и брендирање дестинација, производа и услуга
- Подршка унапређењу стандарда понуде туристичких дестинација на територији Републике Србије;
- Повећање видљивости издаваоца услуга смештаја, понуде производа и услуга.

Укупан број учесника који се прикључио радионицама: 595.

Укупан број локалних туристичких организација које су се одазвале позиву: 95.

Укупан број регионалних туристичких организација које су се одазвале позиву: 4

#### **4.9. САРАДЊА СА ЛОКАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ДРУГИМ СУБЈЕКТИМА У ТУРИЗМУ:**

- Континуирана сарадња са „Метаклиником“ на усвајању и примени новог бренда у свим фазама промоције. Сарадња подразумева имплементацију новог логотипа, сарадњу на редизајнирању постојећих промо материјала, брошура и видео материјала. Дизајнери из поменуте агенције упознати су са планираним промотивним активностима, досадашњим искуствима и очекивањима ТОС-а приликом наступа на сајмовима;
- Континуирана сарадња са ЛТО поводом прикупљања података о посећености одређених дестинација, новитета у понуди, обезбеђивања информација о туристичким производима за објаве у рубрици вести на сајту ТОС-а, за објаве на друштвеним мрежама и њузлетеру, припреме студијских путовања Сектора за промоцију на иностраним тржиштима; координација са ЛТО поводом организације студијских путовања у оквиру промотивне летње туристичке кампање;
- Сарадња са Министарством иностраних послова и мрежом ДКП која обухвата: Дистрибуцију промотивног материјала (брошуре, филмови и сл:) за потребе дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству,



Обезбеђивање потребних статистичких информација и других података о туристичкој понуди Србије;

- Учесће ТОС-а у пројекту Министарства грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, Сектора за просторно планирање и урбанизам на предмету Издавања услова за израду измена и допуна Просторног плана подручја посебне намене археолошког налазишта Винча Бело брдо;
- Сарадња са Министарством културе и информисања поводом промоције културно-историјског наслеђа Србије и културних рута Савета Европе, као и поводом добијања сагласности за коришћење фотографија споменика од изузетне важности у промоцији туризма РС;
- Учесће у раду Скупштине Тврђаве Голубачки град;
- Сарадња са ЈКП „Погребне услуге“ на промоцији Руте европских гробаља, једног од путева културе Савета Европе;
- Сарадња са Министарством за европске интеграције у одабиру кандидата за вебинар ЈСА-е (Јапанске агенције за међународну сарадњу у склопу техничке помоћи владе Јапана) у августу 2022. године;
- Координација са „Фондацијом Нови Сад-престоница културе“, поводом промоције Новог Сада престонице културе: припрема и објављивање информација, објављивање информација преко промотивних канала ТОС-а, укључивање програма Престонице културе у студијска путовања ТОС-а;
- 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 2022. остварен је у сталном месечном праћењу остварених резултата девизног прилива;
- Сарадња са Дечијим културним центром Београда у оквиру обележавања Дана српског јединства, слободе и националне заставе 15. септембра 2022. у организацији Дечјег културног центра Београд и Удружења кореографа народних игара Србије. ТОС је обезбедио награде за победнике на конкурс за децу „Домовина се брани лепотом и знањем“;
- Учесће у раду Организационог одбора манифестације Дани европске баштине 2022. године;
- Сарадња са Агенцијом за управљање лукама у циљу информисања о новинама на лукама дуж Дунава, важним за туризам;
- Прикупљање информација о тренутној попуњености ценама смештајних капацитета најзначајнијих дестинација у Србији, као и новогодишњих програма и новитета у туристичкој понуди дестинације (Сокобања, Врњачка Бања, Пролом бања, Луковска бања, Копоник, Златибор, Стара планина, Дивчибаре, Врдник, Нови Сад, Ниш, Крагујевац);
- Координација са ресорним министарством, поводом методологије прикупљања података од стране туристичких организација за портал „Посети Србију“ у оквиру пројекта „Дигитализације Србије“;
- Координација са локалним туристичким организацијама, поводом организације студијских путовања у оквиру промотивних активности ( Вршац-Фрушка Гора, Златибор, Копоник-Нови Пазар... );

- Служба за производе током летње промотивне туристичке кампање предложила је велики број итинерера и описа дестинација за медије и студијска путовања;
- Учешће у раду ФЕЕ Савета „Амбасадори животне средине“ који се тичу активности у додели „Плаве заставе“, „Зеленог кључа“ и еко-школа у Србији;
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије, поводом планираних учешћа на међународним такмичењима;
- Комуникација и координација са ЛТО поводом слања захтева за добијање сагласности на Програме рада за 2022;
- Припрема и писање текстова за објаве у месечном е-магазину Европске туристичке комисије према задатим темама којима се промовишу дестинације у Србији: „From Serbia to Europe - Novi Sad, the European Capital of Culture 2022“, „Jewish heritage in Serbia - The contribution of Jews to the Serbian society“, „Spring in Serbia - View of Vršac and its vineyards from Kula“, „Easter in Serbia - Easter in the past and in the present“, „An experience to remember! - Peace and harmony in the Royal Compound in Serbia“, „Be Creative in Europe“, Europe for Young Travelers“, „Guide to Europe’s extraordinary coffee culture“, „Europe’s most magical Christmas destinations“, „Must do in Europe in 2023“;
- Асистенција Информативном центру, у вези питања везаних за авантуристички туризам;
- Удружењу „Кана-Креативни актив нових авантура“ из Београда, је дато писмо подршке, поводом одржавања манифестације „HIGHLANDER Stara planina“, која је одржана од 11. до 15. јуна 2022. Подршка догађају се огледала и кроз објављивање вести кроз портале ТОС-а;
- Учешће у раду одбора ПКС за туризам (посебно групација за манифестациони туризам, сеоски туризам, бањских и климатских места Србије и научички туризам);
- Учешће у раду Скупштине „Голубачка тврђава“ д.о.о.;
- Учешће у раду, као представници ТОС-а, у управним одборима ТО Регије Западна Србија и Удружења водича;
- Сарадња са музејима и галеријама о актуелним изложбама, припрема и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а;
- Промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а;
- Сарадња са Министарством културе и информисања Републике Србије, Комисијом Републике Србије за сарадњу са УНЕСКО-м, Националним комитетом за нематеријално културно наслеђе, Градским секретаријатом за туризам и привреду поводом промоције културно-историјског наслеђа;
- Сарадња са Народним музејом Лесковац и Народним музејем Пожаревац поводом представљања садржаја из домена културно-историјског наслеђа у оквиру штанда Туристичке организације Србије на 43. Београдском сајму туризма: реализација тактилне изложбе „Додирни уметност – Србија Доживи!“ у циљу промоције садржаја намењених слепим и слабовидим особама, а који чине део туристичке понуде; организација представљања Археолошког парка Виминацијум у оквиру штанда Туристичке организације Србије на 43. Београдском сајму туризма; организација израде илустрација туристичких дестинација и мотива у Србији за посетиоце штанда ТОС-а у сарадњи са „Школом за дизајн Београд“;

- Прикупљање информација од ЛТО и туристичке привреде, за припрему и ажурирање брошура и еброшура;
- Сарадња Министарства туризма и омладине-ЕТуриста, ЛТО, ТОС-а и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Настављен је пројекат праћења туристичког промета у сеоским домаћинствима Србије;
- Припрема информација и одговора на питања, која се односе на промоцију и развој туристичке понуде, као и туристички промет за новинске редакције и портале, Кабинет потпредседника Владе Србије и Министра туризма и омладине и др.;
- На захтев других државних органа и других заинтересованих организација, ТОС је обезбедио промотивне материјале за међународне скупове и делегације;
- Сарадња са Републичким и покрајинским заводима за заштиту споменика културе, манастирима и другим институцијама културе у промоцији културно-историјског наслеђа Србије;
- Учешће у изради плана објава на друштвеним мрежама ТОС-а, са конкретним информацијама и фотографијама;
- Сарадња са Канцеларијом за Косово и Метохију на организацији изложбе о културном наслеђу Србије у Азербејџану, коју је организовала Амбасада Републике Србије у Азербејџану. Туристичка организација Србије је том приликом обезбедила фотографије манастира са простора Косова и Метохије;
- Сарадња УГ „Круна“ које се бави неговањем и промоцијом уличне уметности, и посебно поводом промоције нових модела мурала за слепе и слабовиде;
- Сарадња са Агенцијом за безбедност саобраћаја на тему одређивања локација за одмор на путним правцима у Србији – месец јун;
- Сарадња са Скијашким савезом Србије, на организацији Европа купа на Копаонику. Сарадња се огледала у финансијској, подршци кроз уступање видео и фото материјала, као и уступање штампаног материјала и сувенира за такмичаре и госте такмичења;
- Сарадња са Београдским маратоном, на организацији састанка борда директора АИМСА ( Светског удружења уличних трка) 12.05.-14.05.2022 у Београду. Туристичка организација Србије је за ту прилику организовала вечеру за представнике борда директора;
- Одржан састанак и дато писмо подршке организатору манифестације „Фестивал здравог духа“, који је одржан у Овчарско кабларској клисури о 25. јуна до 10. јула 2022 године;
- Презентација туристичке понуде Србије на догађају „Тур де Фрушка“ 20.05.-22.05.2022. „Тур де Фрушка“ представља спортску манифестацију, чији је циљ да се понуда активног одмора Фрушке Горе промовише кроз организацију такмичења намењених како професионалцима тако и рекреативцима. Акцент је стављен на бициклизам и пешачење, а битан сегмент представља и активација локалне заједнице;
- Сарадња са продукцијском кућом „АлтерНиБ“ на организацији конференције за медије поводом одржавања 14. фестивала еколошког и туристичког филма „Сила фест“, који је одржан од 28.08. до 02.09.2022 на Сребрном језеру. Конференција за новинаре је одржана у Конференцијској сали ТОС-а 25.08.2022;

- Контакт са Републичким заводом за заштиту природе, поводом активности везаних за важне датуме, којима се обележавају међународни дани заштите природе;
- Сарадња са Министарством туризма и омладине, у вези њиховог плана да се дигитализују пешачке стазе по Србији;
- Сарадња са Триатлон клубом „11ТРИ“ поводом одржавања Отвореног првенства Србије у триатлону на Сребрном језеру. ТОС је објавио вест о одржавању на свом сајту и обавестио је медије, путем своје прес листе;
- Координација са ЛТО, организација и реализација студијског путовања за медије на Златибор и Копаоник и Нови Пазар;
- Сарадња са локалним туристичким организацијама, у вези са припремом објава за магацине и месечни њузлетер. Од ЛТО смо добијали потребне податке и фотографије;
- Прикупљању текстова и фотографија о Копаонику за специјално издање магацина „Вино и фино“, под називом „Outstanding Serbia“, који је дистрибуиран на летовима „Ер Србије“.
- Учешће на конференцији за медије поводом обнове традиције Петроварадинског карневала 03.03.2022, у организацији Color Media Communications-а. Конференција је била одржана у Кући Бана Јелачића у Петроварадину;
- Учешће на радионици пројекта Living Danube Limes под називом: Visibility workshop Living Danube Limes – 22. јун.

## 5. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ

### 5.1. ПРОЈЕКАТ MOWIDA

ТОС је крајем 2022. године аплицирао за овај пројект, а резултати апликације и информација о томе да ли је пројект усвојен очекују се у априлу месецу. Пројекат треба да траје 36 месеци. Пројект се односи на прилагођавање туристичке понуде у планинским дестинацијама особама се неком врстом инвалидитета.

Остали учесници у пројекту су: Туристичка организација Црне Горе, Зграда за иновацијски и технолошки развитак (БиХ), REMOOVE srl Италија, Tuotekenhitys Oy Tamlink Финска, NLW Tourismus Marketing Аустрија и Libera Universita di Bolzano Италија.

## 6. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНОМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

### Промотивне активности на иностраном туристичком тржишту

- У 2022. години Служба за промоцију је на иностраном тржишту имала укупно следеће активности:
- Број сајмова на којима је ТОС учествовао: 8
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 11
- Број новинара у студијској посети: 53

- Број инфлуенсера у студијској посети: 30
- Број ТВ екипа у студијској посети: 4
- Број организатора путовања и туристичких агенција у студијској посети: 66

## **I Велика Британија и Ирска**

### **1. Сајмови и промотивни догађаји**

#### **1.1. Online радионица New Deal Europe, 11. април**

Радионица New Deal Europe је специјализована за промоцију туристичке понуде балканских земаља организаторима путовања широм света, са посебним нагласком на организаторе путовања из Велике Британије и САД, а реализована у сарадњи са престижним Б2Б туристичким магазином Travel Weekly. На радионици су на страни понуђача учествовали представници националних туристичких организација и привреда следећих земаља: Албанија, БиХ, Бугарска, Хрватска, Грчка, Косово\*, Црна Гора, Северна Македонија, Румунија, Словенија и Србија. Позив је упућен на адресе организатора путовања, који већ имају овај регион у понуди или су посвећени томе да га уврсте у своје програме.

Радионица се одвијала виртуелно, по принципу унапред уговорених петнаестоминутних састанака са партнерима. ТОС је успоставио контакте са следећим партнерима: The Hungarian Ski Portal, The Natural Travel Collection Ltd, Treasure Tour Company, GAdventures, Gate 1 Travel, Travel Experts Ninove, Travco Corporation Ltd, Die Landpartie, Charitable Travel, Macs Adventure, Asla Travel Group, Low Season Traveller, Lovely Trips, Lotus Voyager Ltd, Mabrian Technologies. Укупно је одржано 15 састанака у једном дану.

#### **1.2. Webinar International Travel Week, 03. новембар**

У организацији британске владе, Department for International Trade, одржана је International Travel Week. Захваљујући ангажовању Британско-српске привредне коморе, директорка ТОС је имала прилику да буде говорник и представи туризам Србије и инвестиционе могућности у овој области.

#### **1.3. Међународни сајам туризма World Travel Market, Лондон, 07-09. новембар**

ТОС је, после паузе од три године узроковане пандемијом, организовала обједињено представљање туризма Србије на сајму World Travel Market (WTM) у Лондону, који се одржао у ExCeL-у.

За потребе представљања туризма Србије, ТОС је закупила опремљени изложбени простор величине 60,5м<sup>2</sup> (штанд број EU EU1650). На штанду је била промовисана туристичка понуда градова, пре свега Београда и Новог Сада, 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 учествовале су туристичке организације Београда и Војводине, Air Serbia, Скијалишта Србије, организатори путовања Serbia Tour Operator и Kop Tiki, хотели Мона Групе и хотел Hyatt Regency Belgrade.

Представљање туризма Србије на овом сајму је, у организацији ТОС, пратила ТВ екипа РТС – Информативног програма.

На штанду је одржан велики број састанака са представницима медија, организатора путовања, авио компанија, маркетиншких агенција и других пружалаца услуга у туризму.

Представници ТОС узели су учешћа у пратећем програму сајма и презентацијама организованим од стране Expedia и Wanderlust Magazine.

#### **1.4. Wine Tasting Evening, Лондон, 09. новембар**

У сарадњи са Британско-српском привредном комором (British-Serbian Chamber of Commerce), у Амбасади Републике Србије у Лондону одржано је вече Wine Tasting-а вина из Србије. Уз емитовање ТОС-ових промотивних филмова и обраћање директорке ТОС присутним званицама са позивом да се ближе упознају са туристичком понудом Србије, многобројним званицама из пословног и дипломатског света представљен је низ вина из Србије која су постала доступна британском тржишту захваљујући увознику који је инспирацију добио на сајму Wine Vision у Београду.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Новинар и фотограф, Sunday Times, 14-21. септембар**

Током ове студисјке посете, гости су се упознали са новинама у туристичкој понуди Београда. Посетили су Народни музеј, Музек савремене уметности и Музеј Југославије, Ноћни маркет на Каленић пијаци. Објављен је чланак:

<https://www.thetimes.co.uk/article/belgrade-city-guide-your-weekend-break-sorted-6v507jzlf>

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

### **3.1. Food&Travel Magazine, 01. децембар**

У специјалном издању поводом јубилеја од 25 година од како излази овај престижни магазин, ТОС је закупио огласни простор на пола странице штампаног магазина и објаву на друштвеним мрежама магазина.

### **3.2. Outlook Travel, 09. децембар**

Outlook Travel је глобални lifestyle магазин са скоро 600.000 читалаца, док сајт [www.outlooktravelmag.com](http://www.outlooktravelmag.com) има 42.000 посетилаца недељно. Партнерство ТОС, реализовано без финансијског учешћа, обухвата израду Serbia Travel Guide на 12 страна, део насловне стране и главни чланак у водичу, страницу на сајту магазина, хиперлинк на сајт ТОС током 12 месеци, објаве на друштвеним мрежама магазина. Објава се може видети на <https://www.outlooktravelmag.com/travel-guides/127-serbia>

## **II Француска**

### **1. Студијска путовања**

#### **1.1. Посета 11 агената француског организатора путовања Salain holidays 15-18. јун**

Француски организатор путовања Salain Holidays, други по величини по броју реализованих групних путовања у иностранство са 196 сопствених агенција широм Француске и 3.500 агенција које продају њихове програме, од 2022. године увео је Србију као посебну дестинацију у своју понуду путовања, осмодневни и десетодневни програм, као и двонедељну балканску туру која укључује и нашу земљу. Једанаест њихових представника, менаџера продаје из различитих делова Француске боравило је у јуну у

Србији у циљу упознавања са дестинацијом и поспешивања продаје. Агенти су обишли Злакусу, Златибор, Мокру Гору, Тополу/Опленац, Сремске Карловце, Нови Сад и Београд.

### **1.2. Телевизијска екипа емисије Destination francophonie TV5 Monde 21-30. септембар**

Водитељ и сниматељ глобалне франкофоне телевизије TV5 Monde, која има 60 милиона гледалаца недељно, боравили су у Србији у циљу снимања две емисије о нашој земљи у трајању од по 26 минута, у оквиру серијала Destination francophonie. Локације обухваћене снимањем укључују Београд, Нови Сад, Ниш, Голубачку тврђаву, археолошки локалитет Царичин град, Рајачке пивнице. У епизода су укључени и делови Србије које телевизијска екипа није стигла да обиђе, а које им је Туристичка организација Србије уступила из своје видео архиве.

Снимање је реализовано у сарадњи са Министарством културе Републике Србије и Француским институтом. Епизоде о Србији биће премијерно емитоване на TV5 Monde у марту 2023. а претпремијерно приказивање планира се и у оквиру посебног догађаја у Београду 2023. године у сарадњи са Министарством спољних послова РС и Француским институтом у Србији.

## **III Републике бивше СФРЈ - Словенија, Хрватска, Црна Гора, Северна Македонија и Босна и Херцеговина**

### **1. Сајмови и промотивни догађаји**

#### **1.1. Међународни сајам туризма „Бања Лука 2022“, 08-10. април**

Уочи почетка Другог Међународног сајма туризма “Бања Лука 2022” директорка Туристичке организације Србије и директор Туристичке организације Републике Српске потписали су Меморандум о разумевању којим се потврђује жеља ка даљем јачању међусобне сарадње у области промоције и пласмана туристичког производа обе дестинације, као и заједничка промоција на циљним тржиштима, а све у складу са трендовима туристичке тражње.

У разговору двоје директора, уз присуство министарке трговине и туризма у Влади Републике Српске, генералног конзула, као и бројних медија, констатовано је досадашње добре искуство у заједничким промотивним активностима, као и међусобна подршка на коју потписнице могу да рачунају и убудуће.

Договорен је и ангажман на јачању прекограничне сарадње између локалних и регионалних туристичких организација, као и подршка заједничким пројектима који могу бити финансирани и уз помоћ међународних организација.

Међународни сајам туризма Бања Лука одржан је у тржном центру Делта Планет. Организатор Сајма је била фирма „RS Consulting and Trade“ д.о.о. Бања Лука.

Туристичка организација Србије, заједно са 12 локалних туристичких организација, представила је целокупну туристичку понуду Србије. Закупљен је простор, штанд величине 60 квадрата. На штанду су се представиле туристичке организације Пожаревца, Лознице, Краљева, Цариброда, Пирота, Алексинца, Суботице, Рашке, Бољевца, Александровца, Ваљева и Новог Пазара.

Осим учесника из Србије, међу излагачима су и представници Хрватске, Црне Горе, Турске, Словеније, Босне и Херцеговине.

Отварању Међународног Сајма туризма присуствовали су министарка трговине и туризма у Влади Републике Српске, министар спољне трговине и економских односа БиХ и помоћник покрајинског секретара за привреду и туризам АП Војводине. Добродошлицу је окупљенима пожелио и градоначелник Бање Луке, а посетиоце је са својом дестинацијом упознао и председник Општине Будва.

Директорка ТОС-а је током боравка у Бањој Луци са туристичком понудом наше земље упознала је и читаоце и гледаоце бројних медија: АТВ, РТРС, БН ТВ, Глас Српске, Вечерње новости, ЕЛТА ТВ.

### **1.2. Међународни сајам туризма Place2GO, 08-10. април**

Сајам је одржан у Арени Загреб. Ове године по први пут су наступили излагачи из Црне Горе и Холандије. Традиционално су се представили и Малдиви, Индонезија, као и Индија која је била земља партнер, Словенија, Италија, Босна и Херцеговина.

Први дан био је резервисан за В2В састанке. За дане викенда публици су се представили блогери, путописци и авантуристи који су пренели своје доживљаје са бројних путовања.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. „Nina potuje“, блогерка, Словенија, 15-19. април**

Тема је била породични туризам. Програм путовања је обухватао следеће:

Долазак у Београд и смештај у етно домаћинству „Зорнића кућа“ које поседује места за кампере. Изнајмљени су бицикли како би се обишла Ада Циганлија са ручком у ресторану „Ада Сафари“. Истог дана пут је настављен ка Сребрном језеру, смештај у кампу „Калиновац“. Вечера је била у ресторану „Сидро“, а доручак у ресторану „Код Брке“. Пут је настављен према Голупцу, са посетом Голубачкој тврђави и манастиру Тумане, а затим ручком у ресторану „Златна рибица“. Смештај је организован у кампинг одморишту „Асин“ у селу Добра код Голупца, уз доручак и вечеру. Настављено је обиласком Археолошког налазишта „Лепенски вир“ и Националног парка „Ђердап“. Уз ручак у ресторану „Панорама“ у Текији. Последњег дана боравка у Србији програм је обухватао тврђаву „Рам“ и Археолошки парк „Виминацијум“ где је организован ручак.

Студијско путовање реализовано је у сарадњи са: Кампинг асоцијацијом Србије, Туристичком организацијом Голубац, Голубачком тврђавом, Археолошким налазиштем „Лепенски вир“, Националним парком „Ђердап“, Туристичком организацијом Велико Градиште и Археолошким парком „Виминацијум“.

Објаве:

- ✓ словеначки: <https://www.nina-potuje.com/najboljse-znamenitosti-vzhodne-srbije/>
- ✓ енглески: <https://www.nina-travels.com/best-tourist-attractions-in-eastern-serbia/>
- ✓ словеначки: <https://www.nina-potuje.com/srbija-s-kamperjem-z-avtom-program-poti/>
- ✓ словеначки: <https://www.nina-potuje.com/kam-za-prvi-maj/>
- ✓ <https://www.nina-potuje.com/kam-za-krompirjeve-pocitnice-potovanja-izleti/>
- ✓ видео на YouTube-у који је подељен на FB i Instagram сторију: <https://www.youtube.com/watch?v=Of5g3kIpphI&t=621s>

### **2.2. Инфлуенсери, републике бивше СФРЈ, 11-15. мај**

Теме су биле: Београд – city break, Нови Сад – city break и град културе, Фрушка Гора – авантуризам и природа, и салаши.



Програм је садржао следеће: Долазак у Београд и смештај у хотелу „Мона“. Обилазак Сава променаде и Тржног центра „Галерија“. Вечера у ресторану „Comunale“ у Бетон хали. Други дан одлазак у Нови Сад и обилазак Петроварадинске тврђаве, Атељеа 61, затим ручак на Салашу 137. У послеподневним часовима посета Музеју града Новог Сада, изложби „Акценти“ и обилазак центра града. Смештај је обезбеђен у „Kombinat Rooms City Center“ у Новом Саду. Вечера је била у ресторану „Велики“, потом се присуствовало представи „Корени“ која се бави питањем екологије, а у склопу програма Европска престоница културе. Трећи дан је обухватао посету манастиру Врдник и обилазак етно комплекс „Врдничка кула“, посету хотелу „Фрушке терме“ и ручак у овом хотелу, посету винском подруму „Миљевић“ у селу Стари Лединци поред Врдника. На повратку у Београд програм је обухватио Сремске Карловце, посету винарији и ручак у ресторану „4 лава“. Последње вече смештај је био у хотелу „Museum“, уз обилазак Земуна и вечеру у ресторану „MOON.ZE“.

Програм је реализован у сарадњи са Туристичком организацијом Новог Сада и Туристичком организацијом Сремски Карловци. ТО Нови Сад је предложио комплетан програм обиласка Новог Сада, платили ручак на „Салашу 137“ и договорили бесплатан ручак у Фрушким термама.

Број	Име и презиме/Држава	Контакт
1.	Mile Butorac, CRO	<a href="https://www.instagram.com/hungry_mile/">https://www.instagram.com/hungry_mile/</a>
2.	Petra Mamić, CRO	<a href="https://www.instagram.com/click4chic/">https://www.instagram.com/click4chic/</a>
3.	Ivana Pirizović, CRO	<a href="https://www.instagram.com/ivana.pirizovich/">https://www.instagram.com/ivana.pirizovich/</a>
4.	Mirta Milek, CRO	<a href="https://www.instagram.com/mirtamilek/?hl=hr">https://www.instagram.com/mirtamilek/?hl=hr</a>
5.	Mojca Mitev, SLO	<a href="https://www.instagram.com/mojca_mitev/">https://www.instagram.com/mojca_mitev/</a>
6.	Ena Avdić, BiH/Sarajevo	<a href="https://www.instagram.com/avdic.ena/">https://www.instagram.com/avdic.ena/</a>
7.	Sara Kordić, BiH/Sarajevo	<a href="https://instagram.com/sarakordic?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://instagram.com/sarakordic?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
8.	Ivana Macanović, BiH/Banja Luka	<a href="https://www.instagram.com/ivana_macanovic/">https://www.instagram.com/ivana_macanovic/</a>
9.	Lana Šahbaz, CG/Podgorica	<a href="https://instagram.com/laniiissss?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://instagram.com/laniiissss?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
10.	Sofija Janeva, MKD/Skopje	<a href="https://www.instagram.com/janeva/">https://www.instagram.com/janeva/</a>

Објаве:

✓ <https://www.dropbox.com/sh/d4tb1ri9vxujk19/AADCGXHBxeLKOxe-Oc3L9fFna?dl=0>

### **2.3. Новинари, Северна Македонија, 26-29. мај**

Теме су биле: city break и бање, а програм је обухватао следеће: Долазак у Београд и смештај у хотелу „City Savoy“. Обилазак Београда ( Калемегданска тврђава, Храм Светог Саве, Сава променаду и Тржни центар „Галерија“), ручак у ресторану „Hyde Park“ и вечера у ресторану „Comunale“ у Бетон хали. Други дан обухватао је посету манастиру Манасија, обилазак Ресавске пећине и ручак у ресторану „Лисински рај“ на извору Лисине. После подне је настављено пут Сокобање. Смештај је био у хотелу „Сунце“ и вечера у ресторану „Зеленгора“. Организован је обилазак спомен собе Иве Андрића у хотелу „Моравица“, центра града и турског купатила Амама, излетиште Лептерија,

водопада Рипаљка на Озрену. Ручак је био у етно башти „Калиновица“. У послеподневним часовима пут је настављен у Ниш где је након смештања у хотелу „New City“ вечера била у ресторану „Нишлијска механа“. Обилазак је обухватао Нишку тврђаву, центар града, Археолошку салу Народног музеја Ниш, Музеј црквених старина и Саборне цркве, Ћеле кулу, споменик на Чегру, ручак у ресторану „Алексића тврђава“.

Програм је рађен у сарадњи са ЈП „Ресавска пећина“, Туристичком организацијом Сокобање и Туристичком организацијом града Ниша. Свако је за своју дестинацију предложио обиласке, док је ЈП „Ресавска пећина“ платило ручак.

Број	Име и презиме	Назив медија
1.	Нина Аритоновска	Сител телевизија, новинар
2.	Ѓоко Блажевски	Сител телевизија и ТВМ телевизија, сниматељ
3.	Соња Рилковска	Македонска телевизија
4.	Сузана Вренцовска	Сакам за кажам, електронски медиј
5.	Адријана Момироска	24 вести телевизија

Објаве:

- ✓ <https://smart.sdk.mk/stil/patuvanja/ubavinite-na-srbija-oaza-polna-so-atraksii-i-istorija-privlechna-za-turistite/>
- ✓ <http://ohridnet.com/zhivot/25618-reportazha-srbija-privlekuva-se-pogolem-broj-turisti>
- ✓ <https://24.digi.mk/post.php?s=srbija-privlechna-destinacija-za-site-generacii>
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=OeFyfTVc0Oc>
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=kuNsHF3Gj9g>

#### **2.4. Словеначки новинари – промоција гастрономског водича Gault&Millau, 30. мај-02. јун**

Посета 5 словачких новинара (Večer, Lady Magazin, Svet 24, Revija Pet Zvezdic, поводом проглашења Gault&Millau и промоције новог водича. Новинари су имали прилику да се упознају са гастрономском понудом београдских ресторана уз богату туристичку понуду престонице – Калемегдан, центар града, Храм Св. Саве, музеј 25. мај и музеј Николе Тесле, али и опробају се у Ескејп руму и осликавању ручно рађених тањира.

#### **2.5. Инфлуенсери, републике бивше СФРЈ, 08-12. децембар**

Тема студијског путовања је била Ски опенинг Копаоник. Први дан боравка у Србији био је у Београду. Група је обишла Народни музеј и Храм Светог Саве. Други дан су отишли на Копаоник где им је било омогућено скијање и упознавање са додатним садржајима током зиме на Копаонику. Последњи дан у Београду обишли су Београд на води.

Број	Име и презиме/Држава	Контакт
1.	Ксенија Булатовић, ЦГ	32,9K <a href="https://www.instagram.com/bulatovic.ksenija/">https://www.instagram.com/bulatovic.ksenija/</a>
2.	Аља Нике Скрт, СЛО	22,7K <a href="https://www.instagram.com/aljaskrt/">https://www.instagram.com/aljaskrt/</a>
3.	Мојца Митев, СЛО	43,8K <a href="https://www.instagram.com/mojca_mitev/">https://www.instagram.com/mojca_mitev/</a>
5.	Јелена Петровић, ХРВ	69,7K <a href="https://www.instagram.com/jelenamarinovic/">https://www.instagram.com/jelenamarinovic/</a>

6.	Маргарита Томић Сеитер, ХРВ	30,1К <a href="https://www.instagram.com/internetmater/">https://www.instagram.com/internetmater/</a>
7.	Сара Кордић, БиХ	13,3К <a href="https://www.instagram.com/sarakordic/">https://www.instagram.com/sarakordic/</a>
8.	Амер Кадић, БиХ	66К <a href="https://www.instagram.com/amerkad88/">https://www.instagram.com/amerkad88/</a>
9.	Давор Гербус, БиХ	291К <a href="https://www.instagram.com/davorgerbus/">https://www.instagram.com/davorgerbus/</a>
10.	Валерија Преспаноска, СМ	28 К <a href="https://www.instagram.com/valerijaprespanoska/">https://www.instagram.com/valerijaprespanoska/</a>
11.	Ксенија Деспотоска, СМ	30,5К <a href="https://www.instagram.com/ksenijadespotoska/">https://www.instagram.com/ksenijadespotoska/</a>

### 3. Оглашавање и промотивне кампање

#### **3.1. Дигитално и принт оглашавање, Црна Гора и Северна Македонија, до 22.01.**

##### ЦРНА ГОРА

cdm.me, antenam.net, analitika.me, vijesti.me, Дневне новине, Вијести, Дан и Побједа

##### СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Zenskimagazin.mk, focus.mk, zenskimagazin.mk, crnobelo.com, time.mk, faktor.mk, ubavinaizdravje.mk, kajgana.com, fakulteti.mk, ekipa.mk, hashtag.mk и часопис Убавина и здравје.

#### **3.2. Дигитално оглашавање, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина и Црна Гора, од 22. априла до 22. јуна**

##### ХРВАТСКА

Jolie.hr, fashion.hr, she.hr, wall.hr, Putoholičari, Underdreamskies, Super 1, Petra Mamić Skitnica, Hungry Mile, Click4chic, Jonajour, Anna Soldo, Slakipalaki

- ✓ <https://jolie.hr/lifestyle/putovanja/najljepsi-je-u-proljece-zasto-je-sada-idealno-vrijeme-za-posjetiti-novi-sad/>
- ✓ JOLIE.HR Facebook članak Novi Sad
- ✓ <https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/vodic-kroz-beograd-ovo-su-top-lokacije-koje-ne-smijete-zaobici-147948.aspx>
- ✓ FASHION.HR Facebook članak
- ✓ <https://she.hr/upoznajte-top-7-srpskih-bisera-na-najmocnijom-europskoj-rijeci/>
- ✓ SHE.HR FACEBOOK ČLANAK
- ✓ <https://www.putoholicari.rtl.hr/upoznajte-top-7-srpskih-bisera-na-najmocnijom-europskoj-rijeci-99263/>
- ✓ <https://underdreamskies.com/2022/05/04/srbija-ova-dva-nacionalna-parka-su-stvorena-za-ljubitelje-prirode-evo-zasto-ih-trebas-posjetiti/>
- ✓ UNDERDREAMSKIES FACEBOOK
- ✓ <https://super1.telegram.hr/relax/zabava-nadohvat-ruke-beograd-je-uvijek-in/>
- ✓ <https://wall.hr/lifestyle/travel/nacionalni-parkovi-srbije-dva-mjesta-savrsena-za-ljubitelje-prirode/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Ceb3monLIWH/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CeLboNzltxs/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Cc8HzYEK7Bq/>
- ✓ [https://www.instagram.com/reel/CetxI\\_kIJD8/](https://www.instagram.com/reel/CetxI_kIJD8/)

## СЛОВЕНИЈА

CityLife, 24ur, Zadovoljna.si, Siol.net, Alja Skrt, Mojca Mitev, Ana Zontar, Nепopolna mama, Mala Mici

- ✓ <https://www.citylife.si/lifestyle/novi-sad-pravi-cas-za-obisk-urbanega-sredisca-vojvodine>
- ✓ <https://www.zadovoljna.si/novice/nacionalni-parki-srbije-dve-mesti-kot-nalasc-za-ljubitelje-narave.html>
- ✓ <https://www.24ur.com/novice/slovenija/sproscena-stran-srbije-car-in-lepota-salasev-tipskih-kmetij.html>
- ✓ [https://siol.net/article-preview-581609?preview\\_code=a6704d6d](https://siol.net/article-preview-581609?preview_code=a6704d6d)
- ✓ <https://elle.metropolitan.si/lifestyle/zabava-na-dosegu-roke-beograd-je-vedno-tu-za-vas/>
- ✓ <https://cosmopolitan.metropolitan.si/samo-zate/zabava-na-dosegu-roke-beograd-je-vedno-tu-zate/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CdBYDbSKtTh/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CewQgl5rv6L/>
- ✓ [https://www.aninakuhinja.si/recepti/preprost-jogurtov-malinov-biskvit/?fbclid=IwAR2v1AKa\\_AFLZrwG9nGX9yEgqGuEqZ9rS8piRpm6CIgyRZeyFVcvmRLJBnk](https://www.aninakuhinja.si/recepti/preprost-jogurtov-malinov-biskvit/?fbclid=IwAR2v1AKa_AFLZrwG9nGX9yEgqGuEqZ9rS8piRpm6CIgyRZeyFVcvmRLJBnk)
- ✓ ANA ZONTAR\_FACEBOOK POST
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CdoWeb3o1Q-/>

## БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА

Azra.ba, Вnjour.ba, Осlobодjenje.ba, Глас српске, Ивана Мацановић, Лејла Рамовић, Леланушка, Шејла Рамовић

- ✓ <https://azra.ba/pr/272803/upoznajte-top-7-srpskih-bisera-na-najmocnijom-europskoj-rijeci/>
- ✓ [https://avaz.ba/?google\\_preview=Jhh8P5SL5p4Y2JLKkwYw2K7\\_mgaIAYCAgOCY\\_5bnzWE&iu=21864506698&gdfp\\_req=1&lineItemId=6005784667&creativeId=138391212658](https://avaz.ba/?google_preview=Jhh8P5SL5p4Y2JLKkwYw2K7_mgaIAYCAgOCY_5bnzWE&iu=21864506698&gdfp_req=1&lineItemId=6005784667&creativeId=138391212658)
- ✓ <https://bonjour.ba/epk-savrsen-trenutak-za-posjet-urbanom-centru-vojvodine>
- ✓ <https://sport1.oslobodjenje.ba/s1/lifestyle/srbija-poznata-destinacija-novo-iskustvo-656799>
- ✓ <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/ekonomija/promo/nacionalni-parkovi-srbije-dva-mjesta-savrsena-za-ljubitelje-prirode-765810?previewBeforepublishing=1>
- ✓ <https://www.glassrpske.com/lat/drustvo/promocija/najopustenija-strana-srbije-lakoca-uzivanja-na-salasu/415091>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CdWDHWvsBDQ/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Ce--rUgjDfJ/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Ce--rUgjDfJ/>

## ЦРНА ГОРА

Mnmagazin, Mondo, Kolektiv.me, FOS media, CDM, Ксенија Булатовић, Мила Вуловић, Катарина Мицовић, Гаврило Кнежевић

- ✓ <https://mnmagazin.me/2022/04/27/upoznajte-top-7-srpskih-bisera-na-najmocnijoj-evropskoj-rijeci/>
- ✓ <https://mondo.me/Info/EX-YU/a1061855/EPK-turisticka-ponuda-Novog-Sada.html>
- ✓ <https://kolektiv.me/198398/zabava-nadohvat-ruke-beograd-je-uvijek-in>

- ✓ <https://www.pobjeda.me/clanak/najopustenija-strana-srbije-lakoca-uzivanja-na-salasu>
- ✓ POBJEDA FACEBOOK ČLANAK
- ✓ <https://www.cdm.me/ekonomija/nacionalni-parkovi-srbije-dva-mjesta-savrsena-za-ljubitelje-prirode/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CdTdS-IMwS6/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CdtV2zRowbQ/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CeI3nFOICpd/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Ce3eWIWocZP/>

### **3.3. Дигитално оглашавање, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина и Црна Гора, од 15. октобра до 15. децембра**

#### **ЦРНА ГОРА**

Побједа, МНЕ магазин, Лана Шахбаз, Ксенија Булатовић, Аналитика, ЦДМ, Колектив, Мила Вуловић

- ✓ <https://www.pobjeda.me/clanak/jesen-i-zima-u-srbiji-4-top-destinacije-za-savrsen-provod>
- ✓ <https://mnemagazin.me/2022/10/27/jesen-i-zima-u-srbiji-cetiri-top-destinacije-za-savrsen-provod/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Cj3VfTfLHrD/>  
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17942679341226642/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Ckvd6-BI-Db/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/ClypsREs-iY/>
- ✓ <https://www.portalanalitika.me/clanak/jesen-i-zima-u-srbiji-4-top-destinacije-za-savrsen-provod>
- ✓ <https://www.cdm.me/svijet/region/zimovanje-u-srbiji-provod-koji-necete-moci-zaboraviti/>
- ✓ <https://kolektiv.me/209072/banje-srbije-gdje-se-najbolje-zagrijeti-u-najhladnije-doba-godine->

#### **БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА**

Ивана Мацановић, Сара Кордић, Глас Српске, Ослобођење, Азра, Bonjour, Ена Авдић

- ✓ <https://www.instagram.com/p/ClzMqg7MDo2/>
- ✓ <https://www.instagram.com/stories/highlights/17946388988503274/>  
[https://www.instagram.com/p/CkYQrYjNZ\\_o/](https://www.instagram.com/p/CkYQrYjNZ_o/)
- ✓ <https://www.glassrpske.com/lat/drustvo/promocija/jesen-i-zima-u-srbiji-cetiri-top-destinacije-za-savrsen-provod/440498>
- ✓ <https://www.oslobodjenje.ba/vijesti/ekonomija/promo/banje-srbije-gdje-se-najbolje-zagrijeti-u-najhladnije-doba-godine-807332>
- ✓ <https://azra.ba/lifestyle/295837/zimovanje-u-srbiji-provod-koji-necete-moci-zaboraviti/>
- ✓ <https://bonjour.ba/zimovanje-u-srbiji-skijalista-ponuda>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/ClT764vDVZ6/>

#### **СЛОВЕНИЈА**

Nepopolna mama, CityLife, Alja Skrt, Mala Mici, 24 ur, Zadovoljna.si, Cosmopolitan, Mojca Mitev

- ✓ <https://www.instagram.com/p/CICPT5oIv0W/>

- ✓ <https://www.citylife.si/potovanja/jesen-in-zima-v-srbiji-top-3-destinacije-za-popoln-urbani-pobeg>
- ✓ <https://atyourpace.cc/2022/11/21/zimske-pocitnice-in-smucanje-v-srbiji/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Clnnhk5I2p5/>
- ✓ <https://www.24ur.com/novice/slovenija/terme-srbije-kje-se-je-najbolje-ogreti-v-najhladnejsem-letnem-casu.html>
- ✓ <https://www.zadovoljna.si/novice/terme-srbije-kje-se-je-najbolje-ogreti-v-najhladnejsem-letnem-casu.html>
- ✓ <https://cosmopolitan.metropolitan.si/aktualno/smucanje-v-srbiji-to-je-zimska-zabava-kot-je-se-nisi-doživela/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/Cj-Iht3LE6O/?igshid=MDJmNzVkMjY=>

#### XPBATCKA

Anna Soldo, Jolie.hr, She.hr, Underdreamskies, Fashion.hr, Putoholičari, Hungry Mile, Wall.hr, Slakipalaki

- ✓ <https://www.instagram.com/p/ClrDiEnMpU5/?hl=en>
- ✓ <https://jolie.hr/putovanja/medunarodna-putovanja/banje-srbije-gdje-se-najbolje-zagrijati-u-najhladnije-doba-godine/>
- ✓ <https://she.hr/jesen-i-zima-u-srbiji-top-3-destinacije-za-savrsen-provod/>
- ✓ <https://underdreamskies.com/2022/11/16/na-skijanje-u-srbiju-predlazem-top-tri-destinacije-za-zimski-provod/>
- ✓ <https://www.fashion.hr/lifestyle/putovanja/3-razloga-zasto-bi-se-srbija-trebala-pronaci-na-vasoj-travel-listi-ove-zime-149181.aspx>
- ✓ <https://www.putoholicari.rtl.hr/skijanje-u-srbiji-zimski-provod-na-koji-niste-navikli-101991/>
- ✓ <https://wall.hr/lifestyle/travel/banje-srbije-gdje-se-najbolje-zagrijati-u-najhladnije-doba-godine/>
- ✓ <https://www.instagram.com/p/CkVOTaCjK6a/?igshid=MDJmNzVkMjY=>

#### **3.4. Радио оглашавање, републике бивше СФРЈ, од 02. до 17. маја**

Земља	Радио станица	Број емитовања дневно
Хрватска	Отворени радио	5
Црна Гора	Елмаг, Маг и Ел радио	10
Црна Гора	Другачија радио станица	8
Босна и Херцеговина	Нес радио и ПОП ФМ	7
Босна и Херцеговина	Стари град (Сарајево)	7
Словенија	Актуал	4
Северна Македонија	Канал 77	7
Северна Македонија	Антиена 5	5

#### **3.5. Радио оглашавање, републике бивше СФРЈ, од 01. до 15. новембра**

Земља	Радио станица	Број емитовања дневно
Црна Гора	Елмаг, Маг и Ел радио	10
Црна Гора	Другачија радио станица	8
Босна и Херцеговина	Нес радио и ПОП ФМ	5

Босна и Херцеговина	Радио Стари град (Сарајево)	6
Северна Македонија	Канал 77	7
Северна Македонија	Антена 5	5

### **3.6. Амбијентално оглашавање, Северна Македонија, Црна Гора, Босна и Херцеговина и Словенија, од 25. априла до 25. маја и од 15. октобра до 15. новембра**

- ✓ Словенија, девет билборда – седам у Љубљани и по један у Цељу и Марибору
- ✓ Црна Гора, петнаест билборда – дванаест Подгорица, и по један у Тивту, Будви и Бару
- ✓ Босна и Херцеговина, петнаест билборда - пет Бања Лука, два Бијељина, и по један Брчко, Тузла, Мостар, Добој, Зеница, Требиње, Источно Сарајево и Сарајево
- ✓ Северна Македонија, десет билборда – шест Скопље, и по један Битола, Тетово, Велес и Куманово

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

### **1. Сајмови и промотивни догађаји**

#### **1.1. Промоција туризма Србије, Будимпешта, Мађарска, 10. мај**

Туристичка организација Србије, у оквиру регионалне кампање којом се интензивира промоција туристичке понуде Србије у земљама у окружењу, организовала је пословни догађај у Будимпешти. Циљ представљања био је да се представе туристички потенцијали бројним новинарима и инфлуенсерима са овог тржишта. Догађај је организован у новоотвореном хотелу у центру Будимпеште где је ТОС у пријатном и модерном амбијенту упознала мађарску привреду са понудом бројних дестинација у Србији.

Туризам Србије представиле су и туристичке организације Београда, Новог Сада, Ниша, Врњачке Бање и регије Западне Србије.

Након презентације могућности одмора у градовима, природних лепота и манифестација које се одржавају током целе године у земљи, богате културне и гастрономске понуде као и погодности за породични и активни одмор, одржана је и пословна радионица – сусрети представника српских агенција и хотела са мађарским организаторима путовања.

Агенције и хотели из Србије који су се представили у Будимпешти били су Radisson Collection Old Mill Belgrade, Viceroy - Копаоник, Vigor Dash -Нови Сад, Eter - Ниш и Чигота са Златибора, а од агенција Glob Metropolitien, Alphatravel, Tara tours, Lazena, Monix, Balkan travel centar, Nature travel office, VLesure и Mondorama из Ниша.

На крају догађаја организована је наградна игра, где је награда била три ноћења у Србији а спонзори су биле агенције и хотелијери који су присуствовали догађају.

#### **1.2. Промоција туризма Србије, Темишвар, Румунија, 17. мај**

Циљ овог посебног догађаја на веома важном тржишту за српски туризам је да се представи целокупна туристичка понуда Србије кроз призму новог туристичког брэнда земље, као и да се обнови постојећа сарадња и успостави нова са представницима туристичке привреде и медијима Румуније.

Након презентације могућности одмора у српским градовима, природних лепота и манифестација које се одржавају током целе године у земљи, богате културне и гастрономске понуде као и погодности за породични и активни одмор, уприличена је и

пословна радионица – сусрети представника српских агенција и хотела са румунским организаторима путовања.

Поред представника ТОС-а, туризам Србије представиле су и туристичке организације Београда, Ниша, Сокобање, Вршца, Кикинде, и Великог Градишта. Гостима, учесницима и представницима медија током догађаја обратили су се генерални конзул Србије у Темишвару, председник Савеза Срба у Румунији, помоћник директора Туристичке организације Србије, директор Туристичке организације Београда, заменик начелника округа Тимиш. Догађају су присуствовали представник жупанијског савета Тимиш - виши саветник за туризам, испред града Тимишвара саветник за туризам и представник Привредне коморе жупаније Тимиш.

### **1.3 Промоција туризма Србије, Софија, Бугарска, 08. јун**

Туристичка организација Србије, у оквиру регионалне кампање којом се интензивира промоција туристичке понуде Србије у земљама у окружењу, организовала је пословни догађај у Софији, у свечаној сали хотела Hyatt.

Циљ овог посебног догађаја на веома важном тржишту за српски туризам је да се представи целокупна туристичка понуда Србије кроз призму новог туристичког брэнда земље, као да се обнови постојећа сарадња и успостави нова са представницима туристичке привреде и медијима Бугарске.

Након презентације могућности одмора у српским градовима и бањама, природних лепота, богате културне и гастрономске понуде као и погодности за породични и активни одмор, уприличена је и пословна радионица – сусрети представника српских агенција и хотела са бугарским организаторима путовања.

Поред представника ТОС-а, туризам Србије представиле су и туристичке организације Београда, Ниша, Крагујевца, Сокобање и Врњачке Бање.

Гостима, представницима бугарске туристичке привреде и представницима медија, пре почетка презентације обратио се Амбасадор Републике Србије у Бугарској. Амбасадор је у свом обраћању истакао важност политичких и економских питања у билатералним односима две земље и нагласио да је управо туризам кључни механизам продубљивања и унаперђивања економских односа између два брата народа и пријатељске земље. Госте је поздравила и заменица Министра туризма Републике Бугарске, која се осврнула на недавни састанак на високом нивоу са српским Министарством туризма, трговине и телекомуникација у Београду на којем се разговарало о даљем продубљивању сарадње у области туризма.

### **1.4 Манифестација Улични Корзо, Будимпешта, Мађарска, 03-04. октобар**

Туристичка организација Србије и ове године је учествовала на највећој и најпосећенијој манифестацији у Будимпешти, која се традиционално одржава на Тргу Хероја сваке године поводом коњичких трка. 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 учествује неколико година заредом. Тајкође је представљена и гастрономска понуда са ракијом и винима из Србије. ТОС је на овогодишњем представљању у Будимпешти представила комплетну туристичку понуду са акцентом на планински туризам, јер последњих пар година све већи број туриста из Мађарске долази на Копаоник. Штанд Србије посетили су представници Амбасаде



Републике Србије у Будимпешти. Ове године манифестација је оборила рекорд посећености са бројем од преко 50.000 посетилаца.

#### **1.4 Сајам туризма Philoxenia, Солун, Грчка, 18-20. новембар**

Туристичка организација Србије се представила на сајму туризма Philoxenia на штанду Туристичке организације Београда. 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. 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 Happy Hour за пословне партнере из Грчке. Посетиоци су се највише интересовали за бање у Србији и за организован дочек Нове године у Београду.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета организатора путовања из Бугарске, 13-17. април**

Туристичка организација Србије организовала је долазак 15 представника организатора путовања из Бугарске. У оквиру ове студијске посете организован је обилазак Врњачке Бање, Златибора, Таре, Бајине Баште и Сокобање. Такође су се упознали са винским и сеоским туризмом ових крајева. На Златибору је организована радионица где су се сусрели са бројним представницима привреде златиборског округа. Радионице су организоване и у Сокобањи и Врњачкој Бањи, где су се сусрели и са председником општине Врњачка Бања.

### **2.2 Посета блогера из Грчке, 10-17. април**

У Србији је боравио познати блогер из Грчке Антониос који на својим друштвеним мрежама има преко 260.000 пратилаца. За време ове студијске посете обишао је Београд, Нови Сад, Суботица, Сремски Карловци, Оплепац, Врњачка Бања, Сокобања и Ниш. Он је свакодневно са сваке дестинације имао уживо укључења поред којих је имао и редовне објаве на Инстаграм-у и Youtoube-у.

### **2.3 Посета ТВ екипе из Бугарске, 30. мај-10. јун**

У посети Србији је била ТВ екипа / продукцијска кућа која реализује серијал туристичких емисија Без багај (No Luggage) и који ће направити неколико серијала о Србији где ће приказати све природне лепоте наше земље. У програму ове студијске посете нашли су се: Београд, Сремски Карловци, Нови Сад, Тигањица, Голубац, Лепенски Вир, Сребрно језеро, Увац, Камена Гора, Златибор, Ужице, Тара, Заовине, Бајина Башта, Топола, Сокобања. Поред природних лепота акценат је и на културно-историјском наслеђу.

### **2.4. Посета девет организатора путовања из Румуније, 29. септембар -02. октобар**

Румунски организатори путовања су имали прилику да обиђу Београд, Нови Сад и Сремске Карловце. Организовани су и састанци са туристичким агенцијама и хотелима из Србије. Убрзо након завршене посете потписани су и први уговори, овога пута за новогодишње програме. Организатори путовања који су учествовали су били: *Accent Travel & Events* – Mr Lucian Boronea – CEO, *Happy Tour* – Mrs Georgeta Ioanid – Operations Director, *Travel Brands/Dertour* – Liliana Cernat – Corporate Travel Consultant;

*Aerotravel/Travel Leaders* – Mr Cristian-Ioan Lupu – Marketing Specialist, *Interra Travel* - Mrs Steluta-Alina Mateescu – Groups coordinator, *Cocktail Holidays* – Ms Ana Goicea – Sales & PR Manager *Go Travel* – Ms Andreea Paula Bulata – Ticketing supervisor, *Weco Travel* – Mr Bogdan Perju – Ticketing Agent, *Regional Air Support (RAS)* - Mr Radu-Sorin Grigoriou – Account Manager

### **2.5 Посета 14 туристичких новинара из Румуније, 24-30. октобар**

У циљу промоције туристичке понуде Србије као атрактивне туристичке дестинације, новинари из Румуније су се упознали са градским дестинацијама: Београд, Нови Сад, природним лепотама западне Србије, винским туризмом у Тополи, културно-историјским наслеђем током посете Манастиру Жича, сеоским туризмом у општини Ужице, као и богатом понудом бањског и спа туризма у Врњачкој Бањи.

Новинари који су били: Adrian Boioglu – GoNEXT, Florin Boboc – GoNEXT, Liliana Boioglu – BizPLUS, Bicoleta Busa – TraveLink, Grig Bute - Catavencii / Ora de Turism, Ovidiu Oprea (photographer), Mirela Surghie – ExtraVita, Diana Dumitru - Top Business, Florin Albu – DoctorTravel, Claudiu Vatau – DoctorTravel, Nicoleta Mariana Albu - Tour.ist Magazine, Ghiulfer Predescu - Europa FM, Alina Dima - Travel Mix TV, Catalin Simion - Travel Mix TV

### **2.6 Посета инфлуенсера из Грчке, 06.-12. децембар**

Један од најпопуларнијих блогера у Грчкој, Антонис Леивадиотис, боравио је у Србији на позив Туристичке организације Србије и Туристичке организације Сокобање. Он је имао прилику да се упозна са природним лепотама Сокобање и околине, да обиђе једно од најпопуларнијих сеоских домаћинстава на Борском језеру и да се увери у аутентичност српске кухиње, где је снимао и цео поступак припремања старих специјалитета из овог краја. Поред тога уверио се и у квалитетну понуду спа капацитета у Сокобањи. Следећа дестинација је била Копаоник где је био ски опенинг и акценат је био на снимању и промоцији ноћног живота на Копаонику. Такође, за време боравка на Копаонику, обишао је најатрактивније хотеле на Копаонику и снимио комплетне капацитете ових хотела, од гастрономије, смештајних капацитета па до спа центра. Он је до сада на својим друштвеним мрежама објавио 31 пост са 36 фотографија са овог путовања, као и један ТОС-ов промо спот. Броји преко 265.000 пратилаца и има веома велики број прегледа. Промотивни видео о Србији видело је преко милион људи на његовим друштвеним каналима.

### **2.7 Посета телевизијске екипе из Мађарске, 09.-12. децембар**

За време званичног отварања скијашке сезоне на Копаонику, Туристичка организација Србије је организовала долазак друге најгледаније телевизије у Мађарској TV2 која је од снимљеног материјала направила једну специјализовану емисију о туристичкој понуди Копаоника, TV2 Тенуек extra, коју је на дан емитовања погледало преко милион гледалаца.

### **2.8 Посета блогерки из Мађарске, 09.-12. децембар**

У организацији Туристичке организације Србије на Копаонику су боравиле две инфлуенсерке, Најни и Timea Gelencser из Мађарске, од којих једну прати пола милиона људи. Поред тога она је и ТВ лице које има своју телевизијску емисију и врло је популарна у Мађарској. На Копаонику су имале прилику пре свега да промовишу ноћни живот и спа капацитете најбољих хотела на Копаонику.

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

#### **3.1. Промотивна дигитална кампања на мађарским порталима: Szerbiamagyarul, Balkaninfo, Utazasi i Skiam, 20. децембар 2021. године – 01. март 2022. године**

Кампања је обухватала следеће: банере на поменутиим порталима са линком на landing page ТОС-а, на теме Београд, Дивчибаре, Златибор, Копаоник, Тара, Стара планина; објављивање по 3 чланка и 3 блога; кампању на друштвеним мрежама (Facebook и Instagram) укупно 9 постова и додатно бустовање са темом Копаоник Златобир и Суботица (на налозима ових медија); newsletter кампању; Podcast на [www.turizmus.com](http://www.turizmus.com) на тему зимске сезоне и најпопуларнијих скијалишта у Србији.

#### **3.2. Дигитална кампања на друштвеним мрежама за тржиште Румуниј,(април, мај, јун)**

Кампања је реализована на Facebook и Instagram каналима, WEB порталима, у штампаним медијима. Штампани магазин FEMEIA у коме је пласиран оглас у штампаном издању, као и на порталу, излази једном месечно са националном покривеношћу. Тираж штампаног издања износи 100.000 примерака а на порталу бележе око пола милиона прегледа. Facebook и Instagram канали броје око милион пратилаца. На Ziare.com рађене су објаве на порталу, Facebook-у и on-line банери. Alexandracristian.ru је један од познатијих туристичких портала на територији Румуније са просечних 50.000 прегледа објављених чланака, где се банер Experience Serbia налазио 60 дана на главој позицији портала. Објаве су постављене и на Facebook страници овог портала. Банер Experience Serbia био је на насловној страни портала двократно у трајању од 15 дана.

## **V Норвешка, Шведска, Данска, Бенелукс**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Учесће на Балкан Трафик фестивал, Брисел, 28.април-01.мај**

Туристичка организација Србије је, у сарадњи са српским удружењем Круг из Брисела, по први пут послед дуже паузе организовала представљање туризма Србије и културно гастрономске понуде у оквиру фестивала Балкан Трафик, Брисел, Белгија. Догађај су подржале амбасада Републике Србије у Бриселу и Air Serbia.

Ово је први догађај овог типа на коме се ТОС представио у последњих неколико година на тржишту Западне Европе, а фестивал је била прилика да се не само посетиоцима из Белгије, већ и њеног окружења представе туристичко-културни потенцијали наше земље.

Овогодишњи фестивал се по први пут одржао на отвореном, у срцу града - Place de Brouckère.

Balkan Trafik је мултиуметнички фестивал који повезује креативце из земаља Југоистичне Европе и Брисела као мултикултуралне европске престонице, и на фестивалу је могуће чути различите жанрове: од фолк музике до цеза, соула, рока и панка. Ове године је

фестивал окупио врхунске уметнике из Београда, Тиране, Скопља, Софије, Сарајева, Загреба, Подгорице, Будимпеште, Атине, Истанбула. Од српских уметника наступали су Горан Бреговић, Балкан Џезовић, Бојан Крстић Оркестар, The Corba Band, Rojaze, Bohemian Vetjars, Balkalar, Rasta Zeneka, Vatra и многи други.

Србија је имала свој штанд у простору Balkan Trafik Village где су посетиоци могли доживе српску културу, виде нашу уметност, старе занате, литературу, дизајн, пробају специјалитете српских крајева као и да добију више информација о Србији и дијаспори у Белгији.

На ову тему, као и тему потенцијалне сарадње, представник ТОС је имао састанак у Амбасади Републике Србије са амбасадором и шефом Конзуларног одељења.

На штанду ТОС и КРУГ поред разноврсног промотивног материјала и сувенира из Србије, био је представљен и низ аутора српског порекла, чиме су се посетиоцима фестивала приближили оригинални производи и услуге наших људи - предузетника и компанија (произвођач дрвених играчака, дизајнер обуће, српски кетеринг и др).

Штанд Србије посетили су представници амбасаде Републике Србије, Мисије Републике Србије при ЕУ, представништва Привредне коморе Србије, као и представници дописништва српских медија у Бриселу (РТС).

Поводом наступа ТОС на Балкан Трафик фестивалу РТС је емитовао 2 прилога (Србија на вези - канал за дијаспору и Јутарњи програм), а објављен је низ чланака и постова о овом догађају:

<https://www.youtube.com/watch?v=qX3h5fo82gk>

<https://www.youtube.com/watch?v=TqMOFIEiDMw>

[https://fr.euronews.com/culture/2022/04/07/le-festival-balkan-trafik-avant-l-heure-l-orchestre-de-cuivres-des-balkans-de-la-folie,](https://fr.euronews.com/culture/2022/04/07/le-festival-balkan-trafik-avant-l-heure-l-orchestre-de-cuivres-des-balkans-de-la-folie)

<https://www.blic.rs/kultura/vesti/balkan-trafik-u-beogradu-mi-smo-na-kraju-svi-isti-cilj-je-da-se-to-prikaze-festival/tejwpb>

<https://www.bruzz.be/en/videoreeks/bruzz-international-zondag-24-april-2022/video-nicolas-wieers-balkan-trafik-festival>

<https://europa.rs/inkluzija-kroz-kulturu/>

<https://www.rtbf.be/article/concours-balkan-trafik-clap-16eme-10973149>

<https://parismatch.be/culture/musique/553417/de-bruxelles-a-belgrade-comment-balkan-trafik-tisse-la-toile-dune-culture-foisonnante-1-2>

<https://parismatch.be/culture/musique/553417/de-bruxelles-a-belgrade-comment-balkan-trafik-tisse-la-toile-dune-culture-foisonnante-1-2>

<https://www.lalibre.be/culture/musique/2022/04/22/a-belgrade-lavenir-se-dessine-sur-les-murs-QDTXHRTVENEZVFFVD6WL2MTI4A/>

<https://www.lecho.be/culture/musique/au-balkan-trafik-serbie-2022-les-trompettes-de-la-renommee/10382576.html>

<https://www.euronews.com/culture/2022/04/07/balkan-trafik-festival-returns-i-am-already-with-this-musical-frankenstein>

*Aftermovie festival 2022:* <https://youtu.be/3Ha6wZIC9SQ>

- <https://www.instagram.com/accounts/login/?next=/balkantrafikfestival/>

-

<https://www.facebook.com/balkantrafikfestival/photos/pcb.5692315377463936/5692290744133066>

- <https://www.euronews.com/culture/2022/04/07/balkan-trafik-festival-returns-i-am-already-with-this-musical-frankenstein>

## **2. Студијска путовања**

### **2.1 Подришка студијског путовања за медије, Balkan trafik, 29.март-01.април**

Balkan Trafik је мултиуметнички фестивал, јединствен у Европи. Циљ фестивала је да повеже људе са подручја Балкана, њихову историју, културу и традицију.

Пре одржавања фестивала организовано је студијско путовање за представнике медије, које је подржала Туристичка организација Србије. У оквиру посете Србији представници медија су поред Београда обишли и Ниш и Владичин Хан

Од медија је дошло следећих десет новинара: L'Echo , De Standaard/VRT , RTBF, Euronews, La Libre Belgique, Chase Music, Bruzz international ,MO Magazine, Paris Match Belgique, Le Soir.

### **2.2 Студијско путовање за организаторе путовања из Холандије, 10.-13. април**

У циљу промовисања туристичке понуде наше земље, као и услуга националне авио компаније на летовима Београд- Амстердам, ТОС је заједно са Air Serbia организовао студијско путовање за представнике туристичке привреде Холандије. Air Serbia је обезбедила авио карте, а ТОС је покрила све трошкове у земљи (трансфери, хотелски смештај, оброци, услуге вођења).

На студијско путовање су позване значајне агенције које имају потенцијал повећања продаје на Air Serbia летовима на релацији Амстердам-Београд и довођења већег броја туриста у Србију, и за ту прилику је урађена посебна позивница.

Путовање је организовано уз обиласке Београда, Новог Сада и Сремских Карловаца. На позив су се јавиле две агенције: Uniglobe и Tui at home.

### **2.3 Студијско путовање Мондо магазин, Београд, 22-24.06. јун**

Туристичка организација Србије је подржала студијско путовање финских представника медија. Мондо магацине је водећи травел магазин у Финској и такође главни медијски партнер чувеног Хелсинки Матка Травел сајма у Хелсинкију. Магазин излази у 10 штампаних издања годишње и има око 90 000 читалаца. Број пратиоца њеб портала је још већи

Акцент ове студијске посете је био стављен на занимљиве ресторане, кафиће, барове, туристичке знаменитости, као и интересантне арт галерије у Београду, превасходно савремене визуелне уметничке сцене.

У складу са показаним интересовањем, препоручени су ресторани који су недавно добили награде престижног гастрономског водича Gault & Millau” Serbia 022 као што су: “Salon 1905”, „LANGOUSTE“, „Севар код Декџа“, New Balkan Cuisine, али и други популарни и познати кафеи и ресторани Београда, музеји Цептер и Музеј савремене уметности са поставком Ервин Вурм који је тренутно један од најистакнутијих аутора на савременој уметничкој сцени, као и друге туристичке знаменитости као што су Променада, Саборна црква и храм Св Саве, понуда Земуна, домаћи брендови Тзар, Мандарина кејк, Фердинанд кнедле, Црна овца, винтиц и ретро амбијент Шмизла, и др.

Уз Eveliina Talvitie, новинарку, у посети Београду је био и фотограф Jyri Pitkänen.

### **2.4 Студијска посета три инфлуенсеера из Норвешке, 07-10. јул, блог Sophie's World**

Блогерка Anne-Sophie Redisch је била у посети Београду први пут 2017. године. Ова поновљена посета имала је за циљ упознавање са новинама у понуди након пандемије. Уз

блог је истовремено радила промоцију на друштвеним медијским каналима <https://www.sophiesworld.net/belgrade-things-to-do/>

Anne-Sophie Redisch је, у пратњи још два инфлуенсера, направила кружну туру у трајању од 17 дана, у којој су обишли Дубровник, Сарајево, Подгорицу, Београд, Тирану, Охрид и Котор.

У Београду су се задржали 3 дана и обишли Калемегдан, Храм Св Саве, Музеј Николе Тесле, Каленић пијацу, Кнез Михаилову, Бетон халу, Скадарлију и др.

Блогерка Anne-Sophie Redisch је радила са скандинавским и енглеским медијима, укључујући Fodor's Travel Guides, National Geographic Traveller, UNESCO, Prospect Magazine разне часописе за авионске компаније, а блог Sophie's World је један од омиљених блогова Lonely Planet's time-a.

У посети су били Anne-Sophie Redisch, Andrew Morland, freelance photo journalist и аутор бројних књига, као и Thomas Brothwell

### **2.5 Студијска посета организатора путовања из Норвешке, 15-18. август**

У сарадњи са Air Serbia и њиховим представником за Норвешку AVIAREPS, у посети Београду и Србији била је група агената из Норвешке, који у фокусу рада имају MICE сегмент, као и индивидуалне туристе.

У посети Србији су били Berg Hansen - Agnete Ravandal ( MICE, TMC leisure), AirTicket - FIT MICE leisure groups, VFR ; Farooq Abdul (leisure, bussines, consolidator), International tours - groups FIT VFR; Neville Periera (Mice, TMC, Leisure), Reisebyrået - FIT groups leisure; Olav Goberg ( MICE, TMC leisure) – акценат на вино и винске туре, чак је почео да води туре и увози наша вина, као и Јелена Малић, GSA за Air Serbia.

Поред обиласка Калемегдана, Кнез Михаилове улице, Скадарлије, Храма Св Саве, Музеја Николе Тесле организовано је и разгледање града бициклом.

Гости су обишли и Нови Сад, Петроварадинску тврђаву, као и изложбе у оквиру европског града престонице културе - мултимедијалну изложбу "Време и Универзум", инспирисану великим српским научником Милутином Миланковићем и Легат Бранка Илића, највећу приватну збирку уметничких дела, као и Културне станице као симбол индустријског наслеђа Новог Сада.

С обзиром да су агенти били претежно фокусирани на МИЦЕ програм, замишљено је да се током боравка гости упознају са релевантним смештајним и угоститељским капацитетима, тако да је организован site inspection неколико хотела Hilton Belgrade, Мона и Radisson Blue.

### **3. Остале активности**

3.1 Достава фотографија и података за чланак Ludo Schoukens, Communiqué Magazine Белгија, јун

3.2 Припрема за амбасаду РС Тирана, место првог секретара

3.3. Чланство у ANTOR Норвешка

- Достава кварталних вести и фотографија за Antor Newsletter

### **4. Интернет и друштвени медији**

- Објаве на Facebook-у и Instagramu - урађена класификација тржишта, циљне групе, теме, интересовања плус банери за друга два квартала године – фокус Шведска.

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

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Међународна туристичка берза ITB – Digital Day, Берлин, Немачка, 17. март**

ITB која је ове године одржана у online формату под именом ITB Berlin – Digital Day. Интересовање за туризам Србије исказали су велики организатори путовања, као као и представници медија од којих су били најбројнији из дигиталних. У складу са ситуацијом и трендовима у промоцији који иду ка још интензивнијем коришћењу дигиталних канала, добијен је велики број понуда за промоцију Србије као туристичке дестинације на специјализованим порталима.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Индивидуална посета немачког новинара, 23. фебруар - 02. март**

Посета гдина Georges Desruets који пише за немачке новине “Die Welt“ реализована је у сарадњи са ЛТО Нови Сад и Београд уз подршку Дунавског центра за коментацију (DCC). Посетио је Нови Сад, Београд и Смедерево.

#### **2.2. Индивидуална посета аустријског новинара, 21-27. март**

Посета гдина Wolfgang Weitlaner који пише за аустријске новине „Salzburger Nachrichten“ реализована је у сарадњи са ЛТО Нови Сад уз подршку Дунавског центра за компетенцију (DCC). Посетио је Нови Сад, Београд и обишао локалитете на Дунаву: Доњи Милановац, Лепенски вир, Голубачку тврђаву, Сребрно језеро.

#### **2.3. Студијска посета немачких и аустријских новинара, 23-27. август**

Посета 4 новинара (Travel Industry Professional, breitengrad53.de, Kleine Zeitung, travelcontinent.at). Студијска посета под називом „Путовање пуно доживљаја!“ омогућила је новинарима да упознају Србију тј. Београд и Нови Сад из другачијег угла сем туристичког. Новинари су поред туристичког обиласка учествовали у радионицама керамике, кувања српских специјалитета и имали дегустацију српских крафт пива и ракије. Имали су и прилику да се возе брзом железницом „Соко“ између Новог Сада и Београда.

#### **2.4. Индивидуална посета немачке новинарке, 4-5. септембар**

Посета новинарке Helga Schnehagen која пише за Preußische Allgemeine Zeitung. Сарадња са Пројектом ЕПК Нови Сад 2022 . Новинарка је посетила Нови Сад и Београд.

#### **2.5. Студијска посета немачких, аустријских и швајцарских новинара, 2-6. септембар**

Посета пет новинара који су писали за Welt am Sonntag, Mixology, Effilee, Falstaff, Schluck Magazin. Новинари су дошли на позив дистрибутера српских вина у Немачкој Samovino. Група је обишла бројне винарије али и богату туристичку понуду винских регија Војводине.

#### **2.6. Индивидуална посета немачке новинарке, 22-26. септембар**

Посета новинарке Brigitte Jurczyk која пише за више медијских кућа, између осталог за недељни часопис Weekender (Kurier). Посетила је Београди и Нови Сад. Том приликом је

имала састанак са представницима модног света Србије али и упознала се са Street Art уметношћу наше престонице.

## **2.7. Студијска посета организатора путовања из Немачке и Аустрије, 27. септембар - 1. октобар**

Посета организатора путовања из следећих агенција: Ventus Touristik GmbH, Go East Reisen GmbH, Eurotours International GmbH. Организатори су обишли Београд, Сремске Карловце, Нови Сад, Тополу, Крагујевац и Голубац.

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

### **1. Студијска путовања**

#### **1.1. Посета руских организатора путовања, 23-28. март**

У посети Србији било је десет организатора путовања из Русије, и то Калипсо, Формула Комфорта, ИП Коладин, Вокруг Света, ИП Мухартова, Пермтур, Лидер Тур, Веди груп, Лазурниј, ИП Илјасова. Главна тема посете је била зимска понуда Копаоника, а у организацију програма су се укључили и копаонички хотели Grand, Viceroy и Горски. Поред Копаоника, где су се у оквиру посебних презентација и обилазака хотела упознали са туристичком понудом и имали прилику да разговарају са представницима туристичке привреде, гости су током боравка у Србији обишли Београд, Брзеће и Тополу.

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

#### **2.1. Друштвена мрежа ВК**

Дневне активности на друштвеној мрежи ВК (В Контакте). Саопштења су усклађена са контентом ТОС-а.

## **VIII Кина**

### **1. Остале активности**

1.1. Промоција на WeChat и Weibo основним платформама за комуникацију у Кини, где се ТОС представља уз помоћ изабраног ПР-а уз чију помоћ се постављају информације и занимљивости из Србије и региона. Тренутно је повећан број пратилаца на 153,352 и објављено је 97 постова за ових шест месеци. На WeChatu је објављено 12 порука.

1.2. ТОС је присутна на Quer, водећој платформи у Кини за путовања, где се пишу запажања са путовања и размењују подаци и утисци. За те потребе су одабрани бројни блогери који су већ били на студијским посетама у Србији и Црној Гори као и утицајни инфлуенсери.

1.3. У оквиру Асоцијације 16+ 1 (земље централне источне Европе + Кина) дефинисана су нова правила везана за награду Марко Поло. Информације и упутства за учествовање прослеђена су агенцијама и хотелијерима у Србији, а ТОС је припремио документа и



конкурисао за награду „Најактивнија национална туристичка организација“ од 16 земаља Централне Источне Европе, везано за промоцију у Кини.

1.4. Чувени инфлуенсер Chen Cheng је објавио путописну књигу о препорученим дестинацијама где је и Србије. ТОС се ангажовала и помогла достављањем додатних информација, имајући у виду да је овај инфлуенсер био у студијској посети коју је ТОС организовала 2019. године

1.5. Tuniu, водећа online туристичка агенција у Кини, је доделила ТОС-у награду за “Изванредног Партнера” (Outstanding Partner).

1.6. ТОС је добила награду од водећег пословног туристичког медија у Кини - National Tourism Media (Leading Travel Trade Media in China) за најбољи кратки промотивни видео - Top 10 Short Form Video Marketing Case – Serbia.

## **IX Пољска, Чешка и Словачка**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Учешће на сајму Slovakiaitour 2022, Словачка, 28. април – 1. мај**

Наступ ТОС-а на штанду Туристичке организације Војводине и Београда. Ово је највећи сајам туризма у Словачкој и један од значајнијих у централној Европи. Представљен је поред туристичке понуде Србије и нови брендинг ТОС.

## **X Турска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1 Сајам ЕМИТТ, Истанбул, 09.-12. фебруар**

Ово је четврти највећи сајам туризма на свету, који је привукао је велики број посетилаца(33.595) и излагача (500). Штанд је посетио и министар туризма и и културе Турске. Носилац наступа је као и претходних година била Туристичка организација Београда, а ово је већ десета година како се представљамо на овом сајму.

Штанд Београда и Србије првог дана сајма посетили су генерални конзул Конзулата Републике Србије у Турској, као и почасни конзул из Једрена. Штанд су посетиле бројне агенције, представници града Бурсе, Анкаре и Истанубла, као и председник Привредне коморе Анкаре када се договарало о модалитетима промоције у Анкари и Београду због попуне лета који везује ова два града а који је успостављен крајем прошле године. На сајму се договарало и о промоцији на друштвеним мрежама где би се промовисала чињеница да је Истанбул једини град на свету на који лете авиони са наша три аеродрома (Београд, Краљево и Ниш).

#### **1.2. Промоција туристичке понуде Србије и Београда у Анкари, 25. мај**

У циљу јачања туристичког тржишта централне Турске које је отворено покретањем директних летова између Анкаре и Београда крајем прошле године, одлучено је да се у Анкари одрже пословни сусрети туристичке привреде регије Анадолије са нашим хотелијерима и организаторима путовања.

У престижном хотелу Шератон у центру Анкаре, уприличени су сусрети привреде а претходио им је поздравни говор амбасадора Републике Србије у Турској, који је говорио о значају директног лета, захвалио се турској страни и истакао како је то значајно не само за јачање туристичких већ и попитичких и економских веза. Директорка ТОС-а је одржала презентацију Србије са посебним акцентом на понуде кратких градских одмора у Србији и истакла дестинације у Србији које су повезане директним летом наше домаће авио компаније као и значај повезивања једне од богатијих регија Турске са Београдом. Говор је одржао и директор

Туристичке организације Београда која је била партнери у организацији овог догађаја. ТОБ је именovala туристичког амбасадора Београда у Турској, г-ђу Ивану Серт, утицајног модног блогера, што је такође изазвало додатну медијску пажњу.

Након представљања могућности за долазак и боравак туриста у нашој земљи многобројним агенцијама из Турске, уследили су пословни састанци турских и српских привредника. Присутни су били: хотели Mama's Shelter, President group и агенција 2044 travel, као и Привредна комора Србије и Туристичка организација Инђије.

У вечерњим сатима тог истог дана за одабране партнере уприличен је коктел у амбасади Републике Србије у Анкари. Овом догађају су претходили састанци у Истанбулу са три водеће агенције које имају велики број група ка дестинацијама у западној Европи и тема је била да се групе преорјентишу на Србију. Договарана је сарадња и туре које би започињале из дестинација у Србији одакле постоји директна веза са Истанбулом, а то су Краљево и Ниш. Агенције са којима су се представници ТОС е састали су: ВТВ tours, Clear trip и Travelzone

## **2. Оглашавање и промотивне кампање**

### **2.1. Дигитална кампања за тржиште Турске, јануар-март**

Дигитална кампања уз коришћење великог броја банера разних димензија и садржаја спроведена је на порталима најпознатијих турских медија као што су Hurrriet, Milliyet, Posta, CNNturk. Реализовано је укупно 17.500.000 импресија. Банери су постављени на порталима који промовишу путовања, као и на страницама везаним за путовања на најчитанијим порталима вести и другим најчитанијим порталима. Акценат промоције је стављен на три дестинације у Србији одакле лете авиони ка Истанбулу (Ниш, Краљево и Београд), као и на директан лет Београд-Анкара.

### **2.2. Слање саопштења о туризму Србије, јануар-јун**

Писање и слање саопштења/Newsletter, уз инструкције добијене из ТОС-а и уз надзор ТОС-а, укупно 11 саопштења. Саопштења/Newsletter су таргетирала медије и туристичку привреду – туристичке агенције у Турској. Достављене су информације медијима који су водили на чак 50 сајтова и које су прочитани од стране 1.5 милиона читалаца.

## **XI Јапан**

### **1. Остале промотивне активности**

#### **1.1. Састанак у ТОС-у са представником јапанске агенције Jumbo tours.**

TANIMURA Shoki је власник агенције са седиштем у Окинави која се углавном бави туризмом. Долазио је већ пет пута у Србију и доводио групе, а у октобру/новембру ове године планира групу од 35-80 туриста из Јапана. Тражио је препоруке ТОС за делове Србије које слабије познаје и новитете у понуди. Достављен му је списак рецептивних агенција Србије, и добио је водич Gault & Millau као и најновије брошуре. У свему имају подршку Амбасаде Републике Србије у Јапану која их посебно подржава у светлу обележавања 140 година од успостављања дипломатских односа измеђ Србије и Јапана.

## **ХП Уједињени Арапски Емирати (УАЕ)**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Представљање туризма Србије на Светској изложби EXPO 2020 Dubai 8-15. јануар**

Туристичка организација Србије је током тематске недеље „Путовања и повезаност“ од 8. до 15. јануара на Светској изложби у Дубаију организовала промоцију туристичке понуде и потенцијала Србије као туристичке дестинације.

Током ове недеље, постојећа поставка Павиљона Републике Србије на Светској изложби употпуњена је у складу са задатим концептом у свим сегментима: у приземљу је постављен photo booth уз помоћ које су се посетиоци фотографисали са одабраним туристичким дестинацијама Србије у позадини, на 1. спрату посетиоци су захваљујући интерактивном инфо стубу са touch screen екраном могли да сазнају више о туристичким атракцијама земље по регионима, док је на последњем, 2. спрату Павиљона постојећа понуда VR садржаја допуњена изложбом уличне уметности и графита Београда постављеном у јединственом виртуелном простору са преко 40 радова које су домаћи и страни аутори стварали на улицама престонице. Видео материјали ТОС-а постављени су на тотемима испред Павиљона и на више екрана различитих димензија у приземљу и на првом спрату Павиљона, док су на другом спрату емитовани филмови локалних туристичких организација из Србије које је у једну целину уобличио ТОС.

Испред Павиљона Туристичка организација Србије организовао је садржајан програм који је свакодневно у периоду од 16 до 21 час привлачио велику пажњу посетилаца Светске изложбе. На бини су се смењивали наступи КУД „Свети Ђорђе“ (народна кола, етно певање уз пратњу оркестра), трубачке бравуре Данијеле Веселиновић, као и музички ДЈ наступи Тијане Дамјановић која је пратила електричну виолину Сање Стојановић. Млађи посетиоци имали су прилику да се опробају у изради фигурица од фондана током радионица стручно вођеним од стране уметнице Наташе Топаловић, а и они и остали да виде процес израде гусала од дрвета и чују звуке фруле, двојница и окарине Драгић Бугарина обученог у традиционалну српску ношњу.

Свакодневно је организован и квиз / наградна игра током којег су учесници посредством пројектованог садржаја и мобилном апликацијом имали прилику да сазнају више о нашој земљи, али и освоје вредну награду – пут у Србију за двоје.

Велико интересовање посетиоци су показали и за колатерални материјал који је ТОС обезбедио у довољној количини током трајања тематске недеље, посебно за лицидерска срца, антистрес брендирана срца, као и за осликане медањаке. Заставицама ТОС / Србија махала је већина публике на наступу Горана Бреговића на главној бини Експоа.

Дана 11. јануара, Туристичка организација Србије је уз помоћ ангажоване ПР агенције Alldetails на 1. спрату Павиљона, организовала промотивни догађај за туристичку привреду и медије из Уједињених Арапских Емирата, на коме је представила туристичку

понуду наше земље. Овом приликом је поред туристичке и конгресне понуде представљен и нови туристички бренд – Србија, доживи! (Experience! Serbia), чији је наратив заснован на комуникацији дестинације кроз искуства које туристи могу да доживе у Србији. Након одржане презентације, представници туристичке привреде Уједињених Арапских Емирата имали су прилику да размене искуства и разговарају о сарадњи са више од 40 чланова српске привредне делегације, међу којима су били представници хотела, рецептивних туристичких агенција и локалних туристичких организација. Догађају је присуствовао и Амбасадор Р. Србије у УАЕ, г. Станимир Вукићевић.

Извештаји са догађаја објављени су у петнаестак штампаних медија и дигиталних портала Блиског истока – у укупној тржишној противвредности рекламног простора од 64.000 долара.

Директорка ТОС-а, мр Марија Лабовић гостовала је у програму уживо на Dubai TV, а дала је интервјуе и за престижни пословни магазин TTN, као и за Kul Al Usra, високотиражни недељни lifestyle магазин.

Наступ ТОС-а на Светској изложби пратили су и новинари и сниматељи из Србије чије је путне трошкове ТОС покрио, а њихове репортаже са лица места емитоване су на РТС 1, ТВ Пинк, ТВ Прва и Инфобиро.

### **XIII Израел**

#### **1. Сајмови и презентације**

##### **1.1. Промоција туризма Србије и Београда, Тел Авив, 29. јун**

У оквиру галерије Славо ресторана промовисана туристичка понуда Србије са освртом на пословне сусрете српске и израелске туристичке привреде, а у организацији Туристичке организације Београд. Подршку догађају је пружила и Туристичка организација Србије.

Циљ овог посебног догађаја је био да се промовише широка лепеза туристичке понуде Србије и нови бренд српског туризма, а уједно склопе будуће пословне сарадње са представницима израелске привреде.

На самом почетку гостима и новинарима обратили су се саветник и конзул у амбасади Републике Србије у Тел Авиву, представник министарства туризма Израела, и директор представништва Привредне коморе Србије у Израелу. Свим присутнима су се обратили и представници Туристичке организације Београда, Туристичке организације Србије и Туристичке организације Војводине представљајући квалитете и значај српског туристичког потенцијала. Део презентације је посвећен регији Копаоник, односно Врњачка Бања.

Уз присуство великог броја новинара, целокупан програм је обогаћен садржајима из Србије. Предстаљена је могућност одмора у српским градовима и бањама, атрактивна гастрономска и културна понуда, као и погодности за породичан и активан одмор. Присутно је било преко 30 организатора и агенција из Израела, а од српских представника присутни су били Wild Serbia, Globe Metropolitan Tours, Balkan Holidays, Хотел Мама Shelter, Spa Travel.

## 2. Студијска путовања

### 2.1. Посета израелског организатора путовања, 23-28. март

ТОС је угостио представника израелског организатора путовања Агро Турс, који је обишао више етно села и етно домаћинстава у Србији. Циљ ове посете био је проналажење нових дестинација и угоститељских објеката за програме по Србији који је Агро Турс укључио у своју понуду и програме путовања. Услови за ову врсту туризма су испунили Лазареви конаци, Врхпоље, Етно фарма Милановић, Конак Мишић.

## 7. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС)

### 7.1. АКТИВНОСТИ НА МЕЂУНАРОДНОМ ТРЖИШТУ

Активности Конгресног бироа Туристичке организације Србије у већинској мери су усмерене на маркетинг дестинације на међународном тржишту. Ове активности концентрисане су на неколико кључних области. То су: израда и фасилитација при подношењу кандидатура за домаћинство међународним догађајима, затим презентација дестинације и учешће на сајмовима и сличним пословним догађајима, организација студијских посета за међународне организаторе догађаја, оглашавање у иностраним медијима и учешће у раду међународних организација. На тај начин су и груписане активности у овом извештају.

#### 7.1.1. УЧЕШЋЕ НА САЈМОВИМА И ДОГАЂАЈИМА

##### 7.1.1.1. АЈМЕКС Франкфурт „IMEX Frankfurt“(Франкфурт, Немачка) – 31.05-02.06.2022.

Конгресни биро Туристичке организације Србије (КБС) учествовао је од 31. маја до 2. јуна на конгресном сајму IMEX Frankfurt, највећем специјализованом сајму пословних путовања на свету, који је овом приликом обележио 20 година постојања. Сајам је ове године привукао 3.915 клијента из 110 земаља, и укупно 2.328 излагача из свих региона света.

За потребе наступа конгресне индустрије Србије, закупљен је и изграђен штанд на површини од 65,625 м<sup>2</sup> (5,625 м<sup>2</sup> бесплатно), а дизајн је, у складу са новим визуелним идентитетом и стратегијом комуникације ТОС, урадио Студио Мета клиника.

Поред КБС, остали излагачи из наше земље били су представници следећих 20 организација и предузећа: Туристичке организације Београда, Туристичке организације Ниша, конгресни центар „Сава центар“, хотели: Crowne Plaza Belgrade, Falkensteiner Hotel Belgrade, Grand Kopaonik (MK Mountain Resort), Hilton Belgrade, Hyatt Regency Belgrade, Hotel Mona Plaza Belgrade & Hotel Zlatibor Mona, Radisson Collection Hotel, Old Mill Belgrade, Viceroy Kopaonik Serbia и агенције: Balkan-Adriatic DMC, Balkan Holidays, BIT Events, Congress Rental, Fogg Travel Club, iSerbia Travel & Events, Miross PCO/DMC, Serbia

Incoming™ DMC, Vekol DMC. Партиципација за учешће на овом сајму износи 300 евра за агенције и туристичке организације, и 500 евра за конгресне центре и хотеле.

Током три дана трајања сајма, на штанду Србије одржано је укупно 179 унапред заказаних појединачних састанака. Поред тога, током прва два радна дана, одржано је и пет групних састанака (клијенти CWW Mexico, Hyatt Hotels & Resorts, Moulden Marketing, Hilton MEA, HelmsBriscoe Europe) у облику презентације дестинације, којима су присуствовала укупно 53 клијента. Након презентације, они би се упознавали и директно успостављали контакт са суизлагачима на штанду. Активношћу свих излагача у току трајања сајма остварени су контакти и са многобројним агенцијама, корпорацијама и асоцијацијама са којима нису претходно били заказани састанци преко сајамског портала, тако да је реалан број састанака значајно већи. Овоме су допринеле и активности суизлагача пре сајма и ван сајамског портала кроз директну комуникацију са клијентима и путем пословних друштвених мрежа.

Осим активности на штанду представници КБС учествовали су и у већем броју активности које се дешавају уочи почетка сајма, или након радног дана на сајму, а које су укључивале: ICCA Global Community Conversations (ICCA Plenary), ICCA Central European Chapter Meeting, IMEX Association Social, ICCA Networking Reception, cim-clubbing@IMEX, IMEX run, GainingEdge Knowledge Exchange, IMEX Gala Dinner and Awards, GainingLeads Business Exchange.

#### **7.1.1.2. КОНВЕНТА „CONVENTA“ (Ljubljana, Slovenija) – 24-25.08.2022.**

У периоду од 24-25.08.2022. Конгресни биро туристичке организације Србије учествовао је на регионалном сајму пословних путовања и догађаја у Љубљани, Словенији „Conventa Trade Show“. У питању је било традиционално већ 14. по реду издање регионалног сајма. Сајам је пратио богат конференцијски садржај под брендом „Conventa Crossover“ као и церемонија додела награда за најбоље у конгресној индустрији у различитим категоријама.

У 2022. години, директор Конгресног бироа Србије, Душан Боровчанин проглашен је за најутицајнијег представника дестинације у конгресној индустрији у конкуренцији укупно 34 међународне дестинације у Европи.

Представници Конгресног бироа одржали су 32 унапред заказана састанка преко сајамске платформе и преко 20 неформалних састанака са клијентима из готово целог света. По завршетку сајма за 10 пажљиво одабраних клијената у партнерству са хотелом Radisson Collection, као и другим партнерима на дестинацији уприличена је студијска посета.

#### **7.1.1.3. Авирепс Нордикс Роудшоу (Стокхолм, Копенхаген, Осло и Хелсинки) – „AVIAREPS NORDICS ROADSHOW“ – 14-17.11.2022.**

У четири престонице скандинавских земаља – Стокхолм, Копенхаген, Осло и Хелсинки, одржан је од 14. до 17. новембра 2022. AVIAREPS Nordic Roadshow, догађај који се организује већ годинама уназад са циљем да омогући пословне контакте између, пре свега, скандинавских туристичких агенција и излагача широм света. AVIAREPS је глобална

компанија за заступање и управљање у авијацији и туризму са 51 канцеларијом у 42 земље. Међу њиховим клијентима налази се више од 200 авио-компанија, аеродрома, туристичких дестинација, хотела, агенција за изнајмљивање аутомобила и разних других предузећа. Услуге укључују продају, маркетинг, односе са јавношћу, оглашавање, ИТ решења и финансијске услуге.

Конгресни биро Туристичке организације Србије учествовао је на догађајима у три града до којих национални авио-превозник Air Serbia има директне летове – Стокхолм, Копенхаген и Осло, будући да тренутно нема назнака да ли би и када у будућности могла поново да буде успостављена директна веза са Хелсинкијем. Идеја за учешћем јавила се након успешно организоване туре упознавања за норвешке агенте крајем августа ове године, након чега је настављена комуникација са госпођом Јеленом Малић, менаџером AVIAREPS за Норвешку и госпођом Оливером Андријашевић Ducoin, задуженом за тржиште Скандинавије у Air Serbia. Захваљујући овоме, добијени су повољни услови за учешће и обезбеђена подршка Air Serbia за повратни лет из Београда до Скандинавије.

На догађају су као излагачи били присутни представници следећих организација и предузећа:

- Туристичке организације: Lago Maggiore Italy, Visit Dubrovnik, Liepaja Travel, Generalitat de Catalunya, Turismo de Ibiza, Visit Anchorage, Investment & Development Agency of Latvia, Visit Finland, Visit Kotka & Hamina, National Tourism Organisation of Serbia.
- Хотели: Landmar Hotels (Canary Islands), Belive Hotels (Mallorca), The Lux Collective, Finolhu Maldives, Seaside Collection Gran Canaria, Marriott International.
- DMCs: Compass Brazil, Plaza Tours (Jordan), Latin Travel Collection, South American Tours, Katarina Line Cruises (Croatia), Diamond collections.
- Авио-компаније: Ethiopian Airlines, myPlane, Aviareps clients (Royal Jordanian, Condor, Sun Express, Malaysia Airlines, Etihad Airways).
- 

Догађаји су почињали уводним излагањем организатора и домаћина – менаџера за сваку земљу испред AVIAREPS. У оквиру тога, представљене су корпоративне новости AVIAREPS-а и на сваком догађају био је поменут недавно склопљен уговор са Air Serbia, којим су постали њихов GSA за 16 европских земаља. Ово је посебно значајно јер је до сада у Скандинавији AVIAREPS заступао Air Serbia само у Норвешкој.

У другом делу вечери, одржавани су ротирајући састанци између излагача и клијената, а затим је настављено неформално дружење и умрежавање. Током сва три догађаја, представник ТОС одржао је укупно преко 40 састанака са представницима агенција и одређеним бројем медија из ове три скандинавске земље, а подељена је и одређена количина штампаног промотивног материјала и сувенира. Међу саговорницима, биле су заступљене агенције како из одморишног тако и из пословног/MICE сегмента. На последњем догађају у Ослу, почетном делу догађаја присуствовао је изванредни и опуномоћени Амбасадор Републике Србије у Краљевини Норвешкој, господин Драган Петровић. Овом приликом, у лутрији организованог на крају радног дела, једна од награда била су и српска вина и сувенири Air Serbia и ТОС.

Учешће на овом догађају било је оправдано и корисно будући да се повећава број туриста који из скандинавских долазе у Србију, да је реч о високоплатежним тржиштима, затим постоји позитивно искуство и утисци домаће туристичке привреде када је реч о професионалности у комуникацији и сарадњи са тамошњим партнерима, скандинавски гости имају добру репутацију и, можда и најважније – три скандинавске престонице директно су повезане са по неколико летова недељно до Београда. Посебно добродошла и значајна околност била је недавно потписани уговор између Air Serbia и AVIAREPS, што је пружило додатну видљивост и значај нашем наступу. Закључак је да би свакако требало наставити са активностима на овом тржишту, уз размишљање о додатним начинима промоције и напорима на прецизнијем циљању појединих сегмената туристичке тражње.

#### **7.1.1.4. ИВТМ**

У 2022. години представници Конгресног бироа Туристичке организације Србије узели су учешће на међународном сајму конгресног туризма у Барселони у виду посетиоца сајма. Услед буџетских ограничења и инфлације у трошковима излагања, у 2022. години Србија није била излагач на овом сајму.

Директор Конгресног бироа Туристичке организације Србије одржао је састанак са директором продаје тог сајма, затим са извршном директорком IMEX-а, представницима Стратегијске алијансе националних конгресних бироа Европе и неколико међународних клијената.

## **7.2. СТУДИЈСКЕ ПОСЕТЕ ЗА МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАТОРЕ ДОГАЂАЈА**

### **7.2.1. Студијска посета организаторима догађаја и конгреса из Норвешке**

У периоду од 15-18.08. у партнерству и сарадњи са националним авио превозником Air Serbia и међународном ПР агенцијом Aviareps организована студијска посета за организаторе путовања из Норвешке услед чињенице да је национално авио превозник повратио и увео директне линије и интензивирао број летова према Скандинавским земљама, а посебно Осло.

У студијској посети учествовало је 4 организатора пословних путовања и за време боравка обишли су Београд и Нови Сад, као и наравно све релевантне хотелске, конгресне, конференцијске и друге садржаје на дестинацији. Захваљујући позитивним утисцима учесника у тури, Србија је током туре позвана да се представи и на B2B догађају који Avireps организује у новембру месецу.

### **7.2.2. POST CONVENTA FAM TRIP**

По завршетку регионалног сајма Конвента, реализована је студијска посета за организаторе пословних путовања и догађаја у Србији из 10 европских земаља. Студијска посета реализована је са домаћим и регионалним партнерима из хотелске групације „Radisson Hotels Group“.



Студијска посета организована је од 25-27.08. и у накнадном анонимном упитнику од стране организатора сајма, Конгресни биро Србије добио је информацију да је од 9 укупно организованих студијских посета Београд оцењен као 3. са просечном оценом 4,75 од 5.

Клијенти су посетили Београд, Нови Сад, Сремске Карловце и успут посетили бројне хотелске, конференцијске и друге садржаје на дестинацији.



### **SATISFACTION WITH THE FAM TRIPS**

**5,00** Kranjska Gora, Slovenia (22 - 23 August 2022)  
**5,00** Loisium Spa & Wine Resort, Steiermark, Austria (21 - 23 August 2022)  
**4,75** Belgrade, Serbia (25 - 27 August 2022)  
**4,75** Kamnik-Savinja Alps, Slovenia (25 - 26 August 2022)  
**4,55** Ljubljana, Slovenia (22 - 23 August 2022)  
**4,33** Zagreb, Croatia (25 -27 August 2022)  
**4,17** Portorož & Piran, Slovenia (25 - 27 August 2022)  
**4,09** Bled, Slovenia (22 -23 August 2022)  
**3,50** Carinthia, Austria (21 -23 August 2022)

**4,58** Concept of fam trip  
**4,50** Transfer to destination  
**4,49** Accommodation at destination  
**4,28** Programme at destination

**Overall score of the fam trips 2022: 4,46 (4,83 in 2021)**

## **7.3. АКТИВНОСТИ НА ИЗРАДИ КАНДИДАТУРА ЗА ДОМАЋИНСТВО ПОСЛОВНИХ ДОГАЂАЈА**

У 2022. години добијено је укупно 12 успешних кандидатура за међународне догађаје који испуњавају критеријуме ИССА. Поред тога поднето је још 8 кандидатура од којих се још увек очекује исход за 3 кандидатуре у 2023. години док су 5 кандидатура успешно поднеле друге дестинације.

Такође, израђени су обрасци за конгресне дестинације у Србији како би се олакшао процес израде кандидатура и административно уредио процес евидентирања процеса у оквиру сектора.

## **7.4. РАД У ОКВИРУ МЕЂУНАРОДНИХ ОРГАНИЗАЦИЈА**

### **7.4.1. СТРАТЕГИЈСКА АЛИЈАНСА НАЦИОНАЛНИХ КОНГРЕСНИХ БИРОА ЕВРОПЕ**

У септембру и децембру 2022. године одржани су редовни састанци Стратегијске алијансе националних конгресних бироа Европе.

У четвртак 15.09.2022. и петак 16.09.2022. одржан је 11. редовни састанак Стратегијске алијансе конгресних бироа Европе. Стратегијска алијанса конгресних бироа Европе је организација која окупља 28 националних конгресних бироа чија је редовна чланица и Конгресни биро Туристичке организације Србије. Састанци алијансе одржавају се редовно и уживо, 2 пута годишње, у јануару и септембру месецу као и неколико пута годишње у онлајн формату. Домаћин овог састанка био и Португал, тј. град Лисабон.

Уводни део састанка бавио се административним радом алијансе, подношењем извештаја о раду председавајућег и његовог заменика и усвајањем буџета за наредну годину. Гласовима свих чланова одлучено је да се чланарина свих чланица подигне са постојећих 500 ЕУР на 1.000 ЕУР годишње, како би алијанса могла да финансира правну службу, и активности које су у плану.

На овој седници за редовни члан примљен је и конгресни биро Енглеске на челу са господином Полом Блеком. Гласање је одржано иако су кандидати били оправдано одсутни због учешћа у припреми церемоније сахране британске краљице Елизабете друге.

Председник алијансе и директор Конгресног бироа Немачке, господин Матијас Шулце, обавестио је чланове алијансе да је било великих интересовања конгресних бироа изван Европе (Аустралија, Америка, Африка) за студију коју је САНКБЕ урадио заједно Tourism Economics са и Оксфордским универзитетом о пословном моделу будућности конгресних бироа. С тим у вези, предложио је да Европа и САНКБЕ као најразвијеније тржиште преузме иницијативу и предложи окупљање конгресних бироа из свих региона света, како би додатно размотрили могућности сарадње и формирања једног глобалног фронта који би могао да одговоре на питање будућности конгресних бироа. Заједнички договор је био да се формира радно тело које треба да ради на припреми тог састанка за ИМЕКС следеће године (пријавило се 4-5 волонтера из неколико земаља да ради на овоме).

Такође, председник алијансе је упознао присутне да је у току прикупљања иновативних идеја на платформи [www.responseroom.io](http://www.responseroom.io) за предстојећи ICCA World Congress у Кракову. Чланови ICCA ће најиновативније предлоге са платформе позвати као говорнике на одређене панеле и сесије током конгреса што је прилика за већу видљивост чланица алијансе.

Након тога, одржана је презентација иницијативе Open Data Tourism Alliance коју су покренуле националне туристичке организације Немачке, Аустрије, Швајцарске и Шведске са идејном дигиталном трансформацијом пословних модела националних туристичких организација и имплементацију вештачке интелигенције у пр. Више о самој иницијативи могуће је прочитати на <https://open-data-germany.org/en/open-data-germany>.

Након тога, представници Данске одржали су радионицу о креирању додатних вредности и стварању наслеђа на дестинацији од пословних догађаја. Презентацију су радили чланови недавно формираног тела LegacyLab које служе за разраду идеје наслеђа на дестинацијама. Они су развили модел у 7 корака како би се осигурала додатна вредност сваког пословног догађаја који се одржава на дестинацији, а посебно оних догађаја за које се истиче кандидатура.

По завршетку презентације, сви чланови алијансе подељени су у групе и радили су заједно на примени модела за догађај из домена информационих технологија који још увек нема дестинацију домаћина за 2025. годину.

По завршетку радионице, представљени су резултати и одржана је дискусија. На крају, представљен је град и земља домаћин наредног састанка у јануару 2023. и то је град Праг, Чешка.

#### **7.4.2. МЕЂУНАРОДНА АСОЦИЈАЦИЈА КОНГРЕСА И КОНВЕНЦИЈА (ICCA – INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION)**

У 2022. години, настављено је активно учешће у оквиру ICCA од стране представника Конгресног бироа Туристичке организације Србије. Подношени су редовни извештаји о одржаним догађајима који задовољавају критеријуме ICCA како би било могуће извршити поређење позиције између земаља и дестинација. Србија је након 2. године пауза колико ICCA није радила рангирање услед пандемије вируса Ковид-19, поправила своју позицију у односу на 2019. годину и у 2022. години се нашла на 47. позицији по броју међународних догађаја који су у Србији одржани у 2021.

Представници Конгресног бироа узимали су редовна учешћа на састанцима одељака за централну и источну Европу, док ипак нису узели учешће на светском ICCA конгресу у Кракову, Пољска.

База ове међународне организације представља драгоцен ресурс у припреми процеса рада на кандидатурама међународних догађаја. Такође, отворени су преговори о креирању једног од неколико глобалних едукативних центара за конгресну индустрију у Србији. Преговори су настављени у 2023. години.

#### **7.5. АКТИВНОСТИ НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ**

##### **7.5.1. ПРОЛЕЋНИ САСТАНАК КОНГРЕСНЕ ИНДУСТРИЈЕ СРБИЈЕ**

Пролећни састанак конгресне индустрије одржан је у просторијама Туристичке организације Србије на којем је учествовало неколико десетина представника конгресне индустрије. Састанак је био прилика да се представи нови бренд ТОС-а, да се разговара о плану за заједничке сајамске наступе, затим о условима излагања, међународним трендовима у конгресној индустрији и слично.

##### **7.5.2. ВЕЧЕ КОНГРЕСНИХ АМБАСАДОРА**

У недељу, 04.12.2022. одржано је седмо по реду Вече конгресних амбасадора. У 2022. години Конгресни биро Србије обележио је и 15 година постојања у оквиру Туристичке организације Србије и овај догађај био је и прилика да се обележи један мали јубилеј и представе резултати напретка на међународном позиционирању Србије за пословна путовања и догађаје и догађаје. Две хиљаде двадесет другу годину, Србија је завршила као 47. земља на свету по броју одржаних међународних догађаја и на тај начин поправила позицију из 2019. године када је била рангирана као 50.

Догађају је присуствовало укупно 193 учесника, од чега је било готово готово 140 представника струковних удружења и око 50 представника туристичке привреде и колега из Туристичке организације Србије.

Конгресни биро Србије иницирао је „Клуб конгресних амбасадора Србије“ са идејом да се истакнутим појединцима, у сферама које су врло значајне за развој друштва у целини, ода признање за њихов ентузијазам и рад на промовисању иматрујичног им. Посебна врста признања одаје се оним појединцима који су кроз свој рад и ангажовање успели да осигурају међународну подршку за одржавање светских и европских конгреса њихових асоцијација.

Признање конгресних амбасадора Србије носе изванредне појединце који захваљујући свом угледу, ауторитету и професионализму на достојанствен начин промовишу нашу земљу у оквиру струковних удружења и то у европским и светским размерама.

У 2022. години додељено је укупно 11 признања Конгресних амбасадора Србије, свим појединцима који су у 2022. години успешно прошли процес кандидовања и добили потврду о одржавању конгреса у Србији у некој од наредних година.





## **7.6. ОГЛАШАВАЊЕ У МЕДИЈИМА**

У 2022. години активирана је страница Конгресног бироа Туристичке организације Србије и израђен је план оглашавања на овој друштвеној мрежи. Имајући у виду да се Конгресни биро Туристичке организације Србије бави маркетингом дестинације за пословне путнике, као и да је LinkedIn искључиво пословна мрежа, одлучено је да пред веб презентације то буде једина друштвена мрежа на којој ће биро информисати заинтересоване стране. Иако је страница званично постојала од 2015. године, није постојала ниједна званична објава нити активности на њој. Страницу је до 01.05. пратило 233 пратиоца док је тај број у тренутку састављања извештаја преко 900 пратилаца који су страницу запратили органским растом без спонзорисаних објава.

Од маја 2022. године Конгресни биро Туристичке организације Србије активирао је пробни период оглашавања на јединственој међународној match-making платформи која спаја готово 3.000 међународних асоцијације у потрази за дестинацијама за организацијом догађаја као и међународне дестинације у години. Дестинације из Србије су на крају године учествовале су у преко 150 директних спајања са међународним асоцијацијама што је директан извор интересовања за дестинацију и начин за упознавањем капацитета и садржајима дестинације за међународне организаторе догађаја.

## **8. МЕЂУНАРОДНА САРАДЊА**

### **8.1. ОТВОРЕНИ БАЛКАН**

#### **8.1.1. Учешће на министарској конференцији, Тирана, 11-12.мај**

Министарска конференција Западног Балкана под називом „Уклањање баријера за одрживи развој туризма“ одржана је у Тирани, 12.маја 2022 године.

Пре конференције, 11.маја, у просторијама Министарства туризма и животне средине Албаније, одржан је састанак две министарке туризма, гђе Татјане Матић и Миреле Кумбаро у конструктивној и пријатељској атмосфери. Разговор је примарно био усмерен на заједничке промотивне активности, али у оквиру тога и на наступе на трећим тржиштима свих земаља Отвореног Балкана. Две министарке су разговарале и о додатним активностима које би требало да се одвијају у склопу заједничког тржишта, а које би допринеле што већој промоцији како туристичких дестинација Србије у Албанији тако и туристичких дестинација Албаније у Србији, обе истакавши да Иницијатива „Отворени Балкан“ пружа велике могућности за развој туризма у региону. Током састанка, министарка трговине, туризма и телекомуникација Татјана Матић најавила је да би Србија и Албанија, у оквиру иницијативе Отворени Балкан, требало у јулу да потпишу споразум о сарадњи у области туризма, док ће претходно бити потписан заједнички меморандум о сарадњи. Такође, разговарало се и о успостављању заједничке дигиталне платформе у оквиру Иницијативе, као и организацији Сајма хране, вина и туризма који би требало да се одржи у септембру у Београду. Очекује се да се овој иницијативи придружи и Црна Гора. На састанку је констатовано да је велики број албанских туриста заинтересован да посети Београд и Србију. Туристички производи који би им били интересантни су планинске дестинације, пре свега скијалишта, сити брејк пакети, бање, али и религиозни туризам.

Албанци виде Србију као интересантну дестинацију, воле да дођу у Београд. Са друге стране, сто хиљада српских туриста је боравило у Албанији и тај број је у константном порасту.

Током састанка директорка ТОС, у директној комуникацији са министарком Кумбаро, је известила укратко о активностима на албанском тржишту истакавши да је Албанија део региона и тиме наша ниша. Овом приликом договорено је студијско путовање за представнике медија у што је краћем могућем року, дакле већ у наредним данима, уз помоћ Националне туристичке организације Албаније, на бази реципроцитета.

Састанку су присуствовали и амбасадор Србије у Тирани, као и представници министарстава туризма обе земље.

Наредног дана, 12.маја, одржана је министарска конференција. На конференцији су учествовали Татјана Матић, министарка трговине, туризма и телекомуникација Србије, Алесандра Прианте директорка регионалног одељења за Европу Светске туристичке организације (УНВТО), Крешник Бектеши министар економије Северне Македоније, Сташа Кошарац министар спољне трговине и економских односа Босне и Херцеговине, Младен Гргић директор Агенције за инвестиције у Црној Гори, Емир Ђикић директор Секретаријата ЦЕФТА и други.

Овом приликом ресорни министри Западног Балкана, представници Европске комисије и други релевантни актери су у четири панела разговарали о условима које је оставила пандемија Ковид-19 у туризму, као и о унапређењу пословне климе за одржива улагања и капитал у туризму.

На првом панелу о ситуацији изазваној ковид-19, на коме је учествовала министарка Матић, било је речи о утицају спроведених мера, као и о онима које тек треба да се предузму како би се решили текући ефекти пандемије на туризам. Препоруке овог панела послужиће као полазна основа за рад Одбора за кризу и опоравак туризма на Западном Балкану.

Конференцију су, у организацији ТОС, пратили новинари: Андрија Игић, новинар РТС – дописништво из Грачанице, Владимир Милић – сниматељ РТС, Ива Јованчић - TANJUG, Радомир Милошевић -сниматељ INFOBIRO.

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

**8.2.1. Годишњи састанак Маркетинг групе Европске туристичке комисије, Енгелберг, Швајцарска, 01-04. фебруар**

**8.2.2. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Љубљана, Словенија 18-20. мај**

**8.2.3. Састанак Маркетинг групе Европске туристичке комисије, виртуелно, 08. јун**

**8.2.4. Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО**

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

**8.2.6. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Праг, Чешка Република, 15-17. новембар**

### **8.3. ЧЛАНСТВО У ОКВИРУ АСОЦИЈАЦИЈЕ ТРАНСРОМАНИКА**

Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика на промоцији пута културе Трансроманика: обележавање дана Трансроманике 09. маја; припрема учешћа на онлајн Генералној скупштини у 20. септембра године; припрема промотивног материјала за следећу годину; 16. новембар одржан је онлајн састанак са Институтом културних рута Савета Европе поводом евалуације културне руте Трансроманика;



**ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ  
СРБИЈЕ ЗА ПЕРИОД 01.01.-31.12.2022. ГОДИНЕ**

**Приходи**

<b>Рачун</b>	<b>ОПИС</b>	<b>План 2022.</b>	<b>Извршење 2022.</b>	<b>Индекс</b>
1	2	3	4	4/3
6010	Приходи од продаје робе	4.500.000	4.004.714	89,00
6402	Приходи из буџета-субвенције 451	390.000.500	390.000.500	100,00
6401	Пренети приходи из претходне године	76.898.866	66.208.846	86,10
6409	Приходи од осталих државних давања	37.868.902	37.868.902	100,00
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора (конференцијска сала)	100.000	0	0,00
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	100.000	32.108	32,11
67	Остали приходи	1.250.000	1.063.701	85,10
69	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос прихода	50.000	0	0,00
	<b>Укупно приходи</b>	<b>510.768.268</b>	<b>499.178.771</b>	<b>97,73</b>

**Расходи**

<b>Конт о</b>	<b>ОПИС</b>	<b>План 2022.</b>	<b>Извршење 2022.</b>	<b>Авансна плаћања (преузете обавезе)</b>	<b>Индекс</b>
1	2	3	4	5	(4+5)/3
500	Набавна вредност продате робе	3.500.000	3.117.980		89,09
<b>50</b>	<b>Укупно набавна вредност продате робе</b>	<b>3.500.000</b>	<b>3.117.980</b>		<b>89,09</b>
	<b>Трошкови материјала</b>				
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.580.000	1.486.443		94,08
512	Трошкови горива и енергије	3.800.000	3.315.669	69.866	89,09
513	Трошкови резервних делова	310.000	305.486		98,54
514	Трошкови једн.отписа алата и инвентара	800.000	796.252		99,53
<b>51</b>	<b>Укупно трошкови материјала</b>	<b>6.490.000</b>	<b>5.903.850</b>	<b>69.866</b>	<b>92,04</b>
	<b>Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>				
520	Трошкови зарада и накнада – бруто 1	62.144.918	58.927.808		94,82

521	Трошкови доприноса на терет послодавца	10.036.404	9.466.674		94,32
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	3.652.002	3.647.300		99,87
526	Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора	10.520.000	10.441.578		99,25
<b>529</b>	<b><i>Остали лични расходи и накнаде</i></b>	<b><i>15.040.000</i></b>	<b><i>13.808.084</i></b>	<b><i>880.048</i></b>	<b><i>97,66</i></b>
52900	Остала лична примања-солидарна помоћ, јубиларне награде и отпремнине	520.000	519.796		99,96
52910	Превоз на посао и са посла	1.600.000	1.460.732		91,30
52911	Трошкови сл. путовања у земљи и иностран.	8.340.000	7.522.728	736.428	99,03
52920	Остала давања запосленима	220.000	207.062		94,12
52930	Накаде трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца	4.360.000	4.097.766	143.620	97,28
<b>52</b>	<b>Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>	<b>101.393.324</b>	<b>96.291.444</b>	<b>880.048</b>	<b>95,84</b>
	<b>Трошкови производних услуга</b>				
530	Трошкови израде по учинку – издавачка делатност	14.151.500	13.922.277		98,38
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	4.710.000	4.249.885	144.209	93,29
532	Трошкови услуга одржавања	5.150.000	5.110.783		99,24
533	Трошкови закупнина	2.800.000	2.720.525		97,16
<b>534</b>	<b><i>Трошкови сајмова</i></b>	<b><i>78.742.400</i></b>	<b><i>70.995.476</i></b>	<b><i>5.266.184</i></b>	<b><i>96,85</i></b>
5340	Трошкови сајмова у земљи	47.122.400	47.081.362		99,71
5341	Трошкови сајмова у иностранству	31.620.000	23.914.114	5.266.184	92,28
<b>539</b>	<b><i>Трошкови осталих услуга</i></b>	<b><i>255.465.044</i></b>	<b><i>235.584.971</i></b>	<b><i>17.828.343</i></b>	<b><i>99,20</i></b>
5390	Трошкови манифестација у земљи	8.480.000	8.455.692		99,71
5391	Трошкови услуга за односе са јавношћу	6.900.000	5.399.115	1.500.000	99,99
53922	Трошкови оглашавања у земљи	43.155.000	37.650.033	5.251.125	99,41
53923	Трошкови оглашавања у иностранству	31.484.044	24.842.969	5.500.000	96,38
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	85.822.000	83.778.464	1.923.868	99,86
5394	Организовање студијских путовања за новинаре, туроператоре и блогере	13.960.000	13.911.000		99,65
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	1.500.000	1.493.928		99,60
5396	Трошкови промотивног материјала	4.000.000	3.958.800		98,97
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	60.164.000	56.094.970	3.653.350	99,31
<b>53</b>	<b>Укупно трошкови производних услуга</b>	<b>361.018.944</b>	<b>332.583.917</b>	<b>23.238.736</b>	<b>98,56</b>

<b>54</b>	<b>Трошкови амортизације и резервисања</b>	<b>5.500.000</b>	<b>5.353.701</b>		<b>97,34</b>
	<b>Нематеријални трошкови</b>				
550	Трошкови непроизводних услуга	6.676.000	5.845.142	363.168	92,99
551	Трошкови репрезентације	6.240.000	6.223.931		99,74
552	Трошкови премија осигурања	600.000	450.403	138.444	98,14
553	Трошкови платног промета	600.000	598.883		99,81
554	Трошкови чланарина у посл.удружењима и међународним асоцијацијама	4.300.000	4.282.719	3.000	99,67
555	Трошкови пореза	12.250.000	11.928.377	2.928	97,40
559	Остали нематеријални трошкови	1.300.000	1.056.187		81,25
<b>55</b>	<b>Укупно нематеријални трошкови</b>	<b>31.966.000</b>	<b>30.385.642</b>	<b>507.540</b>	<b>96,64</b>
	<b>Финансијски расходи</b>				99,99
<b>56</b>		<b>300.000</b>	<b>299.969</b>		
	<b>Остали расходи</b>				93,49
<b>57</b>		<b>400.000</b>	<b>373.972</b>		
	<b>Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода</b>				33,64
<b>59</b>		<b>200.000</b>	<b>67.285</b>		
	<b>Укупно</b>	<b>510.768.268</b>	<b>474.377.760</b>	<b>24.696.190</b>	<b>97,71</b>
<b>I</b>	<b>Укупно остварени приходи у 2022.год.</b>	<b>499.178.771</b>			
<b>II</b>	<b>Укупно остварени расходи у 2022. год.</b>	<b>474.377.760</b>			
<b>III</b>	<b>Разлика између прихода и расхода</b>	<b>24.801.011</b>			
<b>IV</b>	<b>Пренос средстава у 2023.-резервисано</b>	<b>24.696.190</b>			
<b>V</b>	<b>Неуtroшена средства у 2022.год.</b>	<b>104.821</b>			
<b>VI</b>	<b>Неуtroшена средства из ранијих год.</b>	<b>10.690.020</b>			
<b>VII</b>	<b>Укупно за поврат у буџет</b>	<b>10.794.841</b>			

Разлику између прихода и расхода у износу од 24.801.011 динар, ТОС је распоредио тако, што је део средстава утрошио за авансна плаћања и преузете обавезе које се односе на 2023. годину, у укупном износу од 24.696.190 динара, а остатак средстава у износу од 104.821 динар, су нераспоређена средства, која се враћају у буџет. Поред тога, у буџет се враћају и неуtroшена пренета средства из 2021. године у износу од 10.690.020 динара, тако да укупан износ средстава, који се враћа у буџет износи 10.794.841 динар.

Преглед по позицијама плаћених и унапред преузетих обавеза, које се односе на наредну годину, налази се у колони 5 табеле.

Председник Управног одбора

Др Ратка Вушуровић

## ЗАВРШНИ РАЧУН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА 2022. ГОДИНУ

Законски основ за усвајање Завршног рачуна Туристичке организације Србије (у даљем тексту: ТОС), садржан је у одредби члана 36. став 3. тачка 3. Закона о туризму („Службени гласник РС“, број 17/2019), којим је прописано да Управни одбор усваја Годишњи извештај о пословању и завршни рачун. Ставом 4. истог члана прописано је да се ова акта доносе уз сагласност Владе. Такође у члану 37. став 2 Закона о туризму је прописано да Надзорни одбор ТОС-а, прегледа Извештај о пословању и Завршни рачун и утврђује да ли су сачињени у складу са прописима.

Завршни рачун ТОС-а за 2022. годину, сачињен је у складу са чланом 26. до 29. Закона о рачуноводству („Службени гласник РС“, број 73/2019 и 44/2021-др.закон), који се односе на обавезу састављања Финансијских извештаја и начин њиховог приказивања.

У складу са чланом 32. Закона о туризму („Службени гласник РС“, број 17/2019), средства за рад ТОС обезбеђују из буџета Републике Србије, прихода остварених обављањем послова из оквира своје делатности, из донација, прилога и спонзорстава домаћих и страних правних и физичких лица и других извора, у складу са Законом.

Завршни рачун за 2022. годину састоји се из прописаних образаца: Биланс стања, Биланс успеха и Статистички извештај, за друга правна лица.

У обрасцу „Биланс стања“ исказани су подаци на дан 31.12.2022. године и 31.12.2021. године. У поглављу „актива“ су исказани подаци о имовини и потраживањима, а у поглављу „пасива“ капитал и све неплаћене обавезе као и пасивна временска разграничења на дан 31.12. 2022. године и 31.12.2021. године.

У обрасцу „Биланс успеха“ су исказани приходи и расходи за текућу 2022. годину (01.01-31.12.2022.) и претходну 2021. годину (01.01-31.12.2021.), по начелима међусобне повезаности и узрочности, у складу са Законом о рачуноводству и пратећим прописима за његову примену.

У обрасцу „Статистички извештај“ су исказани аналитички подаци из Биланса успеха и Биланса стања, који служе за праћење и вођење макроекономске политике и друге статистичке сврхе шире друштвене заједнице и за потребе анализа правног лица.

**БИЛАНС СТАЊА**  
на дан 31.12.2022. године

У обрасцу Биланс стања су исказани следећи подаци:

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		Индекси 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	<b>АКТИВА</b>					
	<b>А. СТАЛНА ИМОВИНА</b> (0002+0003+0009+0010+0011+012)	0001		29.354	32.969	89,04
01	I. НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002		20.137	20.548	98,00
02	II. НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА ОПРЕМА (0004+0005+0006+0007+0008)	0003		9.217	12.421	74,20
020,021 и 022	1. Земљиште	0004				
023	2. Постројења и опрема	0005		9.217	12.421	74,20
024	3. Инвестиционе некретнине	0006				
025 и 027	4. Остала материјална стална средства	0007				
026 и 026	5. Некретнине, постројења и опрема у припреми и аванси за некретнине, постојења и опрему	0008				
03	III. БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009				
04	IV. ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010				
05	V. ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА (010+011)	0011				
28 (део)	VI. ДУГОРОЧНА АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0012				
	<b>Б. ОБРТНА ИМОВИНА</b> (0014+0019+0019+0020+0021+0022+0023)	0013		77.360	177.422	43,60
Класа 1	I. ЗАЛИХЕ (0015+0016+0017+0018)	0014		7.677	10.508	73,06
10	1. Материјал, резервни делови, алат и ситан инвентар	0015				
11 и 12	2. Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0016				
13	3. Роба	0017		1.599	1.910	83,72
15	4. Плаћени аванси за залихе и услуге	0018		6.078	8.598	70,69
20	II. ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0019		390	498	78,31
22 и 27	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0020		876	3.038	28,83
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0021				

24	V ГОТОВИНА И ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ	0022		49.799	95.077	52,38
28 (део)	VI КРАТКОРОЧНА АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023		18.618	68.301	27,26
	<b>В. УКУПНА АКТИВА – ПОСЛОВНА ИМОВИНА (0001+0013)</b>	0024		106.714	210.391	50,72
88	<b>Г. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА</b>	0025		10.161	10.161	100,00

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		Индекси 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	<b>ПАСИВА</b>					
	<b>А. УЛОЗИ 0402+0403-0404+0405-0408) ≥0</b>	0401		32.201	32.201	100,00
30	I УЛОЗИ (СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ) ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402		32.201	32.201	100,00
330 и потражни салдо рачуна 331	II ПОЗИТИВНЕ РЕАВАЛОРИЗАЦИОНЕ РЕЗЕРВЕ И НЕРЕАЛИЗОВАНИ ДОБИЦИ	0403				
Дуговни салдо рачуна 331	III НЕРЕАЛИЗОВАНИ ГУБИЦИ	0404				
34	IV НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА (0406+0407)	0405				
340	1. Вишак прихода над расходима ранијих година	0406				
341	2. Вишак прихода над расходима текуће године	0407				
35	V НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА (0409 + 0410)	0408				
350	1. Вишак расхода над приходима ранијих година	0409				
351	2. Вишак расхода над приходима текуће године	0410				
	<b>Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ (0412+0413)</b>	0411				
40	I. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0412				
41	II. ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ (0414+0415)	0413				
413 и 414	1. Дугорочни кредити	0414				
41 осим 413 и 414	2. Остале дугорочне обавезе	0415				
495 (део)	В. ДУГОРОЧНИ ОДЛОЖЕНИ ПРИХОДИ И ПРИМЉЕНЕ ДОНАЦИЈЕ	0416				
49 (део) осим 495	Г. ДУГОРОЧНА ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0417				

	Д. КРАТКОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И КРАТКОРОЧНЕ ОБВЕЗЕ (0419+0420+0421+0422+0423+0424+0425)	0418		74.513	178.190	41,82
463	I КРАТКОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0419				
42	II КРАТКОРОЧНЕ ФИНАНСИЈСКЕ ОБАВЕЗЕ	0420		55	75	73,33
43	III ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0421		11.270	12.004	93,89
45,46 осим 463 и 47	IV ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0422		27.308	77.620	35,18
48 осим 491	V ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ, ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0423		389	376	103,46
481	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ ИЗ РЕЗЛУТАТА	0424				
49 (део)	VII КРАТКОРОЧНА ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0425		35.491	88.115	40,28
	<b>Ђ. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА (СОПСТВЕНИХ ИЗВОРА) (0411+0416+0417+0418-0024)≥0 (0404+0408-0402-0403-0405) ≥0</b>	0426				
	<b>Е. УКУПНА ПАСИВА (0401+0411+0416+0417+0418-0426)</b>	0427		106.714	210.391	50,72
89	<b>Ж. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА</b>	0428		10.161	10.161	100,00

Образложење уз Биланс стања

### **I Актива**

У Билансу стања у активи су исказани подаци о сталној и обртној имовини – укупна актива, у износу од 106.714 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2021. године, индекс је 50,72 односно, умањење за 103.677 хиљада динара.

Објашњење извршења по свакој позицији се даје у наставку.

На позицији Стална имовина (аоп 0001), у Билансу стања је исказан износ од 29.354 хиљаде динара, а састоји се од аванса за нематеријална улагања и нематеријалне имовине (патенти-нови бренд Србије, лиценце, софтвер и остала нематеријална улагања) у износу од 20.137 хиљада динара и садашње вредности опреме у износу од 9.217 хиљада динара. У односу на претходну годину, индекс је 89,04 односно смањење од 3.615 хиљада динара.

На позицији нематеријална имовина (аоп 0002) исказан је износ од 20.137 хиљада динара, а чине га евидентирања по основу датих аванса (из претходних години) за снимање рекламних филмова за 4 кластера у износу од 9.951 хиљаду динара и нематеријалне имовине (патенти-нови бренд Србије, лиценце, софтвер и остала нематеријална улагања) у износу од 10.186 хиљада динара. У односу на претходну годину, индекс је 98,00 односно, смањење у номиналном износу од 411 хиљада динара.

На позицији некретнине постројења и опрема (аоп 0003) је исказан износ од 9.217 хиљада динара, а односи се на садашњу вредност основних средстава и то: компјутерска и телекомуникациона опрема и канцеларијски намештај. У односу на претходну годину индекс је 74,20, односно смањење у износу од 3.204 хиљада динара. Разлог смањења је смањена вредност опреме за рад, након обрачунате амортизације на дан 31.12.2022. године.

На позицији обртна имовина (аоп 0013) исказан је износ од 77.360 хиљада динара и односи се на: залихе, потраживања по основу продаје и друга потраживања, готовину и готовинске еквиваленте и краткорочна активна временска разграничења. Смањење обртне имовине у односу на претходну годину износи 100.062 хиљаде динара, а значајно су смањене позиције потраживања, готовине и готовинских еквивалената и краткорочна активна временска разграничења на којој су евидентирана средства резервације за преузете обавезе по уговорима и унапред плаћени расходи. Индекс смањења је 43,60.

У наставку следи образложење по појединим позицијама обртне имовине.

На позицији залихе – класа 1. ( аоп 0014 ) исказан је износ од 7.677 хиљада динара. Односи се на залихе трговачке робе- сувенира који се продају у малопродајном објекту- сувенирници, у износу од 1.599 хиљада динара и на плаћене авансе добављачима у земљи и иностранству у износу од 6.078 хиљада динара. Дати аванси добављачима у земљи односе се на авансна плаћања горива и енергије, поштанских услуга и оглашавања у земљи, а дати аванси добављачима у иностранству, односе се на плаћене услуге закупа простора за сајмове који се одржавају почетком године и то: FITUR Madrid, CMT Štuttgart, Holiday&Spa Sofija, CONVENTA Ljubljana и Vakatiebeurs Utreht.

На позицији залиха, у односу на претходну годину, индекс је 73,06, односно смањење од 2.831 хиљаду динара.

На позицији потраживања по основу продаје (аоп 0019) исказан је износ од 390 хиљада динара и односи се на потраживања од купаца у земљи, по основу заједничког наступа на сајмовима у иностранству крајем 2022., као и рефундација заједничких трошкова за одржавање пословног простора за месец децембар 2022. године, која ће бити наплаћена почетком 2023. године.

Потраживања у односу на претходну годину исказана су у индексу 78,31 или смањење за 108 хиљада динара, а резултат је успешно наплаћених потраживања од купаца из претходних година.

Са свим купцима извршено је усаглашавање стања путем ИОС обрасца, а појединим који имају дуговање дуже од 1 године и опомене за неизмирене обавезе.



На позицији друга потраживања (аоп 0020) исказан је износ од 876 хиљада динара и чине га друга краткорочна потраживања из пословања и то: средства уплаћена туристичкој агенцији, на име смештаја у иностранству за запослене, ради присуствовања туристичким сајмовима и другим промо догађајима, а који нису реализована услед пандемије. Повраћај средстава ће бити враћен ТОС-у почетком 2023. године, у складу са Уредбом Владе. Такође, део износа односи се на потраживање од Завода за социјалну и здравствену заштиту по основу рефундације боловања преко 30. дана за запослене, као и потраживања на име више плаћеног пореза на додату вредност у претходним годинама. Смањење у односу на претходну годину износи 2.162 хиљаде динара, односно исказано у индексу 28,83.

На позицији готовина и готовински еквиваленти (аоп 0022) исказан је износ од 49.799 хиљада динара и чине га новчана средства на рачунима банке. Износ средстава на рачунима банке искоришћен је почетком јануара 2023. године, за плаћање дела неплаћених обавеза исказаним у Билансу стања у пасиви на аоп 0425. У односу на претходну годину, смањење је исказано у номиналном износу од 45.278 хиљада динара или у индексу 52,38.

На позицији краткорочна активна временска разграничења (аоп 0023) евидентиран је износ од 18.618 хиљада динара, и представља средства резервисања по основу преузетих уговорних обавеза и унапред плаћених трошкова, крајем 2022. године, а која ће се реализовати и као трошкови евидентирати, у наредној 2023. години.

Унапред плаћени трошкови у износу од 3.659 хиљада динара односе се на: плаћени превоз на посао и са посла за запослене за месец јануар 2023. године, плаћен авио превоз и смештај запослених у иностранству, ради учешћа на сајмовима туризма почетком 2023. године, дигитално оглашавање за јануар 2023. године (оглашавање на друштвеним мрежама), плаћене лиценце за софтвере (Microsoft) које ТОС користи, осигурање имовине и лица.

Други део средстава чине преузете обрачунате, а неплаћене обавезе у износу од 14.959 хиљада динара и односе се на обавезе по уговорима, закљученим крајем 2022. године и то: на име дигиталног оглашавања (оглашавање на друштвеним мрежама google, fcb, inst.), оглашавања у домаћим и иностраним електронским медијима, услуге ПР у Кини и на име резервације учешћа на сајму ИТБ Берлин. У односу на претходну годину, средства су смањена за 49.683 хиљада динара, односно исказано у индексу 27,26.

За податке на активним временским разграничењима се дају и додатна објашњења.

На књиговодственим рачунима активних и пасивних временских разграничења, исказују се настале пословне промене на средствима и обавезама у текућој години, а које се односе на приходе и расходе који ће настати у наредној години. Овакво исказивање података је

уређено Законом о Рачуноводству и пратећим прописима за његову примену, по коме је прописан принцип исказивања у пословним књигама свих насталих пословних промена на дан њиховог настанка, а исказивање у приходима и расходима у години на коју се односе. Ови књиговодствени рачуни служе за привремено исказивање стредстава, чије време утрошка не припада периоду на који се трошкови односе, и на њима се по правилу исказују подаци, само када се врши разграничење трошкова по периодима.

Укупна актива – пословна имовина (аоп 0024) за 2022. годину, износи 106.714 хиљада динара. У односу на претходну годину индекс је 50,72, односно смањење за 103.677 хиљада динара.

## **II Пасива**

У Билансу стања, у пасиви, исказани су подаци о капиталу и обавезама по свим основама на дан 31.12.2022. године.

Објашњење за повећање или смањење по свакој позицији, даје се у наставку.

На позицији капитал (аоп 0401) је исказан износ од 32.201 хиљада динара и представља добијена средства из буџета Републике Србије, као и друга средства за набавку основних средстава и других улагања у стална средства, приликом оснивања ТОС-а. У односу на претходну годину, индекс је 100,00.

На позицији краткорочна резервисања и обавезе (аоп 0418) исказан је износ од 74.513 хиљада динара, а односи се на: обавезе из пословања, остале краткорочне обавезе, обавезе по основу осталих јавних прихода и пасивна временска разграничења. смањење у односу на 2021. годину, износи 103.677 хиљада динара, односно исказано у индексу 41,82.

У наставку се дају детаљнији подаци по врстама обавеза као и њихове промене у односу на претходну годину.

На позицији краткорочне финансијске обавезе (аоп 0420) исказан је износ од 55 хиљада динара, а односи се на кредит банке по виза бизнис картицама, реализован у децембру 2022. године, а који доспева увек наредног месеца у односу на месец када су средства са исте потрошена, што представља обавезу за измирење у јануару 2023. године. У односу на претходну годину индекс је 73,33 односно, смањење за 20 хиљада динара.

На позицији обавезе из пословања (аоп 0421) исказан је износ од 11.270 хиљада динара, а односи се на обавезе према добављачима у земљи 10.855 хиљаде динара и примљене авансе у износу од 415 хиљада динара. У односу на претходну годину, индекс је 93,89 односно, смањење у износу од 734 хиљаде динара.

Обавезе према добављачима у земљи, односе се највећим делом за робу и услуге испоручене крајем 2022. године са валутом плаћања у 2023. години, и то:

- Добављачи за испоручене услуге оглашавања у земљи (зимска кампања), услуге превода текста за брошуру, набавка фотографија и најам смештаја и превоза у иностранству у износу од 9.687 хиљада динара;
- Добављачи за испоручена добра и услуге за редовно пословање ТОС-а као што су: јавна предузећа за испоруку електричне енергије, топлотне енергије, телекомуникационих услуга, закуп простора за рад сувенирнице и Инфо центара, одржавање опреме, услуге физичко-техничко обезбеђење пословног простора, одржавање хигијене пословног простора и др., у износу од 1.168 хиљада динара.

Примљени аванси у износу од 415 хиљада динара су на име партиципације заједничког учешћа на сајмовима у иностранству, који се одржавају почетком 2023. године, а обавеза учесника на сајму је да уговорени износ уплате пре почетка одржавања сајма.

На позицији остале краткорочне обавезе (аоп 0422) исказан је износ од 27.308 хиљада динара, а односи се на обавезе по обрачунима за месец децембар 2022. године и то: на име зарада запослених 5.696 хиљада динара, по основу обустава од зарада запослених 77 хиљада динара, по основу боловања преко 30. дана износ од 77 хиљада динара, за нето накнаде члановима Управног и Надзорног одбора 548 хиљада динара, обавезе за нето накнаде по уговорима о делу 118 хиљада динара и остале обавезе у износу од 15.266 хиљада динара, а чине их обавезе по основу резервисаних средстава из 2022. године. У остале краткорочне обавезе евидентиран је и износ од 5.526 хиљада динара, на име обрачунатог пореза на додату вредност у последњем кварталу 2022. године, чији је рок измирења јануар 2023. године.

У односу на претходну годину, индекс је 35,18, односно, смањење за 50.312 хиљада динара. Ово смањење условљено је, највећим делом, смањењем обавеза на име резервације средстава на конту 469 - за преузете обавезе у 2022. години, а које ће се реализовати у 2023. години, као и знатно мањи износ обрачунатог пореза на додату вредност у последњем кварталу 2022., у односу на исти период претходне године. Остале позиције крећу се у оквиру обавеза из претходне године.

На позицији обавезе за порезе, доприносе и друге дажбине (аоп 0423) исказани износ од 389 хиљада динара, чине обавезе по основу пореза и доприноса за месец децембар 2022. године, и то за накнаде члановима Управног и Надзорног одбора, износ од 312 хиљада динара и по уговору о делу износ од 77 хиљада динара. Индекс извршења у односу на 2021. годину је 103,46, односно повећање за 13 хиљада динара.

На позицији краткорочна пасивна временска разграничења (аоп 0425) исказан је износ од 35.491 хиљада динара и представља евидентирана средства по основу вишка прихода над

расходима у 2022. години. Исти се распоређује на групу 28 – активна временска разграничења у износу од 18.618 хиљада динара, дате авансе, група 15- плаћени аванси за залихе и услуге, у износу од 6.078 хиљада динара и обавеза према буџету у износу од 10.795 хиљада динара. У односу на претходну годину индекс је 40,28, односно смањење за 52.624 хиљаде динара.

На позицији укупна пасива (аоп 0427), исказан је износ од 106.714 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2021. године, индекс је 50,72 или смањење од 103.677 хиљада динара.

На позицији ванбилансна актива (аоп 0025) и ванбилансна пасива (аоп 0428) је исказан износ од 10.161 хиљада динара, а односи се на залихе промотивног материјала финансираних из НИП-а, у претходним годинама.

**БИЛАНС УСПЕХА**  
у периоду од 01.01 до 31.12 2022. Године

У обрасцу Биланс успеха исказани су следећи подаци:

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		
				Текућа година	Предходна година	Индекс 5/6
1	2	3	4	5	6	7
	<b>ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА</b>					
	<b>А. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ</b> ( 1002+1003+1004 +1005+1006+1007-1008+1009)	1001		473.282	422.542	112,01
60	I ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002		4.005	2.028	197,49
630 и 631	II ПРИХОДИ ОД ЧЛАНАРИНА И ЧЛАНСКИХ ДОПРИНОСА	1003				
632 и 639	III ПРИХОДИ ПО ПОСЕБНИМ ПРОПИСИМА ИЗ БУЏЕТА И ОСТАЛИХ ИЗВОРА	1004				
64	IV ПРИХОДИ ОД ДОНАЦИЈА, ДОТАЦИЈА, СУБВЕНЦИЈА И СЛ.	1005		469.277	420.514	111,60
65	V ПРИХОДИ ОД НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	1006				
620	VI ПОВЕЋАЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА УЧИНАКА	1007				
631	VII СМАЊЕЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА УЧИНАКА	1008				
61	VIII ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1009				
	<b>Б. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ</b> ( 1011+1012+1013+1014+1015+1016+1017+1018)	1010		473.637	421.798	112,29
50	I НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1011		3.118	1.664	187,38
51	II ТРОШКОВИ МАТЕРИЈАЛА И ЕНЕРГИЈЕ	1012		5.904	5.142	114,82
52	III ТРОШКОВИ ЗАРАДА, НАКНАДА ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013		96.291	84.108	114,48
53	IV ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014		332.584	293.356	113,37
540	V ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015		5.354	5.458	98,09
541	VI ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016				
557	VII ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017				
55, осим 557	VIII НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	1018		30.386	32.070	94,75
	<b>В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК (1001-1010)≥0</b>	1019		0	744	0,00

	Г. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК (1010-1001)≥0	1020		355	0	0,00
66	Д. ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ (ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ) (1022+1023+1024+1025+1026)	1021		32	57	56,14
660	I Приходи од финансијске имовине од матичног, зависних и осталих повезаних лица	1022				
661	II Приходи од камата	1023			32	0,00
662 и 663	III Позитивне курсне разлике и приходи по основу ефеката валутне клаузуле и осталих ефеката заштите од ризика	1024		32	24	133,33
664	IV Приходи од дивиденди	1025			0	
669	V Остали приходи од финансијске имовине	1026			1	0,00
56	Ђ. ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ (1028 +1029+1030+1031)	1027		300	115	260,87
560	I Финансијски расходи из односа са матичним, зависним и осталим повезаним лицима	1028				
562	II Расходи камата	1029				
563,564 и 566	III Негативне курсне разлике и расходи по основу ефеката валутне клаузуле и осталих ефеката заштите од ризика	1030		300	115	260,87
566 и 569	IV Остали финансијски расходи	1031			0	
	<b>Е. ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА (1021-1027)</b>	1032		0	0	
	<b>Ж. ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА (1027-1021)</b>	1033		268	58	462,07
683 и 685	З. ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА	1034				
583 и 585	И. РАСХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА	1035				
67 и 68 осим 683 и 685	Ј. ОСТАЛИ ПРИХОДИ	1036		1.064	5	21.280,00
57 и 58, осим 583 и 585	К. ОСТАЛИ РАСХОДИ	1037		374	596	62,75
	Л. УКУПНИ ПРИХОДИ (1001+1021+1034+1036)	1038		474.378	422.604	112,25
	Љ. УКУПНИ РАСХОДИ (1010+1027+1035+1037)	1039		474.311	422.509	112,26
	М. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1038-1039) ≥ 0	1040		67	95	70,53
	Н. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1039-1038) ≥ 0	1041				
69-59	Њ. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА, ЕФЕКТИ ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКА ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1042				

59-69	О. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА , ЕФЕКТИ ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКА ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1043		67	95	70,53
	П. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1040-1041+1042-1043) ≥ 0	1044				
	Р. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1041-1040+1043-1042) ≥ 0	1045				
721	С. ПОРЕСКИ РАСХОД ПЕРИОДА	1046				
	<b>Т. НЕТО ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА (1044-1045-1046) ≥ 0</b>	1047		0	0	
	<b>Ђ. НЕТО ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА (1045-1044+1046) ≥ 0</b>	1048		0	0	

### Образложење уз Биланс успеха

Подаци у обрасцу Биланс успеха утврђени су и исказани у складу са Законом о рачуноводству, подзаконским актима за његову примену, као и прописима који се односе на недобитне организације.

Примењујући ове прописе, у Завршном рачуну за 2022. годину, у расходима су исказани сви настали трошкови који се односе на пословање за 2022. годину, без обзира да ли су ти трошкови плаћени или не, а у приходима онај износ прихода, који се односи на покриће насталих расхода за 2022. годину.

### І Приходи

Укупни приходи остварени у 2022. години, износе 474.378 хиљада динара, а распоређени су на следећим позицијама:

Пословни приходи (аоп 1001) у износу од 473.282 хиљаде динара, састоје се из прихода од продаје робе (аоп 1002), у износу од 4.005 хиљада динара и прихода од донација, дотација, субвенција и сл. (аоп 1005), у износу од 469.277 хиљада динара (средства из буџета за 2022. годину, којим су обухваћени и пренети приходи из претходне године).

На позицији приходи од продаје робе, производа и услуга (аоп 1002), исказани износ од 4.005 хиљада динара, чини приход од продаје трговачке робе-сувенира, реализован у малопродајним објектима, сувенирницама.

У хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
601	Приходи од продаје робе-сувенира	1002	4.500	4.005	89,00
	<b>Укупно</b>		4.500	<b>4.005</b>	<b>89,00</b>

На позицији приходи од донација, дотација, субвенција (аоп 1005) исказан је износ од 469.277 хиљада динара, и чине га приходи по основу субвенција из буџета, приходи од осталих државних давања и пренети приходи из претходне године.

Преглед наведених прихода дат је у табели:

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
6400	Приходи од субвенција из буџета	1005	390.000	365.199	93,60
6401	Пренети приходи из претход.године	1005	76.899	66.209	86,10
6409	Приходи од осталих државних давања	1005	37.869	37.869	100,00
6510	Приходи од изнајмљивања пословног простора	1006	100	0	0,00
	<b>Укупно</b>		<b>504.868</b>	<b>469.277</b>	<b>92,40</b>

Планирани приходи из буџета за 2022. годину, у износу од 390.000 милиона динара, ТОС-у су дозначени од стране Министарства туризма и омладине. Од овог износа, у завршном рачуну за 2022. годину, је као остварени приход од субвенција из буџета, исказано 365.199 хиљада динара, а преостали износ добијених средстава од 24.801 хиљада динара, је исказан на позицији 49-пасивна временска разграничења у билансу стања (аоп 0425). Поред овог износа, на истој позицији (аоп 0425), налазе се и нереализована пренета средства из 2021. године у износу од 10.690 хиљада динара. Преостали износ дозначених средстава буџета од 24.801 хиљада динара, распоређен је тако што је износ од 24.696 хиљада динара, укалулисан за преузете обавезе и унапред плаћене обавезе и авансе, по уговорима, чија ће реализација бити у 2023. години, а остатак нереализованих средстава од 105 хиљада динара се враћа у буџет. Такође, у буџет се враћају и нереализована пренета средства из 2021. године у износу од 10.690 хиљада динара, тако да је укупан износ за поврат у буџет у 2022. години 10.795 хиљада динара.

На позицији пословни приходи није остварен планирани приход по основу изнајмљивања опремљене конференцијске сале, која се налази у склопу пословног простора у Чика Љубиној бр 8, имајући у виду да је сала била резервисана за промотивне активности Туристичке организације Србије, као и за промоцију догађаја од стране локалних туристичких организација.

На позицији Финансијски приходи (аоп 1021 ), износ од 32 хиљаде динара чине приходи по основу курсних разлика при плаћању добављачима у иностранству. У односу на план, индекс је 32,00.



у хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
661	Приходи од камата				
663	Позитивне курсне разлике по основу ефеката валутне клаузуле	1021	100	32	32,00
669	Остали финансијски приходи				
66	<b>Укупно</b>		<b>100</b>	<b>32</b>	<b>32,00</b>

На позицији остали приходи (аоп 1036) исказан је износ од 1.064 хиљаде динара, а чине га приходи од усклађивања вредности залиха робе и корекције обавеза на бази књижних одобрења и усклађивања са повериоцима, наплаћена отписана потраживања, приходи од накнаде штете по добијеном судском спору и остали непоменути приходи.

у хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
67	Остали приходи	1036	1.250	1.064	85,10
69	Ефекти промене рачуноводст. политика	1042	50	0	0,00
67 и 69	<b>Укупно</b>		<b>1.300</b>	<b>1.064</b>	<b>81,80</b>

## II Расходи

У Завршном рачуну, укупни расходи за 2022. годину, исказани су у износу од 474.378 хиљада динара, а састоје се од пословних расхода (аоп 1010) у износу од 473.637 хиљада динара, финансијских расхода (аоп 1027) у износу од 300 хиљада динара, осталих расхода (аоп 1037) у износу од 374 хиљада динара и на позицији расходи по основу ефеката промена рачуноводствених политика и исправке грешака из ранијих периода (аоп 1043) у износу од 67 хиљада динара.

у хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
	<b>ПОСЛОВНИ РАСХОДИ</b>	<b>1010</b>	<b>509.868</b>	<b>473.637</b>	<b>92,90</b>
50	Набавна вредност продате робе	1011	3.500	3.118	89,09
51	Трошкови материјала	1012	6.490	5.904	91,00
52	Трошкови зарада, накнада и остали лични расходи	1013	101.393	96.291	95,00
53	Трошкови производних услуга	1014	361.019	332.584	92,10
54	Трошкови амортизације	1015	5.500	5.354	97,30

55	Нематеријални трошкови	1018	31.966	30.386	95,10
<b>56</b>	<b>Финансијски расходи</b>	<b>1027</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	100,00
<b>57</b>	<b>Остали расходи</b>	<b>1037</b>	<b>400</b>	<b>374</b>	93,50
<b>59</b>	<b>Исправка грешака ранијих периода</b>	<b>1043</b>	<b>200</b>	<b>67</b>	33,50
	<b>Укупно</b>		<b>510.768</b>	<b>474.378</b>	92,90

У расходима су исказани трошкови настали у 2022. години, без обзира да ли су плаћени до краја године. У расходима нису исказана плаћања по авансним рачунима у 2022. години, за трошкове који се односе на 2023. годину. Ови износи су исказани на конту датих аванса, као и на активним временским разграничењима у обрасцу Биланс стања.

У наставку је табеларни приказ аналитичких података за позицију пословни расходи (аоп 1010) у износу од 473.637 хиљада динара, ради праћења извршења Финансијског плана ТОС-а, за 2022. годину:

у хиљадама динара

Група рачуна	ОПИС	План 2022	Извршење 2022	Индекс 4/3
1	2	3	4	5
<b>50</b>	<b>Набавна вредност трговачке робе</b>	<b>3.500</b>	<b>3.118</b>	<b>89,10</b>
	<i>Трошкови материјала</i>			
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.580	1.486	94,10
512	Трошкови горива и енергије	3.800	3.316	87,30
513	Трошкови резервних делова	310	306	98,70
514	Трошкови једнократног отписа алата и инвентара	800	796	99,50
<b>51</b>	<b>Укупно трошкови материјала</b>	<b>6.490</b>	<b>5.904</b>	<b>91,00</b>
	<i>Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</i>			
520	Трошкови зарада – бруто 1	62.145	58.928	94,80
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	10.036	9.467	94,30
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	3.652	3.647	99,90
526	Трошкови накнада за чланове Упр. и Надз. одбора	10.520	10.441	99,20
529	Остали лични расходи и накнаде-службена путовања	15.040	13.808	91,80
<b>52</b>	<b>Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>	<b>101.393</b>	<b>96.291</b>	<b>95,00</b>
	<i>Трошкови производних услуга</i>			
530	Трошкови израде по учинку- издавачка делатност	14.152	13.922	98,40
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	4.710	4.250	90,20
532	Трошкови услуга одржавања	5.150	5.111	99,20
533	Трошкови закупнина	2.800	2.721	97,20
534	Трошкови сајмова	78.742	70.995	90,20

5390	Трошкови манифестација у земљи	8.480	8.456	99,70
5391	Трошкови ПР агенција за промоцију на ино тржишту	6.900	5.399	78,20
53922	Трошкови оглашавања у земљи	43.155	37.650	87,20
53923	Трошкови оглашавања у иностранству	31.484	24.843	78,90
5393	Трошкови интернет оглашавања и Е маркетинг	85.822	83.778	97,60
5394	Трошкови организовања студијских путовања новинара и туроператора из иностранства	13.960	13.911	99,60
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	1.500	1.494	99,60
5396	Промотивни материјал	4.000	3.959	99,00
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	60.164	56.095	93,20
<b>53</b>	<b>Укупно трошкови производних услуга</b>	<b>361.019</b>	<b>332.584</b>	<b>92,10</b>
<b>54</b>	<b>Трошкови амортизације и резервисања</b>	<b>5.500</b>	<b>5.354</b>	<b>97,30</b>
	<i><b>Нематеријални трошкови</b></i>			
550	Трошкови непроизводних услуга	6.676	5.845	87,60
551	Трошкови репрезентације	6.240	6.224	99,70
552	Трошкови премија осигурања	600	450	75,00
553	Трошкови платног промета	600	599	99,80
554	Трошкови чланарина у удружењима, асоцијацијама и др. организацијама у земљи и иностранству	4.300	4.283	99,60
555	Трошкови пореза	12.250	11.929	97,40
559	Остали нематеријални трошкови	1.300	1.056	81,20
<b>55</b>	<b>Укупно нематеријални трошкови</b>	<b>31.966</b>	<b>30.386</b>	<b>95,10</b>
	<b>Укупно пословни расходи</b>	<b>509.868</b>	<b>473.637</b>	<b>92,90</b>

ТОС је за обрачун плата у 2022. години применио Закон о платама државних службеника и намештеника, Закон о буџету Републике Србије за 2022. годину („Сл.гласник РС“, број: 110/2021), којим је утврђена нето основица за обрачун и исплату плата, (јануара-децембар 2022. у износу од 23.313,02), са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање и Правилник о раду, којим је дефинисано да се основна плата одређује множењем коефицијента радног места са основицом за обрачун и исплату плата, која се утврђује за сваку буџетску годину Законом о буџету Републике Србије.

Реализација плана на позицији трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи остварена је у индексу 95,00, а само трошкови зарада и накнада зарада у индексу 94,80.

На позицији финансијски расходи (аоп 1027), исказан је износ 300 хиљада динара, а односи се на негативне курсне разлике и расходе по основу ефеката валутне клаузуле. У односу на Финансијски план ТОС-а, финансијски расходи су исказани у индексу 100,00.

у хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
56	Финансијски расходи	1027	300	300	100,00
<b>56</b>	<b>Укупно финансијски расходи</b>		<b>300</b>	<b>300</b>	<b>100,00</b>

На позицији остали расходи (аоп 1037) исказан је износ од 374 хиљаде динара, а везано за евидентирање расхода након извршеног годишњег пописа. Наведена позиција обухвата отпис дотрајале и неупотребљиве опреме, мањкове робе и обезвређење вредности залиха робе, исказано на дан 31.12.2022. године. У односу на Финансијски план ТОС-а, индекс извршења по овом основу је 93,50.

На позицији вишак расхода над приходима, ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака из ранијих периода, износ од 67 хиљада динара, у Билансу успеха, евидентиран је на позицији (аоп 1043). Индекс извршења у односу на план је 33,50.

У хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2022	Извршење 2022	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
57	Остали расходи	1037	400	374	93,50
59	Ефекти промене рачунов.политике, исправке грешака из ранијих периода	1043	200	67	33,50
	<b>Укупно остали расходи</b>		<b>600</b>	<b>441</b>	<b>73,50</b>

### III Добит/Губитак

У Билансу успеха у 2022. години, исказани су и приходи и расходи у истом износу од 474.378 хиљада динара, тако да није остварена добит.

ТОС из буџета Републике Србије добија средства по наменама, у висини стварних трошкова, по активностима, за промоцију туристичке понуде Србије на иностраном и домаћем тржишту, за рад, као и за плате запослених.

## Статистички извештај за 2022. годину

Статистички извештај се састоји од 9 поглавља у којима се дају одређени подаци из биланса стања и биланса успеха и више су намењени статистичким истаживањима за потребе шире друштвене заједнице као и за потребе анализа правног лица.

У Статистичком извештају су исказани следећи подаци:

### I Општи подаци о правном лицу

у хиљадама динара

ОПИС	Озн. за АОР	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Број месеци пословања(ознака од 1 до 12)	9001	12	12
2. Ознака за власништво(ознака од 1 до 5)	9002	1	1
3. Број страних (правних или физичких) лица која имају учешће у капиталу	9003	-	-
4. Просечан број запослених на основу стања крајем сваког месеца (цео број)	9004	41	40
5. Просечан број запослених преко агенција и организација за запошљавање (омладинске и студентске задруге) на основу стања крајем сваког месеца (цео број)	9005	-	-
6. Просечан број волонтера на основу стања крајем сваког месеца (цео број)	9006	-	-

### II Бруто промене нематеријане имовине, некретнина, постројења, опреме и биолошких средстава

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Бруто	Исправка вредности	Нето (кол.4 -5)
1	2	3	4	5	6
<b>01</b>	<b>1. Нематеријална имовина</b>				
	1.1 Стање на почетку године	9007	51.375	30.827	20.548
	1.2 Повећање у току године (набавке, реконструкција и др без аванса и софтвера)	9008			
	1.3 Повећање у току године - софтвери	9009	1.588		1.588
	1.4 Повећање у току године - аванси	9010			
	1.5 Смањења у току године (продаја, расходовање и др.)	9011			

	1.6 Амортизација и обезвређење	9012		1.999	
	1.7 Ревалоризација	9013			
	1.8 Стање на крају године (9007+9008+9009+9010-9011+9012+9013)	9014	52.963	32.826	20.137
Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Бруто	Исправка вредности	Нето (кол.4-5)
1	2	3	4	5	6
<b>02 (део)</b>	<b>2. Грађевински објекти, постројења и опрема</b>				
	2.1 Стање на почетку године	9015	43.316	30.895	12.421
	2.2 Повећање у току године (набавке, реконструкција и др без аванса)	9016	347		347
	2.3 Повећање у току године - аванси	9017			
	2.4 Смањења у току године (продаја, расходовање и др)	9018			
	2.5 Амортизација и обезвређење	9019		3.551	
	2.6 Ревалоризација	9020			
	2.7.Стање на крају године (9015+9016+9017-9018+9019+9020)	9021	43.663	34.446	9.217
<b>02 (део)</b>	<b>2. Земљиште</b>				
	3.1 Стање на почетку године	9022			
	3.2 Повећање у току године (набавке без аванса)	9023			
	3.3 Повећање у току године – значајнија побољшања земљишта (крчење, мелиорација)	9024			
	3.4 Повећање у току године - аванси	9025			
	3.5 Смањења у току године (продаја и др)	9026			
	3.6 Амортизација и обезвређење	9027			
	3.7 Ревалоризација	9028			
	3.8 Стање на крају године (9022+9023+9024+9025-9026+9027+9028)	9029			
<b>03</b>	<b>3. Биолошка средства</b>				
	4.1 Стање на почетку године	9030			
	4.2 Повећање у току године (набавке, реконструкција и др без аванса)	9031			
	4.3 Повећање у току године - аванси	9032			
	4.4 Смањења у току године (продаја, расходовање и др)	9033			
	4.5 Амортизација и обезвређење	9034			
	4.6 Ревалоризација	9035			
	4.7.Стање на крају године (9030+9031+9032-9033+9034+9035)	9036			

### III Структура залиха

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Претходна година
---------------------	------	-------------	---------------	------------------

1	2	3	4	5
10	1. Материјал, резервни делови, алат и ситан инвентар	9037		
11	2. Недовршена производња и услуге	9038		
12	3. Готови производи	9039		
13	4. Роба	9040	1.599	1.910
15	5. Плаћени аванси за залихе и услуге	9041	6.078	8.598
	<b>6. СВЕГА (9037+9038+9039+9040+9041 = 0014)</b>	<b>9042</b>	<b>7.677</b>	<b>10.508</b>

#### IV Обавезе

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
43	1. Обавезе из пословања (потражни промет без почетног стања)	9043	371.668	342.324
450	2. Обавезе за нето зараде и накнаде зарада, осим накнада зарада које се рефундирају (потражни промет без почетног стања)	9044	42.248	38.738
451	3. Обавезе за порез на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потражни промет без почетног стања)	9045	4.954	4.541
452	4. Обавезе за доприносе на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потражни промет без почетног стања)	9046	11.727	10.752
462	5. Обавезе према физичким лицима за накнаде по уговорима (потражни промет без почетног стања)	9047	8.807	7.419
	<b>6 Контролни збир (9043+9044+9045+9046+9047)</b>	<b>9048</b>	<b>439.404</b>	<b>403.774</b>

#### V Други трошкови и расходи

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
512	1. Трошкови горива и енергије	9049	3.316	2.818
520	2. Трошкови зарада и накнада зарада (брutto)	9050	58.928	54.031
521	3. Трошкови пореза и доприноса на зараде и накнаде зарада на терет послодавца	9051	9.467	8.972
522, 523 и 525	4. Трошкови накнада физичким лицима (брutto) по основу уговора	9052	3.647	11.958
524	5. Трошкови накнада по уговору опривременим и повременим пословима закљученим са физичким лицем	9053		
Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
526	6. Трошкови накнада директору, односно члновима органа управљања и надзора	9054	10.445	
528	7. Трошкови ангажовања запослених преко агенција и задруга	9055		

Део 529	8. Накнаде трошкова запосленима	9056	8.983	4.459
Део 529	9. Остала давања запосленима и лична примања која се сматрају зарадом- отпремнине, јубиларне награде, помоћ запосленом, стипендије и др.	9057	727	817
Део 529	10. Накнаде трошкова и друга давања послодавцима и другим физичким лицима која нису запослени	9058	4.098	3.871
Део 525, 533 и део 54	11. Трошкови закупнина	9059	2.721	2.983
Део 525, део 533 и део 54	12. Трошкови закупнина земљишта	9060		
536 и 537	13. Трошкови истраживања и развоја	9061		
552	14. Трошкови премија осигурања	9062	450	385
553	15. Трошкови платног промета	9063	599	554
554	16. Трошкови чланарина	9064	4.283	4.092
555	17. Трошкови пореза	9065	11.928	16.972
556	18. Трошкови доприноса	9066		
557	19. Трошкови донација (по основу давања за здравствене, образовне, научне, верске и спортске намене, културу, кинематографију, заштиту животне средине, хуманитарну помоћ, односно укањање последица насталих у случају ванредне ситуације, као и давања учињена установама, односно пружаоцима услуга социјалне заштите осноцим у складу са законом који уређује социјалну заштиту и др.)	9067		
	<b>20. Контролни збир (од 9049 до 9067)</b>	<b>9068</b>	<b>119.589</b>	<b>111.912</b>

## VI Расходи камата

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
Група рачуна 56 (део)	1. Камате по кредитима и зајмовима од пословних банака у земљи	9069		
	2. Камате по основу финансијског лизинга у земљи	9070		
	3. Камате по основу зајмова од других небанкарских предузећа и зајмодаваца у земљи	9071		
	4. Камате по основу хартија од вредности	9072		
	5. Затезне камате	9073		
	6. Камате по основу краткорочних и дугорочних кредита у иностранству	9074		
	<b>7.Контролни збир (9069+9070+9071+9072+9073+9074)</b>	<b>9075</b>		



## VII Други приходи

у хиљадама динара

Група рачуна рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
640	1. Приходи од донација, дотација, субвенција, и сл из републичког буџета	9076	469.277	415.447
641 (део)	2. Приходи од донација, дотација, субвенција и сл.из буџета аутономне покрајине	9077		
641 (део)	3. Приходи од донација, дотација, субвенција и сл.из буџета локалне самоуправе	9078		
642	4. Приходи од донација, дотација, субвенција и сл.од иностраних влада и међународних организација	9079		5.067
643	5. Приходи од донација, дотација и сл.од домаћих привредних друштава, предузетника и других правних лица	9080		
643 (део)	6. Приходи од донација, дотација и сл. од домаћих јавних предузећа	9081		
644 (део)	7. Приходи од донација, дотација и сл.од физичких лица из земље	9082		
644 (део)	8. Приходи од донација, дотација и сл.од физичких лица из иностранства	9083		
645	9. Приходи од донација, дотација и сл.од приватних фондација и правних лица (привредна друштва, предузетници и сл.) из иностранства	9084		
649	10. Остали приходи од донација, дотација субвенција и сл.	9085		
Део 651	11. Приходи од закупнина за земљиште	9086		
664, део 660 и део 661	12. Приходи од дивиденди	9087		
	<b>13. Контролни збир (од 9076 до 9087 )</b>	<b>9088</b>	<b>469.277</b>	<b>420.514</b>

## VIII Приходи од камата

у хиљадама динара

Група рачуна рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
Део 660 и 661	1. Камате по депозитима у пословним банкама у земљи	9089		
	2. Камате по основу датих кредита и зајмова у земљи	9090		
	3. Камате по основу хартија од вредности	9091		
	4. Затезне камате	9092		
	5. Камате по основу датих кредита и зајмова у иностранству	9093		
	<b>6. Контролни збир (9113+9114+9115+9116+9117)</b>	<b>9094</b>		

## IX Остали подаци

у хиљадама динара

ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Обавезе за акцизе (према годишњем обрачуну акциза)	9095		
2. Обрачунате царине и друге увозне дажбине (укупан годишњи износ према обрачуну)	9096		
3. Капиталне субвенције и друга државна додељивања за изградњу и набавку основних средстава и нематеријалне имовине	9097		
4. Државна додељивања за премије, регрес и покриће текућих трошкова пословања	9098		
5. Остала државна додељивања	9099		
6. Примљене донације из иностранства и друга бесповратна средства у новцу или натури од иностраних правних и физичких лица	9100		5.067
7. Исплате готовог новца из благајне (осим уплате на текући рачун)	9101	940	947
8. Плаћени порез на додату вредност у извештајном периоду	9102	19.841	12.709
9. Право на ослобађање од плаћања пореза на додату вредност у извештајном периоду	9103	453	306
<b>10. Контролни збир (од 9095 до 9103)</b>	<b>9104</b>	<b>21.234</b>	<b>19.029</b>

Председник Управног одбора  
Др Ратка Вушуровић