

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2016. ГОДИНЕ

БЕОГРАД
Мај 2017. године

ОСНОВНИ ПОДАЦИ

2.1. 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 милиона динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2016. годину, раздео 30 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

Статистички подаци

Према званичним статистичким подацима у 2016. години у Републици Србији боравило је 2,753.591 туриста, што је за 13 % више у односу на 2015. годину, од чега је домаћих било 1,472.165 (+ 13 %) или 54 % од укупног броја гостију, а иностраних 1,281.426 (+ 13 %), односно 46 % од укупног броја гостију.

У периоду 2016. години, остварено је укупно 7,533.739 ноћења (што је за 13 % више у односу на 2015. годину), од чега су домаћи туристи остварили 4,794.741 (13 % више), или 64 % од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 2,738.998 (14 % више) или 36 % од укупног броја остварених ноћења.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у првих 11 месеци 2016. године износио је 1,045 милијарди долара, односно 940 милиона евра, што је за 12 % више у поређењу са истим периодом 2015. године.

У доњој табели приказан је, по земљама, туристички промет у 2016. години, са тржишта са којих у Србију долази највећи број иностраних туриста.

Земља	Ноћења иностраних туриста	% 2016/2015.
Босна и Херцеговина	222.888	+ 16 %
Црна Гора	195.970	+ 14 %
Бугарска	146.196	+ 22 %
Хрватска	141.783	+ 17 %
Турска	141.608	+ 23 %
Словенија	131.827	+ 14 %
Русија	131.323	+ 2 %
Немачка	128.897	+ 5 %
Грчка	122.062	+ 52 %
Румунија	114.921	+ 22 %

Извор: Републички завод за статистику

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2016. ГОДИНЕ

1. Издавачка делатност

Издавачка делатност и послови дизајна

Промотивни материјал ТОС (брошуре, публикације, каталози, мапе, промотивни флајери и др.) дистрибуира се бесплатно преко инфо центара, на сајмовима, специјализованим манифестацијама. Промотивни материјал обезбеђује се и за потребе дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству. На захтев државних органа и других заинтересованих организација, ТОС обезбеђује промотивни материјал за међународне скупове и делегације.

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

У извештајном периоду објављена је нова брошура „Укуси Србије“, а већи број нових издања постојећих брошура је допуњено и ажурирано.

Штампа свих брошура, мапа, флајера, летака постера и другог матреијала чији издавач је ТОС, одвијала се у складу са планираним тиражима.

У извештајном периоду, дизајнирано је више огласа/банера за: кампање у дневним листовима Политика, Блиц, Информер, Курир, Нова економија, Class, Мађарска First, сајамски каталог за сајам у Москви, Story магазин, Ревиију Уно, Туристичку призму, Београдску недељу моде, оглас за сајамски каталог WTM Лондон, Бизнис конференцију, Shopping Guide, Cherga, Бугарска, огласи за црногорске, македонске, бугарске штампане медије, хрватске онлајн медије, сајмове у Хрватској и Словенији, за часопис Family Traveller.

Дизајнирани су билборди, огласи, банери, ролапови, у земљи и региону за потребе спровођења Зимска кампања ТОС „Србија – све што волим“, постери добродошлице на Аеродрому Никола Тесла, ваучери, позивнице, честитке, сертификати, дипломе, промотивни поклони, презентације, press kit-ови за сајмове у земљи и иностранству.

2. Информисање јавности

Медијска пропраћеност активности ТОС у 2016. години је била на знатно вишем нивоу у поређењу са претходним годинама.

У штампаним медијима током 2016. године објављено је више од 2440 прилога о туристичкој понуди Србије, од чега 495 које се односе на активности ТОС. На различитим телевизијама објављено је око 2070 прилога о туризму, од којих се 509 прилога односио на ТОС.

У истом периоду било је око 80 прилога о ТОС у радио емисијама и око 90 гостовања на телевизији. На медијским веб странама објављено је преко 2366 вести које су промовисале активности ТОС-а, и више од 2154 вести које су се односиле на активности локалних туристичких организација и субјеката туристичке привреде Србије. На веб странама ТОС-а постављено је преко 700 вести на српском језику које су промовисале активности ТОС-а и туристичке привреде Србије.

На интернет страници ТОС-а, као и на Фејсбук страници ТОС-а редовно су постављане информације о актуелним догађањима у Србији.

Информативни центри

Новина у функционисању информативних центара ТОС је ширење мреже инфо центара и то успостављањем програмске и пословно техничке сарадње са партнерима из ове области. Успостављањем програмске сарадње са Домом омладине у Београду, отворен је инфо центар у Македонској улици бр 22, а успостављањем пословно техничке сарадње са Фондом Индекс Интерекспорт, отворен је Инфо центар и продавница сувенира на Тргу Републике површине 12 м².

Информативни центар у Македонској број 22:

Најчешћа питања туриста:	Најтраженије брошуре:	Број подељених брошура	Структура туриста и број посетилаца
-ваучери за одмор у Србији -бањски центри -планински центри -викенд у Србији -крстарење Дунавом -сеоски туризам	Календар манифестација -Билтен -52 викенда у Србији -Туристичка мапа Србије -Културно благо Србије -понуде ЛТО	9693,00	- Домаћи туристи - Број посетилаца: 2324

Информативни центар и продавница сувенира на Тргу Републике број 5

Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најчешћа питања туриста	Најтраженије брошуре	Структура туриста и број посетилаца	Број подељених брошура
516 506,00 динара	преовлађују магнети, сапуни, шоље	- 95% питања се односи на Београд: - обилазак Бгд - традиционална кухиња - ресторани у Савамали - крстарење Дунавом	-52 укуса Србије -52 викенда у Србији -Бањска и климатска места -Османско културно наслеђе у Србији Индустријско наслеђе у Србији -Кампинг у Србији -Реке и језера у Србији -Културно благо Србије	- Иностранци туристи - Број посетилаца: 3958	8465,00

Информативни центар Аеродром „Никола Тесла“

Најчешћа питања туриста:	Најтраже није брошуре:	Број подељених брошура	Структура туриста и број посетилаца	Напомена
сервисне информације и питања која се односе на туристичку понуду Београда	- Календар манифестација -Билтен -52 викенда у Србији -Туристичка мапа Србије -Културно благо Србије -понуде ЛТО	20165,00	- Иностранци туристи - Број посетилаца: 20828	Интересовање потенцијалних туриста за туристичку понуду Србије је знатно смањено у односу на временски период када је ТОС имао инфо пулт на претходној локацији

Оглашавање и промоција у домаћим медијима

Настављена је већ традиционална сарадња са Туристичким новинама, ИСТН (интернет портал о вестима из области туризма), Туристичком ревијом „УНО“, „BelGuest“, UTVN (Удружење туристичких новинара Војводине) као и другим часописима.

Са TV Aljazeera Balkans успостављена је целогодишња сарадња .

3. Кампање, сајмови и презентације у земљи

У извештајном периоду ТОС је имао следеће активности у земљи:

- Кампање: 2
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 25
- Број сајмова на којима је ТОС учествовао: 5
- Број домаћих новинара на студијским путовањима: 24

3.1. Летња промотивна кампања “Моја Србија“

Након успешно спроведене кампање у 2015. години, што је резултирало заустављању тренда пада домаћих туриста који је присутан од 2007. године и константном расту домаћег туристичког промета током целе 2015. године, ТОС је у првој половини 2016. године, у скалду са Програмом рада за 2016. годину, појачао активности на промоцији летње туристичке понуде намењене домаћим туристима.

Средином априла месеца, изложбом поводом отварања новог информативног центра и продавнице сувенира на Тргу Републике у Београду, ТОС је започела промотивну кампању за 2016. годину, под називом “Моја Србија“. Кампања је намењена домаћем тржишту, а одвија се у сарадњи са партнерима на локалном нивоу, локалним туристичким организацијама, Удружењем “Србија за младе”, ЈП Скијалишта Србије, Удружењем хотелијера и ресторатера Србије „ХОРЕС“ и Удружењем бањских и климатских места Србије.

Сама кампања се састојала из неколико сегмената:

1. Изложба “Моја Србија“ (15. - 30. април 2016.);
2. Караван „Моја Србија“ (20.05.-02.07.2016);
3. Промоција на 10 манифестација у Србији;
4. Медијска кампања (јун-август 2016);
5. *Outdoor* кампања (10. јун - 10. јул 2016);
6. Изложба „52 укуса у Србији“ (септембар-октобар 2016);

7. Online кампања

Караван „Моја Србија“, 03. јун - 09. јул

Промотивни караван „Моја Србија“ је промоција туристичких дестинација у Србији која је уприличена на трговима у 14 највећих градова: Београд, Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Чачак, Зрењанин, Сомбор, Крушевац, Врање, Ваљево, Нови Пазар, Ужице, Зајечар, Пожаревац.

У договору са локалним туристичким организацијама које су биле учеснице каравана, распоред каравана је био следећи: Ужице 3. јун, Нови Пазар 4. јун, Зајечар 9. јун, Ниш 10. јун, Врање 11. јун, Пожаревац 16. јун, Крагујевац 17. јун, Крушевац 18. јун, Ваљево 24. јун, Чачак 25. јун, Нови Сад 1. јул, Сомбор 8. јул и Београд 9. јул. Наступ у Зрењанину, 2. јула је отказан због проглашења дана жалости, поводом трагичног догађаја који се догодио у Житишту, као суседној општини.

Логотипом “Моја Србија” брендирани су пултови и бина за извођење програма, док се уз озвучење и филмове ТОС-а и ЛТО делио туристички промотивни материјали посетиоцима уз анимацију.

Поред 15 пултова (14 градова станица каравана и ТОС), град домаћин имао је на располагању 10 брендираних пултова на којима се представљала туристичка понуда уже или шире регије којој припада. Дестинације домаћини окупљале су ЛТО које гравитирају ка дестинацији домаћина како би заједнички представили своју регионалну понуду. Исто се односи и на представнике приватног сектора, а све у контексту груписања дестинација према програму “52 викенда у Србији”. Улога приватног сектора се реализовала кроз ослањање на програм брошуре “52 викенда у Србији” и промоцију нове брошуре “52 укуса у Србији”, а кроз коју ТОС представља карактеристичне локалне специјалитете и гастрономију.

ТОС је обезбедио брендирану бину (100м² и 70м²), озвучење и 25 брендираних пултова, ЛЕД екран и озвучење, а у договору са ЛТО домаћином и забавни програм.

Дозволе за презентације на трговима и дозволе за потребне електричне прикључке обезбедиле су ЛТО домаћини, као и програм на бини и присуство локалних медија.

Свака ТО града-станице каравана је била у обавези да представи туристичку понуду свога краја у осталих 13 градова станица каравана путем туристичког промотивног материјала, туристичких филмова и сувенира.

ТОС је у сваком граду-станици каравана, уз помоћ и анимацију Удружења „Србија за младе“ организовао на свом пулту квиз знања за посетиоце „52 викенда - Колико познајеш Србију“, уз награде најуспешнијима. Занимљиве награде за посетиоце обезбедиле су ЛТО из целе Србије у сарадњи са Удружењем бањских и климатских места Србије и ЈП Скијалишта Србије.

На каравану је промовисана активност Министарства трговине, туризма и телекомуникација која се односи на доделу ваучера. На каравану се делио флајер ТОС-а са информацијама о могућностима коришћења ваучера.

Током каравана се обележавала и 160. годишњица рођења великог српског научника Николе Тесле, кроз емитовање филмова о Николи Тесли и дељење сувенира посвећених овом научнику.

Караван „Моја Србија“ био је веома посећен у свим градовима, како од стране колега из туристичких организација, тако и од туристичке привреде. Разноврстан и садржајан програм на свим станицама каравана је привукао велики број посетилаца.

Изложба „52 укуса Србије“, август – октобар

Изложба едукативног карактера организована је у пет дестинација: Лесковац, Вршац, Врњачка Бања, Златибор и Београд. Циљ је био упознавање посетилаца са туристичком понудом Србије кроз гастрономску понуду Србије и гастрономске манифестације, и то кроз 27 регија.

У току септембра месеца изложба је организована у Лесковцу у време трајања гастрономске манифестације „Лесковачка роштиљијада“, на Променади у Врњачкој Бањи, у време манифестације „Дани Бербе грожђа“ у Вршцу, на Златибору (Краљев трг), као и приликом доделе награда у туризму “Туристички цвет“ у Музеју историје Југославије.

Медијска промоција - караван „Моја Србија“ подржан је оглашавањем путем локалних, регионалних и националних медија (електронски – телевизије и радио станице, онлине медији, билборди), локалних представништва РТС-а, ТВ емисије “Жикина Шареница”, ТВ емисије “Србија коју волим”, ТВ емисије „Књига утисака“, ТВ емисије „Економ и ја“ , телевизија: РТС, ТВ Б92, ТВ ПИНК, ТВ Н1, кабловских ТВ канала (Discovery, TLC, Universal, Sport klub 1-3, Cinemania, AXN), радио станице: Нахи, Радио Три, Носталгија, Top FM, Play, 30 локалних радио станица), као и специјална сарадња са RadioS који је био медијски партнер ТОС-а у оквиру каравана „Моја Србија“.

За потребе кампање ТОС је припремио и видео спот у трајању од 15 секунди, као и радио цингл у трајању од 15 секунди.

Outdoor кампања реализована је путем амбијенталног оглашавања на билбордима (класичним и дигиталним) у градовима и местима Србије. Утисци које учесници и посетиоци промотивних догађаја који се одржавају у 14 градова Србије деле са својим пријатељима и пратиоцима на друштвеним мрежама, приказивали су се у реалном времену и на дигиталним билбордима у градовима широм наше земље. На овај начин корисници друштвених мрежа *Twitter* или Инстаграм, могли су интерактивно да учествују у промотивним активностима и поделе своје омиљене тренутке, места и активности у свом граду и са много широм публиком додавањем ознаке *#MojaSrbija* на своју објаву.

На овај начин сваки корисник друштвених мрежа, могао је да се објавама укључи у промоцију туристичког потенцијала свог краја и тако постане амбасадор у промоцији наше земље. Осим њихових пратилаца на друштвеним мрежама, уколико су објављене слике атрактивне и аутентичне, постојала је могућност да се оне, захваљујући иновативној ЛЕД технологији, и то брендиране у визуелни идентитет кампање Моја Србија, објаве на дигиталним билбордима у Београду и другим градовима Србије. У јуну месецу 2016. године на поменутим билбордима нашло се преко стотину оваквих објава у оквиру кампање „Моја Србија“.

За ове потребе ТОС је закупила дигиталне билборде у Београду, Крагујевцу, Чачку, Новом Саду, Зрењанину, Сомбору и Вршцу.

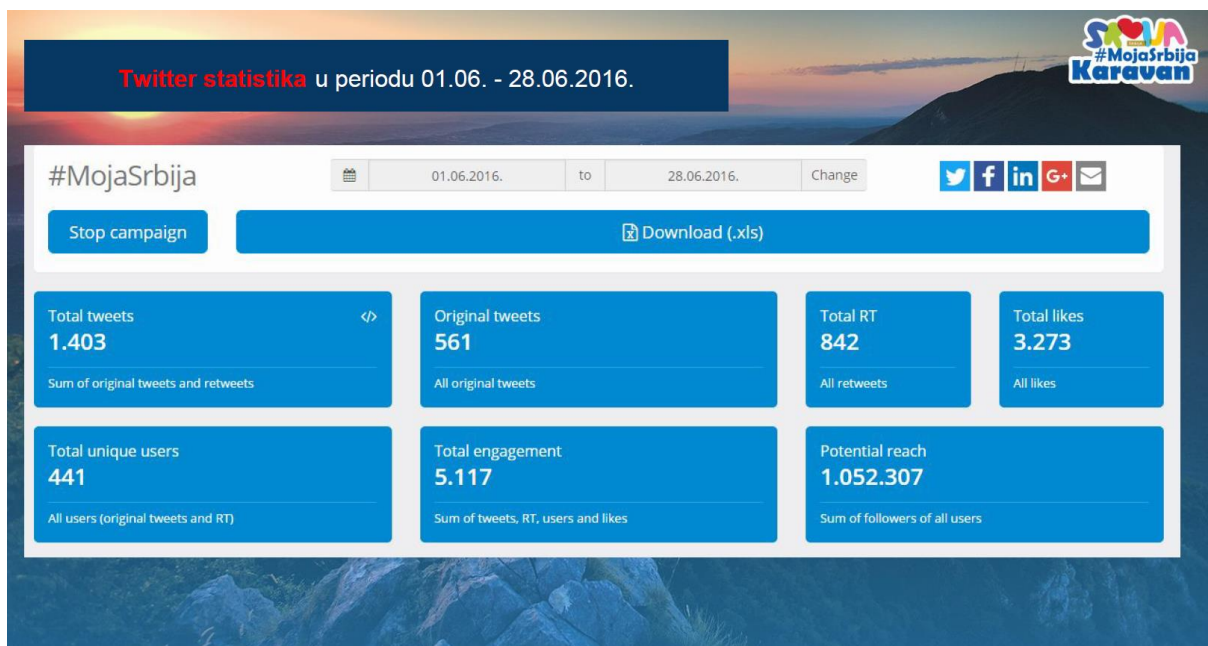
Анимација „инфлуенсера“ - Такође као новина, у јуну 2016. године, уведена је активна анимација утицајних представника *online* заједнице – „инфлуенсера“, у циљу популаризације пројекта Караван *#MojaSrbija*. Ову активност је ТОС спровео како би се локални инфлуенсери анимирали да подрже кампању кроз активно учешће на Каравану и да креирају садржаје са самих догађаја, уз коришћење званичне ознаке кампање *#MojaSrbija*.

У ту сврху израђени су реkvизити (пропси) за свих 14 градова Каравана, као и *Facebook* рам за фотографисање, са циљем да се локално становништво анимира и покрене на акцију, тј. активно укључи у кампању стварајући *User Generated content* (садржај креиран од стране корисника) на друштвеним мрежама.

Направљене су опште позивнице (визуали) које најављују Караван у сваком појединачном граду, док су за локалне инфлуенсере креиране типске позивнице намењене слању путем директних порука на друштвеним мрежама.

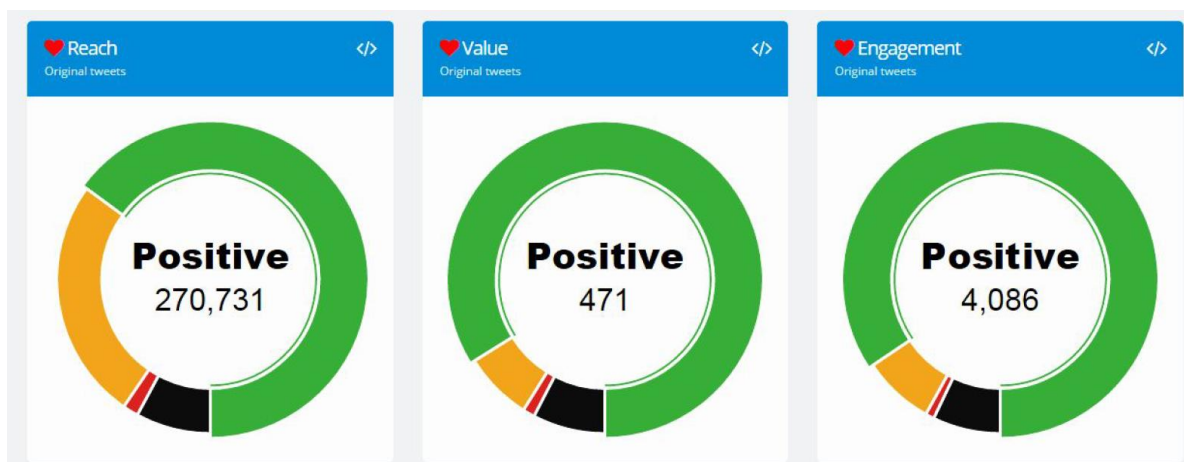
Током првих месец дана кампање са Караваном *#MojaSrbija* путовало је и дружило се 17 инфлуенсера. Паралелно са догађањима на трговима караван *#MojaSrbija* добио је свој публицитет и на друштвеним мрежама, кроз редовне пост објаве, слике, видео садржаје али и *live* укључења са догађаја.

Поред инфлуенсера које смо таргетирали и анимирали да се укључе у кампању, стварањем садржаја за друштвене мреже, где спада и *Twitter*, велики број активних корисника ове мреже прикључио се кампањи, постављајући садржаје који подржавају кампању и користећи званичну ознаку *#MojaSrbija*.



Twitter статистика

Досег позитивних твитова у периоду 01.06. - 28.06.2016. износи 270.731. Уколико знамо да у Србији тренутно има око 500.000 отворених *Twitter* налога, од чега је око 400.000 активно, наведена статистика говори нам да је највећи број корисника *Twitter* у Србији видео бар једну од објава под ознаком #МојаСрбија.



Такође, примећен је пораст коришћења ознаке #*MojaSrbija* чак и на оним садржајима који нису у директној вези са Караваном и кампањом уопште. Анализом алата за праћење примећено је све масовније, самоиницијативно, прикључивање корисника *Twitter* и њихово активно учешће на промоцији природних лепота Србије.

Инстаграм је једнако атрактиван међу корисницима друштвених мрежа, колико *Twitter* и *Facebook*. Алата показују да нема града из кога не постоји објава на Инстаграму, уз активно и све чешће коришћење ознаке #*MojaSrbija*. Ова ознака усвојена је од стране корисника Инстаграма и користи се и за оне садржаје који нису у директној вези са Караваном, али приказују садржаје блиске кампањи.

Поред *Facebook*, *Twitter* и Инстаграма на којима је био акценат приликом планирања Каравана #*МојаСрбија*, укључивањем инфлуенсера и њиховим активним радом на кампањи,

током путовања, али и ван њих, спонтано су се отвориле додатне платформе за промоцију Каравана. Најпре је у Пожаревцу, први пут, коришћен **Перископ** за *live* пренос догађаја на тргу:

<https://www.periscope.tv/w/1BRJjDeayNJw> - овај снимак су у току кампање виделе **133 особе** широм света. **Перископ** је коришћен и у Чачку, тачније приликом обиласка Овчарско-Кабларске клисуре

<https://www.periscope.tv/w/1yNGaRdpYWNJj> - снимак је у току кампање видело 146 особа

<https://www.periscope.tv/w/1RDGlwYreRRKL> - снимак је у току кампање видело 256 особа

<https://www.periscope.tv/w/1BRJjVQaBWJw> - снимак је у току кампање видело 111 особа

Са каравана у Пожаревцу стиже нам и први **VLog**

https://www.youtube.com/watch?v=kXZn_oLu2ts - Овај блог у току кампање су погледале 73 особе

У Крагујевцу је први пут коришћен **Snapchat** и **Facebook Video**

<https://www.facebook.com/jovanovicnext?fref=ts> док је у Чачку поред свих горе наведених платформи први пут коришћена **Facebook Live** опција

3.2 Зимска промотивна кампања #SveStoVolim

Кампања је обухватала:

1. Оглашавање у електронским медијским гласилима - телевизијске (10 ТВ станица + 60 локалних) и радио станице (9 радио станица);
2. Оглашавање у штампаним медијима - дневни листови (6 дневних листова), два магазина;
3. *Outdoor* кампања - билборди, дигитални/лед билборди и поште Србије;
4. *Online* кампања;
5. наградни фото конкурс *онлине*

Промотивна кампања ТОС-а намењена промоцији капацитета Србије за зимски одмор организована је под слоганом „Србија – Све што волим“. Овом кампањом обухваћени су зимски планински центри (Копачаоница, Златибор, Стара Планина, Тара/Мокра Гора, Златар, Дивчибаре, Сјеница), бање Србије (Врњачка бања, Сокобања, Пролом и Луковска бања, Буковичка бања, Бања Јунаковић, Бања Ковиљача, Рибарска бања, Бања Врдник), као и представљене градске празничне атмосфере, како би се домаћем тржишту представиле могућности за квалитетан зимски одмор у Србији.

Након успеха прошлогodiшње кампање, концепт удруживања снага приватног, јавног и цивилног сектора у промоцији српске туристичке понуде, апликован је и у овој кампањи. Циљ успостављања приватно-јавног партнерства између ТОС-а, ЈП „Скијалишта Србије“, ХОРЕС-а и његових чланица и спровођење заједничких активности је да се путем класичних медија и *онлине* канала промоције, представи зимска туристичка понуда Србије.

На домаћем тржишту, кампања је била видљива кроз оглашавање на билбордима (82 лица - 07.11.-04.12.2016.), у дневним листовима (6 листова - 17.11-31.12.2017.), на радио станицама (9 радио станица - 21.11.2016.-15.01.2017) и телевизијама (10 националних и кабловских, 60 локалних - 05.12.2016.-15.02.2017). Радијска кампања почела је 21. новембра, док су тв рекламу гледаоци могли да виде од 05. децембра. На ЛЕД билбордима у Крагујевцу, Чачку, Новом Саду, Зрењанину, Сомбору и Вршцу, на којима су утисци које су посетиоци делили са својим пријатељима и пратиоцима на друштвеним мрежама приказивали у реалном времену.

На интернету смо користили све канале комуникација ТОС-а, од интернет странице, преко друштвених мрежа, до креирања апликације и организовања наградног такмичења за *онлине* популацију. Рекламирали смо се путем банера и видео pre roll опција на www.blic.rs, www.b92.net, www.kurir.rs, www.telegraf.rs.

Наградни фото конкурс „Србија - #SveStoVolim”

У оквиру истоимене зимске промотивне кампање, организован је наградни фото конкурс „Србија - #SveStoVolim“. Током шестонедељног наградног фото конкурса, који је почео 16.12.2016. сви заинтересовани су имали су прилику да на адреси <https://svestovolim.rs/> освоје седмодневно зимовање на Старој планини за двоје, као и недељна викенд путовања.

За учешће у фото конкурс у било је потребно поставити фотографију направљену у Србији на сајт <https://svestovolim.rs/>, улепшати је понуђеним украсима и написати шта је то што у Србији волите током зиме. Сваке недеље у периоду од 16.12.2016. до 27.01.2017. године, додељивана су викенд путовања за двоје. Недељни победници су освојили викенд на Златару, Тари, Златибору или у Сокобањи, Рибарској и Пролом бањи.

Резултати су били одлични, укупно **6.888 корисника апликације и чак 648 послатих фотографија** на сајт конкурса www.svestovolim.rs, **Facebook reach** од преко **800.000** и импресија **5.9 милиона**, **Instagram reach** од преко **60.000**, више од **400 фотографија на Instagram** -у уз хахстаг кампање.



3.3 Организовање студијског путовања новинара у оквиру Туристичког форума

За потребе јачања сарадње ТОСа и локалних туристичких организација и пружања помоћи при представљању и промовисању њихових туристичких потенцијала, у оквиру VII Туристичког форума у Пролом бањи, организовано је студијско путовање за 24 представника домаћих медијских кућа (Инфобиро, РТС, Вечерње новости, „Србија коју волим“, „Туристичке новине“, Илустрована Политика, Туристички Свет, BelGuest, „Пензија“, Коперникус ТВ, ревија Она, УТНВ, ISTN, Pink TV, Guliver TV, Глас Западне Србије).

3.4 Гранични прелази и транзитни туристи

У циљу упућивања порука добродошлице и отпоздрава и пласирању туристичких информације, на граничним прелазима Келебија, Прешево, Градина, Сремска Рача, Јабука и Ватин, изграђене су и постављене светлеће табле изнад надстрешница на самим граничним прелазима.

У сусрет летњој туристичкој сезони са Граничном полицијом и ЈП Путеви Србије, договорена је подела 900 000 летака добродошлице на граничним прелазима Републике Србије.

3.5 Интернет презентација и дигитални маркетинг

Настављено је даље унапређивање интернет презентације ТОС-а додавањем нових садржаја, ажурирањем информација на свим нивоима, додавањем нових фотографија, брошура у електронском формату и свакодневним вестима.

У 2016. реализоване су online кампања преко компаније Google, током којих смо циљним групама (Велика Британија, Немачка, Италија и земље региона) промовисали туристичке производе и актуелну годишњу кампању Sity break, Lifestyle Serbia, Општа Србија и Фестивали за које смо спремили посебну секцију сајта.

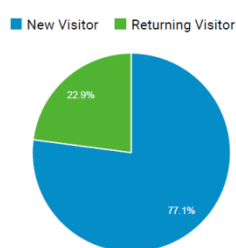
Један од производа који је био најинтересантнији посетиоцима је био Sity break и Фестивали. Куриозитет кампање је да је и по завршетку кампање број посета и интеракција на сајту као и на друштвеним мрежама остао повећан, што показује да смо се представили као аутентични портал на ком туристи могу да се информишу о лепотама и понудама Србије.

Рекламирање на интернету и претраживачу Google, има за циљ повећање промета на нашем сајту, као и подизање свести о Србији као туристичкој дестинацији. Број сесија (период који је корисник провео на сајту) остварен на српској верзији сајта је 254,677, што је велики скок у поређењу са претходним периодом.

Укупан број корисника се повећао са 14,013 на 204,732, а број прегледаних страница је скочио са 43,972 на 568,237, што говори да смо на овим ставкама остварили више од два пута већи саобраћај.

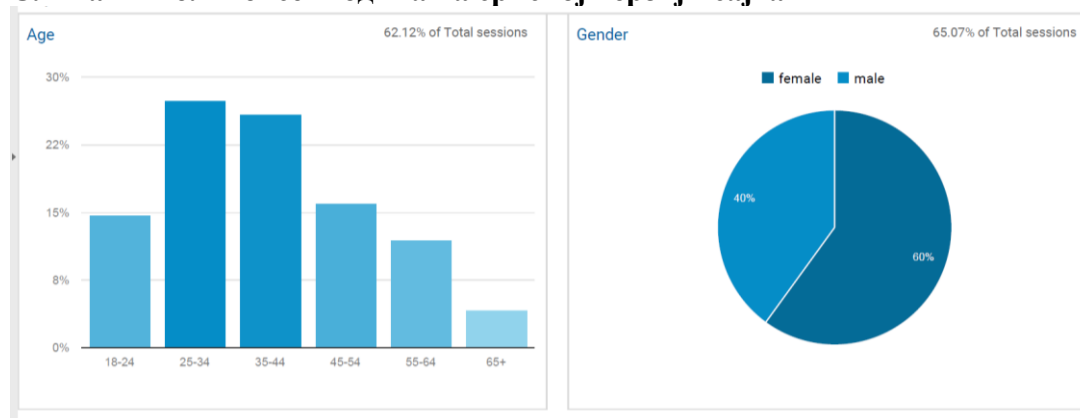
Ставке као што су број прегледаних страна као и време проведено на сајту је у опадању, али то је нормално, јер смо се сада борили за нове посетиоце и сесије, док се „везаност“ (engagement) још увек није остварила, што је процес који траје дуже. Такође се примећује повећање „односа одбитака“ (bounce rate) 71.58%. Одбитак је догађај при коме посетилац напусти сајт, одмах након прегледања једне једине странице. Просечна вредност је од 50% -60%, али у овом тренутку је скочила јер приликом рекламирања посетиоцима се у почетку диже свест о производу, али не долази до везивања за бренд, што је процес који траје дуже и зато је потребно бити константно присутан.

У графичком приказу, који се налазу у наставку, приказани су просечни резултати из 2016. године као и просечне вредности које сајт бележи у последњих 12 месеци.

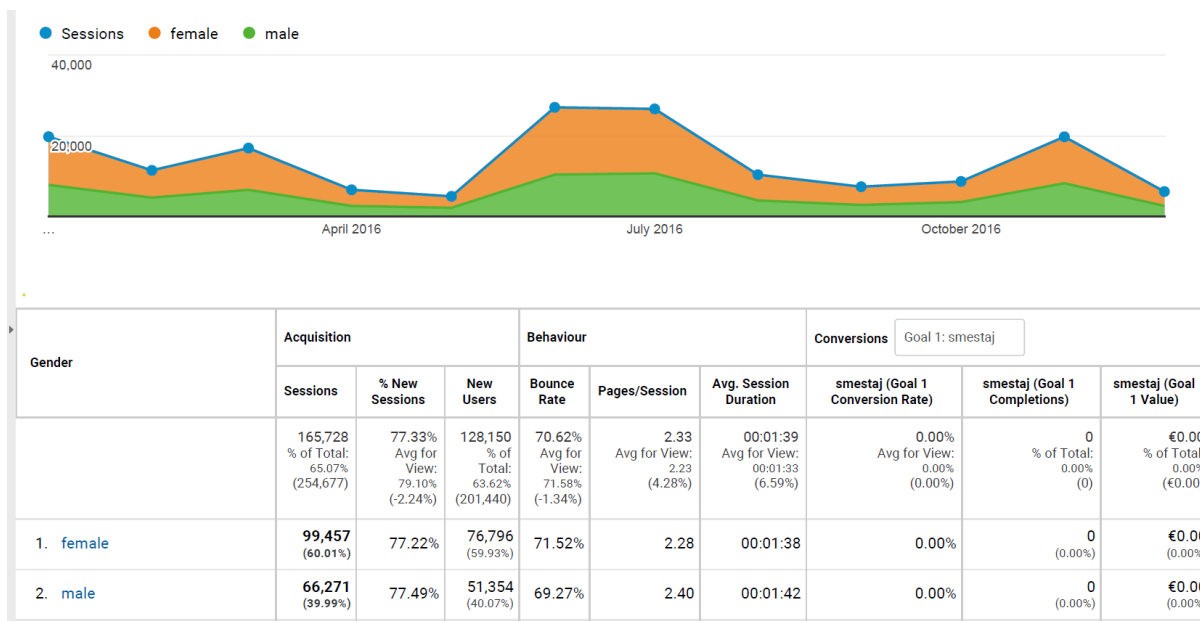


На енглеској верзији сајта укупан број корисника износи 142,125, а број прегледаних страница је 335,557.

Слика 1 - пол и опсег година на српској верзији сајта



Пол и опсег година посетилаца је разноврсан, али највећи број посета остварили су посетиоци између 25-34 године, затим 35-44, а најмање 19-24. Можемо сматрати да су у највећем броју млади људи заиста и видели рекламу били привучени садржајем и то у броју које је наведен у слици испод.



Слика 2 - број и старост посетилаца

Закључујемо да је посета порасла са свих тржишта, али поготову са циљаних као што су Турска, САД, Русија, Немачка, Британија ...

Country	Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	183,588 % of Total: 100.06% (183,588)	77.07% Avg for View: 77.03% (0.06%)	141,500 % of Total: 100.06% (141,415)	77.05% Avg for View: 77.05% (0.00%)	1.83 Avg for View: 1.83 (0.00%)	00:01:15 Avg for View: 00:01:15 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	€0.00 % of Total: 0.00% (€0.00)
1. Serbia	82,231 (44.79%)	77.12%	63,414 (44.82%)	84.89%	1.43	00:00:43	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
2. Turkey	16,002 (8.72%)	70.09%	11,216 (7.93%)	89.26%	1.26	00:00:35	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
3. United States	9,865 (5.37%)	85.71%	8,455 (5.98%)	67.70%	2.30	00:01:55	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
4. United Kingdom	7,144 (3.89%)	84.07%	6,006 (4.24%)	65.36%	2.32	00:01:41	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
5. Russia	6,120 (3.33%)	71.24%	4,360 (3.08%)	85.47%	1.40	00:00:43	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
6. Germany	4,755 (2.59%)	75.31%	3,581 (2.53%)	69.04%	2.11	00:01:39	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
7. Canada	2,389 (1.30%)	86.56%	2,068 (1.46%)	63.08%	2.53	00:02:02	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
8. Australia	2,286 (1.25%)	84.65%	1,935 (1.37%)	62.20%	2.59	00:02:20	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
9. Romania	2,255 (1.23%)	82.44%	1,859 (1.31%)	67.72%	2.58	00:01:58	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
10. Bulgaria	2,112 (1.15%)	63.78%	1,347 (0.95%)	69.03%	2.17	00:01:46	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)

Закључак

Рекламирање на претраживачу је успешно реализовано, али такође да оставља простора за напредак, пре свега кроз коришћење мултимедијалних садржаја као и кроз третирање и других тржишта са неким од наших главних производа. Следећу кампању треба координирати са представљањем актуелних догађаја, као и увођењем начина мерења аквизиције од

привлачења корисника на нашу презентацију до доласка корисника у Србију – и то на пример кроз евентуалне ваучере за поклон сувенир који се може подићи искључиво на штандовима ТОС-а, као што су Инфо центри, Аеродром, гранични прелази или штандови које имамо на неким догађајима.

3.6 Друштвене мреже

Интензивирана је промоција и преко друштвених мрежа. На профилима ТОС на друштвеним мрежама свакодневно се објављују информације, вести, фотографије и други промотивни материјали, одговори на питања корисника заинтересованих за туристичку понуду Србије и организују се наградне игре и конкурси.

Број пратилаца ТОС на друштвеним мрежама драстично је увећан. На повећање броја посетилаца, утицали су:

- Одлични органски резултати које странице ТОС постижу, што је последица дугорочног стратешког наступа на друштвеним мрежама што је даље резултирало великом интеракцијом корисника са објављеним садржајима, што је основни критеријум који Фејсбуков алгоритам узима у обзир при пласирању садржаја;
- Спровођења прве огласне кампање на страницама ТОС на српском и енглеском језику, њихово квалитетно пројектовање које подразумева: избор циљне групе, начина пласмана огласа, идејно решење.

Društvena mreža	Naziv stranice	URL adresa	Jezik	Broj pratilaca (27.12.2013.)	Broj pratilaca (1.7.2014.)	Broj pratilaca (1.1.2015.)	Broj pratilaca (14.2.2017.)
Facebook	Turistička organizacija Srbije	http://www.facebook.com/turisticka.organizacija.srbije (promeniti u /turizamsrbija?)	srpski	11.003	17.537	59.593	127.378
	Serbia Travel	http://www.facebook.com/serbiatourism	engleski	2.965	3.642	13.083	24.435
	Tourismee n Serbie	http://www.facebook.com/tourismee.en.serbie	francuski	7.450	7.460	7.524	7.765
	SerbienTourismus	http://www.facebook.com/SerbienTourismus	nemački	294	327	407	669
Twitter	Serbia Travel	http://twitter.com/serbiatourism	engleski	1.530	2.272	3.217	16.266
Instagram	Serbia Travel	http://instagram.com/serbiatourism	engleski i srpski	56	442	1.397	18919

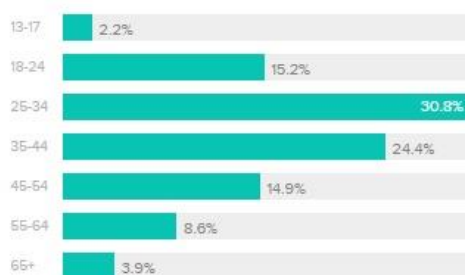
Табела 1: адресе и број пратилаца ТОС на друштвеним мрежама

Веома запажен је раст забележен и код Фејсбук страница на српском и енглеском језику, као и на друштвеним мрежама Инстаграм и Твитер.

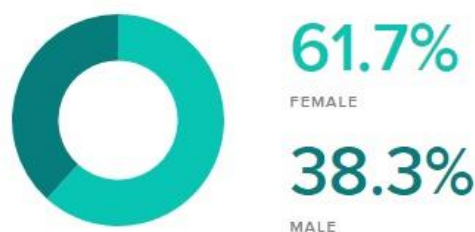
Број импресија на Фејсбук страницама Туристичке организације Србије за 2016. годину је 45.547.131.



BY AGE



BY GENDER



Women between the ages of 25-34 appear to be the leading force among your fans.

TOP COUNTRIES

Serbia	96,748
Bosnia and Herzegovina	4,483
Macedonia, Republic of	2,386
Montenegro	2,347
Germany	1,871

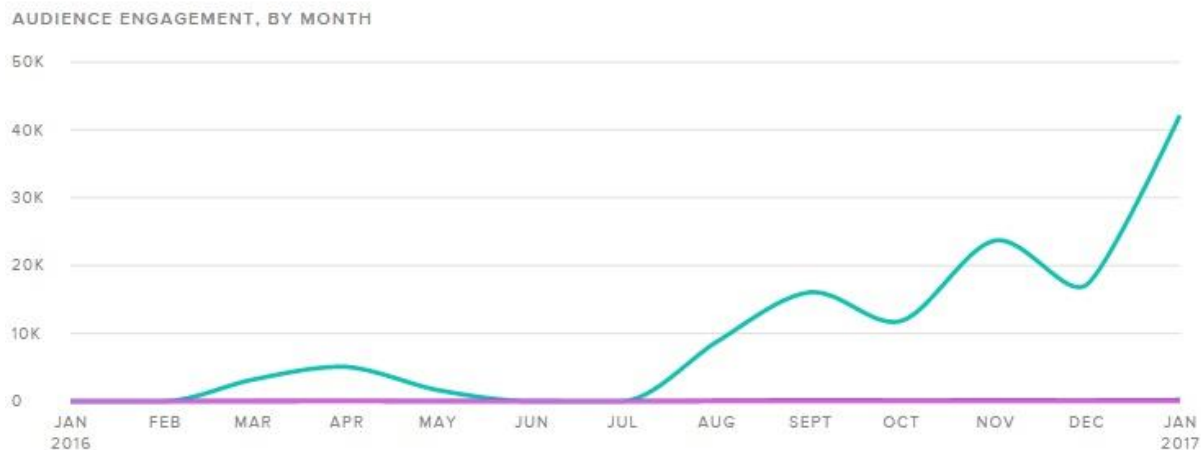
TOP CITIES

Belgrade, Serbia	39,855
Novi Sad, Serbia	7,322
Niš, Serbia	5,202
Kragujevac, Serbia	3,507
Kruševac, Serbia	1,563

Табеле 2 и 3: подаци о корисницима који су „лајковали“ страницу „Туристичка организација Србије“

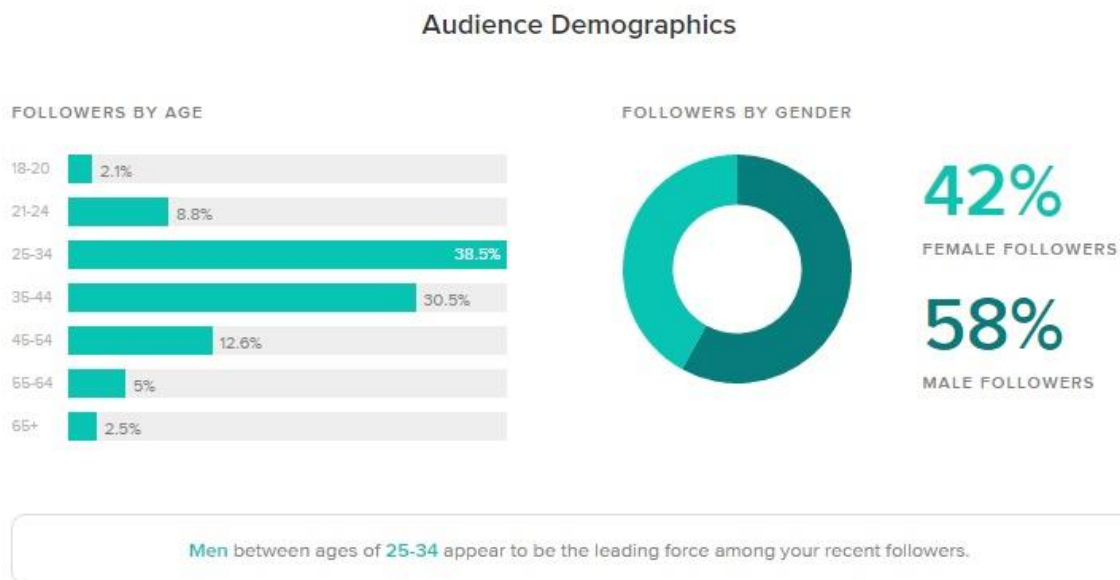
Важније од броја пратилаца, странице ТОС на друштвеним мрежама бележе одличну стопу интеракције са корисницима који великом већином позитивно реагују на објављене садржаје („лајкују“, „кликћу“ на линкове, деле са својим пријатељима, коментаришу, итд). Посебно је значајан тзв, User Generated Content, садржај креиран од стране корисника, јер

бележи највиши квалитет интеракције са корисницима. Само на друштвеној мрежи Инстаграм, ТОС је у оквиру годишње кампање мотивисао кориснике да објаве 26.335 фотографије под ознаком #MySerbia и 10.707 фотографија са ознаком #МојаСрбија које на најбољи начин представљају оно што Србија нуди туристима, а које су додатно промовисане на осталим друштвеним мрежама кроз објављивање на најбољих фотографија на страницама ТОС-а на недељном нивоу.



Табела 4. Број лајкова на објавама путем Инстаграм-а у 2016.

#MySerbia је заживеко током 2015. године захваљујући истојименој кампањи која је те године спроведена. Временом је Туристичка организација Србије по овом # (хештегу) постала преопзнатљива. У 2016. години је путем овог хештега на друштвеној мрежи Инстаграм до ТОС-а и садржаја који смо креирали дошло 109.697 корисника. Број пратилаца се у 2016. повећао за 100,1%.



Табела 5: подаци и профил пратилаца ТОС на друштвеној мрежи Твитер





ENGAGEMENT METRICS	TOTALS
Replies	321
Retweets	6,043
Retweets with Comments	221
Likes	8,823
Engagements per Follower	2.6
Impressions per Follower	71.2
Engagements per Tweet	138.1
Impressions per Tweet	3,825.3
Engagements per Impression	3.6%

The number of engagements increased by
▲ 268.8%
 since previous date range

The number of impressions per Tweet increased by
▲ 141.3%
 since previous date range

Табела 6. Engagment и број импресија на Твитер-у

У табелама 5 и 6 налази се пресек броја импресија и „Engagment“-а, који је на ТОС налогу прикупљен „органиски“. ТОС је кроз оглашавање на овој мрежи остварио импресивне резултате. За кампању #SveStoVolim у само месец дана за утрошених 640 евра на оглашавање, ТОС налог на Твитеру је достигао скоро 600.000 импресија, 7.920 *engagement-a*, 77 ретвитова, 2391 клик на линк, са *engagement rate* -ом од 1,32%, (што је 30% боље од просека индустрије).

Tweet	Reach	Responses	Clicks	Retweets
 <p>serbiatourism Pokaži nam fotografijom šta je to u Srbiji što voliš i možeš da osvojiš zimsko putovanje! U Srbiji je #SveStoVolim! https://t.co/esCOKFirtu (Tweet) December 22, 2016 3:44 pm</p>	168,174	177	–	132
 <p>serbiatourism If you ever get tired of your neighbours... :) #MySerbia https://t.co/eSykWQGbGk (Tweet) February 16, 2016 1:23 pm</p>	117,639	88	–	88
 <p>serbiatourism Provedi zimu na planinama, oseti toplinu banja i doživi čari praznične atmosfere gradova. Srbija je #SveStoVolim! https://t.co/DTtLRYLUgx (Tweet) December 02, 2016 3:22 pm</p>	114,374	81	–	81
 <p>serbiatourism Welcome to the land of impressive nature, medieval monasteries and the trumpet – Ovc̄ar-Kablar Gorge. #MySerbia https://t.co/qd0yuDoKbF (Tweet) February 02, 2016 9:36 am</p>	211,244	79	–	79

Табела 7: Твитови са највећим бројем импресија

3.7 Сајмови

3.7.1 Међународни сајам туризма IFT 2016, 18 -21. фебруар, Београд

Под мотом „Где још нисте били?“ манифестација је одржана у шест расположивих изложбених хала Београдског сајма, на простору од 30.753м², уз учешће 1.153 излагача из 55 земаља (341 инострани излагач) и 71.578 посетилаца (пословни посетиоци 11.702). Број акредитованих новинара је био 979.

Истовремено са Сајмом туризма организоване су још три манифестације: 12. Међународни сајам опреме за хотелијерство и угоститељство HORECA, 7. Сајам вина BeoWine и 12. Сајам сувенира.

На штанду ТОС-а, величине 132м², представљена је туристичка понуде Србије, док је посебна пажња била посвећена промоцији кампање „Дунав и водено благо Србије“, као главне теме у оквиру промотивних активности ТОС у 2016. години, као и обележавању 160. годишњице рођења великог српског научника Николе Тесле.

Сајам туризма је и ове године отворио премијер Републике Србије, а подршку манифестацији пружили су потпредседник Владе и министар трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије и градоначелник Београда.

Као излагачи, поред ТОС-а, на штанду су се представили Министарство трговине, туризма и телекомуникација, ЈП Скијалишта Србије, ЈП Пошта Србије, Музеј Николе Тесле, Кластер путева културе и Удружење Србија за младе.

На штанду ТОС-а организован је низ презентација туристичке понуде, као и богат уметнички програм. Током Сајма туризма потписано је неколико споразума о сарадњи и склопљен значајан број пословних договора.

ТОС се представио филмом „Дунав у Србији-588 утисака“, као и два новим брошурама „Османско културно наслеђе“ и „Србија-Путеви вина“.

У оквиру 38. Међународног сајма туризма ТОС је био партнер 5. београдске туризам конференције (БТЦ) која се односила на нова знања из различитих области туристичке индустрије у организацији Удружења „Србија за младе“.

Остварени су бројни контакти са представницима туристичке привреде и медија.

Оцена овогодишњег Сајма туризма је веома висока јер је забележена рекордна посета. Након обиласка штандова локалних туристичких организација стекао се утисак да је подигнут ниво њихових презентација као излагача, тј. био је приметан видан напредак како у естетском аспекту штандова, тако и у додатним презентацијама, конференцијама и анимирању посетилаца за дестинације у Србији.

3.7.2. Међународни сајам туризма и активног одмора Ниш, 26-28. април

17. Међународни сајам туризма и активног одмора одржан је уз учешће 90 излагача из 4 земље и 9.000 посетилаца. Осим активног одмора, ове године, сајам је ставио акценат и на гастрономску понуду Србије.

У централном делу хале Нишког Сајма, на штанду ТОС величине 30м² представљена је туристичка понуде Србије, а посебна пажња била је посвећена промоцији кампање „Дунав и водено благо Србије“, као главне теме у оквиру промотивних активности ТОС у 2016. години.

У име Града Ниша Сајам је свечано отворио, а бројне званице и госте поздравио потпредседник Владе Србије, министар трговине, туризма и телекомуникација. Присутним гостима и излагачима се обратио Градоначелник града Ниша. На отварању су говорили директорка Туристичке организације Србије и директор Градске туристичке организације Ниш, истичући да је активни туризам постао бренд Србије, као и добре резултате туристичког промета у прва два месеца 2015. год.

Посетиоци сајма су имали прилику да се упознају са туристичком понудом градова и региона Србије, Бугарске, Грчке и Републике Српске. Своју понуду на сајму су и ове године презентовале бројне туристичке агенције, туристичке организације, хотелијери, организатори путовања, клубови адреналинских спортова као и остале гране привреде које учествују у развоју и пласману туристичких производа на домаћем и на иностраном тржишту. Туристичка

организација Србије и Туристичка организација Ниша организовали су Конференцију о авантуристичком туризму и активном одмору у природи.

Обављени су састанци са:

- ЛТО Голубац, Ивањица, Ужице, Ниш, Краљево, Крагујевац, Вршац, Лазаревац, Чачак, Брус, Лучани, Бор, Неготин, Мајданпек, Пирот, Сокобања, Деспотовац и Рековац, поводом планова за летњу туристичку сезону и наступа на сајмовима са Атомском бањом Горња Трепча, Пролом Бањом и Сокобањом.

- Поводом планираног Каравана кроз Србију одржани су састанци са ЛТО Пожаревац, Београд, Војводина, Сомбор, Крушевац, Ниш, Удружењем ХОРЕС.

Представници ТОСа дали изјаве за емисију „Србија коју волим“ и регионалну ТВ Belle Amie.

3.7.3 Сајам за треће доба (55+)

У оквиру 3. сајам за треће доба, одржаном у хали 3 Београдског сајма, ТОС је представила туристичку понуду намењену корисницима трећег доба.

Циљ сајма је да се на једном месту окупе пружаоци услуга и производи који су намењени квалитетнијем животу у трећем добу. Сајамски простор је подељен на три целине, културно забавни програм, едукативни програм и Изложбени павиљон.

Током три дана сајама на штанду ТОС-а, промовисани су ваучери намењени субвенционисаном одмору у Србији. Промовисана је понуда Србије путем брошура „52 викенда у Србији“, туристичке карте Србије, мапе манастира у Србији, „Културно благо у Србији“, као и кроз програме локалних туристичких организација које су за ову прилику послале ТОС-у своје програме намењене трећем добу.

Поред волонтера на штанду су били присутни и запослени из Министарства трговине, туризма и услуга који су давали информације везане за ваучере.

3.7.4 Међународни сајам наутике, лова и риболова 2016. године у Београду од 30.03. до 03.04.2016. године

38. Међународни сајам наутике, лова и риболова је ове године одржан под слоганом – „Исплови, забаци, улови“. На сајму се представило преко 80 домаћих и иностраних излагача. То је била прилика да се на једном месту види понуда како светских тако и домаћих брендова који су присутни на овом тржишту.

ТОС је била присутна са својим промотивним материјалима у оквиру заједничког наступа на штанду Привредне коморе Србије. У оквиру коморе делује групација за наутички туризам НАТУС, која је објединила наступ својих чланова који су представили своје производе. Током сајма свакодневно је организован велики број радионица и предавања која су била намењена како излагачима тако и публици.

3.7.5 Међународни сајам туризма, Нови Сад, 29. септембар - 01. октобар

На Међународном сајму туризма на Новосадском сајму понуду и програме представило је више од 100 излагача из четири земље. Земља партнер на сајму била је Република Црна Гора. Паралелно са сајмом туризма одржан је и Сајам лова и риболова „ЛОРИСТ“. Процена је да је сајам лова и риболова посетило око 25.000 посетилаца, док је сајам туризма у пет дана видело око 10.000 посетилаца.

На Новосадском сајму организовано су се представили и винари и винарије Србије.

На отварању су говорили директор Новосадског сајма и покрајински секретар за привреду и туризам. Сајам је свечано отворио Расим Љајић, потпредседник Владе Србије.

У оквиру сајма је одржан форум „Туризам као фактор регионалне сарадње“. Организатор форума је била Балканска алијанса хотелских асоцијација, Покрајински секретаријат за привреду и туризам, Новосадски сајам и Амбасада Црне Горе.

На штанду ТОС величине 30м² представљена је туристичка понуда Србије у оквиру кампање „Моја Србија“, као главне теме у оквиру промотивних активности ТОС-а у 2016. години.

Поред ТОСа на штанду су се представиле ЛТО Неготин, Књажевац, Аранђеловац, Врњачка Бања, Сокобања и Пролом Бања.

37.6 Међународни сајам туризма и сеоског туризма, Крагујевац, 24-26. новембар

Туристичка организација Србије је организовала наступ на 8. Међународном сајму сеоског туризма у Крагујевцу на штанду површине 30 м².

На отварању сајма гостима и излагачима су се обратили директор Шумадија сајма, директорка ГТО Крагујевац и заменик градоначелника, а у име Владе Републике Србије сајам је свечано отворила Рената Пинцо, помоћница министра трговине, туризма и телекомуникација.

На Шумадија сајму се представило више од 100 излагача из бањских и климатских лечилишта, здравствено рекреативних спортских центара, смештајних и угоститељских објеката, осигурања, образовних установа и туристичких организација из земље и региона. Посетиоци су имали прилику да се упознају са новинама у туристичкој понуди дестинација и актуелним програмима за предстојеће новогодишње празнике и зимовања.

Организатор манифестације су Градска туристичка организација и Шумадија сајам, а покровитељ је локална самоуправа.

Представници Туристичке организације Србије су током сајма дали изјаве за локалне медије и телевизију Канал 9.

На затварању сајма додељене су и награде учесницима. Представници ТОС-а су активно учествовали у раду жирија за одабир награда.

3.7.7 Саборски сајам туризма у Гучи од 11. До 13.08.2016

У оквиру 56. Драгачевског сабора трубача у Гучи за Туристичку организацију Србије и још двадесетак туристичких организација обезбеђен је бесплатан излагачки простор и штандови на којима се могао делити промотивни материјал. Ова активност је реализована у сарадњи са удружењем Србија за младе.

3.8 Манифестације, конференције и радионице у земљи

3.8.1 Туристички форум, од 20. до 23. април, Пролом Бања

Туристичка организација Србије организовала је од 20-23. априла 2016. године, 7. Туристички форум. Након Копаоника, Златибора, Вршца, Чачка, Борског језера и Таре, овогодишња дестинација домаћин је Пролом Бања, тј. Туристичка организација Куршумлија. Форум је од 2010. године променио форму, која се до тада базирала искључиво на спортским такмичењима као вид туристичких спортских игара, тако да су од 2010. укључене су и едукативне сесије као носећи део програма.

У том смислу, едукативне сесије и радионице су биле прилика да се заједно упознамо са стратешким правцима развоја туризма и пројектним активностима. Кроз серију предавања и примера из праксе представници локалних туристичких организација имали су прилике да се упознају са стратешким правцима развоја туризма, затим како и на који начин аплицирати и урадити пројекат, али и како конкурисати са туристичком дестинацијом за локацију снимања филма домаће или иностране продукције.

Марија Лабовић, в.д. директора ТОС поздравила је присутне, дала кратак осврт на спроведене активности и најавила активности ТОС у наредном периоду. Председник општине Куршумлија Радољуб Видић пожелео је добродошлицу свим учесницима 7. Туристичког форума, док је Гордана Радосављевић, помоћник министра у Министарству трговине, туризма и телекомуникација званично отворила 7. Туристички форум.

На Форуму су одржана следеће презентације и предавања:

- Презентација „Стратешки правци развоја туризма“ - Александар Н. Денда, саветник у Влади Србије;
- Презентација „Водич за потенцијалне изворе финансирања за сектор туризма-како припремити предлог пројекта“ - Снежана Селаковић, SMS Consulting d.o.o;
- Предавање „Културни туризам кроз пример Дунавског пута културе“, а као увод у пројекат ЕДЕН 2017- „Културни туризам и путеви културе“ - Др Искра Максимовић, директор друштва Голубачки град;

- Предавање „Развој транзитног туризма кроз унапређење туристичке сигнализације у ЈЗ Србији“ - Бојан Цвијовић, Регионална развојна агенција Златибор, Ужице;
- Студија случаја – „Зашто је филм добар за туризам и зашто је туризам добар за филм“ - Јована Андрашевић, Српска филмска асоцијација;
- „Скаути локација – ново занимање у туризму“ - Слободан Пикун, директор визуала, Ringier Axel Springer д.о.о;
- „Спот у функцији промоције туристичке понуде Србије“ - Вељко Јовановић, Продукција „Неки фини људи“.

Сви учесници 6. Туристичког форума који су похађали семинаре добили су одговарајуће сертификате.

Спортски такмичења су спроведена на спортским теренима хотела „Радан“, а уз професионалну подршку колега из спортског друштва са којима сарађујемо неколико година. Четворочлана екипа ТОСа освојила већи број медаља од чега 4 златне.

Учесници форума имали су прилику да се упознају са делом туристичке понуде Куршумлиског краја. Природно добро од изузетног значаја Ђавоља Варош и Луковска Бања оставили су јак утисак на учеснике форума.

- Укупан број пријављених туристичких организација: 43 (укључујући и Националну туристичку организацију Црне Горе и НТО Републике Српске)

- Укупан број делегата: 153

- Укупан број учесника на предавањима: од 35-112

- Укупан број новинара: 25

Домаћин 8. Туристичког форума је ТО Сокобања.

3.8.2 Ноћ музеја, Београд, 21. мај

Интерактивна изложба „Моја Србија“ је, као и изложбе претходних година у оквиру манифестације „Ноћ музеја“, имала за циљ да представи туристичку понуду Србије на креативан начин – у складу са манифестацијом. Фотографије познатих уметничких дела српских аутора биле су полазишна тачка од које је посетилац вођен креативним дизајнерским решењем, ауторским текстом, интерактивним садржајима до туристичке понуде Србије, односно неких њених делова који су одабрани за ову прилику.

У оквиру изложбе „Моја Србија“, поводом обележавања јубилеја 160 година од рођења Николе Тесле, представљена је „Tesla Escape Room“, у сарадњи са „Adrenalin Escape Rooms“ из Београда. Фирма „Adrenalin Escape Rooms“ је члан Кластера пута културе и у потпуности је финансирала израду садржаја за „Tesla Escape Room“, као резултат успешне сарадње у оквиру Кластера путева културе.

Пратећи део поставке изложбе био је и Instagram Box који је нашим посетиоцима омогућио да своју омиљену Instagram фотографију са путовања по Србији или са Ноћи музеја у Туристичкој организацији Србије добију у физичком облику – као полароид фотографију. Такође, деца су била анимирана слагалицама са мотивима Србије, припремљеним посебно за ову прилику.

3.8.3 Београдски манифест 27 – 29. мај

ТОС се по други пут представила на „Београдском манифесту“ који је одржан на Београдској тврђави од 27-29. маја 2016. године. Манифестацију је свечано отворила директорка ТОС-а, а за потребе представљања ТОС је имао ауторски штанд који је дизајнерским решењем био уклопљен у амбијент јавног парка.

На штанду су били изложени и дељени сви промотивни материјали ТОС-а, као и први пут нова брошура „52 укуса Србије“. У оквиру програмског дела активности на штанду су сваког дана биле организоване презентације старих и традиционалних заната и вештина: златовеза и пуствовања, израде украсних предмета и сувенира од керамике, ткачког, опанчарског и ковачког заната.

Током три дана манифестације била је организована наградна игра „52 викенда у Србији – колико познајеш Србију“, док су на LED екрану приказивани промотивни филмови ТОС-а, а посетиоцима су дељене заставице, балони, сувенир „Тесла“, флајери о ваучерима и „Моја Србија“.

3.8.4 Активности поводом награде „Туристички цвет 2016“

ТОС је 27. септембра 2016. године доделила највише признање у туризму награду „Туристички цвет“ и обележила Светски дан туризма. За место догађаја ове године одабран је Музеј историје Југославије према значају који има у туристичкој понуди Србије.

Чланови Жирија су били: проф. Драгољуб Барјактаровић, Универзитет „Сингидунум“ - председник жирија и чланови жирија: Александар Сеничић, директор Националне агенције туристичких агенција Србије, Јасмина Ракочевић, новинар РТС-а, Александра Долапчев, саветник у ТОС-у и Катарина Србљанин, млађи саветник у ТОС-у.

Конкурс је био отворен од 10. јуна до 19. августа 2016. године и у том периоду локалне туристичке организације, рецептивне туристичке агенције, представници хотелске индустрије, Привредна комора Србије, Привредна комора Београда, регионалне привредне коморе и удружења из области туризма периодично су обавештавани о конкурсима (укупно 3 пута). На интернет страни ТОС-а био је постављен и банер где су сви потенцијални кандидати могли да се информишу о условима кандидовања. На конкурс је стигло 37 пријава за 30 кандидата.

Победници награде Туристички цвет за 2016. годину, по категоријама су:

1. Туристичка организација: Туристичка организација општине Сремски Карловци;
2. Туристичка манифестација: „Дринска регата“, Бајина Башта;
3. Туристичка агенција: у овој категорији није додељена награда;
4. Угоститељски објекат за смештај:
 - у подкатегорији Угоститељски објекат типа Хотел: није додељена награда
 - У подкатегорији Остали угоститељски објекти за смештај: Етно село „Моравски конаци“, Велика Плана
5. Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга:
 - ЈП СТЦ Природњачки центар „Свилајнац“, Свилајнац
 - Удружење „Србија за младе“, Београд

Директор ТОС-а је ове године доделио два специјална признања изван категорија Олимпијском комитету Србије и Параолимпијском комитету Србије.

3.8.5 Активности ТОС-а у обележавању јубилеја 160 година од рођења Николе

Тесле:

На Београдском сајму туризма у фебруару 2016. године, у сарадњи са Музејом Николе Тесла, представљен је експонат „Теслино Колумбово јаје“, који је културно добро Републике Србије. Музеј Николе Тесле је ангажовао демонстраторе који су заинтересованим посетиоцима на сајму објашњавали „начин рада“ Теслиног Колумбовог јајета. Музеј је обезбедио и флајере на српском и енглеском језику, као и магнете са мотивима Николе Тесле.

На једном од пултова ТОС-овог штанда представили су се Музеј Николе Тесле и Кластер путева културе који је промовисао „Пут Тесле и Станојевића“. Кластер путева културе је за потребе представљања на сајму обезбедио презентере одевене у брендиране мајице, брошуру о Путу Тесле као и нови флајер на српском и енглеском језику. Интересовање за овај пут културе је било изузетно.

ТОС је припремио и израдио сувенир на тему Тесле за ову прилику који је дељен посетиоцима штанда на Београдском сајму туризма, Београдском манифесту и Каравану Моја Србија.

ТОС је финансирао превод текста филма о Тесли (у издању „Музеја Николе Тесле“) како би се употпунила туристичка понуда музеја и Србије на руском, турском и немачком језику.

На Каравану „Моја Србија“ на видео биму се емитовао се филм „Тесла - дух, дело, визија“, дели су се сувенири који је припремио ТОС (додекадар са фотографијама научника и називима његових изума).

ТОС је финансирао превод текста овог филма на руски, немачки и турски за потребе промоције Музеја Николе Тесле иностраним туристима.

ТОС је учествовао у изради светски познате друштвене игре „Монопол“. Оно што је специфично у домаћој верзији Монопола је да поља кресе називи домаћих градова, планина и других знаменитости, попут *Београда*, *Ђердана*, *Таре*, док ће фигурице имати облик шајкаче, опанка, хармонике и осталих карактеристичних мотива. После САД, Велике Британије и Италије, Србија је четврта земља на свету која има персонализовану верзију Монопола. Једна од локација на српском „Монополу“ је Музеј Николе Тесле, а један од 6 пиона за игру је биста Николе Тесле.

ТОС учествује у припреми „Дана Николе Тесле“, у организацији Града Београда – Секретаријата за привреду и туризам.

ТОС ће подржати организацију „Србија за младе“ на догађајима током лета 2016. посвећеним Николи Тесли и Стевану Стојановићу Мокрањцу. Догађаји подразумевају низ предавања по различитим темама које би обухватале, лик, дело, биографију, чланке, живот, активности, научна достигнућа, Тесле и Мокрањца, часове српског, информатике, историје и сл.

3.8.6 Презентације туристичких потенцијала Србије у тржним центрима у градовима Србије

Током фебруара, Месеца туризма, ТОС је организовала презентације туристичке понуде Србије намењене домаћим туристима.

За ту прилику ТОС је закупио простор у тржним центрима у Београду, Новом Саду и Нишу.

У Београду презентација је одржана у тржном центру „Стадион“ 06.02.2016. године, у Новом Саду у тржном центру „Биг“, дана 13.02.2016. године, у Нишу у тржном центру „Форум“, дана 27.02.2016. године.

Презентације су осмишљене да се кроз квиз знања „Колико познајеш Србију“ и одговарање на питања заинтересовани туристи упознају са туристичком понудом Србије. Сваки од учесника квиза награђен је са брошурама које ТОС издаје и са неким од пригодних сувенира који су за ту прилику издвојени.

Сами догађаји су били прилика да се посетиоци информишу и о процедури и начинима преузимања ваучера за субвенционисани одмор у земљи, мери Министарства трговине, туризма и телекомуникација.

Током презентације у Нишу промовисана је и нова апликација ТОС-а „52 викенда у Србији“, која је привукла доста пажње код млађих посетилаца.

Дате су изјаве за медије: Радио телевизија Србије, Инфобиро, Пинк, Туристичка призма, Радио Нови Сад, ИСТН портал, емисија „Србија коју волим“, Радио Београд 1.

Поред запослених у ТОС-у, презентације су реализоване уз помоћ локалних туристичких организација Новог Сада и Ниша, волонтера из удружења „Србија за младе.

Процена је да је у квизу учествовало преко 300 учесника.

4. Координација рада са локалним туристичким организацијама и другим субјектима у туризму

У склопу законом утврђених надлежности које се односе на координацију туристичких организација, привредних и других субјеката у туризму који делују на промоцију туризма, у извештајном периоду ТОС је спроводио заједничке промотивне активности са локалним туристичким организацијама и другим субјектима у туризму и сарађивао са субјектима јавног тако и из приватног сектора који су непосредно и посредно везани за туризам, и то:

- Координација активности са локалним туристичким организацијама, јавним и приватним сектором, поводом организације и обједињавање наступа на сајмовима у иностранству;
- Спровођење летње туристичке промотивне кампање кроз Србију са ЛТО и субјектима јавног сектора;
- Координација активности са ЛТО поводом наградне игре „52 Викенда у Србији – Колико познајеш Србију“;
- Координација активности са ЛТО поводом изложбе „52 укуса Србије“;

- Реализација захтева ЛТО за најаву догађаја, манифестација и других акција (Сајам пиротске кобасице, Дани Војводине, Карневал цвећа у Белој Цркви, Златне руке Сокобање и др);
- Координација везана за дозволе и припреме за екипу сниматеља који раде на снимању филма 52 викенда у Србији;
- координација дозвола и смештаја за снимање допуне апликације „52 викенда“ која прати брошуру „52 викенда“
- давање подршке и посета туристичким догађајима и манифестацијама у Србији чији организатор је ЛТО и други субјекти ;
- Координација активности са бањским центрима (Атомска бања, Бања Ковиљача, Врњачка бања, Рибарска бања, Чигота-Златибор, и Пролом и Луковска бања) у циљу припреме презентација о понуди РХ центара, за потребе Министарства трговине, туризма и телекомуникација за партнера из Аустрије који се обратио Министарству са иницијативом да обезбеди српској дијаспори рехабилитацију у бањама и климатским местима Србије, о трошку аустријског социјалног осигурања;

4.1 Посебне презентације и догађаји у земљи којима су присуствовали представници ТОС-а

- Учешће на Међународној научној агробизнис конференцији - МАК 2016, 29- 30. јануар, Копаоник;
- Директорка ТОС-а је 14.02.2016. отворила свечану прославу Светог Трифуна у Неготину, заштитника винара и виноградара. Овај догађај организовала је ТО општине Неготин, уз подршку Месне заједнице Рајац и покровитељство општине Неготин. Истог дана, директорка ТОС-а је посетила археолошко налазиште Felix Romuliana у Зајечару и том приликом одржала састанак са директором Народног музеја Зајечар и директором Центра за културу и туризам ЦЕКИТ Зајечар;
- Присуство директорке ТОС-а свечаном озваничењу потписаног уговора о изградњи Куће скијања на Старој планини, на позив Скијашког савеза Србије, 16.03.2016.;
- Директорка ТОС-а је 31.03.2016. отворила финале републичког такмичења у решавању студије случаја „Развој омладинског туризма у Србији“, на Универзитету Сингидунум, заједно са ректором Универзитета;
- Учешће директорке и представника ТОС-а у организацији посете представника турске филмске индустрије Србији;
- Присуство директорке ТОС-а свечаном отварању манифестације „Златне нити“ 8.04.2016. у Врњачкој бањи. Ову манифестацију организовало је Удружење жена „Златне нити“, уз подршку ТО Врњачка бања;
- Присуство директорке ТОС-а Четвртој међународној регионалној конференцији “Унапређење туристичке понуде Београда“ која је одржана у просторијама Привредне коморе Београда 14.04.2016.
- Присуство директорке ТОС-а фестивалу УРАНАК на Сребрном језеру, на позив организатора манифестације (Puzzle Group, уз подршку општине Велико Градиште и ТО Велико Градиште);
- Присуство директорке ТОС-а догађају под називом „Southeastern European Gathering 2016“ који је уприличен 28. маја. Овај догађај је окупио утицајне лидере у области религије, културе, бизниса, политике и осталих сфера друштва са Балкана, Европе и САД.
- Директорка ТОС-а је 9. јуна у Љубљани присуствовала билатералном састанку са представницима Словеније. Са словеначке стране састанку су присуствовали министар за привредни развој и технологију Републике Словеније, в.д. директора Директората за туризам и директорка НТО Словеније а са српске стране потпредседник Владе и министар трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, помоћник министра за туризам и амбасадор Републике Србије у Словенији. Суштина састанка тицала се билатералних односа Словеније и Србије, превазилажење постојећих административних

- баријера, креирање и реализација акционог плана који би проистекао из споразума потписаног 2013. године између ове две земље;
- Директорка ТОС-а је 13.06.2016. свечано отворила бициклическу трку „Кроз Србију“ која је ове године по 56. пут одржана и то од 13. до 19. јуна;
 - Присуство свечаном затварању филмског фестивала SILAFEST у Великом Градишту , 28. августа – 02. септембра, када се традиционално додељују награде; Филм ТОС-а „ Дунав у Србији: 588 утисака“ добио је 2 награде: за најбољи сценарио и за најбољи домаћи туристички филм;
 - Присуство отварању 7. Нушићијаде, одржане од 25. до 28. августа 2016. године, у Ивањици, под слоганом „Премошћавање“, поводом обележавања 110 година од изградње каменог моста као симбола Ивањице;
 - Присуство директорке ТОС-а завршној свечаности пројекта „Социјално-економски развој дунавске регије у Србији“ и обележавању Дана Дунава под називом „SEDDSR путовање“, које је уприличено 29.06. на Сребрном језеру и у Голупцу. Програм се састојао из: отварања постројења за водоснабдевање на Сребрном језеру у општини Велико Градиште (чија изградња је кроз овај пројекат, којим руководи Аустријска развојна агенција, финансирана средствима Европске уније); окупљања званица на броду „Silver Star“. Такође је био уприличен ручак на броду „Silver Star“, обилазак Голубачке тврђаве, као и церемонија потписивања Меморандума о разумевању између Аустријске развојне агенције и Владе Републике Србије о наставку финансирања радова на реконструкцији Голубачке тврђаве;
 - Присуство свечаном отварању 53. Љубичевских конјичких игара, које су одржане у Пожаревцу, од 02-04. септембра, а чији покровитељ је био председник Републике Србије, Томислав Николић;
 - Присуство на отварању манифестације „Дани бербе грожђа“ у Вршцу, 16. септембра. Тим поводом је била постављена изложба ТОС-а „52 укуса Србије“ ;
 - Присуство представника ТОС-а 6. Бизнис конференцији која је одржана у Сава центру 28. септембра 2016.
 - Присуство представника ТОС-а/Конгресног бироа Србије 3. сајму за конгресну индустрију југоисточне и централне Европе под називом WESTM, 20. октобар 2016.
 - Присуство директорке ТОС-а промоцији водича о Србији на руском језику издавача Полиглот, Сајам књига у Београду, 23. октобар 2016.
 - Присуство представника ТОС-а Београдском туристичком форуму градова Југоисточне Европе, у организацији Туристичке организације Београда, Сава центар, 22. децембар 2016.
 - Присуство директорке ТОС-а свечаном отварању ски стазе Црни врх на Дивчибарама, 27. децембар 2016. године.

4.2 Остале активности у земљи

- Учешће у раду радионице „Социјални дијалог у сектору туризма и угоститељства и искуства и пракса ЕУ“, дана 17. марта, коју је организовала Унија послодаваца Србије, у оквиру ЕУ Пројекта “Туризам су људи: Заједнички рад за јак социјални дијалог у сектору туризма и угоститељства”;
- Учешће у раду радионице „Ваша идеја паметног града“, коју је организовала Привредна комора Србије, дана 11. априла, у оквиру пројекта "SMACC – Тренинг за градове будућности“, који се финансира од стране Европске уније;
- Учешће у раду 5. Састанка радне групе за унапређење сеоског туризма у организацији Министарства трговине, туризма и телекомуникација, Сектора за туризам, дана 18.03.2016;
- Учешће представника ТОС на семинару „Банатски ужитак“ који је одржан у организацији Туристичке организације Ковин, дана 8.4.2016. у Скореновцу;
- Учешће у раду 4. Регионалне конференције "Унапређење туристичке понуде Београда", коју је организовала Привредна комора Београда, дана 14. априла;

- Учешће директорке ТОС-а у раду Националног савета за туризам (одржане укупно три седнице а последња у фебруару 2016.);
- Учешће директорке ТОС-а у Комисији за инфраструктурне пројекте (Министарство трговине, туризма и телекомуникација Р. Србије);
- Учешће директорке ТОС-а у Комисији за одлучивање о захтевима за коришћење кредитних средстава за подстицање квалитета туристичке понуде (Министарство трговине, туризма и телекомуникација Р. Србије);
- Присуство 13. Седници Групаације за рурални туризам која је одржана 01.6.2016. године у Привредној комори Србије;
- Представници ТОС су присуствовали 7.6.2016. године презентацији Фестивала „Руже Липолиста“ на позив Туристичке организације Шапца, која је одржана у сеоском туристичком домаћинству Вила Албеде;
- Презентација потенцијала за авантуристички туризам у Србији, Конференција о авантуризму 28.4.2016, Ниш;
- Презентација туристичке понуде на Дунаву у оквиру манифестације „Новосадско пролеће“, 16.3.2016, Нови Сад;
- Презентација туристичких потенцијала Србије намењена пензионерима, одржана 29.6.2016. у Дневном центру „Драгиша Ћирић“ у Земуну.
- Помоћ у организацији Конференције „ Регија за туризам, туризам за регију 26.01.2017. у организацији МТТ и Бизнесплус;
- Учешће у раду Радне групе за планирање активности на очувању вредности, ревитализацији и обогаћивању програма у просторно-културно-историјској целини “Скадарлија” Градске управе града Београда - Секретаријата за привреду;
- Учешће у раду Радне групе за израду предлога програма за обележавање 160 година од рођења Николе Тесле Градске управе града Београда - Секретаријата за привреду;
- У оквиру редовне сарадње са Тврђавом Гоулбачки град одржане су консултације поводом отварања експерименталног периода рада тврђаве и одштамапан је промотивни флајер чије трошкове штампе је реализовао ТОС;
- Посета манифестације 83. Вуков сабор у Тршићу искоришћена је за обилазак Туристичке организације општине Лозница, споменичког комплекса у Тршићу, као и новог смештајног капацитета у Тршићу;
- Поводом промоције нових садржаја и популаризације археолошких локалитета Феликс Ромулијана и Медијана организовано је студијско путовање за представнике домаћих медијских кућа.

Нови мултимедијални центар за посетиоце на УНЕСКО археолошком локалитету царске палате Феликс Ромулијана је један од резултата пројекта ХЕРА „Одрживо управљање туризмом у оквиру јадранског наслеђа” финансираног од стране ЕУ кроз ИПА Јадрански програм прекограничне сарадње (2007-2013), уз партнерство Министарства трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије. Центар поседује најсавременији начин презентације културног наслеђа помоћу холограма и 3Д приказа царске палате. На Археолошком локалитете Медијана презентовани су до сада највеће реализоване пројекте конзервације и рестаурације на овом локалитету након чега ће посетиоци бити у прилици да виде укупно око 1000м² мозаика;

- Сарадња са удружењем грађана Креативни центар из Ковачице и помоћ у реализацији пројекта „Наивни кишобрани“ у коме смо донацијом наших промотивних кишобрана помогли да пројекат буде потпун;
- Припрема базе података сеоских туристичких домаћинстава за мобилну апликацију Електронски водич кроз Србију;
- Сарадња са Кластером Банатска рута на реализацији конкурса-јавног позива за израду идејног решења банатског сувенира;
- Подршка и помоћ у организацији конференције WYSTC 2016, где смо помогли у окупљању представника локалних туристичких организација и узели активно учешће у раду конференције која је одржана у Београду од 20. - 23.09.2016. године;
- Присуство и обраћање директорке ТОС-а на 2. конференцији SITCON 2016 на Универзитету Сингидунум, 30.09.2016. године;

- Учесће директорке ТОС-а на радном доручку на тему туризма – иницијативе за заједничке туристичке производе у оквиру Пословног форума Србија – Словенија, Београд (хотел Хајат), 24. октобар 2016. године;
- Презентација представника ТОС-а у оквиру едукације намењене запосленим у локалним туристичким организацијама и туристичкој привреди у региону Дунава, 28.-29.10.2016. године;
- Присуство и учешће директорке ТОС-а на панелу „Регионално брендирање: стратегија раста дестинације и примери успешне праксе – угао јавног и приватног сектора“ у оквиру ЕИАТ конференције која је одржана 18. и 19. новембра 2016. у Скупштини АП Војводине у Новом Саду;
- Учесће на округлом столу у оквиру радионице како брендирати вина са аспекта сарадње и брендирања у региону и јачег укључивања винске индустрије у туризам одржаном на Wine Jam Originals у хотелу *Radisson Blu Old Mill* 18.11.2016. године;
- Учесће на округлом столу о винском туризму који је одржан 21.11.2016. у хотелу Зира а у оквиру манифестације Новембар вино фест;
- У сарадњи са Градском управом града Београда организован је наступ на сајму Етно хране и пића од 23. До 26.11.2016. године;
- Помоћ у организацији едукације Adventure travel trade organization и USAID-а која је одржана у Београду 02.-03.12.2016 године у хотелу „Тулип ин“;
- Презентација туристичке понуде Србије у оквиру отварања Визиторског центра пројекта „Тврђава Голубачки град“. Отварању је присуствовао премијер Владе Републике Србије гдин А. Вучић;
- Подршка пројекту „Vike trails“ који спроводи удружење „Spartan warriors“. Пројекат се односи на обележавање бициклистичких стаза у Овчарско кабларској клисури и на планини Јелица;
- Припрема и организација допуне апликације која прати брошуру „52 викенда“. Током снимања и продукције припремљена су 2 тродимензионална модела и по 3 виртуелне 360 степени туре на 4 локације у Србији. У оквиру истог уговора договорено је и снимање и израда виртуелне туре Председништва Србије.
- Припрема конференције о верском туризму у сарадњу са Министарством трговине, туризма и телекомуникација, Универзитетом „Сингидунум“ и Управом за сарадњу с црквама и верским заједницама Републике Србије.
- Присуство директорке ТОС-а Грчко-српском туристичком форуму који је одржан у хотелу Метропол у Београду 14. децембра 2016. године.

4.3 Истраживање тржишта

У априлу 2016. године, Туристичкој организацији Србије, као Наручиоцу, достављени су резултати и показатељи Истраживања ставова и понашања **домаћих туриста** у Србији у 2015. години. Главни циљ истраживања био је утврђивање чињеница о демографским и економским карактеристикама домаћих туриста и карактеристикама њиховог одмора у Републици Србији, као и информисаност у вези са акцијом ресорног министарства и Владе Републике Србије која се односи на поделу ваучера за одмор у Србији и кампањом ТОС-а „Моја Србија“.

Упитник је формулисан на основу операционализације захтева ТОС-а, а начин анкетирања био је „лицем у лице“ у домаћинству испитаника.

Репрезентативан узорак је чинило 2005 домаћих туриста. Реализован је случајни, троетапни, стратификовани национално репрезентативни узорак грађана Србије старих 18 и више година величине 11552 грађана, при чему су само домаћи туристи одговарали на сва питања из упитника, а остали селектирани грађани (који нису спадали у категорију домаћих туриста) су анкетирани само у сегменту демографских питања и питања везаних за разлоге непосећивања домаћих туристичких дестинација у 2015.

Прикупљање података обављено је од 25.01.2016. до 18.03.2016, а презентација истраживања одржана је на конференцији за медије поводом најаве летње кампање ТОС-а

„Моја Србија“. Резултати истраживања послати су надлежним државним органима и организацијама, мрежи ЛТО, стручним просветним институцијама, а постављена је на почетну веб страницу ТОС-а.

Током маја ТОС је доделио уговор о јавној набавци чији је предмет „Истраживање ставова и понашања страних туриста у Србији“. Главни циљ истраживања је добијање података о демографским и економским карактеристикама страних туриста и карактеристикама њиховог одмора у Републици Србији. ТОС је формирао методолошку основу у упитник за почетак истраживања, које треба да започне почетком јула месеца.

Током маја ТОС је доделио уговор о јавној набавци чији је предмет „Истраживање ставова и понашања страних туриста у Србији“. Главни циљ истраживања је добијање података о демографским и економским карактеристикама страних туриста и карактеристикама њиховог одмора у Републици Србији. ТОС је формирао методолошку основу у упитник за почетак истраживања, које је започело током јула месеца. Анкетом су се обухватили искључиво страни туристи који су током 2016. године боравили у Србији. Укупан узорак био је 2.050 попуњених упитника, а анкетирање је обављено у два турнуса: први у раздобљу јул-август, и други у раздобљу октобар-новембар.

Сагласно уговору, сви необрађени подаци су испоручени електронски, достављени су током децембра 2016. следећим у форматима – Excel, ЕСПСС, Power point, текстуални извештај у word-у са образложењем коришћење методологије и резултатима истраживања на српском и енглеском језику. У току је завршна анализа и обрада података из наведеног истраживања, која ће бити представљена јавности.

5. Пројектне активности

5.1 Учешће у пројектима

ТОС је у 2016. спровео ограничене активности у домену пројекта „Изузетне дестинације Европе“ (European Destinations of Excellence - EDEN), будући да из административних разлога није био у могућности да се пријави на јавни позив којим би било обезбеђено суфинансирање Европске комисије. На 7. Туристичком форуму одржаном 20–23. априла организовано је предавање др Искре Максимовић на тему „Културни туризам и путеви културе – увод у ЕДЕН 2017“. У септембру је организовано студијско путовање у Словенију за финалисте избора 2016. године на тему „Туризам и локална гастрономија“ са циљем упознавања са примерима добре праксе тамошњих дестинација које своју туристичку понуду базирају или развијају на локалној гастрономији. Руководилац пројекта у мају је присуствовао састанку националних ЕДЕН пројектних менаџера у Бриселу, и у октобру 11. састанку ЕДЕН мреже одржаном на Малти.

ТОС је као партнер учествовао у пројекту Министарства трговине, туризма и телекомуникација и РРА Златибор, на унапређењу транзитног туризма кроз пројектовање одговарајуће туристичке сигнализације, који се налазе на транзитним правцима шире гравитационе зоне Врњачка Бања са акцентом на следеће: Врњачку Бању, Расински округ (Крушевац, Варварин, Трстеник, Ћићевац, Александровац, Брус), Поморавски округ (Јагодина, Ћуприја, Параћин, Свилајнац, Деспотовац, Рековац), Шумадијски округ (Крагујевац, Аранђеловац, Топола, Рача, Баточина, Кнић, Лапово);

5.2 Остале релевантне активности

CALL	Naziv	Partner iz Srbije	NTOS Status	Budžet NTOS	Aktivnost NTOS	Status projekta
------	-------	-------------------	-------------	-------------	----------------	-----------------

Interreg Adrion	AITIS Adriatic-Ionian Initiative for Tourism Innovation and Sustainability	Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu	Associate Partner	cca 5.000 evra - odnosi se samo na troskove ucestvovanja na sastancima projekta	Bez znacajnih dodatnih aktivnosti	čekamo rezultate 1.kruga
	Опис: пројекат је усмерен на промоцију и стандардизацију концепта туристичких иновација и креирање система подизања нивоа иноваторског духа. У Србији ТОС сваке године додељује награду Туристички цвет, а идеја је да се на нивоу регион дефинису стандарди промовисања различитих облика иновације.					
Interreg Adrion	ADRIAcooltour New modulbased heritage tourism in Adriatic region	Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu	Associate Partner	cca 5.000 evra - odnosi se samo na troskove ucestvovanja na sastancima projekta	Bez znacajnih dodatnih aktivnosti	čekamo rezultate 1.kruga
	Опис: пројекат је усмерен на снимање терена и стандардизацију историјског и културног наслеђа са сврхом туристичке комерцијализације.					
Interreg Adrion	EUCOMTOUR Europe for Community Based Tourism	Fakultet dramskih, Univerzitet u Beogradu	Associate Partner	cca 5.000 evra - odnosi se samo na troskove ucestvovanja na sastancima projekta	Bez znacajnih dodatnih aktivnosti	čekamo rezultate 1.kruga
	Опис: пројекат је усмерен на развој концепта социјалне и локалне одрживости, што подразумева укључивање локалног становништва и подстицај локалног предузетништва за бављење туризмом.					
CALL	Naziv	Partner iz Srbije	NTOS Status	Budzet NTOS	Aktivnost NTOS	Status projekta
CBC Crna Gora Srbija	Planinska sela Srbije	RRA Zlatibor	Associate Partner	cca 3.000 evra - odnosi se samo na troskove ucestvovanja na sastancima projekta	Bez znacajnih dodatnih aktivnosti, moguće sve ubaciti kroz redovne aktivnosti	čekamo rezultate 1.kruga
	Опис: пројекат има за циљ стандардизацију услуге сеоског смештаја у региону Златибор-Косјерић, како би се направио туристички производ који би био препознатљив. Пројекат је наставак активности везаних за стандардизацију и брендирање концепта "планински доручак"					
CALL	Naziv	Partner iz Srbije	NTOS Status	Budzet NTOS	Aktivnost NTOS	Status projekta

Trans danube	DANOST Danube Sustainable Tourism Observatories	Danube Competence Center, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Beogradu	Project Partner	cca 50.000 evra - imajući u vidu trajanje projekta od 30 meseci, ovaj iznos je mali	implementacija ona podrška DCC i EKOF, organizacija sastanaka, terenskog rada, put na projektne sastanke, brošura...	Ušli u 2. krug
<p>Опис: пројекат има за циљ развој мреже туристичких опсерваторија која има за циљ развој и имплементацију методологије за континуирано истраживање ефеката туризма на економију, локалну заједницу и животну средину. Највећи аспект је на мерење утицаја туризма на финансије и економију, као и диверсификацију локалне економије. Имајућу у виду да је ТОС носећи национални ентитет за промоцију туризма, укључивање је од суштинске важности. партнер на пројекту је и UNWTO, која ће давати стратешке смернице универзитетима, који ће преузети функцију развоја и имплементације методологије</p>						
Trans danube	Danube SPAs	Danube Competence Center	Project Partner	cca 70.000 evra - imajući u vidu trajanje projekta od 30 meseci, ovaj iznos je mali;	implementacija ona podrška DCC i EKOF, organizacija sastanaka, terenskog rada, put na projektne sastanke, prikupljanje podataka o turističkim atrakcijama, brošura...	Ušli u 2. krug
<p>Опис: пројекат има за циљ дефинисање стратешког и маркетинг оперативног плана развоја и промоције бања на току Дунава.</p>						

6. Промотивне активности на иностраном туристичком тржишту

У 2016. години ТОС је на иностраном тржишту имао укупно следеће активности:

- Број сајмова на којима је ТОС учествовао: 22
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 33
- Број новинара у студијској посети: 116
- Број ТВ екипа у студијској посети: 6
- Број блогера у студијској посети: 12
- Број организатора путовања у студијској посети: 57

I Велика Британија и Ирска

1. Сајмови и презентације

1.1. Destinations, Лондон, 04-07. фебруар

Destinations Holiday and Travel Show, у сарадњи са The Times, The Sunday Times и Sunday Times Travel Magazine, одржан је ове године двадесет други пут и представља највећи туристички B2C догађај у Великој Британији, са преко 350 излагача из седамдесет земаља и преко 50.000 посетилаца.

ТОС је за учешће на сајму Destinations закупио опремљен простор величине 35м². На штанду је учествовала и Туристичка организација Војводине, а своје брошуре су за дељење публици на штанду Србије обезбедили и британски организатори путовања који у својим програмима имају посебне и регионалне програме за Србију: Regent Holidays, Explore и Travel The Unknown.

На штанду је графикама приказан city break - Београд, ЕХИТ фестивал (Нови Сад, Војводина) и бициклизам на Дунаву (активни одмор, Дунав), што је основна понуда Србије за ово тржиште. На штанду су на LCD монитору приказивани филмови ТОС-а: Danube – 588 Impressions, One Journey Million Impressions и Soulfood Serbia.

У Meet The Experts Theatre One, блогер Kevin Shannon је 04. фебруара одржао 45-минутну презентацију Walk Serbia. Туристичка организација Србије је била главни спонзор доласка и боравка господина Shannon-а у Србији 2013. године. О свом путовању Kevin Shannon издаје књигу на енглеском и српском језику. Његова презентација, која је обухватила најзанимљивије детаље његовог путовања, била је веома посећена од стране публике сајма Destinations.

Дана 05. и 06. фебруара, на штанду туризма Србије организована је дегустација хране и пића из Србије за посетиоце штанда.

Посетиоци штанда туризма Србије највише су се интересовали за активни одмор у Србији, и то највише за пешачење. Иако су посетиоци у великом броју били сениори, њихово скоро искључиво интересовање је било пешачење у областима заштићене природе, смештај у мањим смештајним објектима, и самостално организовање пута, смештаја и активности. Нешто млађи посетиоци штанда били су, осим за активни одмор (пре свега пешачење и бициклизам), заинтересовани за кратки одмор у Београду и излете ван Београда у оквиру тих посета, као и за понуду културног туризма. Најмлађи посетиоци су били заинтересовани и за посете градовима и фестивалима. Велики број посетилаца се интересовао за железницу у Србији.

На штанду су одржани следећи састанци: Maverik Motion Pictures, Independent, Evening Standard, Travel Channel, Esi Media, OTT Online Travel Training, Family Traveller, Fabula Tour Design, Happy Tours, Anatolian Sky, Red Bull Media House, Дринска кућа, National Geographic Traveller, Dron Air, Odigeo, Independent Public Relations, Because It is There, Voyages Jules Verne, Travel The Unknown, Локална ТВ станица, Турну Северин, Румунија.

1.2. ANTOR Meets Travel Trade, Лондон, 20. јун

Ово је био традиционални годишњи сусрет – радионица представника националних туристичких организација са представницима организатора путовања из Велике Британије. Свака земља, а било је петнаест учесника, имала је свој сто на коме је дистрибуирала промотивни материјал и имала прилику да се сретне на појединачним састанцима са представницима организатора путовања. Радионицу је посетило 80 представника британских организатора путовања и агенција. У оквиру радионице најављена је 2017. година ка година породичног туризма, а у сарадњи са магазином Family Traveller. Радионица је организована у просторијама забавног комплекса Ripley's у центру Лондона.

1.3. Сајам World Travel Market (WTM), Лондон, 07-09. новембар

За потребе представљања туризма Србије, ТОС је закупио изложбени простор величине 94,5м². Графичким решењима на штанду су представљени кратки градски одмори у Београду, музички фестивал ЕХИТ, активни одмор у природи – бициклизам и пешачење, винске и гастрономске

туре. На великом лед екрану који је доминирао ударном страном штанда емитовали су се филмови ТОС-а: Једно путовање – безброј доживљаја, Дунав – 588 утисака, блогерски филм Serbia – The land of new beginnings, Outdoor Serbia и промотивни спот ТОС-а, кратки филм Туристичке организације Београда и промотивни спот Air Serbia.

Посебно место на штанду заузела је промоција Новог Сада као Културне престонице Европе 2021. године – презентован је лого Нови Сад 2021 на ударном просветљеном месту на штанду. Анимација за посетиоце штанда је била Escape Room игра на тему Никола Тесла, организована у сарадњи са Adrenalin Escape Room из Београда. Кроз Escape Room на штанду прошло је 150 играча, а сама анимација је била веома запажена међу посетиоцима и медијима.

Поред Туристичке организације Србије, на штанду туризма Србије представили су се Туристичка организација Београда, Туристичко-спортски центар Златар, Air Serbia, организатори путовања из Србије Glob Metropolitan Tours, Terra Travel и Kon Tiki Travel, као и смештајни објекти Хотел Radisson Blu и МК Resorts Копаоник.

На штанду је другог дана сајма организован пријем за пословне партнере свих учесника на штанду и за новинаре, по позивима који су упућени пре и за време одржавања сајма. На пријему су се послуживали специјалитети из Србије и дегустирали вина и ракије из Србије. Пријем је праћен музиком коју је за ову прилику пуштао ангажовани DJ из Лондона, као део промоције EXIT фестивала. Присутнима је дељен нови водич за Србију на енглеском језику DK Eyewitness. Госте на пријему је поздравио гдин Огњен Прибићевић, амбасадор Републике Србије у Великој Британији.

Представљање Србије на овом сајму пратили су и представници медија из Србије, и то екипа РТС, Информативни програм и новинар/сниматељ Јутарњег програма ТВ Пинк.

Поводом одржавања сајма WTM 2016 представници ТОС-а су учествовали на традиционалној РАТА Advocacy свечаној вечери, којој су присуствовали највиши званичници међународних туристичких асоцијација, на челу са генералним секретаром UNWTO.

У циљу јачања регионалне сарадње у вези са промоцијом на далеким тржиштима, посебно САД и Ирана, директор ТОС-а је одржала састанак са директором ТО Словенија.

Током сајма на штанду је одржан велики број унапред заказаних састанака, а представник ТОС-а је присуствовао бројним предавањима и радионицама које су имале за тему дигитални маркетинг.

Директор ТОС-а је на сајму WTM 2016 дала изјаве за следеће медије: Travel Trade Gazette (TTG), Hiptraveller.com, Travel Bulletin, АВТА News, Travel Daily Media, Travel Channel и Euronews.

Чланци о Србији и ТОС-у објављени су у TTG магазину пред почетак сајма и у дневном издању TTG-ја 08. новембра, као и у дигиталном издању TTG-ја 07. новембра, у магазину Travel Bulletin од 11. новембра, у Travel Daily Media од 13. новембра, Euronews Business 09. новембра, АВТА магазин у дневном издању 08. новембра.

2. Студијска путовања

2.1. Посета новинара листа Independent и писца водича This Brutal House, 22-25. април

Водич This Brutal House обрађује тзв. архитектуру брутализма, односно оно што је код нас познатије као соц-реалистичка архитектура. Посета је организована с обзиром да су Београд и његова архитектура обухваћени водичем. У организацију посете укључена је ТО Београда.

2.2. Посета новинара за лист Guardian, 25-28. април

Посета је организована са циљем објављивања репортаже на три стране о Београду у познатом Guardian-у. Новинар се упознао са туристичком и угоститељском понудом Београда. У организацију посете укључена је ТО Београд.

2.3. Посета новинара за лист Sunday Times и магазин Wanderlust, 23-28. мај

Превасходни разлог посете овог новинара је подршка програму организатора путовања Explore који од ове године има у својим програмима и посебну туру за Србију, односно конкретније западну Србију. У сарадњи са ACE Adventure из Ниша, која је локални партнер оператора

Exploge, организована је посета локалитетима у Западној Србији (Ваљево, Бајина Башта, манастир Рача, језеро Перућац, Дрина, Тара, Мокра Гора, Златибор, Златар, Увац, Сирогојно, Топола), а по посебној жељи новинара смештај је организован у објектима сеоског туризма. Поред овог основног задатка, новинар је добио прилику и да у престижном листу Sunday Times објави текст на целој страни о Београду, те му је организовано једнодневно разгледање града.

2.4. Посета ТВ екипе Pilot Productions, за Discovery Europe и PBS America, 10-11. јун

Екипа ове продукције снима троделни документарни серијал „Ottomans and Christians - The Battle for Europe“. За потребе документарног програма, снимали су Тврђаву Голубачки град. ТОС је обезбедио дозволе за снимање, саговорнике, превоз бродићем за снимање са Дунава и смештај за ТВ екипу.

2.5. Студијска посета, Belgrade Jazz фестивал, 26-31. октобар

Као подршку промоцији Belgrade Jazz фестивалу, ТОС је обезбедио авионске карте и смештај за новинара Downbeat Magazine / Guardian из Велике Британије, новинара Tageszeitung-a из Немачке и новинарку из Русије.

2.6. Студијска посета, Belgrade Fashion Week, 30. октобар – 05. новембар

Као подршку промоцији манифестације Belgrade Fashion Week, ТОС је обезбедио авионске карте за три новинара из Велике Британије, Fashion Scout, FAULT Magazine и Dash Magazine/ DeuxHommes/ F Word.

3. Оглашавања и промотивне кампање

3.1. Destinations Holiday and Travel Show каталог

Оглашавање на пола стране у каталогу сајма, тема Дунав, реке и језера Србије.

3.2. Online кампања – промоција Србије на OTT (Online Travel Trainig) порталу

Спроводи се у сарадњи са OTT а подразумева различите активности на самом порталу како би се обезбедила већа видљивост и подстакле агенције да учествују у тренингу за Србију.

3.3. Огласна кампања у туристичком магазину Family Traveller

Кампања обухвата објављивање репортаже – водича о Београду за породични одмор, и online кампању на порталу Family Traveller-a и на каналима друштвених мрежа овог магазина.

3.4. Оглашавање у специјализованом туристичком магазину TTG (Travel Trade Gazette)

Оглашавање у дневним издањима TTG-ја током трајања сајма WTM 2016 (7. 8. и 9. новембра), плус најава представљања Србије на овом сајму у предсајамском издању, плус интервју са директором ТОС-а.

3.5. Оглашавање на глобалној ТВ мрежи BBC World

Оглашавање на BBC World у пролеће и јесен 2017. године (66 спотова по 30 секунди), уз додатну вредност промотивне кампање на порталу BBC World-a и на њиховим друштвеним мрежама током 2017. године.

4. Прес клипинг

У овом раздобљу објављено је 40 текстова о туризму Србије у дневним новинама и магазинима и на порталима и блогovima.

5. E-LEARNING програми

5.1. E-learning програм OTT (Online Travel Training) је настављен и ове године, након што је у 2015. години скоро 700 представника британске туристичке привреде успешно завршило онлајн курс о Србији.

6. Информације за новинаре

- Explore launches first stand alone tour to Serbia
- Top Ten Adventure Activities In Serbia
- Tesla Escape Room on stand at WTM
- DK Launches Eyewitness Travel Guide to Serbia
- Escape to the Serbia Stand at this Year's World Travel Market
- New in Serbia 2017 Snapshot
- Serbia Has Become One of the Fastest Growing Destinations in Europe

7. Остале активности

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

7.2. Координација са издавачем ДК из Велике Британије око издавања водича за Србију Eyewitness Guide: учешће у изради мини водича. Водич изашао из штампе у октобру (у тиражу од 5.000 примерака), а 5.000 примерака испоручено ТОС-у за бесплатну дистрибуцију.

II Бенелукс

1. Сајмови и презентације

1.1. Vakantiebeurs, Утрехт, Холандија, 12-17. јануар

На 46. издању сајма Vakantiebeurs, најпосећенијег сајма туризма у земљама Бенелукса, наступило је 1.192 излагача из 160 земаља света. Ове године сајам је посетило укупно 121.573 посетилаца, што представља повећање од 3,8% у односу на прошлу годину. Прва два дана сајма била су намењена пословним посетиоцима, од чега је 12. јануар био искључиво пословни дан, док је осталих дана сајам био отворен и за публику.

Према истраживању које спроводе организатори сајма, просечна старост посетилаца сајма је 52 године. Просечна годишња потрошња на путовања по особи међу посетиоцима сајма је 3.376 евра. Првих пет регија у које намеравају да путују су (овим редом): Европа, Азија, Северна Америка, Латинска Америка, Аустралија.

ТОС је за потребе представљања туризма Србије закупио изложбени простор – штанд величине 24м².

Поред Туристичке организације Србије, на заједничком штанду представила се и Туристичка организација општине Књажевац, као добитник награде „Туристички цвет“. Као информатор на холандском језику на штанду је ангажован оснивач и власник фирме I Bike Belgrade, која у Београду и Новом Саду организује бициклистичке туре обиласка градова.

На штанду је представљена целина туристичке понуде Србије, са посебним нагласком на могућностима за активан одмор у природи, природна богатства земље, на понуди смештаја у камповима и сеоским домаћинствима, понуди кратких одмора у градовима, понуди културних садржаја и манифестација које се одржавају током лета у Србији.

Првог дана сајма, у конференцијској сали Сајма одржана је посебна презентација за новинаре и организаторе путовања. Презентацији је присуствовало око 40 представника медија и организатора путовања. На конференцији је госте поздравио Амбасадор Републике Србије у Хагу, а након тога одржана је туристичка презентација Србије прилагођена потребама холандских туриста, у оквиру које је приказан и промотивни филм „Дунав у Србији – 588 утиска“. Новитети у туристичкој понуди Србије присутнима су подељени као сет информација у писаној форми (press kit). Дешавање је организовано уз подршку пројектно ангажоване холандске ПР агенције Baltus Communications

Током сајма одржани су бројни састанци са туристичким новинарима и следећим холандским организаторима путовања: Sunair, Karatanova, Aktiva, Bohemia, Eigen-Wijze Reizen, Sovjet Reizen, Erocult Lito Reizen, Vema Travel, Treinresiwinkel, Davidsfond, Montenegro Reizen.

Посетиоци сајма показивали су највише интересовања за кампове и активан одмор у природи, као и за Београд. Доста питања се односило и на безбедност у земљи, посебно у контексту таласа избеглица који су претходне године пролазили кроз Балкан.

1.2. Bloggers UTD, умрежавање са блогерима, Брисел, Белгија, 6. фебруар

По први пут на једном месту организован је сусрет шездесетак најутицајнијих белгијских туристичких блогера са представницима националних туристичких организација Србије, Аустрије, Француске, Шпаније, Швајцарске, Грчке, Немачке, Холандије, Велике Британије, Арубе и др.

Директним сусретима са блогерима претходило је представљање резултата спроведеног истраживања о профилу блогера у Белгији, њиховим пратиоцима, темама које обрађују, виду сарадње са туристичким организацијама и приватним сектором. Након тога уследио је низ предавања од којих је запаженије било оно које је одржао Keith Jenkins, оснивач и директор асоцијације Iambassador са којом је ТОС сарађивао у кампањи My Serbia.

Више националних туристичких организација представило је успешне примере својих online кампања спроведених у сарадњи са блогерима, од којих је посебно занимљива била она коју је спровела италијанска провинција Emilia Romagna са преко 100 блогера света (BlogVille).

Учесници дешавања препознали су важност комбиновања промоције кроз традиционалне медије (штампа, телевизија, радио) са новим видовима промоције чији су носиоци блогери и утицајни представници друштвених мрежа. За разлику од ових првих, електронски чланци имају дужи рок трајања, често су консултовани и служе као инспирација у планирању путовања месецима и годинама након објављивања.

У директним сусретима са белгијским блогерима њих двадесетак је изразило интересовање за Србију и њихови контакти и профили унети су у новоформирану базу података која ће бити искоришћена при позивању учесника у студијске посете новинара и/или за будуће online промотивне кампање.

1.3. B2B радионица у Бриселу, Белгија, 19. октобар

Туристичка организација Србије је у свечаној сали пословног хотела „Van der Valk“ у близини бриселског аеродрома организовала B2B workshop – сусрет представника хотелске индустрије и рецептивних туристичких агенција из Србије са белгијским туристичким агентима и организаторима путовања. У оквиру радионице представници два хотела (Belgrade City хотел и хотел Турист из Краљева) и пет агенција из Србије (Fogg Travel, Omniturs, Eurojet, DMC Vekol i iDMC) сусрели су се са 40 белгијских туристичких посленика (Connections, Pasar, Atlas Reizen, Club Thalasso Europ, Terra Travel–Oosteuropeizein, American Express Global Business Travel и други).

У оквиру радионице одржана је општа презентацију Србије, као и презентација Србије као конгресне дестинације, док је менаџер Air Serbia за кључне купце на тржишту Бенелукса представио важне информације везане за директне летове из Брисела и услуге националне авио компаније. Окупљене је поздравила и амбасадор Р. Србије у Белгији, уз пригодан говор о историјским и привредним везама Белгије и Србије.

Након радионице уследио је коктел, а на самом завршетку ТОС је као изненађење белгијским гостима, приредио и награду у оквиру које су добитници добили повратну авио-карту Брисел-Београд (обезбедила Air Serbia) уз хотелски ваучер хотела Life Design из Београда, ваучер Belgrade City хотела уз туру обилазка града (обезбедио Omniturs), хотелски ваучер који је доделио хотел Турист из Краљева, док је ТОС као награду обезбедио графику.

Највеће интересовање белгијских агената владало је за Београд са излетима у околини, културу, затим за активни одмор у природи, а по један упит односио се и на ски и бањске центре.

2. Студијска путовања

2.1. Посета новинара из Белгије Сајму туризма у Београду, 16-19. фебруар

Током трајања Сајма туризма, у Београду је у организацији ТОС-а боравио новинар Travel magazine, најчитанијег белгијског B2B туристичког магазина. Репортажа о сајму туризма објављена је у мартовском newsletter-у магазина, а чланак у мајском издању Travel magazine-а.

2.2. Посета холандског новинара Западној Србији, 09-11. мај

Главни уредник серијала е-магазина Vrijetjdsmedia боравио је у студијској посети Западној Србији у циљу објављивања чланка о могућностима за активни одмор у земљи. Спонзор авионске карте била је авио компанија Swiss.

2.3. Посета белгијских организатора путовања, 11-14. мај

У студијској посети Србији боравило је 5 организатора путовања из Белгије и то: Connections, Pasar, Joker, Јека и Big Europe. Програмом је био обухваћен обилазак Београда, Новог Сада, Фрушке Горе и Сремских Карловаца. Pasar је прву групу белгијских туриста довео већ у јуну месецу, а остали су изразили намеру да Србију укључе у своју понуду дестинација од наредне године.

2.4. Посета белгијских новинара Београду и Дунаву, 19-23. мај

Представници следећих 5 белгијских медија: De Zondag, La Libre Belgique, Un sac sur le dos (блог), Deuzio - L'Avenir и Libelle боравили су у студијској посети чија је главна тема био Дунав кроз Србију и програмом су поред Београда били обухваћени посета Виминацијуму, крстарење Ђердапском клисуром, шетња Националним парком Ђердап као и обилазак музеја Лепенски Вир.

2.5. Посета холандских новинара, 16-19. јун

Представници следећих 6 холандских медија: Telegraaf Reiskrant, HDC media, Winq magazine, Leven magazine, Reisbijbel и Mooiste Stedentrips у оквиру студијске посете организоване у сарадњи са Туристичком организацијом Београда обишли су знаменитости главног града, али и околине Ваљева (нетакнуту природу дуж реке Градац, оближњи манастир и винарију).

2.6. Посета холандског новинара Београду, 09-12. септембар

Новинар холандског Esquire магазина боравио је у студијској посети Београду у циљу упознавања динамичне културне и дизајнерске сцене престонице, као и њеног ноћног живота.

2.7. Посета холандског новинара Београду, 05-07. новембар

Новинар холандског туристичког портала www.nextdestination.nl боравио је у дводневној студијској посети Београду у циљу упознавања са новитетима у хотелској понуди. ТОС је покрио само трошкове смештаја.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. Кампања на белгијском B2B порталу www.travel360benelux.com

У Белгији од фебруара 2015. године на B2B порталу www.travel360benelux.com (око 10.000 корисника, туристичких професионалаца у Белгији и Холандији) Србија има своју страну на којој се месечно објављују чланци и вести на фламанском и француском језику. Покривене теме у 2016. години биле су, између осталог: Београд, утисци белгијских организатора путовања са пропутовања кроз Србију, вински туризам у Србији. У посебном јануарском штампаном издању магазина у тиражу од 6.500 примерака објављен је и чланак о Београду као дестинацији за кратки предах у градовима.

3.2. Оглашавање у холандским е-магазинима групе Vrijetjdsmedia.nl

Током 2016. године ТОС је објавио следеће огласе у издањима е-магазина групе Vrijetjdsmedia.nl:

- 2 целе стране у 2 издања магазина Wereld van Wandelen (пешачење)
- 2 целе стране у 2 издања STEDEN! Магазина (градски одмори)
- 2 целе стране у 2 издања Wereld voor Fietersers магазина (бициклизам)

Издања групе Vrijetjdsmedia.nl се дистрибуирају путем међународне мреже платформи е-издања Amazon.com, the iBook Store of Apple, Kobobooks.com и Nook Books, холандске мреже: bruna.nl, ako.nl и др., док су у земљама Бенелукса кроз сарадњу са Dutch Royal library и

народним библиотекама, њихова е-издања доступна су четворомилionској публици системом позајмљивања е-публикација на www.bibliotheek.nl.

4. Прес клипинг

У овом раздобљу објављена су 64 чланка/репортажа о Србији у штампаним и електронским издањима магазина и новина у Белгији и Холандији.

5. Саопштења за јавност

- Вински туризам у Србији (Белгија)
- Активни одмор у Србији (Холандија)
- Newsletter: најава годишње промотивне теме ТОС-а, пласман Новог Сада међу European Best Destinations, најава београдског маратона, апликације #GoBelgrade и нових хотела у Београду (Холандија)
- Летњи музички фестивали у Србији (Белгија и Холандија)
- Ниш и околина, нови летови Wizz Air (Белгија и Холандија)
- Војводина и Нови Сад, будућа европска престоница културе (Белгија и Холандија)

6. Остало

6.1. Амбасада Србије је учествовала на фестивалу мултикултуралности „Diversity“ који је одржан 7. маја на шеталишном простору трга код зграде старе бриселске Берзе. За потребе представљања Србије на овом дешавању ТОС је обезбедила слање промотивних брошура на француском и енглеском језику, док је Амбасада организовала наступ КУД „Моравац“ из Немачке и омогућила представљање српске гастрономије ангажовањем српског ресторатера из Антверпена.

6.2. Мисија Србије при ЕУ у Бриселу организовала је отварања изложбе “Дунав-уметник, путник сведок” у Европском парламенту 15. новембра. Изложбу је отворила министар за европске интеграције Републике Србије, Јадранка Јоксимовић, након уводних говора посланика Европског парламента и домаћина изложбе Андора Делија и председника Скупштине АП Војводине Иштвана Пастора. Отварању изложбе присуствовао већи број гостију, међу којима и потпредседник Европског парламента Антонио Тајани, шеф делегације Европског парламента за Србију Едуард Кукан, заменик неформалне групе „Пријатељи Србије“ Франц Богович, представници Европске комисије, регионалних представништава, држава чланица ЕУ и др. ТОС је за потребе ове изложбе обезбедио одговарајуће промотивне брошуре о Дунаву.

III Француска

1. Сајмови и презентације

1.1. Представљање туризма Србије у оквиру месеца франкофоније, Лион, 14-17. март

Почасни гост Општине шестог арондисмана града Лиона у оквиру Месеца франкофоније била је Република Србија, која је од 2006. године земља посматрач Мађународне организације Франкофоније.

Носилац представљања Србије у оквиру ове манифестација била је Скупштина Срба југа Француске, а позив да се прикључи представљању Србије на овој манифестацији ТОС је добио од стране Министарства спољних послова – начелника Одељења за миграциону политику, дијаспору и социјалне споразуме. Програм је укључивао тематске конференције и разноврстан културно-уметнички програм, а посебно важна улога додељена је представљању туризма Србије и српске гастрономије.

Манифестацију у Лиону су отворили амбасадор Републике Србије у Француској, градоначелник шестог арондисмана Лиона и председник Скупштине Срба југа Француске, а на отварању су интониране француска и српска химна.

ТОС је француској публици, посетиоцима манифестације, представио најважније туристичке атракције земље, промотивне филмове, обезбедио туристичке брошуре на француском језику и у холу Општине поставио изложбу уметничких реплика, дела културно-историјског наслеђа на територији Србије, које су заједно са експонатима из Народног музеја у Краљеву изазвале велико интересовање посетилаца.

Ова манифестација је искоришћена и за успостављање контаката са туристичким посленицима главног града регије Rhône-Alpes – друге по привредном значају у Француској и шесте у Европи. Лион је на сат времена удаљености од Женева из које су од краја 2014. године уведени директни летови за Београд (Swiss, Easyjet), а са лионског аеродрома је уведено само током 2015. године 25 нових дестинација са директним летовима и то је био разлог више да се Србија као дестинација посебно представи тамошњим организаторима путовања. Презентација на коју су посредством ПР агенције у Француској позвани организатори путовања и пословни туристички новинари организована је 15. марта у свечаној сали Општине, пре почетка редовног програма у оквиру Дана франкофоније. Посебно интересовање за дестинацију исказали су организатори путовања специјализовани за активни одмор, као и они који у својим програмима већ нуде земље из региона. Чланци су објављени у дневним регионалним новинама Le Progrès (450.000 читалаца), као и на сајту Bus & Car намењеном туристичким радницима (интервју са менаџером тржишта).

1.2. B2B радионица француског организатора путовања Step Travel, Париз, 13. октобар

Француски организатор путовања Step Travel, специјализован за земље источне Европе, организовао је B2B workshop – пословне сусрете француских партнерских агенција са дестинацијама које имају у својој понуди. Радионици је присуствовало 70 агенција, а поред Србије међу излагачима су били националне туристичке организације Чешке, Пољске, града Риге, партнерска агенција из Црне Горе и Будве, као и авио компаније Air France, Air Baltic, као и Transavia.

Овај велики специјализован организатор путовања, који је у 2016. години забележио пораст броја клијената од 30%, Србију као нову дестинацију увео је од октобра ове године (прва група француских туриста је на туру од 8 дана кренула је 20. октобра) и као нова дестинација Србија је имала запажено место како међу присутним агентима, тако и у новинским објавама и интервјуима за пословне магацине Tour Hebdo, Tourmag и Quotidien du Tourisme.

Из разговора са двадесетак агената (од којих су најзначајнији били из Thomas Cook, Selectour Afat, Plus voyages, Privilèges voyages и други) приметно је појачано интересовање за Београд упркос чињеници да је Београд као city-break дестинација, односно пакет са летовима и хотелом, скупљи од градова као што су Праг, Будимпешта, Варшава, Краков, Рига. Разговор је објављен и са представницом француског огранка Transavia авио-компаније око могућности увођења летова на релацију Париз-Београд након најављеног покретања летова холандског огранка Transavia на линији Амстердам- Београд од априла 2017. године.

2. Студијска путовања

2.1. Посета француских новинара Београду и Дунаву, 19-23. мај

Представници следећих 6 француских медија: Dernières Nouvelles d'Alsace, La Vie est belle, Officiel Voyage, Viba, Madame Figaro.fr и Le Progrès боравили су у студијској посети чија је главна тема био Дунав кроз Србију и програмом су поред Београда били обухваћени посета Виминацијуму, крстарење Ђердапском клисуром, шетња Националним парком Ђердап као и обилазак музеја Лепенски Вир. Последњег дана организован је и излет у Тополу и Оплепац.

2.2. Француска новинарка у Београду и Новом Саду, 23-27. мај

Новинарка француског премијум магацина о путовањима Voyages Ici et Ailleurs боравила је у Београду и Новом Саду у циљу објављивања репортаже на 16 страна која ће бити илустровани водич кроз град. Београд ће као први град у региону бити предмет обимне репортаже овог магацина.

2.3. Француски новинар у Београду, 11-14. октобар

Француски новинар боравио је у Београду у циљу објављивања репортажа о преостоници у магазину за луксузна путовања „Désirs de Voyages“ и високотиражном магазину „Madame Figaro“. Новинару је бесплатан смештај омогућен у хотелу Метропол.

2.4. Посета француског организатора путовања, 07-14. новембар

У студијској посети боравио је представник организатора путовања Vetex Tours који у 2017. години планира увођење неколико тура у Србији, чија ће окосница бити обилазак средњовековних православних манастира, укључујући и Грачаницу и Високе Дечане.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. ТВ кампања на кабловским каналима France 24 и TV5 Monde

Од 23. маја до 23. јула, рекламни туристички спотови о Србији у трајању од 15 и 30“ су емитовани на француским кабловским каналима France 24 (3 милиона гледалаца у Француској и 45 милиона гледалаца у свету) и TV5 Monde (55 милиона гледалаца недељно у свету) – реализовано је укупно 210 емитавања.

4. Прес клипинг

У овом раздобљу објављено је 25 чланака/репортажа о Србији у штампаним и електронским издањима магазина и новина у Француској.

5. Саопштења за јавност

- Природне атракције у Србији
- Вински туризам у Србији
- Дунав у Србији
- Војводина и Нови Сад, будућа европска престоница културе

6. Остале активности

ТОС-ова Facebook страна на француском језику броји на крају децембра 2016. године 7.769 пратилаца. У просеку су објављивана 2 поста недељно.

IV Словенија, Хрватска, Црна Гора, Македонија и БиХ

1. Словенија

1.1. Студијска путовања

1.1.1. Заједничка посета новинара из Хрватске и Словеније, 26-29. мај

Гости су посетили: Београд, Сребрно језеро, Голубац, Лепенски Вир, Кладово (вожња бродом од Доњег Милановца до Кладова), Рогљево, Рајачке пимнице, археолошко налазиште Феликс Ромулијана, специјални резерват природе Засавица.

Медији из Словеније: Delo i NeDelo, Večer, Nedeljski Dnevnik, SobotaInfo, Magazin Lisa,

MMC RTV - digitalni portal Radi i televizije Slovenija

2.2. Заједничка посета новинара из Хрватске и Словеније, 08-11. децембар

Представници медија из Словеније су били: Дневник, Adria media – Lisa, Дело web, www.Misna.si, www. Vandraj.si, Дело.

Гости су посетили: Београд, Тополу и Копаоник

1.2. Оглашавање и промотивне кампање

1.2.1. Часописи

Ревија „Хоризонт“- тираж 7.000: Две стране на тему „Водено богатство Србије“ и оглас на исту тему, „Укуси Србије“, „Београдска зима и Празнични дани у Новом Саду“, као и оглас „Србија све што волим“

Часопис „Дневник“ у додатку за викенд Недељски дневник- тираж 139.000: Једна страна о Хомољу (Источна Србија), два стране на тему „Туристичка организација Србије препоручује“, једна страна, „Реке Србије“, две стране на тему „Туристи: Дајте нам Тита“, „Укуси Београда“, „Београд и Нови Сад за Нову годину“,

Часопис „Дневник“ у додатку за викенд Ника- тираж 100.000: „Траговима познате кухиње-Укуси Војводине“

Часопис „24 свет“-тираж 31.000: Чланак на тему Београда као урбане дестинације

Часопис „Lisa- Adria Media“- две стране „Прелепа Србија на Дунаву“, „Планина Тара“, „Делић лепоте Централне Србије“

Часопис „Večer“- тираж 55.000, једна страна на тему „На Дунаву“, „Путевима императора“

Часопис „Delo“- тираж 57.000, једна страна на тему „Београд - Мека забаве и кулинарства“, „Српски смучарски рај на Сунчевој планини (Копаоник)“,

Часопис „NeDelo“- две стране на тему „Авантура у срцу Балкана“, „Подрум, пун краљевих вина“, „Драгоцене вина“

Часопис „Fokusplus“- „Кулинарски мозаик Србије“ и оглас на исту тему, „Зимска понуда Србије на планинама“ (словеначко издање 6 страна и оглас „Србија све што волим“, затим две стране за хрватско издање и две стране за српско издање)

Часопис „PLACE2GO“- „Култура и гастрономија“ на четири стране

1.2.2. Портали

Портал „Travel.over.net“ - на тему „Београд-нови центар забаве“, „Тајне Београда, које познају само домаћини“, „Златибор-Златан бор“, „Ваздушна купка на врху за савршен одмор (Тара)“,

Портал „Njena.si“ - на теме „Изложбе у Београду“, „Уметници Новог Сада“, „Музеј аутомобила у Београду“.

Портал „Otroski.rtvlo.si“ - на тему „Засавица“

Портал „Najstnica.si“ - на теме „Зашто провести ускршње празнике баш у Београду“,

„Уметници Новог Сада“, „Музеј аутомобила у Београду“,

Портал „Siol.net“ – 7 објава по седам дана. Свака објава је имала по 2.500 или 3.000 посета. До сада је просечни број посета објава на овом сајту био 1.000-1.500. Теме: Активни одмор, Водено благо Србије, Гастрономија Србије, Фестивали у Србији.

Портал „Cosmopolitan.si“ - на тему „Уметници Новог Сада“

Портал „svet24.si“ - на тему „Уметници Новог Сада“, „У Београду се снима корејска серија“.

Портал „Etiketamagazin.com“ - на тему „Уметници Новог Сада“

Портал „Vandraj.si“ - на теме „У Војводину по гурманске пороке“, „Препорука: Где у Београду да дочекате Нову годину“, „Копаоник – рај за скијање“.

Портал „Micna.slovenskenovice.si“ - на теме „Београд - за љубитеље добре музике“, „Идеја за излет: У Београд на сплав или у шопинг“, „Идеја за излет: Копаоник за скијаше, леп провод и љубитеље српске кухиње“

1.2.3. Билборд кампања и кампања на лед екранима

Кампања амбијенталног оглашавања, Љубљана: Дигитални билборди, април, 4 недеље

Кампања амбијенталног оглашавања, Љубљана: Класични билборди, новембар, 2 недеље

Кампања амбијенталног оглашавања, Љубљана: Дигитални билборди, новембар, 2 недеље

2. Хрватска

2.1. Студијска путовања

2.1.1. Заједничка посета новинара из Хрватске и Словеније, 26-29. мај

Гости су посетили: Београд, Сребрно језеро, Голубац, Лепенски Вир, Кладово (вожња бродом од Доњег Милановца до Кладова), Рогљево, Рајачке пимнице, археолошко налазиште Феликс Ромулијана, специјални резерват природе Засавица.

Медији из Хрватске: Радио Хрватска, новине и портал „24sata“, BudiIN недељни магазин и магазин Glossy, Wish.hr, Žena.hr, Naturala.hr

2.1.2. Заједничка посета новинара из Хрватске и Словеније, 08-11. децембра

Програм путовања је усклађен са зимском кампањом ТОС-а, а то је боравак на планинама, као и дочек Нове године у градовима. Новинари су боравили на Копаонику за време манифестације „Ски опенинг“, као и у Београду, где им је представљен програм за новогодишње празнике. У оквиру овог студијског путовања новинари су посетили Тополу – задужбину краља Петра II Карађорђевића и винарију Александровић. На повратку са Копаоника новинари су обишли туристички комплекс у Брзећу, где су се упознали са понудом за зимску сезону.

Организацији овог студијског путовања своју подршку су дали: МК Ресорт, Скијалишта Србије, ТО Топола, То Брус и ТО Београда.

Медији: медијска кућа 24. Sata, Naturala.hr, Wish.hr, Žena.hr, Journal.hr

2.2. Оглашавање

2.2.1. Часопис „Путовања“ - јун

- 6 страна, тема: Реке Србије – рафтинг, вински рејони – Шумадијски рејон, активни одмор – Ваљево и околина и једна страна – оглас.

2.2.2. Часопис „Путовања“ - децембар

Репортажа “Култура и гастрономија” је објављена на 6 страна, плус једна страна оглас.

Обрађује 4 дестинације: Сомбор, Шид, Јагодину и Свилајнац.

2.2.3. Кампања на хрватским порталима, од 20. децембра

На свим порталима су постављени банери, за све време трајања кампање: „Србија - зима прија свима“ и „Забава је на врху“ – Копаоник, Златибор и Стара планина.

2.2.4. „24.sata“

Трајање оглашавања 2 месеца, 2 ПР текста и банери.

2.2.5. „Naturala.hr“

Трајање оглашавања 2 месеца, укупно 12 чланака и 2 гратис чланка, на насловној страни портала и у главним рубрикама.

2.2.6. „Wish.hr“ и „Wish.mama.hr“

Трајање оглашавања 3 месеца: чланци, Facebook и Instagram, по 12 на свим каналима објављивљња, а банери све време трајања кампање.

2.2.7. “Kamo na izlet“

Трајање оглашавања 3 месеца, укупно 6 чланака, плус један гратис.

2.3. Прес клипинг

У току 2016. године објављено је 55 прилога о туризму Србије у дневним новинама, магазинима и на порталима.

3. Црна Гора

3.1. Сајмови и презентације

3.1.1. Сајам туризма МЕТУБЕС, Будва, 21-23. април

На МЕТУБЕС-у је било присутно 65 излагача из 9 земаља, а земља – партнер била је Индонезија. Туристичка организација Србије закупила је изложбени простор величине 60 м², од чега на основу договора са колегама из Јадранског сајма, плаћено 30 м². Штанд је дизајниран у складу са кампањом „Водено благо Србије“. На заједничком штанду туризма Србије обједињено су се представиле и туристичке организације Војводине, Београда, Новог Сада и Златибора.

Туристи из Црне Горе углавном долазе индивидуално у Србију, што је значајно са аспекта представљања туристичке понуде Србије. Акцент на промоцији је и надаље намењен индивидуалним потенцијалним туристима, односно медијима који прате туризам.

Посетиоци Сајма највише интересовања показали су за брошуре „52 викенда у Србији“, „Календар природби“ и „Информатор бања“, а што се тиче дестинација, посебно су заинтересовани за планинске центре Златибор, Тару и Копаоник, градове Београд и Нови Сад, као и за бање - Врњачку, Ковиљачу и Пролом Бању. Изјаве су дате за „Радио Слободна Европа“, РТВ „Атлас“ и „Радио Будва“.

3.2. Оглашавање и промотивне кампање

3.2.1. Пинк Монтегро.

Рекламни спот Туристичке организације Србије „Моја Србија“ у трајању од 15 секунди емитовао се на овој телевизији у периоду од 02. јуна до 13. јула, а од 15. децембра до 16. јануара емитован је спот „Србија - све што волим“.

3.2.2. Писани медији

Дневне новине „Вијести“ – ПР текст „Одмарајте се у бањама Србије“, новембар, 5 објава
Утрошено: 1.050 евра

Дневне новине „Вијести“ – оглас „Србија - све што волим“, децембар, 4 објаве + 2 гратис
Утрошено: 840 евра

Дневне новине „Побједа“ – оглас „Србија - све што волим“, децембар, 4 објаве + 2 гратис
Утрошено: 620 евра

Дневне новине „Дан“ – оглас „Србија - све што волим“, децембар, 5 објава + 1 гратис

3.2.3. Билборд кампања

Билборд кампања у Црној Гори на тему „Србија - све што волим“ реализована је у периоду од 15. новембра до 15. децембра у градовима Подгорица, Будва и Тиват на укупно 16 билборда.

4. Босна и Херцеговина

4.1. Сајмови и презентације

4.1.1. Сајам gospodarства, Мостар, 10- 16. април

Туристичка организација Србије је представила туристичке потенцијале наше земље на 19. Сајму gospodarства у Мостару на штанду Привредне коморе Србије. Сајам је окупио више од 800 излагача из 24 земље.

Посетиоци сајма су имали прилике да се упознају са туристичком потенцијалима Србије кроз понуду бања, Дунава, река и језера као и са културно историјским наслеђем. Понуда је представљена путем брошура и филмова Свечаном отварању сајма присуствовали су премијер Републике Србије, председник председништва Републике БиХ, председник Републике Црне Горе, председница Републике Хрватске и заменик премијера Републике Турске, који су након церемоније обишли штандове излагача. Приликом посете штанду Привредне коморе Србије, премијер републике Србије је промотивни материјал и пригодне сувенире ТОС-а поклонио иностраним државницима.

Током сајма представници ТОС-а су одржали састанке са представницима Министарства спољних послова БиХ, представницима Кантоналне привредне коморе Тузла, представником дневног листа „Ослобођење“, генералним менаџером компаније „Ledmedia“, представницима агенције „Europlakat“ и представником туристичке агенције „Ламбада“ из Бугојна.

На сајму у Мостару, у оквиру штанда Србије, поред ТОС-а представиле су се компаније Белина, Carnex, Фима, Fly Fly Travel, ФПМ Агромеханика, Херба Свет, Пионир, Адонис, Ртањска ватра, Институт за ратарство и повртарство, Удружење пословних жена Тимочке Крајине.

4.1.2. Међународни сајам туризма и здравља, Бања Лука, 22-24. септембар

На штанду туризма Србије величине 27 m², у спортској хали Борик, своју понуду представили су, поред ТОС-а, и ТО Војводине, ТО града Новог Сада, ТО Шид, Пролом Бања и Атомска бања „Горња Трепча“.

Посетиоцима Сајма и заинтересованим туристичким посленицима представљена је целокупна туристичка понуда Србије. У односу на специфична интересовања овог тржишта, акценат је био на понуди кратких одмора у градовима, бањским местима, планинским центрима, природи Србије, Дунаву, активном одмору и гастрономској понуди.

Излагачи из туристичког сектора биле су туристичке организације Републике Српске и Федерације Босне и Херцеговине, локалне туристичке организације из Босне и Херцеговине, Србије, Хрватске и Словеније, агенције, удружења која се баве авантуристичким и здравственим туризмом, бање и климатски центри, агенције, произвођачи сувенира, меда и лековитог биља.

Првог дана сајма, након свечаног отварања, штанд туризма Србије посетио је конзул Републике Србије у Бања Луци.

4.2. Оглашавање и промотивне кампање

4.2.1. Оглашавање на лед екранима

У периоду од 29. августа до 24. септембра реализована је кампања - емитовање спота од 8 секунди који промовише туризам у Србији - на 4 лед екрана у 4 града у Босни и Херцеговини: Бања Лука, Брчко, Тузла и Бијељина.

Кампања је реализована у сарадњи са компанијом Led Media из Бања Луке.

5. Македонија

5.1 Оглашавање и промотивне кампање

5.1.1. Портал „Kaferauza.mk“

Објављен је ПР текст на тему бањског туризма у Србији који је на почетној страни сајта стајао 7 дана. У исто време је на почетној страни сајта стајао банер дизајниран да позове туристе из Македоније на одмор у Србију. Банер је био видљив 14 дана.

5.1.2. Оглашавање у дневном листу „Утрински весник“

За потребе оглашавања на македонском тржишту закупљен је огласни простор величине 155 мм x 186 мм. Оглас визуелно прати кампању „Србија - све што волим“.

5.1.3 Оглашавање у дневном листу „Вест“

За потребе оглашавања на македонском тржишту закупљен је огласни простор величине 93 мм x 123 мм. Оглас визуелно прати кампању „Србија - све што волим“.

V Турска, Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма ЕМИТТ, Истанбул, Турска, 28-31. јануар

Туристичка организација Србије (ТОС) је представила туристичке потенцијале Србије на заједничком штанду са Туристичком организацијом Београда, која је била носилац наступа, величине 45 м².

Своју понуду су представиле и туристичке организације Републике Српске и Новог Пазара, агенције Eurojet, Big Blue, Kontiki, Glob Metropolitan Tours, Omnitours и хотели BG City, Zira, Radisson Blu, Crown Plaza, Crystal, Hyatt Regency Belgrade, Falkensteiner, Prag и Majdan, као и Grand Casino Београд.

Штанд су посетили представници Конзулата РС, конзул и економски саветник, а првог дана сајма, приликом званичног обиласка, штанд Србије и Београда је посетио министар туризма Турске, задржавши се у краћем разговору са представницима Србије, Београда и Новог Пазара, и поручивши том приликом турским грађанима да посете Србију, што је забележио велики број камера.

На овогодишњем сајму ЕМИТТ, Београд и даље води по интересовању пословног света, као и публике. Примарно интересовање је за гастрономску понуду и ноћни живот. Нови Пазар је други пут био присутан на сајму и изазвао је велико интересовање и турских посетилаца и наше дијаспоре.

Другог дана сајма на штанду је организован Happy hour намењен представницима медија, туристичке привреде и публици.

У оквиру press release Србија је представљена као дестинација за јединствен одмор, односно мешавина историје, архитектуре, културе и забаве која се може наћи у градовима Србије, са пуно атрактивних садржаја који употпуњују одмор у градским срединама, првенствено Београду, Новом Саду и Новом Пазару. Ту су разноликост и богатство историјских споменика, археолошких налазишта, остаци Отоманског и римског наслеђа, подручја природних лепота. Посебно је акцентирана промотивна тема, Дунав и воде Србије, уз представљање и других дестинација, локација и атракција занимљивих за живот, забаву, културу и навике потенцијалних гостију, као што су између осталих, Тара и Копаоник.

Директор ТОС-а је дала интервјуе следећим медијима: World Travel Channel, Tek Rumeli, портал ibalkan.net, IDO TV и Emitt.

ТОС је за ову прилику издао посебну брошуру на турском језику - Османско наслеђе.

1.2. Сајам туризма Holiday&Spa, Софија, Бугарска, 11-13. фебруар

Туристичка организација Србије је организовала по пети пут представљање на овом сајму, на коме је учествовало 390 организација, компанија и хотела из Бугарске и 18 земаља, а посетило га је 20.000 посетилаца.

Сајам је свечано отворила министарка туризма Републике Бугарске, која је приликом обиласка сајма посетила и национални штанд Србије, где се упознала са представљеном туристичком понудом излагача на штанду. Она је у разговору са представницима амбасаде Републике Србије у Софији, амбасадором и економским саветником, који су такође посетили сајам и штанд ТОС-а, као и представницима ТОС-а, још једном истакла значај сарадње између Србије и Бугарске на пољу развоја регионалне туристичке понуде, која би за циљ имала привлачење туриста из земаља Азије, САД и др.

Могућност да представе своје туристичке потенцијале и ресурсе на тржишту Бугарске изазвала је огромно интересовање представника туристичке привреде наше земље, тако да је у оквиру туристичке понуде Србије на сајму у Софији своју понуду представило 11 туристичких дестинација: туристичке организације Војводине, Београда, Новог Сада, Пирота, Бабушнице, Књажевца, Беле Паланке, Ниша, Димитровграда, Крушевца, СТИЦ Бајина Башта, и 11 представника туристичке привреде: Специјална болница за рехабилитацију Пролом бања - Луковска бања, хотели „Belgrade City Hotel“, „Radisson Blu Old Mill“, „Aqua star“ Кладово, „Turist“ Краљево, „Šumarice“ Крагујевац, Стара Планина, „Сокотерме“ Сокобања, МК Mountain Resort и туристичка агенција „Omniturs“.

Туристичка организација Србије представила се на штанду од 100 м², који је визуелно и графички подржавао тему промоције за 2016. годину - Дунав. Штанд Србије је био врло посећен и представници локалних туристичких организација и туристичке привреде су направили већи број састанака и уговорили аранжмане, односно посете локалитетима и манифестацијама за текућу годину.

Као централни догађај овогодишњег наступа Србије на сајму, на штанду ТОС-а је са Туристичком организацијом Бела Паланка организовано представљање њихове туристичке понуде, пре свега Дана банице, уз пригодан културно-уметнички програм и дегустацију традиционалних јела. Цело представљање је било уживо емитовано, а промотер гастро-туристичке манифестације је био Иван Звездев, позната бугарска ТВ кулинарска звезда.

Представљање туризма Србије је пропраћено и емитовано у ТВ емисији "Србија коју волим", за коју је представник ТОС-а дао изјаву на тему туристичке понуде и производа интересантних за бугарско тржиште.

1.3. Сајам туризма TTR, Букурешт, Румунија, 25-28. фебруар

На штанду Србије од 48м² поред ТОС-а су учествовале туристичке организације Војводине, Београда и Златибора, Air Serbia, МК Mountain Resort Копаноник, хотели 88 Rooms и Праг, као туристичка агенција Supernova travel.

Потенцијалним посетиоцима из Букурешта и околине представљена је Србија као туристичка дестинација. Увођење директне авио линије Air Serbia, уз два додатна лета од почетка сезона, концентрисанија промоција на лаку доступност дестинације уз фокусирање Београда, уз могуће додатне активности, као и посете манастирима, манифестацијама, зимским центрима било је оно што је посебно наглашено у понуди на овогодишњем сајму. Додатно је кроз визуелни идентитет, промо филм Дунав - 588 утисака и промотивни материјал, промовисана тема промоције 2016 – Дунав, реке и језера.

Штанд су посетили представници амбасаде Р. Србије у Букурешту, амбасадор и економски саветник.

Пред сајам је послата информација – press release о наступу Србије са циљем да се промовише имиџ Србије као аутентичне дестинације, врло доступне за румунске туристе, о чему говори и то да две националне авио компаније имају директне летове између Београда и Букурешта. Србија је локација која нуди разне могућности за разоноду, без обзира на годишње доба: посете градовима и културно-историјским локалитетима, бројне фестивале. укључујући и један од највећих музичких фестивала у

Европи - ЕХИТ фестивал, културне и винске туре. Најаву наступа је међу првима објавио и Capital, једна од водећих пословних новина у Румунији као и часописи economics.net и analyze-financiare.ro

Током сајма дати су интервјуи за Аgerpres, главну румунску новинску агенцију, Mediafax – новинску агенцију, новине The Trends и радио Radio Romania Actualitati.

1.4. Сајам туризма UTAZAS, Будимпешта, Мађарска, 02- 05. март

ТОС је своју понуду представио на штанду ТО Војводине, заједно са туристичким организацијама општина и градова Војводине, тачније 12 ТО из Војводине, 5 кластера и удружења и 7 туристичких агенција, предузетника и винара.

Представник ТОС је дао изјаве за националне телевизијске канале М1 и Српски екран.

На позив ТЦЦ-а (земље централне и југоисточне Европе и НР Кина), Туристичка организација Србије је узела учешће на радионици са кинеским организаторима путовања који су изразили жељу да у своју понуду укључе регион Балкана.

Ова радионица је уприличена током трајања сајма UTAZAS, где је Кина била земља партнер.

За потребе промоције ових 16 земаља обезбеђени су бесплатни штандови од 9м². ТОС је прикључио ових 9м² штанду Војводине, тако да је укупан штанд био површине преко 100м².

Централни догађај овогодишњег наступа на штанду је био конференција за медије, 5. марта, на којој је представљен пројекат „Богатство различитости“. На конференцији су говорили заменик покрајинског секретара за привреду, запошљавање и равноправност полова, амбасадор Републике Србије у Будимпешти и директорка ТОС-а.

Директорка ТОС-а је нагласила да је Србија у 2015. години имала раст броја туриста од 12% у односу на претходну годину. Истакла је богату туристичку понуду Србије поред Дунава и бројна језера, планине, бање, бројне манифестације у градовима Србије, које привлаче све већи број страних и домаћих туриста. Дала је интервју за Српски радио СРБ из Мађарске. Уједно, уприличена је посета и обилазак Српског Културног центра у оквиру ког се налази опремљен „ТОС-ов кутак“.

1.5. Промоција годишње теме – Дунав, Темишвар, Румунија, 05. мај

У организацији Националног парка „Бердап“, уз подршку и сарадњу Туристичке организације Србије, у „Музеју Баната“ у Темишвару отворена је тематска мултимедијална изложба под симболичним називом „Дунавска клисура – српска обала“.

Изложба је била отворена од 5. маја до 6. јуна. Основна тема је промоција природне, културне и туристичке баштине, односно туристичких потенцијала подручја Националног парка „Ђердап” и општина Голубац, Кладово, Мајданпек и Неготин.

Циљ ове изложбе је да се НП "Ђердап" приближи румунским туристима и да се на најбољи начин представе све лепоте највећег парка са територије Републике Србије.

У оквиру изложбе, 5. маја је организована презентација на којој су представљени туристички потенцијали подручја Националног парка Ђердап и поменутих дестинација, намењена представницима румунске привреде и медија. Присутнима су се обратили конзул Републике Србије у Темишвару, директор „Музеја Баната“, председник Удружења Срба у Румунији, помоћник директора НП Ђердап, и представница ТОС-а, која је овај догађај повезала са годишњом темом промоције ТОС - Дунав и водено благо Србије.

Изложба је трајала месец дана, током које су се дешавале и друге промотивне активности што је одлична прилика да се ова регија учини видљивијом и приступачнијом гостима из Румуније.

Туристичка организација Србије подржава овај начин промоције природних вредности и културног наслеђа Србије, посебно кроз јачање регионалне сарадње и интер-културални дијалог.

1.6. Представљање Србије у оквиру Ноћи музеја, Будимпешта, 25. јун

Туристичка организација Србије је у сарадњи са Туристичком организацијом Београда организовала представљање туризма наше земље у Културно документационом центру Срба у Будимпешти у оквиру манифестације „Ноћ музеја“.

Реч је о програму под називом „Вирните у комшилук“ који је имао за циљ промоцију српске културе као и упознавања са многим фестивалским програмима Београда, односно туристичких потенцијала Србије.

Програмски садржај те вечери обухватао је изложбу плаката „Србија у сликама“ као и пројекције туристичких филмова о култури, спорту, традицији Србије, њеним природним и још неоткривеним лепотама, односно београдским фестивалима и музејима.

Приказана је и понуда музеја које Београд и Србија имају, а сваки посетилац могао је са собом да понесе рекламни материјал прављен посебно за ову прилику, везан за разне садржаје које Србија и Београд нуде. За ову прилику су дељени су и пропагандни материјали београдских музеја.

Главни догађај вечери је био „silent disco“ као најавна музичких догађаја који следе у Београду и другим градовима Србије. Уз ово представљени су и гастрономски специјалитети Србије.

Посетиоци су имали прилике да у простору Културно-документационог Центра Срба у Будимпешти виде кутак са производима и сувенирима из Србије, одабраним по географској заступљености и карактеристичним мотивима одређених крајева, представљајући културну разноликост, аутентичност, традицију и старе занате наше земље. Уједно су могли да добију информације преко мултимедијалног информативног стуба, као и посебно израђеног промотивног материјала у другачијој форми од стандардног лифлета, урађеном на мађарском језику.

Програм је отворио и присутне поздравио директор Српског културног и документационог центра у Мађарској након чега је уследило обраћање представнице ТОС-а. Српски културни центар посетио је и амбасадор Србије у Мађарској..

Дате су изјаве за МТВА – Српски екран, Art News, мађарски радио, а цео догађај је пратила ТВ за емисију “Србија коју волим”.

1.7. Промоција туризма Београда и Србије, Софија, Бугарска, 30. јун-01. јул

У оквиру планираних промотивних активности у градовима региона Туристичка организација Београда је, уз подршку ТОС-а, организовала презентацију туризма Србије и Београда у Софији. Промоција је конципирана као дводневни *road-show*, који укључивао организацију *B2B* пословних састанака са представницима туристичке привреде и *B2C* промоцију за публику на отвореном простору и градском тргу.

Учесници су путовали брендираним туристичким аутобусом ТОБ-а, који је касније био постављен на једном од главних тргова Софије.

Програм промоције је почео конференцијом за новинаре у Дому војске у центру Софије. Потом су одржане презентације Београда и Ниша. По завршетку конференције одржани су пословни састанци представника туристичке привреде Србије и Бугарске.

Истог дана, на Тргу Александра Батенберга, испред Националне галерије у Софији, одржана је и промоција за публику и грађане Софије са пригодним културно-уметничким програмом. Посетиоци су имали прилике да виде наступ КУД „Талија”, да уживају у музичком миксу на тему Београда и Србије кроз DJ наступ, а најмлађи у анимацији београдског уличног уметника Марка Илића.

Грађани Софије су наредног дана, 1. јула, током целог дана, могли да уживају у забавном програму на Тргу Александра Батенберга, као и у цез наступу Ристе Трајковића и „Туне”.

Промоција Београда у Софији реализована је у сарадњи са Туристичком организацијом Србије, ТО Ниша, Лесковца, Димитровграда, Параћина, Секретаријатом за привреду града Београда, Привредном комором Београда, Туристичким сервисом града Софије и Туристичком агенцијом „Бохемиа” из Бугарске. и уз подршку Амбасаде РС у Софији,

Од домаћих представника Србију и своју понуду у Софији су представили iSerbia Travel & Events, хотели Prag, Petrus, Slavija, Heritage, 88Rooms, Moskva, B Hotels, Belgrade City Hotel, Crowne Plaza Beograd, Zira, Ana Lux Hotel&Spa, Crystal Code Apartmani, Belgrade Hotels Group, Lazar Lux, агенције Top tours, BS Tours и Omnitours, ресторани Три шешира, Arena No 1.

Туристичку привреду Софије и Бугарске су представили Alexander tour, Loyal travel, Penguin travel, Karaci tours, Profi tours, Aerotravel, DSK tours, Aloha travel, Reyma Bulgaria, Bohemia, Discover, International travel, Adventure story, Mistral travel.

Све промотивне активности биле су и медијски праћене, како од стране бугарских медија: Travel TV, Standart News, 24 Hours, Dnevnik.bg, BNR Horizont и Bugarska radio, тако и у домаћим медијима: РТС – Јутарњи програм, Србија коју волим, Политика, Вечерње новости и Туристичке новине.

1.8. Промоција Београда и Србије, Тирана, Албанија, 06. октобар

У оквиру промотивне кампање коју води Туристичка организација Београда у региону, у Тирани је одржана промоција Београда и представљена туристичка привреда нашег главног града и Србије на тржишту Албаније. Ово је први пут у историји да се Београд представи у овој земљи. Делегацију из Србије су чинили представници ТО Београда и Србије, Ер Србије, Привредне коморе Београда, YUTA и туристичке агенције и хотели.

Презентација Београда је одржана у главног пословној четврти Тиране, у хотелу "Tirana International", у присуству великог броја званица - државног, политичког врха Тиране и Албаније, представника туристичке привреде и медија.

Добродошлицу је гостима пожелео заменик директора ТОБ-а, заједно са амбасадором Републике Србије у Тирани.

Заменик министра спољних послова Албаније изразио је задовољство што се промоција Београда одржава у Тирани, и најавио да је следећи корак представљање Тиране у српској престоници.

Представник ТОС-а је истакао богатство туристичке понуде наше земље стављајући у први план Београд, као главни адут.

Присутнима се обратио и директор Националне туристичке агенције Албаније, указавши на значај сарадње Србије и Албаније у туризму, а Ер Србија је представила могућности путовања за Београд и мреже директних летова, са нагласком на линију Београд-Њујорк.

Представљању Београда и Србије су са албанске стране присуствовали и заменица министарке економског развоја, туризма, трговине и предузетништва, заменица градоначелника Тиране, председник Уније привредних комора Албаније, генерални директор Генералне дирекције Министарства економског развоја, туризма, трговине и предузетништва, председник Трговинске коморе Тиране, и председник парламентарне групе пријатељства са Србијом, као и други званичници.

Скуп је пропратио и велики број албанских медија, а Национални ТВ дневник Тиране је у вечерњим часовима емитовао прилог са скупа.

После званичне презентације одржани су Б2Б састанци привредника, представника београдских агенција Omniturs, Top Turs, и хотела "Праг", "Славија", Life Dizajn, BG Siti Hotel и "Лазар Лукс" апартмана, а био је присутан и директор YUTA.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета блогера из Турске, 08 -11. јануар

У сарадњи са Turkish airlines организована је студијска посета за два блогера сајта Gezimanуа.com. Овај турски туристички портал је најпосећенији блог у Турској. На овом путовању представљена им је понуда Београда и Копаоника од чега су објавили City guide и 2 чланка о Београду и Копаонику, 16 видео клипова о Копаонику и Београду, 9 постова на Facebook страници, 9 постова на Instagram-у Gezimanуа сајта, 4 хаштага и 4 објаве на Youtube.

2.2. Студијска посета ТВ TRT Haber из Турске, 08 -11. јануар

У сарадњи са Turkish airlines и Big Blue подржано је студијско путовање за TRT Haber Channel. Име програма је Gulhan'in Galaksi Rehberi (Gulhan's Guide through the Galaxy), и то је недељни програм о путовањима на националној телевизији TRT Haber. Ова екипа је дошла циљано да би направила прилог о Београду.

2.3. Студијско путовање National Geographic Traveler Romania, 22-31. мај

За новинаре National Geographic Traveler Румунија (главног и одговорног уредника и фотографа) је организовано гастрономско путовање кроз Србију. Тема репортаже је The Best Serbian Food. Путовање је пратило географско порекло јела. Током путовања су представљене кухиња из римског доба, кухиња са Дунава, кухиња источне, централне, западне Србије, оријентална кухиња, као и војвођанска (Велико Градиште, Голубац, Доњи Милановац, локалитети Виминацијум, Лепенски Вир и Ромулијана, музеји у Зајечару, Пироту, Сирогојну, Ковачици, Идвору, природне лепоте: Стопића пећина, меандри Сјеничког језера на Увцу, заштићена подручја НП Ђердап и Засавица, винарије у Књажевцу и Нишу, манастири Суково, Поганово, цамија Алтун Алем, ткаоница пиротских ћилима, градови/места Велико Градиште, Доњи Милановац, Зајечар, Књажевац, Пирот, Нови Пазар, Сјеница, Златибор, Ваљево, Ковачица, Идвор). Гастрономију прати и прича о вину тако да је на путу посећено неколико винарија. На терену је добијена пуна подршка локалних туристичких организација и НП/резервата, односно програм је реализован у сарадњи и са њиховом подршком. За регионалну телевизију Новог Пазара дата је изјава која је емитована у ударном термину Дневника ове телевизије.

2.4. Студијско путовање за представнике румунских медија, 06-10. јул

У оквиру програма посете били су Београд, фестивал ЕХИТ - Нови Сад и Сремски Карловци. У посети Србији и овом догађају били су следећи представници румунских медија: Wall-Street.ro, један од водећих online website за младе пословне људе и предузетнике, Hotnews.ro, међу начитанијим website на тему друштвених збивања, политике и економије која покрива и туризам, ОК Magazine – lifestyle магазин, и два блога, <http://www.ovidiumuresanu.com> и <http://www.thetrends.ro>. Студијско путовање је реализовано у сарадњи са ПР агенцијом Travel Communication из Румуније.

2.5. Студијско путовање за представнике организатора путовања из Румуније, 19-23. јул

Током боравка у нашој земљи, организатори путовања су се упознали са туристичком понудом Београда, Новог Сада и Сремских Карловаца. У студијској посети Србији биле су престижне туристичке агенције из Румуније Christian Tour и Happy Tour. Тим поводом је одржана радионица са представницима туристичке привреде Србије, којој су присуствовали Supernova travel agency, МК Mountain Resort и хотели 88 Rooms, Prag и Holiday in express. Такође, уприличен је састанак са представником Air Serbia - регионалним менаџером продаје за Исток. Студијско путовање је организовано у сарадњи са ПР агенцијом Travel Communication из Румуније.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. Мађарска

- Vilagjaro
- Utazas Kiallitas
- First class

3.2. Бугарска

- Магазин Cherga– штампани оглас
- Facebook промотивна кампања 90 туристичких дестинација / производа у Србији у Бугарској, у трајању од 5. августа до 3. септембра. У сарадњи са Bez bagaz (No luggage) продукцијом, као водећим брендом за путовања у Бугарској, на чије се препоруке ослања највећи део становништва, спроведена је интензивна промотивна рекламна кампања Србије у Бугарској. Кампања је реализована у августу са идејом да се у овом месецу, кад људи користе годишње одморе, препоруче дестинације у Србији. Пратиоци Без Багаж-а су сваког дана добијали неку слику из Србије са пратећим текстом. Покривени су гастрономија, религиозни туризам, активни одмор, музеји, фестивали и догађаји, ноћни живот, култура. Дневно су објављивана три поста, што је укупно 90 постова за месец дана.

Ефекти кампање су били веома добри, надмашили су сва очекивања. Број прегледа је преко 250.000 за месец дана.

Такође, свим хотелима у Србији је понуђено да се и они представе са идејом конкретне понуде, чиме би изазвано интересовање фејсбук кампањом за Србију као дестинацију добило продужени рок. Ниједан хотел се није одазвао позиву.

4. Прес клипинг

Мађарска

- Vilagjaro, текст о Београду

Бугарска

- Објава ТОС-ових туристичких филмова на сајту <http://www.traveltv.bg>

Румунија

- Capital, 3 чланка
- Чланци у Agerpres, Romania Pozitiva, Ziu Cargo, Secunda TV, Financiaural Bank News, Ziu News, Ultima Ora, Timisoara Stiri - укупно 29 чланака, 8 Facebook пост-ова, 5 блог чланака и 34 news aggregator websites.

Турска

- Gezimanaу блог - City guide и 2 чланка о Београду и Копаонику, 16 ви део клипова о Копаонику и Београду, 9 постова на Facebook страници, 9 постова на Instagram-у, 4 хаштага и 4 објаве на You tube.

- ТВ емисија [Gülhan'ın Galaksi Rehberi Belgrad/Sirbistan 15 Nisan 2016 - YouTube](#)

5. Остало

- Направљене информације о туристичким активностима за период од протекле четири године за дипломатска представништва у Истанбулу, Софији и Букурешту

VI Норвешка, Шведска и Данска

1. Сајмови и презентације

1.1. Радионица RESESCAPARNA-KRUZ, Стокхолм, Шведска, 10-11. фебруар

Туристичка организација Србије је по други пут учествовала на дводневној радионици организованом од стране шведског организатора путовања ReseScaparna - водеће шведске агенције за организацију туристичких путовања пензионера тј. путника старијих од 65 година. ТОС је за представљање на овој радионици, која се одвијала на шведском језику, ангажовао г.

Марка Персона, запосленог у Амбасади Р. Србије у Стокхолму. На радионицама је учествовало више од 500 одабраних представника сениорских удружења и још толико других посетилаца, а осим Србије представиле су им се и Хрватска, Италија, Мађарска и друге дестинације.

Присутни су се највише интересовали за пакет аранжмане које су шведске агенције нудиле. Поред Reseskararna и Lasta Travel још неколико мањих агенција имало је Србију у својој понуди. Од туристичких производа у Србији највеће интересовање владало је за бање, Београд, вински туризам и скијалишта.

Г. Персон је након радионице био позван од стране удружења сениора PRO (www.pro.se) да 10. марта одржи презентацију туристичке понуде Србије. У просторијама удружења овом представљању присуствовало је тридесетак чланова.

2. Студијска путовања

2.1. Посета шведских новинара Београду, 28-31. мај

Представници шведских медија Vi Bilägare и Alm & Möller Publishing Group обишли су Београд, Тополу и Оплепац. Новинари су позвани у студијску посету на препоруку г. Марка Персона, чије чланство у Удружењу шведских туристичких новинара покрива ТОС.

2.2. Посета шведских блогера, 16-18. септембар

Двоје блогера fantasydining.com боравили су у Београду, након чега су објавили опширну репортажу о Калемегданској тврђави и ресторанској понуди града.

2.3. Посета шведских организатора путовања, 07-09. октобар

У студијској посети Србији боравило је 8 организатора путовања из Шведске и то: Stureplans affärsresor, Linné Travel Service AB, Saltour, Resecity, Egencia, Er/travel, Latitude Travel и Central Europe Travel. С обзиром да је већи број ових агенција специјализован за пословна путовања, посета је реализована у сарадњи са Конгресним бироом Србије, а поред главних атракција главног града гостима представљени су и његови хотелски капацитети, а посебна презентација одржана им је у просторијама националног авио-превозника Air Serbia.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. Facebook кампања са авио компанијом Norwegian, Норвешка

- У циљу промоције трећег директног лета за Београд, који је норвешка авио-компанија Norwegian увела од 2016. године, ТОС је у сарадњи са Norwegian-ом од 9. маја покренуо заједничку Facebook кампању којом се очекује да буде обухваћено преко 300.000 чланова сегментирано одабране циљне групе. У току трајања ове кампање, захваљујући спонзорисаним Facebook огласима (Newsfeed Ad и Carousel Ad) и тематској Landing page на сајту Norwegian-а близу 700.000 људи упознано се са рутом и дестинацијом.

4. Саопштења за јавност

- Реке и језера Србије (Норвешка)
- Летњи музички фестивали у Србији (Норвешка)
- Вински туризам у Србији (Норвешка)
- Скијање у Србији (Норвешка)

Сва саопштења послата су посредством мреже контаката Удружења националних туристичких организација ANTOR Норвешка.

5. Остало

- У име ТОС-а, који је члан удружења ANTOR Шведска, представник Амбасаде Србије у Стокхолму редовно је присуствовао састанцима и активно учествовао у раду удружења.

VII Немачка, Аустрија и Швајцарска

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма СМТ, Штутгарт, Немачка, 16 - 24. јануар

У Штутгарту је одржан 48. сајам Urlaubsmesse СМТ, најпосећенији европски сајам туризма намењен искључиво општој публици, који је ове године забележио рекордну посећеност од близу 250.000 људи. Србија је учествовала шести пут и представила се на штанду величине 49 м² у Хали 4.

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

Током првих пет дана на сајму су учествовали представници Туристичке организације Нови Сад, а друга четири дана представници Туристичке организације Војводине. Поред њих, представили су се добитник „Туристичког цвета“ за најбољу културну манифестацију у 2015. години – Nišville, а три дана су на штанду Србије били и представници Туристичке организације Златибор,.

1.2. Светосавски бал, Беч, Аустрија, 22. јануар

Српска дијаспора у Аустрији је друга по величини у Европи (око 300.000) одмах после Немачке (800.000). Заједница српских клубова у Бечу окупља српске клубове и удружења. Клубови и удружења током године организују многе активности (књижевне вечери, изложбе, концерте и дискусије) које првенствено привлаче дијаспору са Балкана.

Светосавски бал у Бечу је организован ове године по 19. пут.

ТОС је уступио промотивни материјал и сувенире за госте бала. Обезбеђене су награде у виду бесплатног боравка у дестинацијама у Србији.

У име ТОС-а на балу је учествовала директорка ТОС-а.

1.3. Сајам туризма free 2016, Минхен, Немачка, 10-14. фебруар

Сајам туризма Free 2016 је најпосећенији сајам туризма у Баварској (у 2016. години је било више од 122.000 посетилаца, а излагало је око 1.200 излагача из 60 земаља). Током пет дана трајања, осим туристичке понуде земаља и региона, представљена је и понуда везана за бициклизам и активни одмор, камповање и караванинг, голф и велнес, као и кружна путовања. Србија је учествовала по први пут на овом сајму, на штанду Босне и Херцеговине површине 20 м².

1.4. Међународна туристичка берза ИТВ, Берлин, Немачка, 09 -13. март

За потребе представљања закупуљен је штанд величине 161 м² у Хали 2.2 Берлинског сајма. ТОС је био носилац наступа, уз учешће представника регионалних и локалних туристичких организација и асоцијација, као и туристичке привреде: туристичких организација Београда, Новог Сада, Војводине, Чачка, Златибора, туристичке агенције „Tara Turs“ (добитника Туристичког цвета), туристичких агенција „Kon Tiki Travel“ и „Magelan Corporation“, SMATSA, хотела „Zepter“, Атомске Бање, као и учесника из SIPPO програма: туристичких агенција „Robinson Adventure Team“, „Turorama“, „Wild Serbia Adventure“ и „Luna Travel“, и хотела „Zlatibor Mona“ и „Vila Majur“.

Швајцарска агенција за промоцију извоза SIPPO, у оквиру програма подршке малим и средњим предузећима из области туризма, три године обучава за наступ на Сајму ИТВ Берлин шест српских туристичких и угоститељских предузећа.

Поред редовних, додатне активности на сајму су обухватале:

- Пре отварања сајма ИТВ 2016, 08. марта је одржано је свечано отварање ИТВ. Земља партнер 2016. године су била Малдивска острва. Након отварања организован је коктел земље партнера.
- Првог дана ИТВ сајма, штанд ТОС посетила је госпођа Iris Gleicke, повереница за туризам Савезне владе Немачке и парламентарни државни секретар у Савезном министарству економије и енергетике, и то у оквиру званичног обиласка највећег сајма туризма на свету за представника Немачке Владе.

- Другог дана сајма, 10. марта, је одржана конференција за новинаре Србије. Туристичку понуду Србије су представили директор ТОС-а, директор ТОБ-а, менаџер за немачко тржиште у ТОС-у, блогер Matthias Derhake и менаџер за односе с јавношћу за немачко тржиште која је модерирала конференцију (представник PR компаније “Mascontour”). Презентацији је присуствовало око тридесет представника медија и заинтересованих организатора путовања.
- Ове године је по петнаести пут одржан интернационални фестивал туристичког филма „Das goldene Stadttor“. На овогодишњем фестивалу признање за туристички филм отишао је и у руке Туристичке организације Србије за филм „Дунав у Србији – 588 утисака“, који је освојио “Сребрну звезду“, тачније друго место у категорији дестинацијских филмова. Признање је добијено у конкуренцији преко 1.500 филмова из 42 земље.
- Истог дана после сајма је одржан и „Дунавски салон“ у представништву покрајине Баден-Виртемберг, где је Србија ове године била земља партнер. Тема овогодишњег Салона је била „ЕУ стратегија за дунавски регион, идентитет и туризам“. Амбасада Републике Србије и Представништво Баден-Виртемберга су коорганизовали догађај уз финансијску подршку ТОС. Дунавски салон је посетио више од 700 гостију.
- Презентација „Danube@ITB“ организована је по пети пут у сарадњи са Берлинским сајмом, а координирана од стране Дунавског центра. У оквиру иницијативе Danube@ITB организоване су вођене туре за новинаре и организаторе путовања.
- Састанци: Током пословног дела сајма одржани су састанци са представницима туристичких организација, медија и организаторима путовања, консултантских кућа, организатора сајмова, и друго.

1.5. Дунавски фестивал 2016, Улм, Немачка, 29. јун-03. јул

Дунавски центар за компетенцију - DCC је на Дунавском фестивалу имао свој штанд где су биле изложене брошуре ТОС-а (Туристичка карта, Водено благо Србије, Дунав у Србији – 588 импресија, 52 викенда у Србији, заставице Србија и лепезе Дунав). Активно је промовисан одмор и туристичка понуда Србије и Дунав. Заинтересовани посетиоци штанда добили су одговоре на бројна питања о Србији, Дунаву и бициклизму дуж Дунава.

1.6. Сајам РДА 2016, Келн, Немачка, 03-07. јул

Туристичка организација Србије је закупила штанд величине 10m². На штанду је био изложен пропагандни материјал ТОС-а и Туристичке организације Београда (ТОБ). Заједно са ТОС-ом је на штанду је излагала и туристичка агенција Magelan. Током три дана трајања сајма одржани су састанци са представницима туристичких агенција и организатора путовања. У прес центру сајма је био обезбеђен прес материјал о Србији за заинтересоване новинаре.

1.7. Сајам Eurobike 2016, Фридрихсхафен, Немачка, 02-05. септембар

Туристичку понуду Србије ТОС је представио у оквиру заједничког штанда Дунавског центра за компетенцију - DCC. Фокус представљања је била циклотуристичка понуда дуж целокупног тока Дунава. ТОС је поред ЕуроВело 6 бициклистичке руте представио и стазе за планински бициклизам и могућности за путовање бициклом по Србији.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета немачких новинара, 27. јануар - 01. фебруар

ТОС је, у оквиру зимске кампање „Зима прија свима“, организовала студијску групу иностраних новинара, који су боравили у Београду, на Копаонику и у Буковичкој бањи. Новинари су били из Süddeutsche Zeitung и MDR.

2.2. Студијска посета немачких организатора путовања, 18-22. мај

У организацији ТОС боравили у студијској посети под називом „Доживи Србију активно“ немачки организатори путовања: Accept Reisen, SKR Reisen GmbH, schulz aktiv reisen, Biss Reisen, Weitblicke и Bayerisches Pilgerbüro. Гости су имали могућност да упознају Београд, Нови Сад, Ваљево, Златибор, Мокру гору и Тополу.

2.3. Студијска посета немачких организатора путовања, 04-06. октобар

У сарадњи са националном авио компанијом Ер Србија, Београд је посетила група немачких туристичких агенција и организатора путовања. У оквиру студијске посете под називом „Тренд дестинација – Београд“, којом се промовише и нова ваздушна линија националне авио компаније између Београда и немачког града Хамбурга, гости су у тродневној посети нашој престоници обишли главне културно-историјске знаменитости Београда, ослушнули традиционалну староградску музику, пробали гастрономску разноврсност Србије и обишли музеј Николе Тесле. Учесници су били JT Touristik GmbH, АЕК Reisebüroservice GmbH, FCM Travel Solutions, LCC Hamburg Sued, Globetrotter Reisebüro, Ptg - Professional Travel GmbH, Caissa Touristik и АНС HAMBURG Aviation Handling Services GmbH.

2.4. Студијска посета немачког радио новинара, 06 – 09. октобар

У оквиру индивидуалне студијске посете у Београду је боравио немачки радио новинар, који је том приликом снимео интервјуе са становницима наше престонице и забележио аутентичне звуке метрополе за радио емисију Radioreisen. Новинар Radioreisen.de, који више од 10 година ради као водитељ и продуцент, је имао прилику да упозна немачке слушаоце са богатом историјом Београда, причама Београђана и српском фолклорном музиком.

3. Интернет презентација и друштвени медији

3.1. Фејсбук (Facebook)

Недељно одржавање немачке фејсбук-странице

4. Оглашавање и промотивне кампање

4.1. Оглашавање у ITB Berlin News часопису

Часопис који се дели за време трајања сајма ITB и обухватао је интервју са директором ТОС-а и оглас.

4.2. Оглашавање у Lonely Planet часопису

Часопис је намењен потрошачима и урађен је у сарадњи са националном авио компанијом Air Serbia која је преузела половину трошкова.

5. Саопштења за новинаре

Од почетка године је послато 12 редовних саопштења за новинаре.

6. Прес клипинг

Објављено је више од 60 текстова о туризму Србије у дневним новинама, интернет страницама и магазинима.

7. Остало

7.1. Чланарина RDA

VIII Русија и Белорусија

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма МИТТ, Москва, Русија, 23-26. март

Међународни сајам туризма МИТТ окупио је више од 3.000 излагача из 95 земаља. За 4 дана сајам је посетило око 32.000 посетилаца из 79 региона Русије.

Туристичка организација Србије објединила је представљање туризма Србије на сајму МИТТ на изложбеном простору од 80 м². На штанду су се поред ТОС представили и туристичке организације Београда, Ниша, Војводине и Златибора, Атомска Бања „Горња Трепча“, Пролом и Луковска Бања, хотели Москва и Premier Aqua, Агенција РРА. На штанду ТОС-а своју понуду представиле су руској публици и агенције из Србије и Русије, оне које у својим програмима

имају аранжмане за Србију: Glob Metropolinen Tours, P-Турс, Апелсин, Отава, Кон Тики травел, 7-тур, Геометрија, Омнитравел и Луна травел.

На штанду је била графичким решењима представљена туристичка понуда Београда, манастир Жича и водено благо Србије. Анимација на штанду је била иконописање. На штанду су на два екрана емитован филмови ТОС-а и видео материјал других излагача.

Од медија из Србије представљање ТОС-а на МИТТ 2016 пратила је екипа Јутарњег програма РТС-а, Новости и Информбиороа.

Конференција за новинаре комбинована са Мастер класом у кувању је одржана 22. марта у студију редакције Хлеб и Со. На Конференцији су говорили директорка ТОС-а и менаџер руског тржишта у ТОС-у, која је представила туристичку понуду Србије. Кувар једног од српских ресторана у Москви припремао је за стране новинаре српске специјалитете. Представљено је вино Бројаница којим је уједно промовисана гастрономија и винске туре Србије. Конференцији за новинаре је присуствовало двадесет медија. Присутним новинарима подељен је за ову прилику специјално припремљен материјал (press kit) са информацијама за новинаре, одабране брошуре и сувенири.

Следећег дана на отварању сајма, на штанду туризма Србије је организован пријем за новинаре и пословне партнере.

Све активности у вези са организацијом промотивних активности - конференција за новинаре, разговори са медијима, односно интервјуи дати медијима и састанци са организаторима путовања и другим партнерима – рађене су у сарадњи са руском маркетиншком агенцијом “Amacom Media”.

Током трајања сајма одржавани су састанци са представницима туристичке привреде. Састанке је организовала “Amacom Media” са 30 организатора путовања и агенција. Већина је показала интересовање да уврсти Србију у своју понуду. Највеће интересовање руски организатора путовања су показали за бањска лечилишта, културни туризам и посету градовима Србије.

У Москви је, у оквиру одржавања Међународног сајма туризма МИТТ 2016, а на иницијативу Министарства културе Руске Федерације, у чијој је надлежности и туризам, и Министарства трговине, туризма и услуга Републике Србије и Туристичке организације Србије, одржан састанак представника руске и српске туристичке привреде и авио компанија. Поред Air Serbia, Аерофлота и Уралских авиолинија, састанку је присуствовало тридесетак представника руских и српских организатора путовања који остварују сарадњу у области довођења руских гостију у Србију, као и представници удружења туристичке привреде YUTA и HORES. Тема састанка је била даље јачање међусобне сарадње и предлози за превазилажење препрека у циљу значајнијег повећања броја руских туриста који посећују Србију.

1.2. Промоција туризма Србије у Минску, Белорусија 28-30. јун

Туристичка организација Србије је, на позив Привредне коморе Србије и Туристичке организације Београда да учествује на заједничком штанду са другим привредним субјектима из Србије, представила туристичку понуду на привредно-културној манифестацији “Дани Београда у Минску”.

Манифестација је одржана на централном тргу у Минску, где су се представили привредници из Србије и туристичке организације Србије и Београда. Организован је и богат културно уметнички програм. Посетиоци су имали прилике да се упознају са туристичком понудом бања, Дунава, река и језера као и са културно историјским наслеђем у Србији. Понуда је представљена путем брошура који су презентовани на штанду ТОС-а током три дана.

1.3. Промоција туризма Србије у Санкт Петербургу, Русија 21. јул

Туристичка организација Србије је у театру "Теслаторијум" у Санкт Петербургу организовала презентацију туристичке понуде Србије као и конференцију за новинаре, поводом увођења новог лета Ер Србије за Санкт Петербург. У овом догађају учешће су узели и представници Ер Србије, као и аеродрома „Пулково“ из Санкт Петербурга. Презентацији и конференцији за медије присуствовали су организатори путовања и хотелијери из Србије који су представили своје програме и понуде. За присутне представнике туристичке привреде из Србије – Омнитургруп, Луна Травел, Глоб Метрополитен Турс, Атомска Бања, Апелсин Травел, Р Турс и Геометрија путовања, организована је радионица на којој је учествовало око 30 локалних

организатора путовања, међу којима су били Туи, Корал Травел, ПАК Груп, ИЦС,Руски Експрес, Пулково Експрес, Петрополитана, НВТА, Натали Турс и двадесетак другх агенција. Догађај су пратили новинари водећих туристичких медија: Комсомољскаја Правда, Тур Бизнис, Отдих от А до Ya.

1.4. Сајам туризма Leisure, Москва, Русија, 21-24. септембар

Туристичка организација Србије је закупила 100 м² изложбеног простора за 16 излагача, представника туристичке привреде Србије и локалних туристичких организација. Поред ТОС-а на сајму су се представиле туристичке организације Београда, Новог Сада, Златара и Врњачке Бање. На штанду су такође наступили хотели Metropol Palace из Београда, Ивањички конаци – добитници прошлогодишњег Туристичког цвета, затим Пролом, Луковска и Атомска бања и 6 рецептивних агенција и организатора путовања, специјализованих за довођење туриста из Русије и са руског говорног подручја.

Првог дана сајма, на штанду ТОС-а, представљен је први штампани водич за Србију на руском језику Полиглот. За присутне је организована наградна игра са питањима о Србији. Том приликом, скупу се обратио уредник водича, представник издавача Полиглот и представник ТОС-а са кратким представљањем дестинације. На крају програма приређена је дегустација вина Бројаница и српска закуска.

Посебан нагласак је стављен на понуду бањског туризма, као и на понуду за одмор у нашој земљи у предстојећем зимском периоду. Из понуде су издвојени поред планинских центара и кратки одмори у градовима, понуде српских бања и спа центара, могућности за одмор у природи и културно-историјско наслеђе и гастрономија Србије.

Наступ су пратиле екипа ТВ Пинк (Информативни програм), као и новинарка Вечерњих новости.

Током представљање туризма Србије на сајму Leisure 2016 у Москви, дато је више изјава/интервјуа за домаће медије присутне на сајму и руске ТВ и радио станице.

1.5. Промоција туризма Србије у Санкт Петербургу, Русија 22-23. новембар

На позив Туристичке организације Београда, ТОС је узео учешће у промоцији у Ст. Петербургу. Том приликом је одржана презентација туристичке понуде Србије пред око 60 новинара и представника туристичке привреде Ст. Петербурга. Подељен је промотивни материјал. Са представницима туристичке организације Ст. Петербурга договорене су заједничке промотивне активности за наредну годину.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета руских новинара „Зима прија свима – Копаоник“, 27. јануар-01. фебруар

ТОС је, у оквиру зимске кампање „Зима прија свима“ организовала студијску групу иностраних новинара и организатора путовања (Uralskie Aviоlinije, Vokrug Sveta, VLP , Atours, Ski portal SKI.RU), који су боравили у Београду, на Копаонику и у Буковичкој бањи. Новинари и организатори путовања су имали прилику да се скијају на Копаонику, шетају на крпљама, посете винарију Минић и уживају у Буковичкој бањи. Поред тога, они су обишли манастир Жичу, Маузолеј породице Карађорђевић у Тополи као и Београд.

2.2. Студијска посета Првог канала Руске националне ТВ, 27. јануар - 01. фебруар

У организацији ТОС-а у Србији је снимала ТВ екипа Првог канала Руске националне телевизије. Обрађено је више различитих тема од којих је пет емитовано у десетоминутним емисијама. Обрађене су теме здравственог туризма, етно туризма, Београд са знаменитостима, Дрвенград и фестивали.

2.3. Студијска посета руских организатора путовања, 27. март - 02. април

Група од осам организатора путовања - Натали тур, Веди травел, Хавана Интернационал, Голден тур, Вирамин тур, Антистрес тур, Коминфо и Југо Стар из Москве и Ст. Петербурга, боравила је у шестодневној посети Србији. Током боравка упознавали су се са понудом бања и

бањских лечилишта Србије. Обишли су Пролом, Луковску и Атомску бању, Аранђеловац са околином, Сокобању и Златибор. По завршетку туре по Србији, организована је радионица на којој су могли да упознају и стекну партнере локалне туристичке привреде.

2.4. Студијска посета руских организатора путовања, 01-06. октобар

У организацији ТОС-а боравили су у студијској посети руски организатори путовања: Балкан експрес, Пакс, Де визу и DSBW. Гости су имали могућност да упознају Београд, Копаоник, Врњачку, Атомску, Нишку, Пролом и Луковску бању, Златибор, Мокру гору и Тополу.

3. Оглашавање

3.1. Радио Романтика

У периоду од 15. јуна до 15. јула емитовао се рекламни клип о Србији на радију Романтика у трајању од 15 секунди. Емитовање се реализовало 10 пута у току дана у ударним терминима од 10 до 22 сата. Према истраживањима радио дифузних агенција у Русији, Радио Романтика заузима прво место по слушаности у Москви и Московском региону.

3.2. Оглашавање на радију Мајак

У емисији која се бави занимљивостима из света, Влад Петровић, уредник водича на руском, 20 минута причао је о могућностима одмора у Србији.

3. Интернет презентација и друштвени медији

3.1. Фејсбук (Facebook)

Недељно одржавање руске фејсбук-странице

3.2. В контакте

Формирање, креирање и одржавање на дневној бази руске друштвену мрежу „В контакте“.

5. Саопштења за новинаре

Од почетка године је послато 6 редовних саопштења за новинаре.

6. Прес клипинг

У току 2016. године, у Русији је објављено 120 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима.

IX Шпанија

1. Сајмови и презентације

1.1. Новогодишњи сајам култура у Мадриду

Амбасада Републике Србије је била носилац представљања на тргу у Мадриду, а ТОС је обезбедио промотивни материјал за догађај и постере за обележавање српске куће.

1.2. Изложба о Гучи у Мадриду

Туристичка организација Србије обезбедила је неопходне фотографије за припремање изложбе о фестивалу у Гучи, коју је Амбасада Р. Србије организовала у центру Мадрида.

2. Студијска путовања

2.1. Групна посета новинара, 22-26. април

Учествовали су новинари из следећих медија: Mas Viajes (17.500 примерака), Hola.com/viajes, (350.000 посета), ABC Newspaper-Daily (250.000 посета), DT Magazine (37.500 примерака), Viajar magazine (200.000 примерака). Групу је предводио представник ПР агенције из Шпаније, а током боравка у Србији обишли су: Београд, Нови Сад, Суботицу и Фрушку Гору.

3. Саопштења за новинаре

Саопштења за медије се шаљу на више од 800 адреса, а за привреду са мало измењеним садржајем на 4.500 адреса, теме за 2016. су биле следеће:

- Subotica - the city of Art Nouveau and gastronomy
- Danube Cycle Route in Serbia
- Novi Sad
- Fruška Gora
- Summer festivals in Serbia
- Nikola Tesla 160 birthday celebration
- Palic Nature Park

4. Прес клипинг

У овом раздобљу објављено је 59 чланака (press+TV+web), међу којима се посебно издвајају: La Vanguardia, (233.000 примерака) и El Pais, (300.000 примерака), El Mundo (140.000 примерака), Conde’Nast Traveler (35.000 примерака), Travel Manager (15.000 примерака). Укупан AVE је 338.000 евра.

Х Италија

1. Сајмови и презентације

1.1. Internazionali BNL D’Italia, Рим, 02-15. мај

Након позива Амбасаде Републике Србије у Риму да се ТОС укључи у организацију наступа Србије током трајања **тениског турнира** Roma Open-а, ТОС је брендирао фотографијама из Србије тзв. „Српску кућу“, сакупио карактеристичне производе из Србије, доставио брошуре и активно учествовао у наступу у Риму. Амбасада је организовала и гала вечеру на којој је ТОС био присутан и на коју је позвао велики број италијанских медија. Састављено је и саопштење за медије о наступу на овом престижном турниру.

Организовано је и да италијанске агенције које имају Србију у својим програмима доставе исте, и то се делило заједно са ТОС-овим брошурама.

1.2. Сајам туризма TTG Incontri, Римини, 13-15. октобар

TTG Incontri је најзначајнији туристички сајам туризма у Италији на којем се ТОС представила на 16м² изложбеног простора. Заједно са ТОС-ом представиле су се и Туристичка организација Београда и Туристичка организација Војводине, као и туристичка агенција Intertours из Београда. Сајам је као и ранијих година био добро посећен. У шеснаест павиљона било је 70.000 присутних професионалаца и 130 дестинација. Током трајања сајма организован је и састанак представника националних туристичких организација у Италији ADUTEI чији је ТОС члан. Остварени су бројни контакти и између осталог потврђене бројне групе за дочек Нове године у Београду.

2. Студијска путовања

2.1. Посета новинара, радио Capital и Lonely Planet 05-13. фебруар

“Capital in the world” је најслушанији програм италијанске станице “Radio Capital” који у просеку има 1.639.000 слушалаца дневно. Емисија траје од 12 до 13 часова и емитована је са Копаоника, две емисије из Новог Сада и две из Београда. Новинари су обишли и Студеницу и Жичу, Фрушку Гору, Карловце, Београд, а такође су обезбеђени интересантни саговорници који говоре италијански језик. Lonely Planet је био партнер емисије и саговорник у свим емисијама емитованим из Србије, у којима су образлагани разлози за позиционирање Србије у Best in travel 2015. На facebook страници дневно су објављивани доживљаји дестинације (41,000 лајкова), као и на Twitter-у (30,000 пратилаца).

ТОС је обезбедио емитовање емисија из Радио Војводине и Радио Београда. Обрађене теме су:

- City break (Београд и Нови Сад),

- Културно, уметничко и религијско наслеђе, кроз обиласке манастира, музеја, установа културе (КЦ град, Миксер...)
- Зелена Србија, кроз обиласке природе, планина и етно насеља, са акцентом на Копаоник и околину
- Спорт, кроз интервјуе са Ђоковићевом породицом и Вањом Грбићем
- Дунав, кроз крстарења

2.2. Индивидуална посета уреднице часописа Dove , 29. март-01. април

Новинарка Micaela Zucconi, уредница часописа Dove као месечног додатка „Corriere della Sera”, боравила је у Новом Саду и Београду, што је резултирао чланком у јунском броју часописа.

2.3. Студијска посета три италијанске блогерке, 24-26. април

Гђа Roberta Zennaro, оснивач Travel Blogger Italia, италијанске блогерске асоцијације и аутор стране Gamberetta Rossa, гђа Cristina Pasin, ауторка Sulle STRade del Mondo и гђа Simonetta Clucher, уредница Parliamo di Viaggi су дошле су о свом трошку у Србију, а ТОС им је обезбедио смештај и сугестије шта обићи у Београду.

2.4. Новинар и камерман "Le falde del Kilimangiaro", 15-21. мај

Luca Leccese и Gianluca Iacuvelle праве најгледанију туристичку емисију „Le falde del Kilimangiaro“ на италијанској националној телевизији RAI. Снимали су у Војводини (Фрушка Гора, Сремски Карловци, Нови Сад, Салаш 137) и Београду.

2.5. Групна посета новинара, 16-19. мај

Новинарка Laila Bonazzi, италијанске верзије Marie Claire, Alessandra Sessa, новинарка најзначајнијег италијанском женског магазина “Donna Moderna” и Antonio Padovese, новинар Corriere del Veneto, су били заинтересовани за откривање Београда и lifestyle. Сем детаљног обиласка Београда, обишли су и Војводину.

2.6. Студијска посета писца водича Lonely Planet, 28. септембар - 09. октобар

Италијански издање водича Lonely Planet о Београду и Србији ће имати своје ново издање због повећане потражње за дестинацијом. С обзиром да су од ТОС-а тражене само сугестије и предлози и да се није могло утицати на уређивачку политику водича, ТОС је помогао само организационо и кроз ангажовање водича као подршка мање познатим дестинацијама у Србији.

2.7. Студијска посета фотографа дневног листа La Repubblica, 20-23. септембар

Посета фотографа чувеног дневног листа који је фотографисао Београд и разне уметнике, док је новинар, који је раније долазио у Србију, интервјуисао те уметнике преко Skуре-а. Чланак је објављен почетком новембра

3. Прес клипинг

У овом периоду објављено је 86 чланака, у писаним медијима и online укупне вредности (AVE) 1.984.315 евра, међу којима се издваја прилог о Србији објављен на националној телевизији RAI, у емисији о путовањима.

4. Саопштења за новинаре и агенције

Саопштења за медије се шаљу на више од 400 адреса, а за привреду са мало измењеним садржајем на 1.500 адреса, теме за 2016. су биле:

- Radio Capital & Lonely Planet
- Serbian-Orthodox Easter
- The Exit Festival
- The Danube
- Smederevo, vini in Serbia
- The Serbian SPA

- “La Serbia a TTG Incontri 2016. Flussi turistici: incremento del 10,6 % per gli arrivi italiani nei primi sette mesi del 2016”
- Novi Sad - 2021 Европска престоница културе
- Belgrado – Дочек Нове године

5. Интернет презентације и друштвени медији

Facebook - Serbia Travel it

Од 2011. године ангажована агенција „Mailander“ одржава facebook званичну страницу на италијанском. Сваке недеље се постављају разне информације и преузима се званична кампања ТОС-а #lifestyleserbia, #serbiasoulfood, #myserbia, постављају се фотографије из разних крајева Србије, новости о манифестацијама и догађајима и све што је актуелно. Уз помоћ овог друштвеног медија прати се кретање блогера из Италије и укрштају информације и њихови „постови”.

XI Кина

1. Сајмови и презентације

1.1. Пословна радионица земаља централне и источне Европе и Кине, Будимпешта, Мађарска, током трајања сајма UTAZAS, 03-06. март

На позив ТСС-а, ТОС је узела учешће на радионици са кинеским организаторима путовања. Радионици су присуствовали представници Shanghai Spring International Travel Service, Chongqing New Asia International Travel Agency, China Women Travel Service, BTG, CITS, Beijing Zhongguang International Travel Service, Liaoning Golden Luck International, Phoenix Travel Worldwide, Beijing Caissa International, Beijing Youth Travel Service, Zhejiang China Travel Group и други. Из Србије на радионици су учествовале следеће туристичке агенције: Otava travel, Travel Time, Tiro Travel, Panacom, Von Voyage, Omnitours, Туристичка призма и Travel to Balkan. У циљу повећања туристичког промета као и лакшег пословања са Кином у Будимпешти је отворен и регионални центар Националне туристичке администрације НР Кине (CNTA) који ће бити задужен за земље учеснице иницијативе „16+1”.

1.2. ETC Media event у Шангају и Пекингу, 21 и 23. март

Ангажована ПР агенција из Кине у име ТОС-а представљала је Србију на овим догађајима које је организовала Европска туристичке комисија.

Шангај: У престижном хотелу Кемпински, ЕТС је организовала округли сто са 20 новинара који су интервјуисали представнике националних туристичких организација или представнике амбасада земаља чланица.

Пекинг: У просторијама Амбасаде Републике Чешке у Кини уприличен је разговор са 30-так новинара који су разговарали са пријављеним представницима земаља чланица ЕТС-а.

1.3. Промоција Србије – Мадам Чен, Шангај, 10. мај

Чувена кинеска списатељица Мадам Чен, једна од начитанијих у Кини, након боравка у Србији је заједно са ангажованом ПР агенцијом у Кини организовала представљање свог пројекта и најаву нове књиге (радња се углавном одвија у Србији) са представницима медија. На наш позив учешће је узео и Конзул Републике Србије у Шангају.

1.4. Сајам туризма СИТМ, Шангај, 11-13. новембар

СИТМ представља највећи међународни сајам туризма у Азији, организован од стране Министарства туризма Кине и њихове Националне туристичке организације. Стратегија представљања ТОС-а на далеким тржиштима је да наступа заједно са неком државом из региона, а то је препорука и Светске туристичке организације (UNWTO). Из тог разлога, на овом највећем сајму туризма у Кини ТОС је за потребе представљања туризма Србије, заједно са Црном Гором, закупио изложбени простор величине 36м². Штанд је заузимао централну

позицију у павиљону Европе. Наступ је био под усаглашеним заједничким слоганом „Wild Soul of Europe” (изведен од Montenegro Wild Beauty и Soulfood Serbia).

На штанду су заједно са ТОС-ом били и представници Туристичке организације Београда, представници агенције која заступа авио компанију Air Serbia у Кини, као и две рецептивне агенције - Glob Metropoliten tours и Rubicon/Top tours.

Сем уобичајеног промотивног материјала, ТОС је урадио лифлет на тему Валтера као подршку агенцијама из Србије и БиХ које су заједнички осмислиле програм под називом „Путевима Валтера“. Агенције присутне на штанду су такође имале разне програме, од регионалних, преко медицинских па до конкретних понуда за Србију.

Сем овог штанда, ТОС се појавио и на заједничком штанду 16 земаља централне и источне Европе (у оквиру иницијативе „НР Кина и 16 земаља централне и источне Европе), који је организовао туристичко координациони центар поменутих земаља.

Медијска покривеност ТОС-овог наступа са самог сајма је била велика, већином из разлога визне либерализације тј. потпуног укидања виза за кинеске држављане који поседују регуларне пасоше и остају у Србији до тридесет дана. Директорка ТОС-а је, између осталог, дала интервју за Travel Channel који је погледало милион гледалаца и Србија је била једина земља која је издвојена од страних земаља присутних на сајму.

1.5. Промотивни догађај и В2В сусрети у Шангају, 14. новембар

Дан након сајма уприличен је догађај за привреду, на којем су биле присутне најзначајније агенције Шангаја (око 90 присутних). Говорници са српске стране су били директорка ТОС-а, генерални конзул РС у Шангају, а агенције су имале могућност да представе своју понуду. Том приликом додељене су два пута по две награде (једна је укључивала интерконтинентални лет и смештај у Србији и Црној Гори а друга награда се односила на смештај и боравак у дестинацији). Након званичног дела одржана је радионица као место сусрета присутних агенција. Агенције су биле задовољне организацијом и резултатима и већ су ступиле у контакт са појединим колегама из Кине.

1.6. Конференција за медије у Шангају, 15. новембар

Пратећи трендове промоције у Азији, ТОС се одлучио за именовање својеврсног „амбасадора“ српског туризма. Чувени писац из Кине Chen Denyan (Мадам Чен), која је у више наврата боравила у Србији, са задовољством се прихватила ове улоге. У престижном простору који је обезбедила Шангајска асоцијација писаца уприличена је конференција за новинаре ТОС-а којој су се одазвали бројни медији. На самом догађају приказивани су уметнички филмови које су госпођа Чен и њен тим снимали у Србији, а говорници су били, осим Мадам Чен, директорка ТОС-а и генерални конзул Р. Србије у Шангају. Након конференције обављени су бројни интервјуи са директорком ТОС-а и у данима након конференције објаве о Србији су изашле у преко 250 најпрестижнијих медија у Шангају и Кини, међу којима су Shanghai Morning Post и Shanghai Times (са преко 500.000 објава) и Elle за кинеско тржиште. Објављене су информације о Србији на водећим кинеским online порталима www.sohu.com и www.sina.com.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета групе новинара, 05-17. мај

У организацији ТОС-а и Air Serbia, односно Etihad, организована је посета групе од шест новинара из Пекинга и Шангаја који су били на Балканској рути и током које су обишли Србију, Хрватску и Црну Гору. Са њима су били и представници Etihad-а из Кине. Новинари су били из следећих медија: Hong Kong Economic Times, Ming Pao, U Magazine (новинар и фотограф), National Geographic Traveler и Voyage. У Србији су обишли Београд, Фрушку Гору и Нови Сад.

2.2. Студијска посета писца Chen Danyan, фотографа Ding Xiaowen и њеног тима, 16-28. јун

Чувени писац из Кине, Мадам Чен, је поново дошла у Србију са целом екипом, која је прати и снима њен боравак односно интервјуе по Србији. ТОС је обезбедио саговорнике (на разне теме), дозволе за снимање, превоз и смештај у Србији. Мадам Чен је већ два пута организовала

посебне промотивне догађаје на којима је промовисала филмове снимане код нас и књигу (нова књига излази у августу) и то даје Србији велику медијску заступљеност у Кини са веома мало уложених средстава.

2.3 Студијска посета писца Chen Danyan и њеног тима, 20-28. октобар

Примарни разлог ове посете је био Сајам књига у Београду, где је промовисана књига Мадам Чен „Шангајска принцеза“ на српском језику. Искоришћен је њен боравак да се обиђу још неке дестинације у Србији, као што је манастир Милешева, Међавник, Шарганска осмица. Мадам Чен припрема туристичку књигу о Србији и неопходно је да буде обухваћен што већи део Србије.

3. Интернет презентације и друштвени медији

3.1.Sina Weibo Posts (кинески Facebook)

- око 170 постова

3.2. WeChat push message

- са најзначајнијим информацијама за привреду и новинаре (најпопуларнији вид online комуникације у Кини); велики одзив је био након што је објављен видео спот који је снимљен са Батом Живојиновићем и у којем је позвао Кинезе да посете Србије, а који емитован након његове смрти. Значајан је одзив био и након обавештења о визној либерализацији тј слободног уласка у Србију за грађане Кине, као и након именовања Мадам Чен за туристичког „Амбасадора“ Србије у Кини.

3.3.Ажурирање информација на најзначајнијим порталима за путовања као што су: Baidu Lvyou, Qunar.com, Mafengwo.com

4. Прес клипинг

У овом периоду захваљујући активности ТОС-а објављено 24 чланака о туризму Србије у штампаним медијима и 686 у Online/Blog. Забележен је наступ директорке ТОС-а на Travel Channel-у.

Укупна медија вредност објављених чланака (AVE) је преко 2,5 милиона евра.

XII Азербејџан и Уједињени Арапски Емирати

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма AITF, Баку, Азербејџан, 07-09. април

Туристичка организација Србије се по други пут представила на овом сајму туризма. За Азербејџан је овај сајам од великог значаја јер је највећи у региону и сваке године је посећен од стране високих званичника ове земље на челу са председником државе.

Ове године сајам је обележио 15 година постојања и учествовало је 330 излагача из 29 земаља, промовишући 80 земаља широм света. И поред тога, сајам је био приметно слабији него прошле године што је приписано тренутним политичким стањем у земљи.

Када је Србија у питању, највеће интересовање је било за понуду бања. У Азербејџану велики број људи болује од дијабетеса и углавном се лечи у иностраним бањама. Са Београдом је добра повезаност авионским везама преко Истанбула.

На штанду ТОС-а два дана је био присутан и амбасадор Србије у Азербејџану. На питања о визном режиму, амбасадор је потврдио да се виза у Амбасади Србије може добити за један дан. Он је исказао и своју спремност да помогне ТОС-у у даљој промоцији на овом тржишту, понудивши да се и у Амбасади (која се налази на најлепшем месту у Бакуу) организују разни догађаји. Последњи дан сајма је био отворен за посетиоце којих је било више него прошле године. Велики број њих управо на овом сајму тражи следећу дестинацију за одмор. Поред састанака са локалним туристичким агенцијама, одржан је састанак са два велика организатора путовања из Ирана, који су веома заинтересовани за тржиште Србије посебно после уласка њиховог највећег организатора путовања Иран Маркез на тржиште Србије.

Представник Turkish Airlines за овај регион је рекао да је спреман да пружи ТОС-у помоћ која је потребна за пробијање на ово тржиште.

Имајући у виду да је Азербејџан земља са богатим природним ресурсима и најбржом стопом раста у овој регији процењује се да ће све већи број туриста из ове земље путовати у иностранство.

1.2. Сајам туризма Arabian Travel Market, Дубаи, УАЕ, 25-28. април

Туристичка организација Србије се по други пут представила на овом сајму туризма, који се одржава у World Trade центру, на штанду величине 33,75м². Заједно са ТОС-ом на штанду су били Air Serbia, Туристичка организација Црне Горе, Туристичка организација Републике Српске, Атомска бања Горња Трепча, Хотел Hyatt, Глоб Метрополитен и Travel&Event Point Ове године учествовале су 133 земље и сајам је имао преко 26.000 посетилаца што је 15% више него прошле године.

Један од најзначајнијих састанака одржан је са представницима Националног савета за туризам. Они су главни организатори Sheikh Zayed Heritage Festival који се одржава сваке године у Абу Дабију у трајању од 45 дана.

Најзначајнији састанци су се одржали са медијским кућама су: AlJazeera Worldwide, Concierge magazines и Menaka Ramakrishnan.

Локација штанда ове године била одлична, а договорено је са Хрватском и Словенијом да се следеће године при пријави тражи од сајма да Србија, Хрватска и Словенија буду једне до других.

Треба размотрити са туристичким организацијама Црне Горе и Републике Српске да следеће године заједно са ТОС учествују и финансијски, како би се закупио већи штанд, посебно из разлога што је за арапско тржиште Балкан све популарнији.

1.3. Sheikh Zayed Heritage Festival, Абу Даби, УАЕ, 30. новембар 2016 – 04. јануар 2017.

На позив Привредне коморе Србије, а под покровитељством председника Републике Србије, Србија је по први пут учествовала на Фестивалу културног наслеђа која је у организацији Министарства председничких послова УАЕ и Фондације Khalifa bin Zayed Al Nahyan, као и престолонаследника Абу Дабија Sheikh Mohammed bin Zayed bin Sultan Al-Nahyan. Организатори су покрили трошкове за учеснике (авио карте, хотел са три obroка, трансфере и шпедицију).

Овај Фестивал представља једну од најважнијих културних манифестација у УАЕ и одржава се по једанаести пут. Циљ манифестације је да се представи културно наслеђе и традиција УАЕ и земаља учесница. Простор на самом фестивалу је подељен у четири целине (део за УАЕ, део за земље Залива, део за арапске земље и интернационални део). Свака земља учесница добија простор одређене површине са припремљеним штандовима-кућицама. Република Србија је добила простор величине 650м² са 16 штандова-кућица направљених у српском стилу.

ТОС је своју кућицу опремио постерима, сувенирима, великим екраном са кога су се емитовали филмови као и промотивни филм Air Србије.

Свечано отварање било је 01. децембра када је наш штанд посетио председник Републике Србије заједно са председником Покрајинске владе Војводине и са арапском делегацијом на челу са генералним менаџером Фондације Mohamed Najj Al Khoori. Председник се са својим гостима задржао десетак минута на нашем штанду где им је укратко испричао историју Београда и показао где се тренутно гради Београд на води. Арапска делегација је највише била одушевљена природним лепотама наше земље. Овом приликом су им уручени и пригодни поклони.

Фестивал је 04. децембра посетио престолонаследник Абу Дабија Sheikh Mohammed bin Zayed bin Sultan Al-Nahyan, Шеик Дубаија и премијер УАЕ Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum и краљ Саудијске Арабије Salman bin Abdulaziz Al Saud. Истог дана гост павиљона Србије био је и министар енергетике УАЕ Suhail Mahamed Faraj Al Mazrouei. Он се такође дуже задржао на штанду ТОС-а где је рекао да је свој одмор за следећу годину планирао да проведе у Србији из разлога што су многи његови пријатељи посетили нашу земљу и вратили се пуни позитивних утисака.

Заменик председника Скупштине града Београда, Секретар за културу града Београда и представник Туристичке организације Београда били су на фестивалу од 10. до 12. децембра. Такође, павиљон на фестивалу су 13. децембра посетили и председница Народне Скупштине Републике Србије заједно са председником Привредне коморе Србије.

2. Студијска путовања

2.1. Посета новинара ТВ екипе, 01-06. мај

Туристичка организација Србије је по први пут угостила новинаре из УАЕ који су представљали ТВ екипу са Националне телевизије из Абу Дабија. На овој телевизији се већ три године емитује серијал о земљама широм света, али не само о туристичким потенцијалима једне земље, већ је акценат стављен на културу и традицију једног народа. Две емисије о Србији које су настале као резултат ове посете су биле веома запажене у УАЕ, посебно зато што народ у УАЕ није много био упознат са културом, традицијом и обичајима нашег народа. Снимали су Београд, Нови Пазар и манастир Студеницу, и били су гости једне муслиманске породице као и једне српске породице на слави Турђевдан. Током свог боравка у Србији су писали су и објављивали снимке и фотографије на свим својим друштвеним мрежама где дневно имају преко 20.000 прегледа.

2.2. Посета новинара “Etihad Inflight”, 20- 22. август

Од када је Етихад кренуо са директним летовима из Абу Дабија за Београд, почело је све веће интересовање Емираћана за Србију. Из тог разлога су у Србији су боравили новинари који су писали репортажу о Србији за “Etihad Inflight” издање. Они су обишли Београд и целу Западну Србију.

2.3. Посета новинара туристичке емисије Duroob, 30. септембар – 01. октобар

Најпознатији путописни новинар и аутор туристичке емисије “Duroob” Ali Al Saloom, боравио је на Златибору где је обишао делове Западне Србије и свакодневно преко друштвених мрежа пружао својим пратиоцима информације, видео снимке и фотографије где и шта могу у овом делу Србије да виде.

XIII САД и Канада

1. Сајмови и презентације

1.1. Промотивни догађај поводом успостављања директног лета Београд-Њујорк, Њујорк, САД, 23. јун

Air Serbia је, у координацији са Владом Републике Србије и Градом Београдом, а поводом успостављања директног лета између Београда и Њујорка, организовала промотивни догађај у Линколн центру у Њујорку. За потребе овог догађаја, ТОС је обезбедио фотографије за изложбену поставку, филмове који су се приказивали током промотивног догађаја и српску народну ношњу која је била такође део изложбене поставке, као и промотивни материјал (брошуру „52 викенда“ у Србији и промотивне привеске за кофере).

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета групе америчких новинара, 01-08. октобар

У сарадњи са ПР агенцијом Zapwater из САД, и уз подршку Air Serbia, која је обезбедила бесплатне авионске карте за бизнис класу, Србију је у организацији ТОС-а посетила прва група америчких новинара. Групу је чинило 6 новинара који пишу за Vogue.com, AFAR.com, Fathom, Paste, Simply the Best, Travel Squire, Conde Nast Traveler, Premier Traveler Magazine, Travel + Leisure, Departures, New York Magazine, и два представника ПР агенције са задатком да након

студијске посете шаљу чланке о Србији америчким медијима. Новинари су посетили Београд и Нови Сад. До краја године укупна вредност објављених чланака је 279.344 америчких долара.

2.2. Студијска посета новинара King Holding Group, 01. октобар

Уз подршку Air Serbia, која је обезбедила авионску карту, ТОС је за новинара и његовог пратиоца обезбедио услуге превоза и водичке услуге за посету Фрушкој Гори, Сремским Карловцима и Новом Саду. Његов боравак је био припрема за снимање документарне емисије "Escape to the beauty of Belgrade" за програм који чувени Larry King емитује на кабловским и интернет каналима у 40 земаља.

XIV ЈАПАН И ЈУЖНА КОРЕЈА

1. Сајмови и презентације

1.1. Присуство на више манифестација локалног значаја, Јапан

У мају 2015. године потписан је протокол о сарадњи између ТОС-а и пословног удружења Southeast-Europe Business Association (JSEEBА). Представник овог удружења је боравио у Србији, упознао се са туристичким потенцијалом Србије и током ове године наступао на више манифестација локалног карактера у Јапану. Достављене су ТОС-ове брошуре, филмови и презентације и оне се користе за потребе промоције наше земље, уз несебичну помоћ и Амбасаде Републике Србије у Јапану.

24. март: Семинар о туристичким потенцијалима наше земље у просторијама удружења агенција Јапана и уз присуство Амбасадора Републике Србије. Присуствовало је 40 локалних медија и новинара.

22. мај: Промоција у Амбасади Републике Србије у Токију

29. мај: Промоција Србије на фестивалу "Shukakusai (Harvest Festival 2016)" у Јокохами

24. јун: Учешће на радионици Meeting & Workshop of Team EUROPE, у организацији јапанске асоцијације агенција ЈАТА, присутно је било преко 50 агенција, новинара и авио компанија.

28. август: Промоција на фестивалу Oimachi Donkaku Festival у Токију

01. октобар: Промоција на великом догађају „Ota Festival“ у Токију. Преко 40.000 је посетило овај догађај.

1.2. Заједничка радионица 6 држава Балкана у Сеулу, Јужна Кореја, 11-17. април

ТОС се по први пут представио у Сеулу и то у склопу радионице коју је организовао организатор путовања „Нарру Tours“ из Словеније. Они су агенција која доводи највећи број Корејанаца у регион, нарочито у Словенију и Хрватску. Годинама се представљају на том тржишту и ове године су одлучили да направе радионицу шест балканских земаља. Идеја овог регионалног представљања је да се покаже повезаност дестинација, прикажу сличности и различитости, дају предлози нових тура итд.

Представник ТОС-а имао је прилику да одржи презентацију пред великим бројем корејских новинара и агената и током радионице емитовани су ТОС-ови филмови, а за ТОС-овим пултом где су биле изложене брошуре и ситни поклони. Дати су интервјуи за велики број новинара. Организовани су и састанци са бројним агенцијама у данима који су следили. Привилегија је била да је представник Turkish Airlines-а из Србије одлучио такође да присуствује радионици у Сеулу, тако да су организовани додатни састанци са партнерима Turkish Airlines-а.

1.3. Сајам ЈАТА EXPO, Токио, Јапан, 23-25. септембар

Захваљујући иницијативи, организацији и финансирању Јапанске агенције за међународну сарадњу (ЈСА), Туристичка организација Србије је представила туристичке потенцијале наше земље у Јапану на међународном сајму туризма „ЈАТА Tourism Expo Japan“. Имајући у виду специфичност овог удаљеног тржишта и навике јапанских туриста да приликом свог путовања посете што већи број земаља које су географски блиске, ЈСА је за овај наступ окупила три земље региона – Србију, Црну Гору и Албанију, а директори ове три националне ТО су имали

част да отворе сајам туризма заједно са утицајним именима из света туризма не само Јапана већ из целог света. Током боравка у Јапану представници ТОС-а су имали прилику да се састану како са великим бројем државних званичника из области туризма Јапана, тако и са значајним представницима туристичке привреде и медијских кућа ове земље, између осталих са извршним директором Националне туристичке организације Јапана, потпредседником Туристичке агенције Јапана, директором Јапанске агенције за међународну сарадњу као и председником Јапанског бизнис удружења за југоисточну Европу. На састанцима је разговарано о могућностима унапређења сарадње и мерама у правцу привлачења већег броја туриста из Јапана да посете три дестинације.

Током овогодишњег сајма одржана је и конференција за медије на којој су говорили директори три националне туристичке организације и директор Turkish Airlines-а за Јапан. На конференцији су апострофирани потенцијали ове три дестинације, авио доступност и најављена је група новинара из Јапана која ће посетити регион пре краја године. Конференцији су присуствовали Амбасадори Јапана и Албаније као и почасни конзул Црне Горе у Јапану.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета јужнокорејске новинарке и фотографа, 17-23. јун

На презентацији одржаној у Сеулу договорена је посета Србији уреднице најзначајнијег туристичког часописа из Кореје "Tour de Monde". Она је обезбедила авионску карту за себе и фотографа а ТОС јој је организовала боравак у Србији, током којег је обишла Београд, Тополу, Златибор, Сирогојно, Дрвенград, Фрушку Гору, Карловце, Нови Сад, Палић и Суботицу. Утисци су више него позитивни и планирана је репортажа о дестинацији на 40 страна.

2.2. Студијска посета новинара и блогера из Јужне Кореје, 21-28. октобар

У организацији три националне туристичке организације (БиХ, Црне Горе и Србије) и Turkish Airlines-а, организована је група од седам новинара и блогера из Сеула. Група је слетела у Сарајево, а одлетела из Београда. То је било први пут да се направила организована активност у циљу промоције региона у Кореји, кроз текстове и постове који су објављивани у тамошњим медијима и на друштвеним мрежама. Програм је трајао 8 дана од чега су у Србији провели четири дана и обишли су манастир Милешева и Пријепоље, Златибор и Мокру Гору, Београд, Фрушку Гору, Карловце и Нови Сад. Из Амбасаде Републике Кореје у Београду стигла је похвала да су приметили много текстова о дестинацији.

2.3. Група новинара из Јапана, 12-14. новембар

На иницијативу ТОС-а, Turkish airlines је одобрио гратис карте за групу од 9 новинара и блогера из Јапана. Новинари и блогери су одабрани уз подршку ЈСА и путовање је било организовано за три земље региона. Група је слетела у Београд, а одлетела из Тиране. Према информацијама добијеним након завршетка путовања сви су били веома задовољни јер су видели дестинације које су сарађивале добро и употпуњавале понуду. Нису крили одушевљење боравком у манастиру Студеница где су и ноћили. Новинари ће писати за следеће медије: Sarai.jp, Shukan Bunshu, Croissant, Gendai Business, Innovations-I, Yucasee Media, Travel Watch, Chikyu no arukikata.

2.4. Blogger из Јапана-Yuya Matsuo – EseJapan, 06-20. октобар

Фотограф и утицајни блогер из Јапана који има преко 160.000 пратилаца на друштвеним мрежама је био у региону и обратио се ТОС-у за помоћ у организацији боравка у Новом Саду и Београду. <https://www.instagram.com/esejapan/> <https://twitter.com/EseJapan>

2.5. Студијска посета продукцијске екипе Korean TV Travel show, 11-15. децембар

Познато је да туристи из Кореје између осталог путују све више и на основу серија, емисија и reality програма који се снимају широм света. Добијена је понуда од стране Балдући филма из Хрватске (који им је партнер за регион) да се део серијала Miss Korea - Paradise In снима и у Србији, поред Хрватске и Словеније, што је ТОС са задовољством прихватила. Ово је први пут да је ТОС била домаћин овакве врсте промоције, уз очекивање успешне промоције дестинације

кроз овај серијал који прати две мисице из Кореје на путовања по далеким дестинацијама. Снимали су у Београду, Тополи и Аранђеловцу (хотел Извор).

2.6. Студијска посета организатора путовања, 17-21. децембар

Након детаљних анализа корејског тржишта дошло се до контакта људи који су делегирани за овај регион, а раде и доносиоци су одлука у највећим агенцијама у Кореји. Посета је организована у сарадњи са Turkish Airlines. Гостима су обишли Фрушку Гору, Сремске Карловце и Нови Сад, Тополу, Оплењак и хотел Извор, Мокру Гору и Златибор и наравно Београд. Након повратка у Кореју највећа агенција Interpark, разматра покретање чартер летова за Београд.

Агенције које су биле на овом путовању су: Interpark, Verygood tour, Hana tour, Tour 2000, Mode tour + Turkish Airlines из Сеула.

3. Разно

3.1. Представник JICA (Japan International Cooperation Agency) задужен за развој туризма ове регије и промоцију на јапанском тржишту ће боравити у ТОС-у у наредне две године као регионални консултант за јапанско тржиште.

3.2. Радионица у ТОС-у од стране оснивача Конгресног бироа Кореје на тему "Increasing connectivity between Serbia and Korea" одржана је 30. септембра. На иницијативу Амбасаде Републике Кореје, ТОС је организовао предавање професора Дае-Кван-а са Факултета за хотелијерски и туристички менаџмент Кјунг Хи Универзитета, а све у циљу поспешивања веза између Србије и Кореје, као и ради подизања нивоа познавања корејског тржишта од стране туристичке индустрије Србије. Ово предавање туристичког експерта из Кореје дало је одговор на питање „Како разумети и испунити очекивања туриста из Кореје“. На почетку радионице присутне учеснике поздравила је директорка ТОС-а пожелевши им топлу добродошлицу у Србију.

XV Пољска, Чешка и Словачка

1. Сајмови и презентације

1.1. „Београд (и Србија) у Прагу“, Праг, Чешка Република, 19-21. октобар

Промотивни догађај „Београд (и Србија) у Прагу“ је организован од стране Туристичке организације Београда, у сарадњи са Амбасадом Републике Србије у Чешкој, националном авио компанијом Ер Србија и уз подршку Туристичке организације Србије. По завршетку презентационог дела где су се представили ТО Београд, ТО Србија и национална авио компанија, уследио је коктел и Радионица - Б2Б састанци представника чешких и српских организатора путовања.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета пољске новинарке, 27. јануар -01. фебруар

ТОС је, у оквиру зимске кампање „Зима прија свима“, организовала студијску групу иностраних новинара који су боравили у Београду, на Копаонику и у Буковичкој бањи. Из Пољске је то била новинарка часописа Poznaj Świat.

2.2. Студијска посета чешких и словачких организатора путовања и новинара, 18-21. април

У организацији ТОС и уз подршку национале авио-компаније Air Serbia која је обезбедила авио карте, 8 чешких и словачких организатора путовања као и две новинарке из Чешке су боравили у студијској посети, и то: организатори путовања Asiana, Pelikan, Student Agency, Firo Tour, Cedok, Geops, TUI / BCD и Qualitravel / Bubo, и новинари Travel Digest и Veronikas Adventure.

Гости су имали могућност да упознају Београд, Фрушку Гору, Нови Сад, Аранђеловац и Тополу.

2. Остале промотивне активности

2.1. Европски самит регија и градова, Братислава, Словачка 07- 09. јул

Седми Европски самит регија и градова у оквиру Дунавске стратегије Европске уније одржан је на тргу испред Народног позоришта у Братислави, где су били постављени шатори и где су се представљале земље подунавског слива из области туристичких производа и иновација и изума који су везани за тему воде. Из Србије су били представници ТОС-а из области туризма и ЈП Војводинашуме из области иновација. Организатори су преузели трошак ноћења за представнике ТОС-а.

2.2. Помоћ аутору првог штампаног водича Србије на чешком, 15-26. август

Издавачка кућа Freytag-Berndt припрема прво издање туристичког водича кроз Србију на чешком језику. Аутор водича гдин Павел Тројан је боравио у Србији у јулу и августу како би се упознао са дестинацијом. ТОС му је том приликом обезбедио контакте и спојио са представницима локалних туристичких дестинација као и локалитета.

XVI Иран

1. Студијска путовања

1.1. Студијска посета организатора путовања и новинара из Ирана, 18. март

Уз прву организовану групу туриста из Ирана који су дошли у Србију, ТОС је организовао разгледање Београда за председника највећег иранског организатора путовања „Iran markaz internacional“ и за новинара и фотографа Iran Tourism magazine (www.mosaferan.ir). Организован је пријем у просторијама ТОС-а за званичнике и прве туристе из Ирана.

XVII Израел

1. Студијска путовања

1.1. Студијска посета новинара из Израела, 01-05. септембар

Представници пет израелских медија боравили су у Србији и том приликом посетили градове Београд, Нови Сад, Сремске Карловце, бању Врдник и винарије у поменутом местима. Новинари еминентних медија: Laisha Magazine, Lametayel Tourism Portal, Yedioth (Maslol), Walla Web, Globes-Passport, као резултат студијске посете, објавили су промотивне текстове о Србији. Авионски превоз обезбедила је Air Serbia у сарадњи са представником у Тел Авиву Open Sky.

1.2. Студијска посета организатора путовања Натур из Израела, 10-13. октобар

Представник компаније Натур боравио је у посети Србији и том приликом се упознао са ексклузивном понудом велнес и спа туризма у Србији. Обишао су Врдник, Аранђеловац и Врњачку бању.

Компанија Натур је једина туристичка компанија у Израелу која у свом саставу има и авио компанију. Од септембра 2016. године успоставила је летове за Београд.

Сарадња са међународним организацијама

1. Презентације, конференције, радионице и остале активности у иностранству

1.1 Конференција „AdventureNEXT“, Охрид, Македонија, 09-12. мај

У организацији Adventure Travel Trade Association (АТТА) и Агенције за промоцију и развој туризма Македоније је организована конференција везана за авантуристички туризам. Фокус конференције је био на развоју и унапређењу авантуристичког туризма у југоисточној Европи. Конференција „AdventureNEXT“ представља највећи до сада организован скуп, везан за нишу авантуристичког туризма, одржан на Балкану. Циљ конференције је био да се кроз бројна предавања, разговоре, представљање примера добре праксе, оснажи одрживи развој овог вида туризма који највећи допринос доноси локалној заједници и унапређује заштиту природних добара.

Догађај је одржан у хотелу „Инекс Горица“ на Охриду и окупио је 287 делегата из 30 земаља укључујући и делегате из 12 земаља региона.

Први дан конференције је био резервисан за Дан авантуре, када је домаћин конференције за све делегате организовао показне туре различитих сегмената авантуристичког туризма, а које је могуће упражњавати у Македонији.

Преосталих дана конференције организовано је 11 предавања која су била подељена у категорије намењене за понуђаче, купце, медије и државне институције. Током другог дана у Дијамантској сали хотела „Инекс Горица“ одржан је marketplace, на коме су се сусрели понуђачи и купци.

Трећег дана је поред предавања организован и сусрет са медијима који је организован у виду брзих састанака, да се размене контакти и започне разговор о сарадњи. Током сусрета са медијима обављени су разговори са Lyn Huges, главни уредник и директор, Wanderlust travel media, Avery Stonich, новинар, Dave Semnara, новинар, Kiki Lind, писац и фотограф.

Током другог дана конференције, током одржавања marketplace-а, одржан је састанак Регионалног савета за сарадњу (Regional Cooperation Council), на ком је учествовао представник Туристичке организације Србије, уз представника туристичке агенције „Wild Serbia“, док представник Министарства трговине, туризма и телекомуникација није присуствовала састанку.

Од важнијих контаката са конференције издвајају се Shannon Stowell, председник АТТА, Casey Hanisko, потпредседник АТТА, маркетинг и комуникације, Rob Holmes, оснивач GLP films и Филип Стојановић, USAID REG.

1.2 Учешће директорке ТОС-а у раду Радне групе за туризам Мешовитог руско-српског комитета за трговинску, економску и научно-техничку сарадњу;

1.3 Присуство директорке ТОС-а панелу „Security and sustainability in Tourism“ (Сигурност и одрживост у туризму), који је одржан у оквиру 11. Стратешког форума на Бледу, чија је овогодишња тема „Safeguarding the Future“ (Очување будућности), 5-7. септембар 2016;

1.4 Учешће директорке ТОС-а на састанку високог нивоа, који је одржан у склопу Међународног конгреса на тему светске цивилизације и креативног туризма, чији је организатор Министарство туризма Бугарске и Светска туристичка организација, Софија (Бугарска), 28-30. новембар 2016.

2. Активности у оквиру Европске туристичке комисије

2.1. Учешће на другом састанку Маркетинг групе Европске туристичке комисије, Праг, Чешка Република, 17-19. фебруар

2.2. Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО;

2.3. Месечно достављање текстова на задате теме за newsletter;

2.4. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Protaras/Ayia Napa, Кипар, 12. мај

- Генералној скупштини су непосредно или преко овлашћења за гласање присуствовале 22 европске земље чланице и представници пет придружених чланова (Amadeus IT, STA Travel, Expedia Inc, Emirates Airlines, Eurail Group).

- Генерална скупштина је изабрала новог потпредседника, и то је гдин Leslie Vella из НТО Малте.

- У оквиру заседања донете су одлуке о висини чланарине за 2017. годину и одобрен је Извештај о раду за 2015. годину, а чланицама су поднети извештаји о активностима у области маркетинга (укључујући и Маркетинг групу и оперативне групе), истраживања и финансија, као и о активностима потпредседника Комисије у вези са лобирањем (визни режим, одрживост).

- Придружени чланови су одржали презентације својих компанија и могућности за сарадњу са ЕТЦ-ом.

2.5. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Братислава, Словачка, 23-25. новембар

- Генерална скупштина је усвојила План рада за 2017. годину

3. Активности у оквиру Дунавског центра (Danube Competency Centre)

3.1. Организација туре разгледања дестинација на Дунаву (Виминацијум, Голубац, Смедерево), за учеснике конференције Danube Travel Trade Masterclass (Marketplace Danube)

4. Активности у оквиру Асоцијације Трансроманика

4.1. Припрема текстова за нову брошуру Асоцијације Трансроманика за 2016. годину.

У сарадњи са ТО Краљево, припрема текста и фотографија о манастирима у Србији на путу културе Трансроманика. Ангажовањем ТОС-а брошура има већи број страница за споменике из Србије. ТОС је добио тираж од 5.000 примерака и већи део ове публикације је проследио манастирима (Студеница, Жича, Градац, Сопоћани, Ђурђеви Ступови) за промоцију једног од главних путева културе Савета Европе у локалу.

4.2. Представљање Пута културе Трансроманика на сајму туризма ИТВ у Берлину 2016. године

4.3. Трансроманика Blogger`Trip у августу 2016. године

У периоду 30.08. – 02.09.2016. године у организацији Европског института за културне руте Савета Европе, Европске туристичке комисије, Асоцијације Трансроманика и Асоцијације „I Ambassador“ организовано је студијско путовање за блогере у Србији и Каринтији - Аустрији. Студијско путовање је испланирано са циљем да повеже два европска пута културе у Србији: Трансроманику“ и „Пут римских царева и дунавски пут вина у Србији“. Од споменика на главном путу културе Савета Европе „Трансроманике“ у Србији представљени су манастири Студеница и Жича. Иностранци блогери су „Пут римских царева и дунавски пут вина у Србији“ имали прилику да доживе кроз неке од најзначајнијих споменика културе у Србији, Феликс Ромулијане у Зајечару и Медијану у Нишу, као и обиласком споменика дуж тока Дунава од Доњег Милановца до Кладова. На студијском путовању учествовало је пет блогера из Италије, Канаде, Бразила, Кине и Индије, као и представници Европског института за културне руте, Европске туристичке комисије и Асоцијације Трансроманика. Сви трошкови студијског путовања су финансирани средствима Савета Европе – Заједничког програма културних рута. Као резултат овог студијског путовања ТОС је добио промотивни филм блогера „Crossing Routes – Blogging Europe“ за даљу промоцију;

4.4. У оквиру промоције пута културе Трансроманика у Србији постављене су информативне табле испред манастира. Уз ангажовање ТОС-а Србија је у току 2016. године добила 2.000 евра за постављање информативних табле које су урађене према стандардима Асоцијације Трансроманика.

7. Конгресни биро Србије

У извештајном периоду Конгресни биро је имао следеће активности:

Број организованих едукација за партнере из привреде: 8

Број сајмова на којима је КБ учествовао: 3

Број посебних презентација и радионица: 4

Број студијских посета за организаторе конгреса: 39

Број организатора конгреса у студијској посети: 278 организатора

Број кандидатура које су у процесу: 41

Број потврђених кандидатура: 18

Број презентација дестинације у иностранству: 9

7.1. Промоција на домаћем тржишту

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

- У 2016. године представници Бироа су се сусрели континуирано са партнерима из конгресне индустрије поводом оперативних питања подношења кандидатура, рада алијансе конгресних дестинација и ради координирања маркетинг комуникација према страним, регионалним и домаћим клијентима. Ове активности су сумиране на састанку одржаном у понедељак 25.априла у просторијама ТОС у термину 16-19х. На састанку су присуствовали представници хотел, професионалних организатора конгреса, као и домаћих удружења из академског сектора. Биро ће наставити даљу континуирану комуникацију поводом претходно дефинисаних оперативних питања, а као један од резултата састанка је и иницијатива за креирање платформе позиционирање Србије, пре свега Београда, али и Новог Сада, као центра регионалних удружења и асоцијација. Почетком наредне године Биро ће креирати предлог функционисања платформе.
- У оквиру Међународног сајма туризма у Београду, представници Бироа су узели учешће на штанду ТОС. Учешће на сајму је искоришћено за реализацију састанака са представницима привреде на сајму, пре свега хотелима, као и за посету локалним туристичким организацијама у чијим дестинацијама се налазе одређени конгресни капацитети.
- У периоду 11-12. март представник Бироа је боравио у Новом Саду и Суботици са циљем координације активности локалних туристичких организација и партнера у организовању едукација и инструктаже ради јачања капацитета локалних дестинација и пружаоца услуга. Сврха је била и обилазак партнера конгресног бироа у секундарним дестинацијама, а са циљем упознавања са стањем на тржишту и дефинисањем даљих корака сарадње. Јасно је да дестинације Нови Сад и Суботица могу да буду значајни стејкхолдер на регионалном тржишту, као интересантан доживљај за међународне клијенте. Дестинације које сам посетио су део Destination Alliance програма.
- Дана 28.03.2016 представник Биро је боравио у Новом Саду са сврхом едукације и инструктаже запослених у Мастер центру новосадског сајма и локалне туристичке организације Новог Сада на тему бидовања и истицања кандидатуре за међународне конгресе.
- У периоду 25-26. април 2016 године за партнере конгресне индустрије организовани су едукације из области: развоја професионалних асоцијација, процеса подношења кандидатура, стандарда квалитета у конгресној понуди и проактивне продаје. Теме едукације су обухватале разумевање односа продаје капацитета и продаје дестинације, развоја продајних предлога, развоја бид стратегија, дефинисањепредности и

дестинације и капацитета, разумевање и креирање додате вредности за клијента, разумевање процеса одлучивања клијента, како таргетирати сегменте, како креирати локални контакт, како се развијају асоцијације и стратешка планирања.

- Презентација програма Конгресног бироа у академским и стручним круговима, упознавање домаћих удружења и асоцијација и домаћих корпорација о активностима конгресне индустрије и Бироа се обавља континуирано. Иницирана је платоформа сарадње са домаћим корпорацијама и страним представништвима корпорација у Србији у сфери организације пословних догађаја и састанака у Србији и креирање контаката према страним централама.
- Дана 26. маја представник Бироа је учествовао у раду конференције на Архитектонском факултету која је имала за циљ обележавање почетка пројекта Одрживи развој и архитектура у региону источне Србије. Током састанака презентирани су модели сарадњи са удружењима и креирање туристичког производа базираног на искуству.
- Дана 15. октобра, одржан је други део едукација за локалне туристичке организације и пружаоце услуга, првенствено на територији Дунава. Едукацију је организовало еколошко друштво Пинкум ВГ, уз подршку Општине Велико Градиште и нашег Министарства. Тема предавања представника Бироа је била „Дестинацијски маркетинг план, туристички производи и алати“. Садржај је обухватио концепт дестинацијске менаџмент организације, стратешког и оперативног маркетинг плана, како дефинисати туристичке производе, како креирати тактике производа, продаје и комуникације, на који начин дефинисати тржишне сегменте и одредити гео тржишта. Презентација је трајала 120 минута. Презентације су имали Клаус Капер (Аустријска развојна агенција) са темом представљанај резултата пројекта креирања Територијалне стратегије и дестинацијског маркетинг плана дунавског региона у Србији и Јасмина Искрин Бељан (из Сремских Карловаца) са темом реалне имплементације менаџмента дестинације у пракси. У недељу 16.12 презентације су имали Владан Кречковић (ДЦЦ) са темом креирања путева културе и вина на току Дунава, и Иванка Тасић (агенција Панацомп) са темом креирања односа међу стејхолдерима.
- У Новом Саду је реализовала конференција која је за тему имала специфичности тржишта хотелијерства у туризму Србије и региона, као и поглед на остале аспекте, као што су едукација у туризму и пословање туристичких агенција. Учешће на оваквим конференцијама је прилика за одржавање контаката са индустријом, као и да се добије увид у нове тенденције развоја тржишта. Укупно је било око 120 учесника из сектора туристичке индустрије, али и одређени број студената. Боравак у Новом Саду је искоришћен и за серију састанака са представницима научно-истраживачких институција, Мастер конгрес центра и хотелском индустријом Новог Сада;
- 21. децембра у Новом Саду, у Мастер центру, је организован Дан конгресних амбасадора. Овом приликом одају се признања заслужним појединцима који су у Србији организовали састанке својих међународних удружења, и тиме допринели развоју и позиционирању наше земље као конгресне дестинације. Посебан значај у нашем раду имају заједничке активности са домаћим професорима, научницима и стручњацима чији углед у међународним асоцијацијама им омогућава да поднесу кандидатуру за одржавање међународних скупова у Србији. Успешна сарадња у континуитету допринела је да се као земља већ неколико година заредом налазимо међу првих 50 дестинација у свету, мерено бројем скупова међународних удружења. Додела награда је одржана у Новом Саду, другом по величини и значају универзитетском центру и конгресној дестинацији у Србији. Ово има посебан значај и због чињенице да Конгресни центар „Мастер“ у 2016. слави десет година успешног рада. Ово је била

прилика да се искаже захвалност партнерима који су кроз сарадњу са Конгресним центром „Мастер“, дали допринос развоју конгресне индустрије у Србији;

- 22. децембра у Београду је одржан Годишњи састанак конгресне индустрије, догађај који окупља партнере Бироа. На догађају су представљени резултати активности, предлог активности за 2017. годину, али се дискутовало и око процеса стандардизације ПЦО и ДМЦ агенција, и другим заједничким активностима који подижу позицију Србије као конгресне дестинације на међународном тржишту.

7.1.2. Оглашавање и промоција у домаћим медијима

- У 2016. години Биро је имао плаћене активности оглашавања и промоције у домаћим медијима, који су се огледали кроз пласирање текстова у штампаном издању и дигиталним каналима водећег конгресног часописа.

7.2. Промоција на међународном тржишту

7.2.1. Учешће на сајмовима конгресног туризма

- **Conventa, 20-21 јануар 2016. године, Љубљана, Словенија**
Конгресна берза Conventa фокусирана је на конгресну индустрију у региону југоисточне Европе. Осим КБС, који је закупио опремљен типски штанд величине 4 м², остали учесници из наше земље (са бројем заказаних састанака у загради) били су представници хотела Crowne Plaza Belgrade (29), Holiday Inn Belgrade & Belexpocentar Hall (15), МК Mountain Resort (31), Radisson Blu Old Mill (34), агенције Talas S (27), као и Туристичке организације Београда (24). Осим представљања и састанака на самој берзи, представници Бироа учествовали на „SITE Incentive Summit Education Day“ и „ICCA Breakfast Seminar“. На свечаној церемонији додељене су годишње награде а у категорији „Meetings Star Awards 2015“ Београд је освојио треће место као најбоља конгресна дестинација у региону средње и југоисточне Европе. Боравак у Љубљани искоришћен је и за сусрет и разговор са проф. Јанезом Богатајем, словеначким ЕДЕН амбасадором, са којим је током претходних година већ успостављена сарадња на овом пројекту и у области гастрономије у туризму. Током два дана трајања сајма одржано је преко 50 састанака.
- **IBTM Arabia, 9–11. Фебруар, Абу Даби, УАЕ**
Конгресни биро учествовао је на специјализованог конгресној берзи за тржиште Блиског Истока и Емирата. Карактеристика сајма је функционисање на бази састанака који се заказују по принципу исказаних преференција нас као излагача и клијената. У том смислу, могуће је таргетирано и индивидуално приступити сваком клијенту, како би се садржина састанка прилагодила његовим конкретним захтевима. У току трајања сајма остварено је преко 50 контаката са клијентима, доминантно из сфере корпоративних догађаја и подстицајних путовања. Пословни клијенти из Абу Дабија и Дубаија, који су били циљано тржиште, су у узлазној фази животног циклуса, што значи да имају снажне потребе за путовањима, које су пре свега усмере на добро познатим дестинацијама Западне Европе. Ипак, након састанака и разговора отворене су и опције за Србију имајучи у виду фреквенцију летова (пре свега Абу Даби), као и олакшани визни режим. Након тога, значајно интересовање је дошло од стране руских корпорација, које ће део група пребацити на Србију због структуре доживљаја, као и отказивања одлазака у друге земље.
- **IMEX, 19–21. април, Франкфурт, Немачка**

У периоду од 19 – 21. априла, Конгресни биро учествовао је на највећем и најзначајнијем сајму конгресне индустрије IMEX. Сајам се по структури састоји од Б2Б састанака, са представницима асоцијација, корпорација и агенција које организују подстицајна путовања. У односу на претходну годину закупљен је већи штанд, чиме је добијено више квалитног простора за састанке, а реакције клијента на уређеност, дизајн и организованост штанда су биле одличне. На простору величине 68м², поред Конгресног бироа, суизлагачи на штанду Србије су били и водећи хотели у нашој земљи: Hyatt Regency, Metropol Palace, Crowne Plaza, Falkensteiner, Holiday Inn, МК Mountain Resort, Radisson Blu и Zira, као и агенције које се баве корпоративним тржиштем: MC Vekol, Glob Metropolitan Tours, iDMC, Liberty International Serbia, Serbia Incoming DMC, Serbiain – Eurojet Travel Company и Talas-S, као и ТОБ. Сви учесници на штанду су део Програма партнерства Бироа и индустрије. Наступу на сајму претходила су три припремна састанка. Партиципација за уцешће на овом сајму износи 300еур за агенције и 500еур за хотеле. Током три дана трајања сајма, на штанду Србије одрзано је преко 240 састанака, на шта треба додати и 20 састанака који су одржани мимо редовне агенде. Поред индивидуалних састанака, сваког дана сајма одржане су и презентације дестинације (укупно 6) са представљањем конгресне понуде Србије, са IHG USA, Compass Consulting Russia, Liberty International Russia, Liberty International Poland, Accor Spain & Portugal и Carlson Rezidor Hotel Group – Germany. На групним презентацијама је учествовало 42 клијента. Активношћу излагача у току трајања сајма остварени су контакти и са многим агенцијама, корпорацијама и асоцијацијама који нису имали првобитно заказан термин састанка. Представници Бироа су одржали и значајан број састанака изван унапред договорене агенде, укључујући И састанке са Kenes Corporation, Congrex Switzerland, Lufthansa, Austrian Airlines, Turkish Airlines, Marriott&Starwood, и другим стратешким стејкхолдерима. Током трајања сајма Србија је била партнер на свечаном пријему Carlson Rezidor Hotel Group која је одржана у хотелу Радисон Блу.

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

- **ICCA Client Supplier Workshop, Sweden, фебруар**

У периоду од 18-20.02.2016. Конгресни биро Србије учествовао је на ICCA Client/Supplier радионици, организованој од стране Међународне асоцијације за конгресе и конвенције ICCA и Упсала конгресног бироа. Циљ радионице јес спајање 10-15 бироа и 10-15 представника (доносиоца одлука) међународних асоцијација на једно место, омогућавајући размену информација како о асоцијацијама које представљају тако и о дестинацијама и расположивим конгресним капацитетима. Ова радионица се односи на категорију малих догађаја (до 800 делегата) и за догађаје који ротирају само у Европи. Уцешће на радионици се обезбеђује тако што сваки биро мора да поведе једног свог клијента, тј. асоцијацију са којом сарађује, како би се та асоцијација сада упознала са осталим дестинацијама. Клијент којег је Конгресни биро Србије анимирао је Европско Удружење за кардиоваскуларну и ендоваскуларну хирургију The European Society for Cardiovascular and Endovascular Surgery (700д делегата у просеку) које у априлу ове године има конгрес у Београду. Радионица се састојала од 14 унапред заказаних Б2Б састанака са следећим међународним асоцијацијама:

1. International Federation of Information Technology and Travel & Tourism -IFITT-
2. Competence Center of Urban and Regional Planning –CORP-
3. SUMO - MuseumNext Conference
4. Alzheimer Europe -AE-
5. International Society for Professional Innovation Management -ISPIM-
6. European Society of Cardiology -ESC-
7. Euroheat & Power

8. European Society for Vascular Medicine -ESVM-
9. European Association of Psychological Assessment -EAPA-
10. European Society of Cardiovascular and Endovascular Surgery -ESCVS-
11. European Haemophilia Consortium -EHC-
12. Eur. Assoc. for Comm.'s Electronics, Intelligence & Info. Systems Professionals
13. European Federation for the Science and Technology of Lipids -Euro Fed Lipid-
14. European Federation of the World Poultry Science Association -WPSA-

- **European CVBS Alliance Meetings, јануар**

У периоду 28-30.01 представник Бироа је боравио у Минхену како би учествовао у раду Европске алијансе конгресних бироа. Као један од иницијатора настанка ове Алијансе, Конгресни биро Србије својим учешћем активно учествује у раду и доприноси квалитету постигнутих договора. Теме о којима се дискутовало су се односиле на заједничка истраживања тржишта, координацију комуницирања са организаторима сајмова ради исправљања недостатака уочених у операционализацији активности, утврђивања могућих опција за заједничке активности на прекоморским тржиштима. Искоришћена је прилика и за билатерлане састанке са представницима Пољске, Немачке, Литваније, Холандије и Словачке. Ово је редовна активност Бироа која се односи на креирање и одржавање међународног нетврокинга, који је од круцијалне важности за развој дестинације.

- **ICCA Association Expert Seminar - IMEX, април**

Представник биро је учествовао на ICCA радионица која се организује уочи сајма IMEX а са циљем решавања изазова у комуникацији нових, као и већ етаблираних, дестинација представницима европских асоцијација. Реализован је и едукативни део за конгресне бироа и за асоцијације. Суштина је мрежавање и развој потенцијалних контаката за даље бидовање. Представник биро је био панелиста у оквиру сесије о дефинисању приступа асоцијацијама приликом процеса инстицања кандидатуре за међународне догађаје.

- **ICCA Client Supplier Workshop, Spain, јун/јул**

У периоду од 30.06 - 02.07.2016. представник Бироа учествовао је на ICCA Client Supplier радионици у Валенсији, Шпанија. Циљ радионице је спајање 10-15 бироа и 10-15 представника (доносиоца одлука) међународних асоцијација на једном месту, омогућавајући размену информација како о асоцијацијама које представљају тако и о дестинацијама и расположивим конгресним капацитетима. Ова радионица се односи на категорију великих догађаја (500+ делегата) и за догађаје који ротирају само у Европи.

Учешће на радионици се обезбеђује тако што сваки биро мора да поведе једног свог клијента, тј. асоцијацију са којом сарађује, како би се та асоцијација сада упознала са осталим дестинацијама. Постоји одређен сет критеријума за прихватање сваког од клијентара за учешће у радионици. Клијент којег је Конгресни биро Србије анимирао је Савез европских удружења за исхрану (ФЕНС) за који смо у процесу кандидовања за 2023. годину у Београду (1.700 делегата)

Радионица се састојала од 14 унапред заказаних Б2Б састанака са следећим међународним асоцијацијама:

1. Perminant Scientific Committee of the International Symposium on High Performance Liquid Phase Separations and Related Techniques
2. European Federation for Immunogenetics -EFI-
3. BMJ Publishing Group Ltd.

4. European Association for Haemophilia and Allied Disorders -EAHAD-
5. International Federation of Social Workers - European Region
6. European Association for Osseointegration -EAO-
7. European Academy of Neurology
8. Federation of European Nutrition Societies -FENS-
9. International Institute of Social History -IISG-
10. European Membrane Society -EMS-
11. European Society of Clinical Microbiology and Infectious Diseases -ESCMID-
12. Society of Environmental Toxicology and Chemistry -SETAC Europe-
13. European Society of Gene and Cell Therapy -ESGCT-
14. European Wound Management Association -EWMA-

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

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

Датум	Назив групе	Број људи	Тржиште
21-23.јануар	БВ корпоративна студијска група	9	Велика Британија
19-21.јануар	Светски конгрес византолога	3	Грчка
18-19.фебруар	Villa Luxe корпоративна студијска група	1	Белгија
26-29.фебруар	Светски конгрес пчелара АПИМОНДИА	3	Велика Британија
18-20.март	General Motors студијска група	1	Русија
02-03.март	Austrian корпоративна студијска група	19	Аустрија
03-04.март	HRG Русија студијска група	2	Русија
01.-03.април	БЛХ корпоративна студијска група	10	Бенелукс
03-10.мај	BBC Travel студијска група	2	УСА
04-08.мај	Boosting корпоративна студијска група	3	Холандија
07-10.мај	FCM корпоративна студијска група	12	Русија
11-13.мај	Европски конгрес паразитолога ЕМОП	2	Немачка
23-25.мај	WYSTC конгрес оmlадинских путовања	3	Холандија
24-26.мај	ICMA конгрес маркетинг асоцијације	1	Велика Британија
26-28.мај	DUB корпоративна студијска група	1	УАЕ
28-30.мај	SICOT светски конгрес ортопеда и траумиста	2	Немачка
03-05.јун	JTB корпоративна студијска група	9	Русија
03-04. јун	АОЕCS европски конгрес цељеаклије	2	Мађарска
03-05.јун	SOE европски конгрес офтамолога	22	Европа
04-06.јун	Балкански и европски конгрес сомелијера	2	Кипар
08-10.јун	CRG RB корпоративна студијска група	12	Швајцарска
09-13.јун	РУС корпоративна студијска група	5	Русија
17-19.јун	Demlink корпоративна студијска група	12	Русија
28-30. јун	ECSF европски конгрес цистичне фиброзе	1	Немачка
10-11 јул	WFNS светски конгрес неурохирурга	2	Турска
12 – 21. авг	Европски конгрес за особе са посебним потребама	2	Немачка
13-18 сеп	Power theck конгрес струје	2	ВБ
22-24 сеп	Fam trip Swiss	11	Швајцарска
24-27 сеп	WYSTC final fam trip	8	ww
27-28 сеп	IMEX fam trip	1	ВБ

28 сеп – 02 окт	EANM Evropski kongres nuklearne medicine	4	ww
3-6 окт	Iranian mice agencies	13	Иран
12 – 16 окт	EFFORT Европски конгрес ортопедских хирурга	2	Русија
18-21. окт	EANS Европска асоцијација неурохирурга	7	Европа
19-22 окт	WAPM светска асоцијација перинаталне медицине	3	Свет
19-22 окт	ACI удружење банака	40	Свет
24-29 окт	FENS удружење за исхрану и нутрицију	17	Свет
3-7. нов	IFM светска асоцијација музичара	25	Свет
1-3. дец	EAES европска асоцијација недокопских хирурга	2	Швајцарска

7.2.4. Ogлашавање и промоција у иностраним часописима и медијима

- У току године Биро није имао плаћене активности оглашавања и промоције у иностраним часописима и медијима. Време је искоришћено за анализу потенцијалних облика сарадње, а који се могу базирати на интернет или штампаном оглашавању, и то кроз представљање студија случаја сарадње Бироа са међународним асоцијацијама и удружењима. Такође, за другу половину године планирано је таргетирање страних клијената кроз циљано слање емаил обавештења.

7.3. Информисање и односи с јавношћу

- Биро наставља активности које су фокусиране на одржавање и ажурирање базе података. База података служи за праћење комуникације са клијентима. На једном месту су смештени сви неопходни подаци. Софтвер базе података се хостује на серверу у Немачкој, а трошкови зависе од броја регистрованих корисника базе
- За потребе интересантније и активније промоције Србије као конгресне дестинације креирана је 3д анимација, односно цртани видео клип. Идеја је била да се у што краћем временском периоду, од максимум 2 минута, на другачији начин прикаже доживљај Србије као конгресне дестинације, са нагласком на неколико кључних момената. Реакције клијената током иницијалном представљања на сајму ИМЕКС су одличне, тако да у наредном периоду ћемо настојати да креирамо и друге, сличне клипове. Идеја је и да се клипови дистрибуирају путем мејла или плаћеног интернет оглашавања.

7.4. Подршка у процесу истицања кандидатура за организацију међународних скупова у Србији

- Биро је у сарадњи са домаћим стручњацима, докторима и локалним асоцијацијама започео процес истицања кандидатуре за међународне догађаје. Махом је реч о европским догађајима али у неколико наврата и о светским. Реч је кандидатурама за 23 конгреса. У наредном периоду Биро ће интензивирати активности око ових кандидатура ако би се издејствовала победа за Србију. Реч је о потенцијалном приходу од око 30 милиона евра за дестинацију

Кандидатуре за међународне догађаје	Акроним	Бр. делегата	Година	Статус
International Conference on Electricity Distribution	CIREN	1,200	2019	У процесу
European Congress of Neurosurgery Конгрес	EANS	2.500	2020	У процесу
European Congress of Neurosurgery Тренинг	EANS	400	2018	У процесу
World Federation of Neurosurgical Societies	WFNS	4.000	2022	У процесу

World Federation of Neurosurgical Societies Симпозију	WFNS	500	2019	У процесу
International Apicultural Congress	APIMONDIA	8,500	2021	У процесу
International Federation of Air Traffic Controllers Associations	IFATCA	1.400	2019	У процесу
International Federation of Air Traffic Controllers Associations	ECC	800	2018	У процесу
SICOT Orthopaedic World Congresses	SICOT	4,300	2020	У процесу
Congress of the European Association of Nuclear Medicine	EANM	5,000	2020	У процесу
European Society for Vascular Medicine	ESVM	400	2018	У процесу
World Seed Congress 2021	WSC	1,200	2021	У процесу
World Society of Ophatomology	SOE	4,000	2021	У процесу
Revlon Europe Gathering	Revlon	4,000	2018	У процесу
International Federation of Theatre Research	IFTR	1.200	2019	У процесу
Federation of European Societies for Surgery of the Hand	FESSH	1.000	2020	У процесу
International Dog Federation	IDF	1.500	2021	У процесу
European Cosmetic Dentistry Surgery	ECSD	500	2018	У процесу
Bass Europe	BASS	400	2018	У процесу
ACI Financial Market Associaton	ACI	1.200	2020	У процесу
Alchaimer Europe	Alchaimer	500	2018	У процесу
International Musician Federation	IFM	200	2020	У процесу
Federation of Nutrition Sicens	FENS	2.500	2023	У процесу

- Биро је у сарадњи са домаћим стручњацима, докторима и локалним асоцијацијама започео процес истицања кандидатуре за међународне догађаје. Махом је реч о европским догађајима али у неколико наврата и о светским. Реч је кандидатурама за 18 конгреса који су и потврђени за Србију. Укупно посматрано, на овим догађајима према званичном међународној ICCA статистици, очекује се 15.000 делегата, а објективно процењен директан приход је око 16 милиона евра.

Кандидатуре за међународне догађаје	Акроним	Бр. делегата	Година	Статус
Conference of the Society for Free Radical Research-Europe	SFRR	300	2020	Добијено
World Congress of Perinatal Medicine	WAPM	2,700	2017	Добијено
Congress of the European Society of Physical and Rehabilitation Medicine	ESPRM	1,500	2020	Добијено
International Classified Marketplace Association	ICMA	150	2017	Добијено
Congress of the European Federation of Societies for Microsurgery	EFSM	400	2018	Добијено
Conference of the International Sunflower Association	ISA	450	2020	Добијено
International Congress on the Fetus as a Patient	IFP	500	2019	Добијено
World Congress on Menopause	IMS	1,200	2017	Добијено
European Cystic Fibrosis Conference	ECFC	2,300	2018	Добијено
International Mystery Shopping Association Congress	MSPA	200	2018	Добијено
European Congress 'Living in the Encounter'	ECLC	350	2018	Добијено
European Multicolloquium of Parasitology	EMOP	1.200	2020	Добијено
European Mensas Annual Gathering	EMAG	720	2018	Добијено
Association of European Coeliac Societies	AOECS	250	2017	Добијено
Balkan Somelier Congress	BSC	200	2017	Добијено
European Handgun Championship	EHC SAJ	1.600	2019	Добијено
International Toxicology Federation	CDTC	700	2018	Добијено
International Sunflower Association	ISA	500	2020	Добијено

- Биро је у процес кандидовања инвестирао и одређени буџет кроз активности „Презентациј дестинације у иностранству“, а који се увек односи на испуњење неколико међусобно повезаних циљева: представљае кандидатуре Србије, промоција Србије као организатора конгреса, повећање броја страних делегата на конгресу у Србији и лична стручна подршка домаћим удружењима приликом презентовања и брањења кандидатуре. Ова подршка се односила на истицање кандидатуре за конгресе реконструкте микрохирургије, SICOT, ESPRM, WAMP, FAP, EANS, SFRR, EMAG, AOECs, SICOT.
- Биро кроз активности „Презентација дестинације у иностранству“, организије и представљае Србије страним корпоративним клијетима и организаторима пословних путовања. Овакав вид комуникације са клијентима показује одличне резултате и омогућава креирање односа поверања и сарадње за дужи временски период. Један пример се односи на презентацију дестинације корпоративним клијентима из Русије где је у московском ресторану „Никола Тесла“ 29. марта одржана је презентација на којој је представницима руских корпорација и агенција предочена понуда Србије која се односи, пре свега, на могућност одржавања састанака и организовања посебних догађаја за пословне путнике. Приказани су и вишеструко награђивани филмови „Soulfood Serbia“ и „The Danube in Serbia: 588 Impressions“, а након презентације гости су се кроз припремљену закуску упознали и са традиционалном гастрономском понудом наше земље. Презентација је одржана уз подршку представника Liberty International Tourism Group за Русију. Другог дана боравка у Москви, одржан је састанак са гђом Елином Чиспјаковом, представником фирме „Денерал Моторс Русија“, као и менаџером продаје ланца хотела Marriott у Москви, гђо Ирином Популар.

7.5. Чланство у међународним организацијама

Биро је члан Међународне конгресне асоцијације ИССА .

Вршилац дужности председника Управног одбора

Др Ратка Вушуровић