

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ  
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ  
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2017. ГОДИНЕ

БЕОГРАД  
Мај 2018. године

## ОСНОВНИ ПОДАЦИ

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

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

### Делатност

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

### Финансијска средства

Средства из буџета за рад ТОС, у износу од 400.000.000 динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2017. 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 и Решењем о употреби средстава текуће буџетске резерве 05 број 401-3866/2017 од 4. маја 2017. године у износу од 4.375.000 динара.

### Статистички подаци

Према подацима Републичког завода за статистику, у 2017. години у Републици Србији боравило је укупно 3.085.866 туриста, што је за 12% више у односу на 2016. годину, од чега је домаћих било 1.588.693 (+ 8% ) или 51% од укупног броја гостију, а иностраних 1.497.173 (+17%), односно 49% од укупног броја гостију. У 2017. години остварено је укупно 8.325.144 ноћења (што је 11% више у односу на 2016. годину), од чега су домаћи туристи остварили

5.150.017 ноћења (+7%), што чини 62% од укупног броја остварених ноћења, а инострани 3.175.127 (+16%) или 38% од укупног броја остварених ноћења.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у 2017. години износио је 1.346 милијарди \$, односно 1.180 милијарди €, што је за 13 % више у поређењу са 2016. годином.

У табели која следи приказан је, по земљама, туристички промет у 2017. години, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења иностраних туриста	% 2017/2016.
Босна и Херцеговина	234.758	+ 5 %
Црна Гора	198.119	+ 1 %
Турска	162.566	+ 15 %
Хрватска	153.076	+ 8 %
Русија	150.849	+ 15 %
Немачка	150.001	+ 16 %
Бугарска	148.823	+ 2 %
Румунија	139.813	+ 22 %
Словенија	138.704	+ 5 %
Грчка	125.336	+ 3 %

Извор: Републички завод за статистику

## ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2017. ГОДИНЕ

### 1. Издавачка делатност

#### Издавачка делатност и послови дизајна

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

<b>Врста</b>	<b>Назив</b>	<b>Језичка варијанта</b>	<b>Укупан тираж</b>
Брошура	„Србија – живот у ритму срца“	енглески, арапски, кинески, немачки, француски	31.000
Брошура	„Serbia Highlights“	енглески, грчки, хебрејски, португалски, пољски	16.000
Брошура	„52 викенда у Србији“	бугарски, мађарски, српски, словеначки, енглески, руски	30.000
Брошура	„Откријте Дунав у Србији – атракције“	енглески, српски, немачки, италијански	23.000
Брошура	„Природа Србије – одмор у покрету“	енглески, словеначки	8.000
Брошура	„Кампинг и караванинг“	српско-енглеско-немачки	10.000
Брошура	„Бање Србије“	енглески, руски	9.000
Брошура	„Културно благо Србије“	енглески, српски, немачки	6.000
Брошура	„Србија памти – 100 година Првог светског рата“	руски, српски, енглески, француски	29.000
Брошура	„Soulfood Serbia“	енглески, јапански, руски, италијански	20.000
Брошура	„Спорт и активан одмор“	енглески, српски, немачки	23.000
Брошура	„Календар природби“	српски, енглески	8.000
Брошура	„Хотелски адресар“	енглеско-немачки	5.000
Брошура	„Билтен ТОС“	српски	2.000
Брошура	„Информатор бањских и климатских места Србије“	српски	5.000
Брошура	„Meeting Planner’s Guide“	енглески	1.000
Брошура	„Дворски комплекс“	енглески, српски	20.000
Магазин	„Belguest“	српско-енглески	4.000
Мапа	„Туристичка карта Србије“	италијански, енглески, француски, српски, руски, немачки, персиски	38.000
Мапа	„Карта манастира“	енглески, јапански, српски, руски, немачки, италијански	43.000

Летак	Изузетне дестинације Европе – EDEN	Српски, енглески	1.000
Летак	ICCA састанак	енглески	1.000
Летак	Спорт	арапски	2.000
Летак	Бање	арапски	2.000
Позивница	ISWA World Congress	енглески	500
Позивница	Опанак	кинески, немачки	800
Брошура	Пешачење и бициклизам	српско-енглески	2.000
Кесе	ТОС	српско-енглески	20.000
Брошура	Руско наслеђе у Србији	српско-енглески	2.000
Брошура	„Изузетне дестинације Европе“	српски, енглески	3.000
Брошура	Здравствени туризам	руски	1.000
Остало	Визиткарте	српски, енглески	9.100

У извештајном периоду објављено је три нове публикације и то Пешачење и бициклизам (српски и немачки), Здравствени туризам (руски), Руско наслеђе у Србији (руски и српски), Календар догађаја (енглески), ново измењено издање „Карте манастира Србије“ – нов дизајн, као и ажурирање текста и фотографија за странице посвећене Србији у брошури „Culinary Culture“ Дунавског центра за компетенцију

Штампано је 20 првих издања публикација, шест нових издања периодичних, 33 ажурирана издања већ постојећих и шест доштампаних издања публикација. Осим овога, штампано је шест нових летака, две позивнице, један каталог као и промотивни материјал за кампању „Види Србију“ у 2017. години.

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

## 2. Информативни центри

У 2017 години настављен је тренд успостављања програмске и пословно техничке сарадње са партнерима из ове области.

На Авалском торњу у сарадњи са ЈП Емисиона техника и везе, отворен је Инфо центар и продавница сувенира на Авали у самом подножју Авалског торња 24.04.2017.

### Сувенирница на Авали

Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најтраженије брошуре:	Најчешћа питања туриста:
4.072.090,00 динара	Магнети, керамички производи, мајице, домаћи џемови, мед, ракија, вина, ћилими, сапуни...	-52 викенда у Србији -Туристичка мапа Србије Реке и језера у Србији -52 укуса Србије	-ваучери за одмор у Србији -викенд у Србији

### 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
1 019 590,00 динара	Магнети, керамички и производи, ћилими, сапуни...	- 95% питања се односи на Београд: - обилазак Београда - традиционална кухиња - ресторани у Савамали - крстарење Дунавом	-52 укуса Србије -52 викенда у Србији -Бањска и климатска места -Османско културно наслеђе у Србији Индустриско наслеђе у Србији -Кампинг у Србији -Реке и језера у Србији -Културно благо Србије	- Иностранци туристи - Број посетилаца: 3508	6648

### 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	10350	Иностран и туристи - Број посетилаца: 20292	Интересовање потенцијалних туриста за туристичку понуду Србије је знатно смањено у односу на временски период када је ТОС имао инфо пулт на претходној локацији

## 3. МАРКЕТИНГ

### Кампање

#### 3.1. Летња промотивна кампања

Након успешно спроведене кампање у 2016. години, што је резултирало заустављању тренда пада домаћих туриста који је присутан од 2007. године и константном расту домаћег туристичког промета током целе 2016. године, у складу са Програмом рада за 2017. годину, ТОС је појачао активности на промоцији туристичке понуде намењене домаћим туристима али и тржиштима у југоисточној Европи као и на глобалним туристичким тржиштима.

Летња промотивна кампања „Види Србију“ у периоду мај – септембар 2017. године успешно је спроведена на домаћем тржишту али и у земљама Балкана, односно на регионалним туристичким тржиштима.

Маркетиншки програм уско је дизајниран тако да обухвати масмедије као и информационе технологије, а сама кампања унифицирана је за сва тржишта. Маркетиншки наступ је

сегментиран и упућен на циљну групу „millenials“ уз претходну анализу улоге различитих медија по тржиштима и њихов утицај на циљну групу као и алати промоционог микса.

Позитиван тренд из 2016. године се наставио и у 2017. години, тако да је у 2017. години, забележено повећање броја домаћих туриста од 8%, као и повећање броја иностраних туриста од 17% за исти период.

### **3.1.1. Регионална кампања „Дани Србије у региону – „Звуци лета“**

У сарадњи са партнерима на локалном нивоу, туристичким организацијама, Удружењем хотелијера и ресторатера Србије ХОРЕС, ТОС је представио туристичку понуду наше земље и позвао и иностране госте из земаља региона Бугарске, Словеније, Босне и Херцеговине, Црне Горе, Румуније, Мађарске и Грчке тако и домаће госте у кампањи „Дани Србије – звуци лета“ да свој одмор или део одмора проведу у Србији.

Регионални гости, из земаља окружења налазе се константно у првих десет, важност задржавања ових гостију као и привлачења нових огледа се и у резултатима у 2017 години, који су већ табеларно приказани.

Презентације на регионалним тржиштима туроператерима, медијима и туристичкој привреди у земљама окружења утицале су на изграђивање добрих односа с припадницима јавности и ТОС-а, изграђивањем доброг корпоративног угледа како ТОС-а тако и наше земље. Осим масовне комуникације путем медија (offline i online) са широком јавношћу ових земаља овим приступом и комуникацијом промоција је окренута циљано представницима туристичке привреде и медијима земаља у којима су презентације вршене.

Сам промотивни караван како у региону тако и на домаћем тржишту осмишљен је тако да се у сарадњи са локалним туристичким организацијама и осталим партнерима у кампањи, на централним трговима кроз анимацију, музику, брендирана возила и пултове, промотивне материјале, наградни квиз знања и дегустацију карактеристичних локалних специјалитета, представе дестинације из наше земље. Акценат промоције у 2017. години, у региону, је на фестивалима „Exit, „Гуча“, „Belgrade beer fest“, „Nišville“ и „Нушићијада“. Јачање укупног „brand awarness-a“ ових догађаја треба да допринесе укупној туристичкој понуди и јачању Србије као летње дестинације.

#### **Земље обухваћене регионалном кампањом:**

Бугарска, Словенија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Румунија, Мађарска и Грчка

#### **Фестивали комуницирани у кампањи:**

1. EXIT, од 06. до 09. јула
2. GUČA, од 09. до 13. августа
3. BELGRADE BEER FEST, од 16. до 20. августа
4. NIŠVILLE International Jazz Festival од 10. до 13. августа
5. Нушићијада, крај августа

\* и „Лесковачка роштиљијада“ (Бугарска)



### **Организатори:**

ТОС, ЛТО, организатори фестивала, ХОРЕС

Оглашавање и најавна догађаја за публику претходи сваком догађају, у зависности од датума презентације и креће две недеље раније. Укупно време трајања медијске кампање, у зависности од врсте медија траје месец дана по сваком тржишту:

- билборди
- огласи у медијима (ТВ, радио, штампа)
- online кампање
- друштвене мреже
- на сва тржишта води се по једна новинска кућа из Србије



<b>2017</b>		
<b>СЛОВЕНИЈА</b>		
Portal	Putovanja.over.net/portal	мај
Bilbord	Љубљана/12ком	25.05.-21.06.
<b>ЦРНА ГОРА</b>		
Portal	Portal Analitika	јун
	Portal Crna Gora Media	јун
Bilbord	14 bilborda (Подгорица 10, Тиват 2, Будва 2)	јун
<b>ХРВАТСКА</b>		
Portal	Croatina traveler	летњо издање (јун - авг)
Portal	Wishhr.	15.05.-15.06.
Print	Place to go/часопис	летње издање (јун-авг)
<b>БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА</b>		
Print	Busnies magazine (Бања Лука, Бијељина, Брчко, Тузла, Мостар, Добој)	15.05.-15.06.
Led bilbordi		15.05.-15.06.
<b>БУГАРСКА</b>		
Online	Economia/web baner	15.05.-15.06
Online	Visofia/pr текст 100% ротација baner	01.06.-31.06.
Print	Visofia 1 стр оглас	01.06.-31.06.

Print	Program,ata naslovница	01.06.-31.06.
Bilbordi	Софија 10 лица	
<b>РУМУНИЈА</b>		
Online	Zilesinopti / оглас+pr	15.0.-15.06.
Bilbordi	Темишвар 10 лица	

Кампања „Дани Србије – звуци лета“ у региону састојала се из неколико елемената: јаке медијске кампање у региону путем телевизијских канала, дигиталних билборда, оглашавања у магацинима и portalima, затим online кампању укључујући и промотивне активности у оквиру каравана у највећим градовима региона.

Број гостију из земаља у окружењу у Србији у константном је порасту последњих неколико година, а о њиховом значају за туризам Србије говори чињеница да гости из наведених земаља чине преко 50% свих иностраних туриста у Србији и да доносе у просеку 48% девизног прихода.

### 3.1.2. Домаћа летња кампања за домаће туристе: „Види Србију...савршен одмор је надохват руке“

Туристичка организација Србије (ТОС) започела је промотивну летњу кампању у Србији, за домаће госте, у периоду од 15. маја 2017. године и наставила јаке маркетиншке активности до септембра 2017. године у виду тв кампање, у дневним листовима и online медијима.

Кампања „Види Србију...савршен одмор је надохват руке“ у Србији промовише целокупну туристичку понуду наше земље домаћим туристима. Уз подршку Министарства за трговину, туризам и телекомуникације у виду поделе ваучера домаћим туристима, Туристичка организација Србије под слоганом „Види Србију...савршен одмор је надохват руке“, емитовањем спота на телевизијским каналима, радио цинглом на најслушанијим радио станицама, комуникацијом на лед билбордима, online дигиталним каналима и магацинима анимирала је домаће туристе и позвала да користе летњи одмор или његов део у Србији.

Промотивни караван „Види Србију“ је промоција туристичких дестинација у Србији која се одржала на трговима у 4 највећа града: Београд 07.07.2017, Нови Сад 30.06.2017, Ниш 16.06.2017., Чачак 23.06.2017 године.

Медија план домаће кампање је конципиран на бази учешћа по врсти медија на домаћем тржишту и у складу са гледаношћу појединих медијских кућа.

### Лед билборди (дигитални) Србија



Кампања је реализована и путем дигиталног оглашавања на билбордима у градовима и местима Србије, у то у Београду, Новом саду, Крагујевцу, Нишу, Новом Пазару и Чачку. Искомуницирана су креативна решења у складу са целокупном домаћом кампањом.

### Комуникација, циљ кампање, информисање јавности

Креативна решења кампање “Види Србију” конципирана су тако да анимирају домаће туристе да проведу део свог годишњег одмора или цео свој годишњи одмор на неким од туристичких дестинација у Србији. Такође комуникација је усмерена на позив домаћим гостима да своје време проведу у природи и активном одмору. Мале поруке које живот значе треба да промовишу како здрав живот тако и емоцију да активира породичне и младе људе да проведу више времена у природи, да виде Србију и да искористе свој годишњи одмор на прави начин.

Комуникација кључне речи: близу, доступно, прелепо, природа, опуштање, одмор.

У штампаним медијима, веб порталима током првих шест месеци 2017. године објављено је више од 1523 прилога о туристичкој понуди Србије и активностима ТОС.

Пример: Креативна решења кампања „Види Србију“



Кампања „Види Србију“ на регионалним тржиштима и у Србији дала је одличне резултате. За првих шест месеци РС укупно је посетило 1.410.781 туриста и забележено је повећање од 12% поређећи исти период у претходној години. Од тога је забележен раст од 7% у доласцима домаћих гостију и 18% раста у доласцима страних гостију. Забележено је 3.808.452 ноћења и раст од 9% поређећи са истим периодом у претходној години, број ноћења за иностране госте растао је 6% док је број ноћења страних гостију растао 15% што је изузетно позитиван тренд и говори такође и о дужем боравку на дестинацијама.

### 3.2 Зимска кампања: „Види Србију...савршен одмор је надохват руке“

Зимска промотивна кампања „Види Србију“ успешно је спроведена на домаћем тржишту али и у земљама Балкана, односно на регионалним туристичким тржиштима а креативна решења

коришћена су и у комуникацији на глобалним тржиштима. Унификација израде решења и коришћење материјала на свим тржиштима максимално користи исте ресурсе.

Маркетиншки програм уско је дизајниран тако да обухвати масмедије као и информационе технологије, а сама кампања унифицирана је за сва тржишта. Маркетиншки наступ је сегментиран и упућен на циљну групу „Millenials“.

Размотрене су улоге различитих медија по тржиштима и њихов утицај на циљну групу као и алати промоционог микса.

### **Коцепт зимске кампање, развој креативних решења и циљна група:**

У фокусу комуникације су представљени туристички производи:

- активан одмор и истраживање нових дестинација у Србији
- бањски одмор
- градске активности и навике заменити одмором у природи и бригом за здравље

Стубови комуникације за кампању:

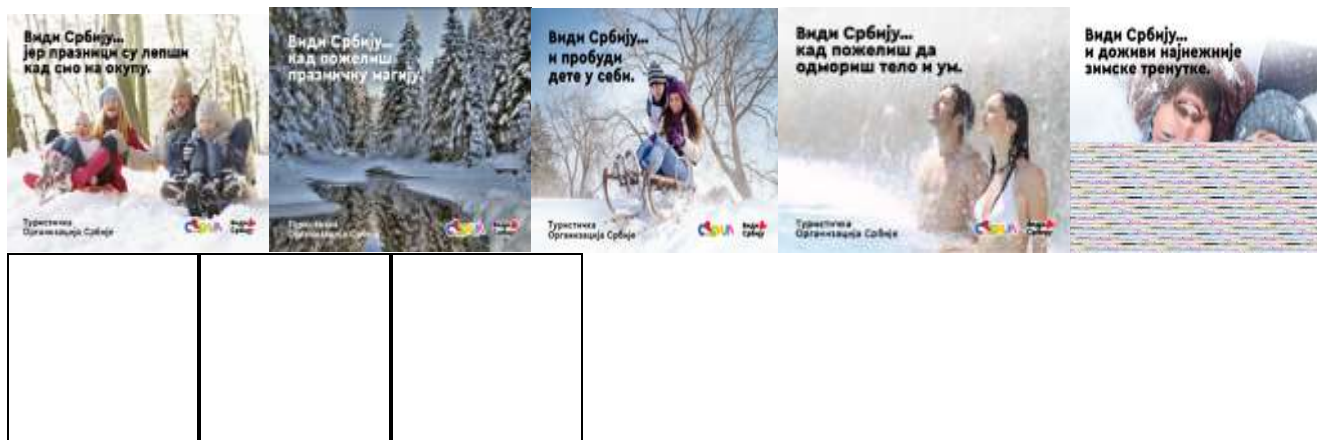
- лепота природе (емоција)
- близина (акција – импулсивно путовање - „хајде да скокнемо..., идемо следеће недеље...“)
- могућности за активности и зимске спортове (рацио – у Србији имамо одлична скијалишта, добро опремљена и прелепе планине)
- брига за здравље (опуштање, породични одмор, опоравак)

Коме се обраћамо, ко је наша циљна група?

- ко не може да приушти велики одмор: немају слободне дане, не могу да се ускладе, немају довољно новца, не могу да планирају унапред
- онима који би да допуне велики одмор са још мањих (планирано, још слободних дана и новца)
- онима који би да истражују
- онима који своје градске активности желе да замене са онима у природи

**Креативна решења кампање “Види Србију”** конципирана су тако да анимирају домаће туристе да проведу део свог годишњег одмора или цео свој годишњи одмор на неким од туристичких дестинација у Србији. Такође комуникација је постављена тако да позове домаће госте да своје време проведу у природи и активном одмору. Мале поруке које живот значе треба да промовишу како здрав живот тако и емоцију да активира породичне и младе људе да проведу више времена у природи, да виде Србију и да искористе свој годишњи одмор на прави начин.

Креативна решења коришћена у комуникацији и у складу дефинисаним:



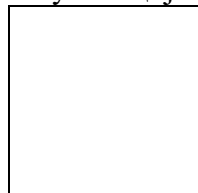
### Комуникациона стратегија коришћена у зимској кампањи:

- Привлачење пажње лепотама Србије, идеја како можемо да се проведемо и одморимо за викенд или на зимском одмору
- Не морамо много да планирамо, дестинације у Србији су ту, близу, не захтевају много организације, за пар сати могуће је испланирати краћи одмор.
- Фокус на доживљаје и активности, није фокус на представљању конкретних дестинација и локација
- Комуникација је прилагодљива и за традиционалне и дигиталне канале.

### Дигитални медији – стратегија комуникације

У зимској кампањи разрађени су и иновативни формати за дигиталне медије с обзиром да је ова врста комуникације од високе вредности када говоримо о анимацији и привлачењу туриста. Оглашавање на социјалним мрежама и даље је на високој позицији када се посматрају резултати и број корисника:

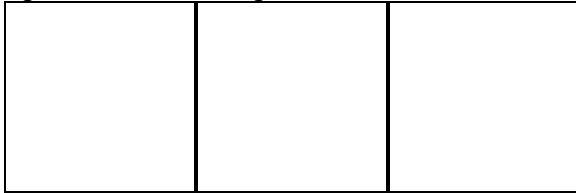
Табела Истраживање Nielsen, Јан – Сеп 2017: истраживање тржишта Nielsen показује важност комуникације на дигиталним мрежама као и број корисника



Иновативни формати коришћени на дигиталним медијима у зимској кампањи (primeri i vrste):

### Facebook frames

Путем facebook frame студиа урађени су брендирани рамови за профилне фотографије, генерално фотографије или видео за facebook камеру, садржаји које су фанови на социјалним мрежама могли користити и даље делити на својим профилима.



Креативна дигитална продукција:

- 180 степени facebook постови
- Facebook canvas ad
- Facebook „live reactions“
- Display ads baner
- Facebook AD visual

### Cinemagraf

Комбинација материјала са снимања и са графичким симболима и типографијом као и исписима који обогаћују ток самог видеа. У њима су се представили делови понуде наше земље (где скијати, које су бање адекватне за које потребе и сл.)



### 180 степени facebook postovi

Оваква врста фотографије подстиче на укључивање тако што ротира (нагиње) телефон и добија нову реалистичнију перспективу. Фановима се пренео нови доживљај, забавио их је и много је ефикасније и упечатљивије деловао на кориснике у односу на стандардне фотографије



### Facebook canvas ad

Оглас који пружа изузетне могућности за приказивање информација на креативан начин, комбиновањем различитих форми садржаја у једном огласу.

Специјално прилагођена комуникација мобилним уређајима, видљива само са мобилних уређаја, пружа нову перцепцију огласа. У комуникацији је коришћено комбиновање видеа, фотографија

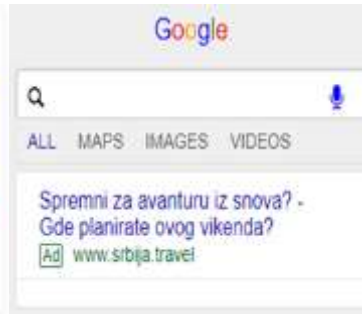
и СТА swire,у оквиру огласа, панорамске фотографије, зумирање и прегледање више фотографија.

Facebook „live reactions“

Двосмерна комуникација са фановима, 10 пута више коментара у односу на регуларне објаве.



Facebook ad visual



Google ads



Cinemagraf

## Оглашавање зимска кампања

Кампања „Види Србију...савршен одмор је надхват руке“ у Србији промовише целокупну туристичку понуду наше земље и домаћим туристима.

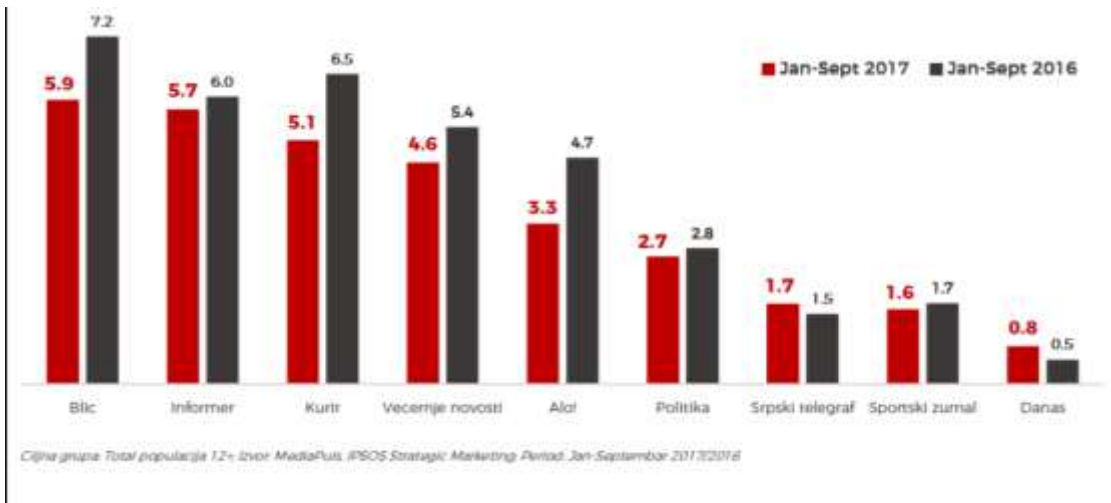
Туристичка организација Србије под слоганом „Види Србију...савршен одмор је надхват руке“, емитовањем спота на телевизијским каналима, радио jinglom на најјачим радио станицама, комуникацијом на led bilbordima, on line каналима и магацинима жели да анимира домаће туристе и позове на коришћење летњег одмора или његовог дела у Србији.

Уз најгледаније телевизијске екране укључена је и радио кампања, digitalni bilbordi, друштвене мреже, штампани медији.

## Дневне новине:

Принтани медији, дневне новине још увек имају високо учешће у укупном медија миксу када је Србија у питању.

Позиције дневних листова у Србији према истраживању Nielsen-а јасно говоре о читаности и позицији дневних листова. Оглашавање у истим је конципирано у складу са циљном групом и позицијама истих.



Извор: Arianna Nielsen 2017.

## Тв и радио оглашавање

Медија план за телевизије на домаћем тржишту конципиран је према дефинисаном медија маркет „overview“ и позицији и важности појединих медија према дефинисаној циљној групи,

## Дигитални билборди

Digitalni bilbordi кампања градови у Србији



Емитовање креативних порука на led bilbordima Београд:





*Блок 30*



*Дечанска*



*Бигз*



*Теразије*



*Трг републике*



*Јурија Гагарина*



*Мост на Ади*



*Сив*



*Скупштина*



*Трешњин цвет*

Презентација на домаћем тржишту путем медија према дефинисаној циљној групи утицала је на раст „brand awarness-a“Србије као туристичке дестинације, изграђивањем доброг корпоративног угледа како ТОС-а тако домаћег туризма. Осим масовне комуникације путем медија (offline i online) са широком јавношћу овим приступом и комуникацијом промоција је окренута циљано.

### **3.3. Глобалне кампање о Србији на светским медијима**

### 3.3.1. Глобална кампања на Travel Channel-у

Са Travel Channel-ом је договорено спровођење ТВ кампање у два дела: у јесен 2017. године када ће се 280 пута емитовати вињете од 60 секунди и 140 пута емитовати спот од 30 секунди, и у пролеће 2018. године са истим бројем и структуром емитовања. Вињете ће се емитовати у Великој Британији, у остатку Европе, на Блиском истоку и у северној Африци.

За потребе ове кампање са Travel Channel-ом је договорено и снимање три вињете од по 60 секунди. Теме вињета су: City break, Култура, Природа/ летњи активни одмор и зимски одмор у Србији.

Поред вињета, ТОС-у ће за потреба маркетиншке кампање у 2018. години бити испоручен и један спот од 30 секунди и један спот од 15 секунди.

Први део снимања вињета и спотова организован је у раздобљу од 25. јуна до 02. јула. ТВ екипа из Грчке, на челу са награђиваним младим редитељем, током свог боравка снимала је на следећим локалитетима у Србији: Београд, Увац, Нови Пазар, Копаоник, Ниш, Гамзиград, манастир Манасија, Нови Сад.

### 3.3.2. Глобална кампања на Eurosport-у

Са Eurosport-ом је уговорено емитовање спота од 30 секунди на каналима Eurosport 1 и Eurosport 2, у раздобљу од 20. априла до 10. јула.

Спот је емитован укупно 400 пута у терминима од 17.00 до 23.00 сата, укључујући и емитовање током преноса неких од најважнијих спортских догађаја као што су Giro d'Italia, French Open (40 емитовања) и Tour de France.

Уговорено је такође и дигитално оглашавање на интернет презентацији Eurosport-а, на коју је постављен спот туризма Србије и линк ка подсајту ТОС-а Serbia - The Place to Be.

За потребе ове кампање, промотивни спот је преведен и на француски и руски језик.

Најважнији резултати кампање су:

ТВ спот је видело укупно 124 милиона гледалаца, односно 35.200.000 различитих гледалаца

Дигитална кампања: укупно 1.004.688 impressions, 1.992 clicks, 0,20% CTR (највише у Шпанији 0,39% и Турској 0,38%).

До краја године није испоручена вињета градског одмора, а емитовање вињета о култури и природи започело је у децембру.

### 3.3.3. Глобална кампања на ВВС-у

Туристичка организација Србије (ТОС) жељом за иновативним, глобалним приступом приближавања Србије као целогодишње туристичке дестинације и општим побољшањем имица наше земље, обратила се циљној групи посетиоца у САД-у и Европи кроз емитовање телевизијске кампање на светској телевизијској мрежи ВВС као и путем чланака на дигиталним мрежама ВВС-а.



У Европи, туре и туристичке активности процењене су на 40 билиона долара (WIT2016). Према истраживању Trip barometra туристи су вољни више да потроше на разгледање него на куповину и сувенире.

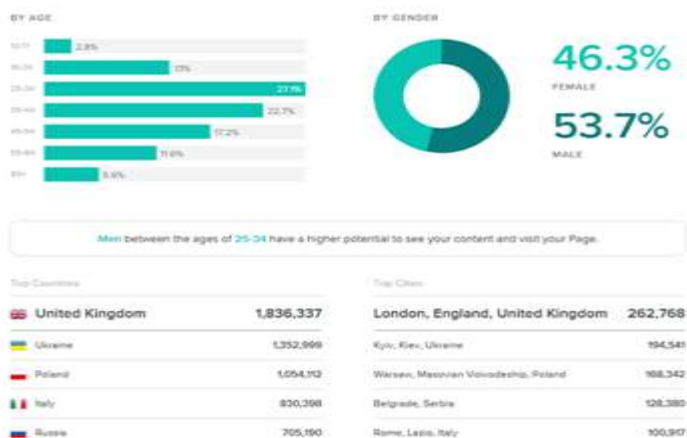
Година 2017 је година за нова искуства у путовању и авантуре. Глобални путници, 69% (све старосне групе) планирају да пробају нешто ново у 2017 (Извор Tripbarometar 2016).

Туристи у 2017 години траже могућности да истраже мање познате дестинације, посебно оне које сматрају уникатним. (Virtuoso, 2016)

Само 31% туриста букирало је њихов пут на основу прошлих искустава. (Извор: Skift Megatrends defining travel , 2016)

Пратећи ове трендове, Србија се презентовала на глобалним тржиштима, спотом који је стандардизован и прилагођен за емитовање на глобалним тржиштима са фокусом на: „city break“ дестинације, културно-историјско наслеђе, манифестациони туризам, активни одмор са комуникацијом „online“ медија и коришћења аудио водича кроз Србиј, апликације која даје све неопходне информације за туристу у посети нашој земљи.

Видео је такође аплициран и на дигиталним медијима односно facebook страници ТОС-а, видљивост коју је забележио износи 1.836.337 корисника највише са подручја Велике Британије.



## Оглашавање на BBC World-y

- Са BBC World је склопљен уговор о маркетиншкој кампањи која је обухватила емитовање промотивних спотова туризма Србије у трајању од 60 секунди на ТВ каналу BBC World и дигиталну кампању која је обухватала креирање странице туризма Србије на интернет страници BBC Travel, објављивање 4 чланка о Србији за пролећни део кампање и 4 чланка о Србији за јесењи део кампање, повезивање са интернет презентацијом ТОС-а, промоцију дигиталног садржаја кроз постове на друштвеним мрежама и изразу и промоцију забавног квиза о Србији.

- Слоган кампање је Serbia - The Place to Be.
- ТВ кампања је спроведена у два дела, у пролеће са 100 емитовања спота (50 у Европи и 50 у САД, 12.04-12.05.) и у јесен са такође 100 емитовања (50 у Европи и 50 у САД, 04.09-06.10.). Дигитална кампања је спроведена у Европи, САД и Кини.
- За потребе кампање на глобалним медијима израђена је и посебна интернет презентација ТОС-а (landing page) Serbia - The Place to Be у којој су на модеран начин наглашене најважније туристичке атракције Србије за инострана тржишта.
- Најважнији резултати кампање су:
- Укупан број посета страници са чланцима о Србији (page views): 249.810, од чега је најчитанији био чланак The Perfect Belgrade Itinerary (52.403)
- Unique visitors по објављеном чланку, укупно: 193.685
- Укупан CTR 0,28%

## Резултати дигиталне кампање ВВС

Online комуникација која је искомунцирана у самом споту намењена је циљној групи која своје путовање планира преко online информација.

Комуникација је потпуно прилагођена циљној групи „millenialns“ (до 35 година). Према светским истраживанима ова циљна група представљаће #1 потрошачки сегмент у САД хотелској индустрији у 2018. години. Такође ова циљна група проводи више времена у туристичким дестинацијама које посећују, што резултира и већом потрошњом,. 78% ових туриста радије троши новац на жељено искуство и путовање, него за друге потребе. (Izvor: MMG Global)

Millenials-i су веома верзирани и опуштени приликом букинг планова online, било да се ради о мобилним телефонима или таблет уређајима, 65% туриста букира хотелске резервација преко својих мобилних уређаја (Извор: Statistic Brain , 2015)

Резервације, везане за туристичка путовања, преко мобилних телефона, порасле су за 1700% између 2011 и 2015 године.(Извор: Frederic Gonzalo, 2016)

Ово је први пут да се туризам наше земље промовисао кроз овако интензивну кампању на светским медијима, те се у складу са истим резултат од прихода од иностраних туриста и број иностраних гостију знатно повећао.

Емитовање тв спота, Србије као туристичке дестинације и дигиталне „туре“ путем ВВС digital медија, са серијом имиџ постова на дигиталним мрежама значајно је допринето јачању и промовисању туристичке понуде Србије.

Треба истаћи да се значај ВВС-а као светског медија одражава кроз позицију овог медија, недељну публику „World wide“ од 308 милиона гледаоца и пренос у две стотине земаља глобалне покривености.

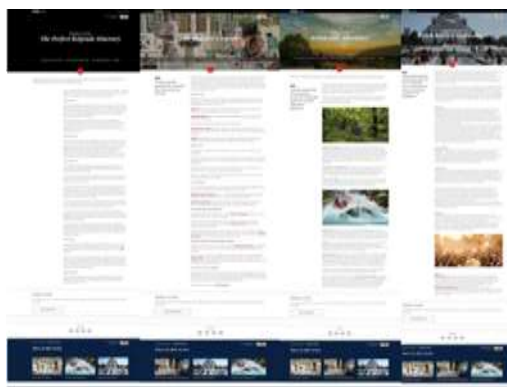
Само у ЕУ телевизијска мрежа ВВС покрива 129 милиона домова, 35,5 милиона гледаоца недељно док у САД недељно програм прати 38,9 милиона људи.

Таргетирана циљна група ВВС-а носи 77% публике која ужива у путовањима на нове дестинације.

Digitalni медији ВВС „Водич кроз Србију“



Тематске целине унифициране са Landing pageом (мини web site) ТОС-а под слоганом „Serbia the place to be“



(Извор: GWI Q32016 База: 16-34 глобалних online корисника)

У оквиру саме кампање израђен је посебан микросајт ТОС-а „Serbia, the place to be“ у складу са целокупном кампањом и комуникацијом унифицираном за све медије (spot, digital објаве portal ВВС)

На самој landing page страници аплицирани су видео материјали и искомунциране четири тематске целине са текстовима, видео записима, фотографијама и линковима који потенцијалног корисника воде директно на тражене информације.

Landing page ТОС-а „Serbia, the place to be“



Тематска целина „Cities and festivals“ Тематска целина „Земља акције и авантуре“



Тематска целина „Чувари времена“ Тематска целина „Flavours and scents“

### 3.4. Информисање јавности

Маркетинг активности третиране су као инструменти пр-а што се посебно односи на пропаганду и публицитет. Туристичка организација Србије отворена је према туристичком тржишту и изражава оно што је маркетиншки комуницирано у односима са јавношћу.

Посебно је комунициран корпоративни пр. Однос поверења и сарадње с разноврсним сегментима јавности има плански и организовану функцију у односима са привредом и другим важним релевантним установама и корпорацијама као и са државним установама и организацијама.

Табела: Укупан број пр објава у Србији - ТОС 2017. године

Кључна реч ТОС - 2017 - број објава	Пресс	WEB	Видео
Јануар	30	126	18
Фебруар	31	222	58
Март	43	179	40
Април	27	180	37
Мај	35	144	54
Јун	41	197	61

Јул	49	133	45
Август	36	167	51
Септембар	43	182	34
Октобар	37	138	18
Новембар	60	87	10
Децембар	33	33	13
<b>Укупно</b>	<b>465</b>	<b>1788</b>	<b>439</b>

**Укупно (сви медији) 2692**

Табела– број објава у Србији - директор ТОС-а Марија Лабовић

<b>Директор ТОС Марија Лабовић - 2017 - број објава</b>	<b>Пресс</b>	<b>WEB</b>	<b>Видео</b>
Јануар	13	34	2
Фебруар	6	45	18
Март	9	34	15
Април	5	38	16
Мај	2	28	7
Јун	5	24	9
Јул	5	46	14
Авг	2	28	3
Септ	3	32	13
Октобар	5	20	2
Новембар		34	3
Децембар	2	2	3
<b>Укупно</b>	<b>57</b>	<b>365</b>	<b>105</b>

**Укупно (сви медији) 527**

Табела број - објава у Србији за шест месеци Јул – Дец

<b>Кључна реч ТОС - 2017 - број објава</b>	<b>Пресс</b>	<b>WEB</b>	<b>Видео</b>
Јул	49	133	45
Август	36	167	51
Септембар	43	182	34
Октобар	37	138	18
Новембар	60	87	10

Децембар	33	33	13
<b>Укупно</b>	<b>258</b>	<b>740</b>	<b>171</b>
<b>Директор ТОС Марија Лабовић - 2017 - број објава</b>	<b>Пресс</b>	<b>WEB</b>	<b>Видео</b>
Јул	5	46	14
Авг	2	28	3
Септ	3	32	13
Октобар	5	20	2
Новембар		34	3
Децембар	2	2	3
<b>Укупно</b>	<b>17</b>	<b>162</b>	<b>38</b>

### 3.5. Активности на друштвеним мрежама

Током 2017. године додатно су интензивиране активности на пољу представљања и промоције туристичке понуде наше земље на друштвеним мрежама. Ове активности се могу поделити у 3 групе:

- Свакодневно објављивање мултимедијалног садржаја у виду фотографија, инфографика, вести, видео материјала. У односу на прошлу годину, новину на овом пољу представљало је развијање посебних креативних платформи (редовних рубрика посвећених посебним темама које су објављују у одређеном термину).
- Организовање периодичних кампања: плаћених огласних кампања и наградних такмичења.
- Директна комуникација са заинтересованим грађанима кроз одговоре на коментаре и приватне пор уке.

У извештајном периоду интензивирана је промоција и преко друштвених мрежа. На профелима ТОС на друштвеним мрежама свакодневно се објављују информације, вести, фотографије и други промотивни материјали, одговара на питања корисника заинтересованих за туристичку понуду Србије и организују се наградне игре и конкурси.



Број пратилаца ТОС на друштвеним мрежама драстично је увећан као последица:


- одличних органских резултата које странице ТОС постижу, што је последица дугорочног стратешког наступа на друштвеним мрежама који за резултат има велику интеракцију корисника са објављеним садржајима, што је основни критеријум који Фејсбуков алгоритам узима у обзир при пласирању садржаја;
- спровођења огласне кампање на страницама ТОС на српском и енглеском језику, њихово квалитетно пројектовање које подразумева: избор циљне групе, начина пласмана огласа, идејно решење;



Путем ових маркетиншких канала испраћене су и три главне кампање:

- „Serbia: The place to be“ на глобалном нивоу
- Регионална кампања „Види Србију“
- Кампања на тржишту Србије „Види Србију... Савршен одмор ти је надхват руке“

Друштвена мрежа	Назив стране	URL адреса	Језик	Број пратилаца (27.12.2013.)	Број пратилаца (1.7.2014.)	Број пратилаца (1.1.2015.)	Број пратилаца (14.2.2017.)	Број пратилаца (31.12.2017.)
 <b>Facebook</b>	Turistička organizacija Srbije	<a href="http://www.facebook.com/turisticka.orga.nizacija.srbije">http://www.facebook.com/turisticka.orga.nizacija.srbije</a>	srpski	11.003	17.537	59.593	127.378	178,150
	Serbia Travel	<a href="http://www.facebook.com/serbia.tourism">http://www.facebook.com/serbia.tourism</a>	engleski	2.965	3.642	13.083	24.435	33,525
 <b>Twitter</b>	Serbia Travel	<a href="http://twitter.com/serbia.tourism">http://twitter.com/serbia.tourism</a>	engleski i srpski	1.530	2.272	3.217	16.266	19,421

 <b>Instagram</b>	Serbia Travel	<a href="http://instagram.com/serbiatourism">http://instagram.com/serbiatourism</a>	engleski i srpski	56	442	1.397	18919	30,802
--	---------------	---	-------------------	----	-----	-------	-------	--------

Табела 1: адресе и број пратилаца ТОС на друштвеним мрежама

Највећи раст је забележен код Facebook страница на српском и енглеском језику, као и на друштвеној мрежи Instagram. Број импресија на Facebook страницама Туристичке организације Србије за 2016. годину је 45.547.131, док је у 2017. године број импресија 67.603.799.

### 3.5.1. Активности на Facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel“

Током 2017. године додатно су интензивиране активности на пољу представљања и промоције туристичке понуде наше земље путем Facebook-а. Ове активности се могу поделити у 3 групе:

- Свакодневно објављивање мултимедијалног садржаја у виду фотографија, инфографика, вести, видео материјала.
- Организовање периодичних кампања: плаћених огласних кампања и наградних такмичења.
- Директна комуникација са заинтересованим грађанима кроз одговоре на коментаре и приватне поруке.

Новина је то да су активности путем друштвене мреже Фејсбук интегрисане са визуелним решењима коришћеним путем других маркетиншких канала.

#### Facebook Activity Overview



Табела 2: Број импресија, број интеракција са објавама и број кликова на линк на Facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel“ (01-12.2017.)

LIKES BREAKDOWN, BY MONTH



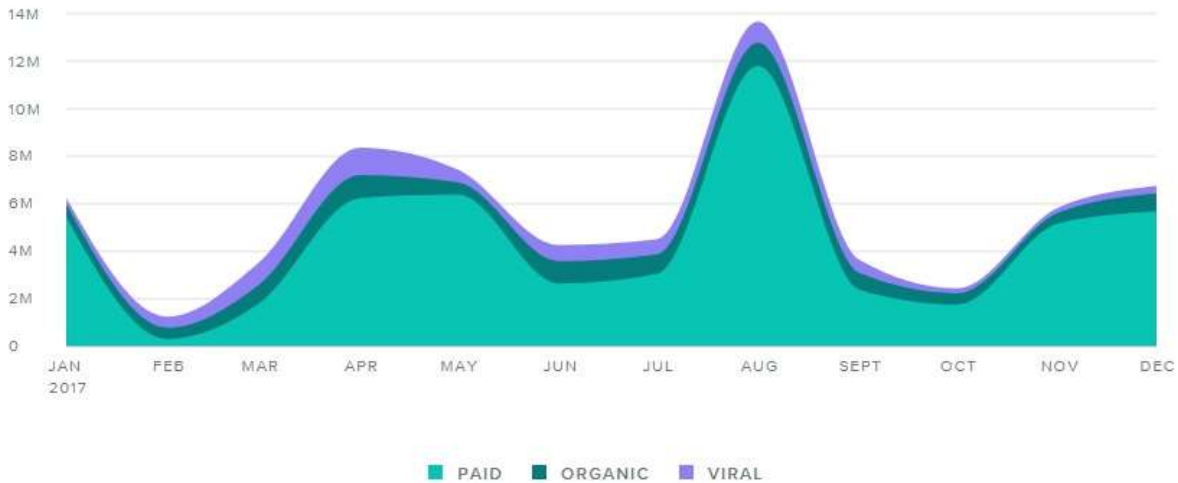
Audience Growth Metrics	Totals
<b>Total Fans</b>	<b>211,675</b>
Paid Likes	18,415
Organic Likes	62,599
Unlikes	13,140
Net Likes	67,874

Total fans increased by  
**47.2%**  
 since previous date range

Табела 3: Број лајкова по месецима на Facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel“ (01-12.2017.)

## Facebook Impressions

PAGE IMPRESSIONS, BY MONTH

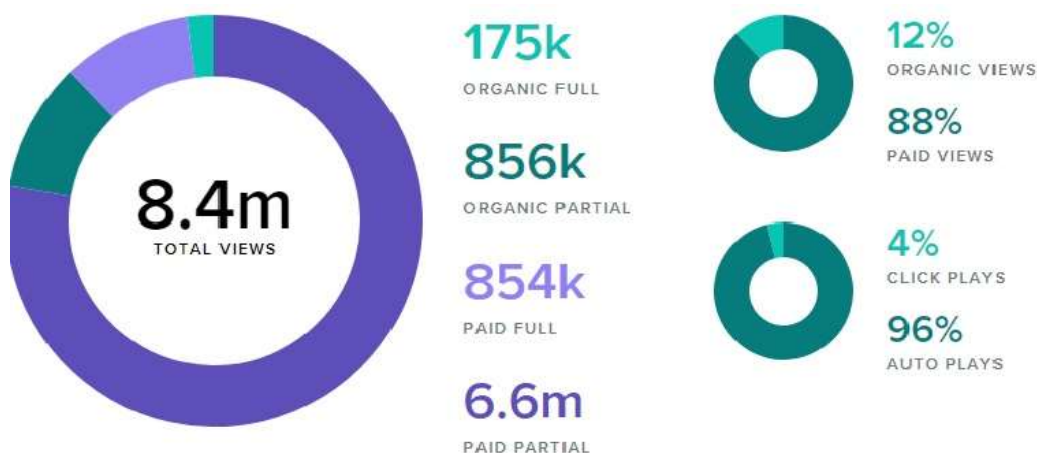


Табела

4: Број импресија по месецима на Facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel“ (01-12.2017.)

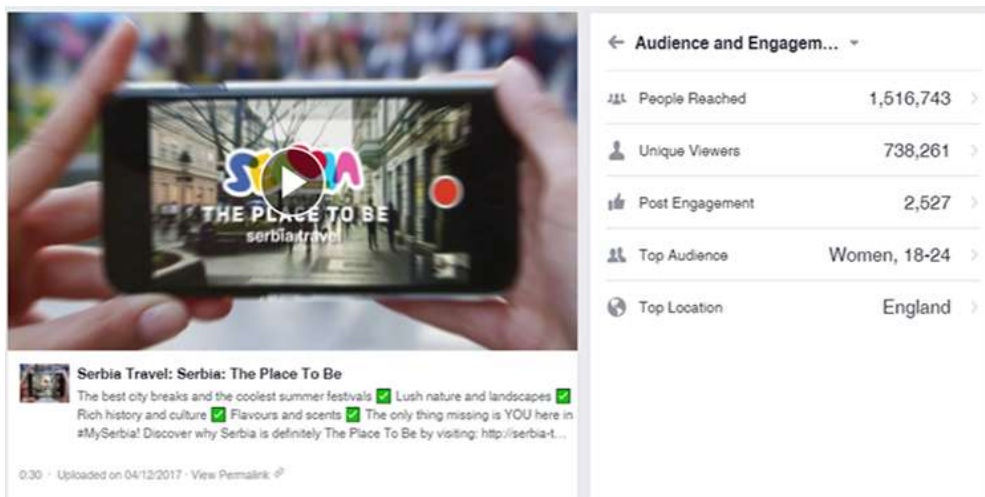
Значајан раст у броју импресија и осталих активности приметан је у периоду април-мај када је путем facebook странице на енглеском језику спроведена кампања „Serbia: The place to be“. Број импресија је у односу на предходни период повећан за 226,7%.

2017. година у свету дигиталног маркетинга обележена је коришћењем видео садржаја. Друштвена мрежа Фејсбук даје предност видео садржају пласираном директно на ову мрежу, у односу на видео садржај који је пласиран путем линкова са других сајтова или YouTube-а.

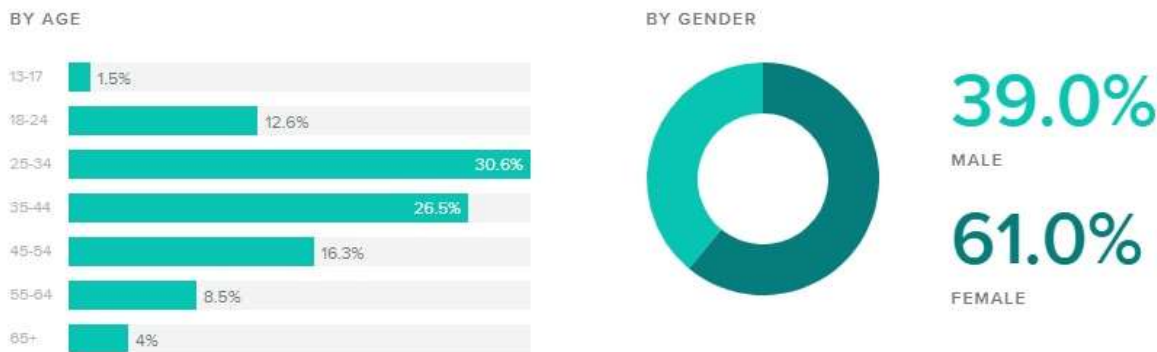


Графикон 1: Резултати постигнути објавама које садрже видео материјал на facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel“ (01-12.2017.)

Туристичка организација Србије активно прати овај тренд, што се може видети на графикону. Укупан број прегледа видео садржаја ТОС-а је око 4 милиона, од тога је 1.516.743 прегледа видеа коришћеног за кампању „Serbia: The place to be“.



Слика 1: Видео „Serbia: The place to be“. На facebook страници „Serbia Travel”



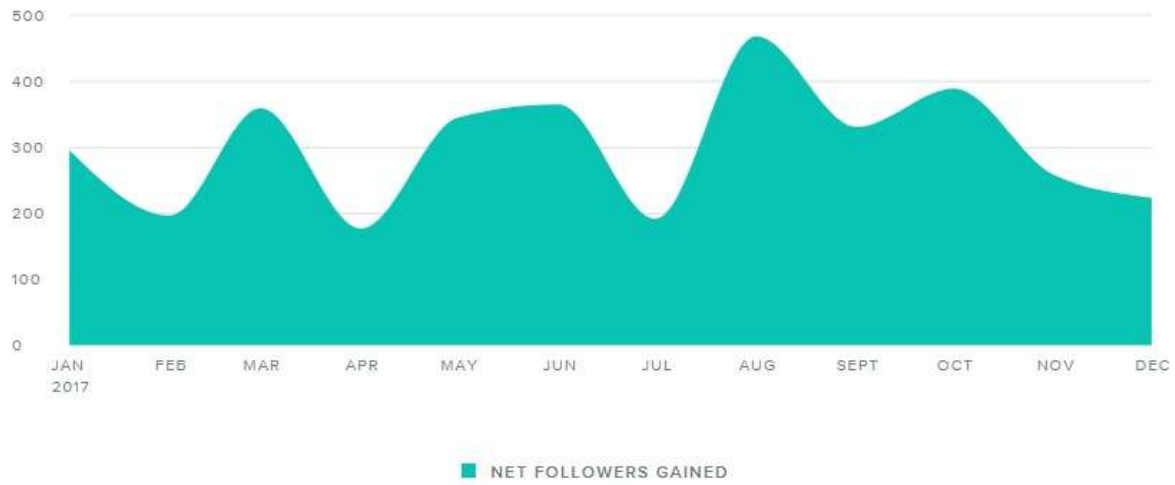
Графикони 2 и 3. Демографски подаци о корисницима на facebook страницама „Туристичка организација Србије“ и „Serbia Travel” (01-12.2017.)

Доминантна публика током 2017. године биле су жене од 25 до 34. године. Највећи број људи који су погледали објаве на Facebook страницама током 2017. године долази из Србије, БИХ, Македоније, Велике Британије, Црне Горе, Италије, Румуније, Пољске, Украјине, Француске, Хрватске, Бугарске.

### 3.5.2. Активности на Twitter-у

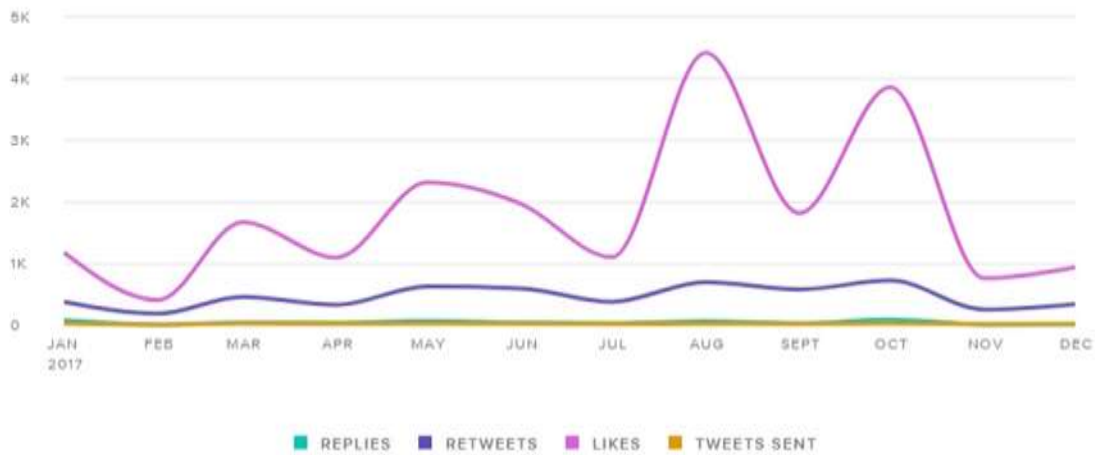
Број пратилаца Туристичке организације Србије на Twitter-у је 19.421, што је за 22,7% више у односу на претходни период (2016.). Број интеракција са објавама 62.043.

#### AUDIENCE GROWTH, BY MONTH



Графикон 4: Нови пратиоци на Twitter-у по месецима (01-12.2017.)

Број објављених twittova је 320 што је за 8,1% више у односу на претходни период.








Engagement Metrics	Totals
Replies	493
Retweets	5,537
Retweets with Comments	274
Likes	21,465
<b>Total Engagements</b>	<b>62,043</b>

The number of engagements increased by **▲66.3%** since previous date range

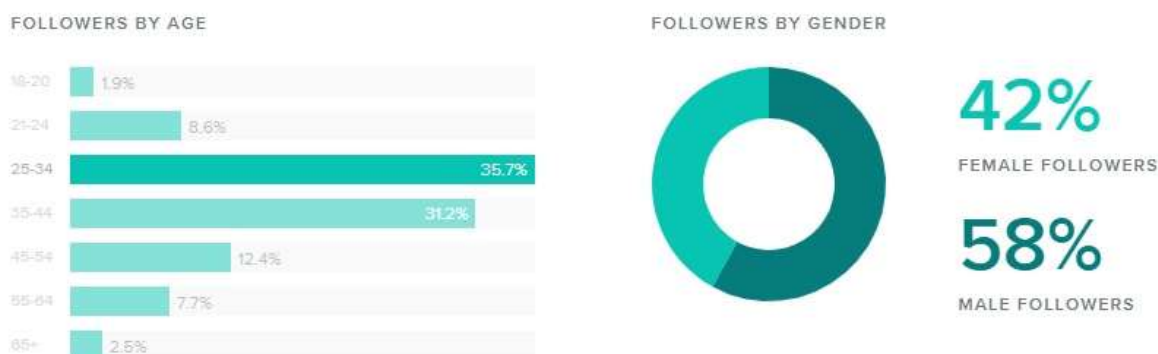
Графикон 5: Број интеракција на Twitter-у по месецима (01-12.2017.)

Укупан број like-ова у овом периоду је 8.604, што је за 80,1% више у односу на пореткодних шест месеци у 2016. години.

Tweet	Potential Reach	Responses	Clicks	Retweets
<b>serbiatourism</b>  Discover why #Serbia is The Place To Be by visiting: <a href="https://t.co/dsk7C7LbAS">https://t.co/dsk7C7LbAS</a> <a href="https://t.co/ub3tXqvD1b">https://t.co/ub3tXqvD1b</a> (Tweet) April 12, 2017 3:55 pm	496,038	270	–	241
<b>serbiatourism</b>  From Nikola Tesla Museum to International Film Festivals, it's all waiting for you here in Serbia. 😊 #SeeSerbia <a href="https://t.co/nis411Gpge">https://t.co/nis411Gpge</a> (Tweet) September 14, 2017 1:20 pm	232,176	172	–	161
<b>serbiatourism</b>  It is time to #SeeSerbia and enjoy the liveliness of its capital during holiday season. 🌲 🍷 🍷 <a href="https://t.co/tRC6delG6A">https://t.co/tRC6delG6A</a> (Tweet) October 10, 2017 12:27 pm	183,651	147	–	133
<b>serbiatourism</b>  Are you ready to see the less obvious, those wonderful places only those who live there know about? 😊 #SeeSerbia <a href="https://t.co/SS20qhaPL4">https://t.co/SS20qhaPL4</a> (Tweet) September 15, 2017 1:32 pm	202,149	141	–	128
<b>serbiatourism</b>  #Serbia: The place to be - Winter Edition 🌨️ 🌲 #SeeSerbia #thelacetobe <a href="https://t.co/HhAWvoEFmv">https://t.co/HhAWvoEFmv</a> (Tweet) November 30, 2017 2:04 pm	204,072	103	–	101

Слика 1: Најуспешнији twitt-ови у 2017. години

У приложеном се може видети да је најуспешнији twitt везан за кампању „Serbia: The place to be“, односно да су видео садржајем направљеним у сврху ове кампање и на овој друштвеној мрежи постигнути најбољи резултати.



Графикон 6: Демографија пратилаца ТОС-а на Twitter-у (01-12.2017.)

Мушкарци старости од 25-34 године представљају највећи проценат пратилаца Туристичке организације Србије на друштвеној мрежи Twitter.



### 3.5.3. Активности на Instagram-у

Важније од броја пратилаца, странице ТОС на друштвеним мрежама бележе одличну стопу интеракције са корисницима који великом већином позитивно реагују на објављене садржаје („like-ију“, кликћу на линкове, деле са својим пријатељима, коментаришу и тд...). Посебно је значајан тзв, User Generated Content, садржај креиран од стране корисника, највиши квалитет интеракције са корисницима. Туристичка организација Србије посебно путем друштвене мреже Инстаграм користи овај систем.



Графикон 7: Број нових пратилацаТОС-а на Инстаграму (01.01.-31.12.2017.)

Број пратлаца је у 2017. години повећан за 78.1%. Укупан број пратилаца је 30.802.

Број објављених фотографија је 261, што је за 123,1% више у односу на претходни период (2016. година).

#### Instagram Top Posts



@serbiatourism  
2788 Engagements



@serbiatourism  
2686 Engagements



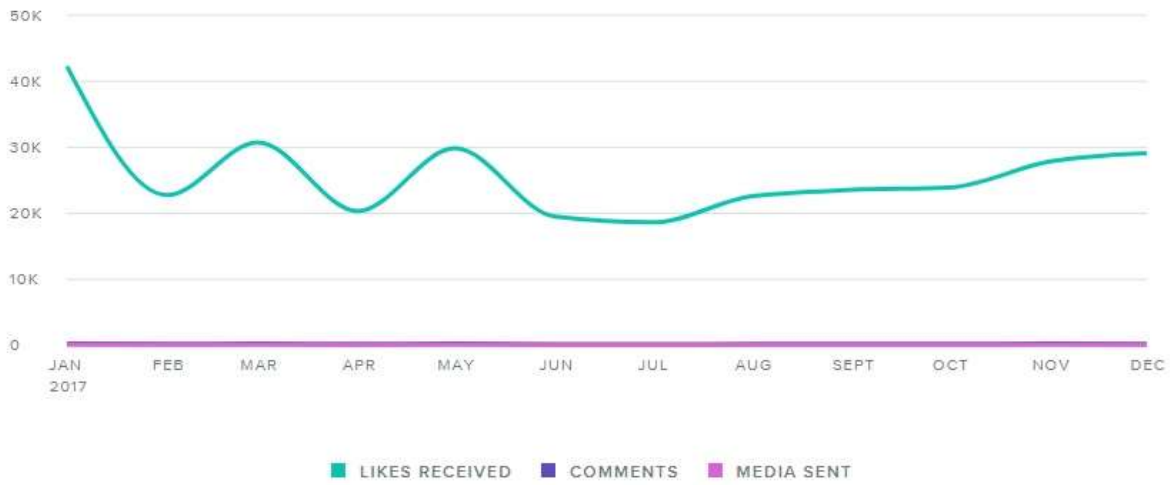
@serbiatourism  
2598 Engagements

Слика 2: Најуспешнији постови на Instagram-у (01.01-31.12.2017.)

#myserbia	257	#mojasrbija	276,977
#mojasrbija	257	#myserbia	264,781
#serbiatravel	235	#serbiatravel	225,697
#serbiatourism	232	#serbiatourism	223,324
#svestovolim	214	#visitsrbia	165,467
#visitsrbia	158	#svestovolim	157,346
#serbia	155	#52vikenda	156,701
#52vikenda	146	#serbia	142,828
#srbija	141	#srbija	132,466
#vidisrbiju	85	#vidisrbiju	117,667

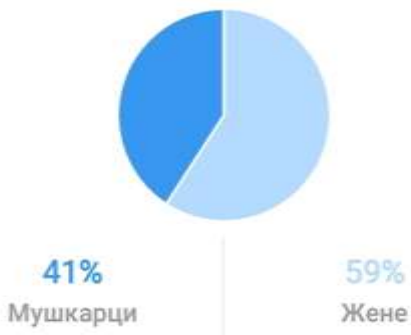
Графикон 8: Активност хештегова (#) везаних за ТОС на Instagram-у (01.01.- 31.12.2017.)

Статистика на графикону показује да је #МојаСрбија највише коришћен од стране корисника Instagram-а, али је приметно и повећано коришћење новог hashtag #VidiSrbiju.



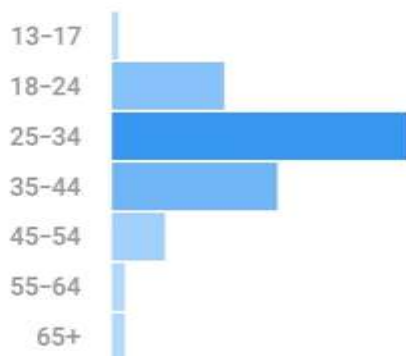
Графикон 9: Интеракције са ТОС-овим објавама на Instagram-у(01-12.2017.)

Број укупних интеракција (like-ова и коментара) је 311.358, порастао је за 253,4% у односу на 2016. годину. Такође, приметан је пораст интеракција према појединачним постовима од од 58,4%



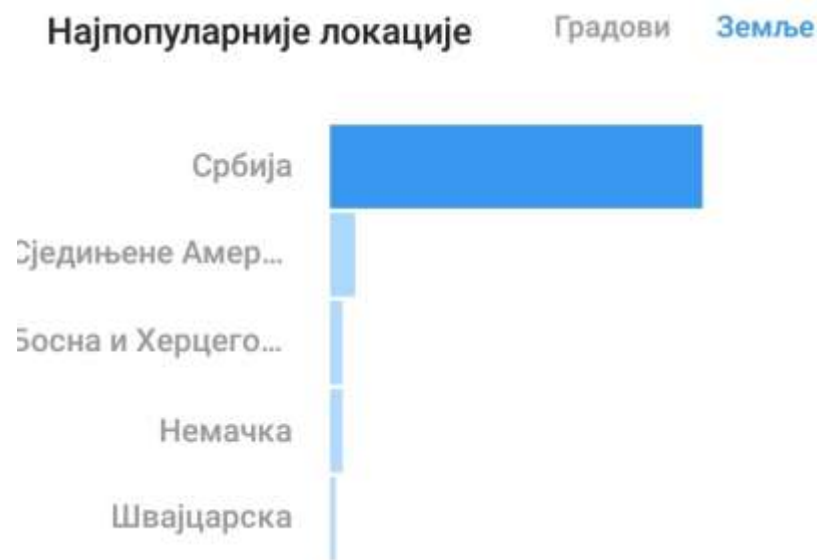
Распон година

Сви Мушкарци Жене



Графикон 10. Демографски подаци о пратиоцима ТОС-а на Instagram-у

Међу пратиоцима Туристичке организације Србије на Instagram-у најбројније су жене старости од 25-34 година.



Графикон 11. Земље из које долазе пратиоци ТОС-а на Instagram-у

Публика из Србије је доминантна што се Instagram-у тиче, иза ње следе Сједињене Америчке Државе, Босна и Херцеговина, Немачка, Швајцарска, међу градовима из којих долази највећи број пратилаца посебно се истичу већи градови Србије (Београд, Нови Сад и Ниш), а од европских престоница Беч. Повећан број пратилаца из Сједињених америчких држава може се објаснити кампањом ТОС-а из маја 2017. године, када су Србију посетили инфлуенсери из New York-а и Чикага, чија се доминантна публика налази управо на Instagram-у.

Подаци : Апликација „Водич кроз Србију“

У јануару апликација није била на продавницама App /Play Store, из тог разлога нема статистике за месец јануар 2017

Варијације у односу на претходни извештај постоје зато што су неки уређаји накнадно одлучили да деле аналитику са Play/App store

<i>Serbia audio guide</i>						
	<i>Број преузимања</i>			<i>Државе</i>		
	<i>Play store</i>	<i>App store</i>		<i>Play store</i>	<i>App store</i>	
<i>Фебруар</i>	<i>606</i>	<i>247</i>		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>
			<i>1</i>	<i>Србија</i>	<i>518</i>	<i>Хрватска</i>
			<i>2</i>	<i>БиХ</i>	<i>10</i>	<i>USA</i>
			<i>3</i>	<i>Аустрија</i>	<i>9</i>	<i>Немачка</i>
			<i>4</i>	<i>Црна Гора</i>	<i>9</i>	<i>Швајцарска</i>
				<i>Остале</i>	<i>60</i>	<i>Остале</i>
				<i>75</i>		
	<i>Број преузимања</i>			<i>Државе</i>		
	<i>Play store</i>	<i>App store</i>		<i>Play store</i>	<i>App store</i>	
<i>Март</i>	<i>11733</i>	<i>670</i>		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>
			<i>1</i>	<i>Србија</i>	<i>10017</i>	<i>Хрватска</i>
						<i>231</i>

			2	БиХ	395	USA	217
			3	Македонија	330	Немачка	14
			4	Црна Гора	331	Швајцарска	19
				Остале	660	Остале	189
	Број преузимања				Државе		
	Play store	App store			Play store	App store	
Април	7313	662		Држава	Број преузимања	Држава	Број преузимања
			1	Србија	4595	Хрватска	280
			2	Македонија	1092	УСА	235
			3	БиХ	555	Немачка	18
			4	Црна Гора	311	Швајцарска	16
				Остале	760	Остале	113
	Број преузимања				Државе		
	Play store	App store			Play store	App store	
Мај	6407	45		Држава	Број преузимања	Држава	Број преузимања
			1	Србија	3451	Хрватска	11
			2	Македонија	726	УСА	11
			3	БиХ	904	Аустрија	3
			4	Црна Гора	379	Швајцарска	3
				Остале	947	Остале	17
	Број преузимања				Државе		

	<i>Play store</i>	<i>App store</i>					
<i>Јун</i>	5557	40		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>
			1	<i>Србија</i>	2924	<i>Хрватска</i>	13
			2	<i>Македонија</i>	793	<i>УСА</i>	5
			3	<i>БиХ</i>	791	<i>Аустрија</i>	2
			4	<i>Црна Гора</i>	349	<i>Швајцарска</i>	8
				<i>Остале</i>	700		12
	<i>Број преузимања</i>			<i>Државе</i>			
	<i>Play store</i>	<i>App store</i>			<i>Play store</i>	<i>App store</i>	
<i>Јул</i>	2725	1970		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>
			1	<i>Србија</i>	1026	<i>Хрватска</i>	77
			2	<i>БиХ</i>	113	<i>УСА</i>	62
			3	<i>Аустрија</i>	286	<i>Немачка</i>	17
			4	<i>Црна Гора</i>	88	<i>Швајцарска</i>	16
				<i>Остале</i>	1212	<i>Остале</i>	1798
	<i>Број преузимања</i>			<i>Државе</i>			
	<i>Play store</i>	<i>App store</i>			<i>Play store</i>	<i>App store</i>	
<i>Август</i>	7583	670		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>
			1	<i>Србија</i>	5226	<i>Хрватска</i>	231
			2	<i>БиХ</i>	395	<i>УСА</i>	217
			3	<i>Македонија</i>	330	<i>Немачка</i>	14

			4	Црна Гора	331	Швајцарска	19
				Остале	1301	Остале	189
	Број преузимања				Државе		
	Play store	App store			Play store	App store	
Септембар	626	1621		Држава	Број преузимања	Држава	Број преузимања
			1	Србија	4595	Хрватска	280
			2	Македонија	1092	УСА	235
			3	БиХ	555	Немачка	18
			4	Црна Гора	311	Швајцарска	16
				Остале	760	Остале	1072
	Број преузимања				Државе		
	Play store	App store			Play store	App store	
Октобар	170	27		Држава	Број преузимања	Држава	Број преузимања
			1	Србија	102	Хрватска	9
			2	Македонија	17	УСА	2
			3	БиХ	8	Аустрија	1
			4	Црна Гора	14	Швајцарска	1
				Остале	29	Остале	14
	Број преузимања				Државе		
	Play store	App store			Play store	App store	
Новембар	190	15		Држава	Број	Држава	Број



					<i>преузимања</i>		<i>преузимања</i>
			1	<i>Србија</i>	102	<i>Хрватска</i>	10
			2	<i>Македонија</i>	17	<i>УСА</i>	1
			3	<i>БиХ</i>	19	<i>Аустрија</i>	0
			4	<i>Црна Гора</i>	12	<i>Швајцарска</i>	1
				<i>Остале</i>	40	<i>Остале</i>	3
	<i>Број преузимања</i>				<i>Државе</i>		
	<i>Play store</i>	<i>App store</i>			<i>Play store</i>	<i>App store</i>	
<i>Децембар</i>	205	16		<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>	<i>Држава</i>	<i>Број преузимања</i>
			1	<i>Србија</i>	113	<i>Хрватска</i>	2
			2	<i>Македонија</i>	48	<i>УСА</i>	2
			3		18	<i>Аустрија</i>	1
			4	<i>Црна Гора</i>	15	<i>Швајцарска</i>	1
				<i>Остале</i>	11	<i>Остале</i>	10
<i>УКУПНО</i>	43115	5983					

### 3.6. Број туриста по врстама туристичких места:

	Укупно	% 2017/2016.	Домаћи гости	% 2017/2016.	Инострани гости	% 2017/2016.
<b>РС укупно</b>	<b>3,085.866</b>	<b>+ 12 %</b>	<b>1,588.693</b>	<b>+ 8 %</b>	<b>1,497.173</b>	<b>+ 17 %</b>
Београд-градска насеља	994.062	+ 13 %	158.271	- 4 %	835.791	+ 17 %
Нови Сад – градска насеља	178.955	+ 13 %	66.153	+ 13 %	112.802	+ 13 %
Бањска места	519.151	+ 9 %	429.065	+ 10 %	90.086	+ 5 %
Планинска места	556.213	+ 7 %	454.384	+ 7 %	101.829	+ 5 %
Остала туристичка места	705.966	+ 17 %	409.811	+ 11 %	296.155	+ 25 %
Остала места	131.519	+ 16 %	71.009	+ 13 %	60.510	+ 20 %

Број домаћих гостију у константном је порасту последњих неколико година, а о њиховом значају за туризам Србије говори чињеница да чине 51% свих туриста у Србији.

## 4. Сајмови и презентације у земљи

### 4.1 Сајмови

#### 4.1.1. Међународни сајам туризма IFT, Београд, 23 -26. фебруар

Под мотом „Уживајте на време“ манифестација је одржана у шест изложбених хала Београдског сајма и традиционално окупила највеће туристичке организације, агенције, организаторе путовања, хотеле, планинске центре, бање, језера, градове, регије и земље са свих континената. Сајам је организован на импресивном простору од 30.797 м<sup>2</sup>, уз учешће од 1.178 излагача из 56 земаља и 74.762 посетилаца (пословни посетиоци око 12.022). Први пут на поменутом сајму се представила туристичка понуда Кине и Русије. Број акредитованих новинара је био 1.002.

Земља партнер 39. Сајма туризма је Црна Гора. Своју туристичку понуду на сајму промовисала је под називом „ Увјек другачија“.

Истовремено са Сајмом туризма организоване су још три манифестације које туризам чине потпуним: 13. Међународни сајам опреме за хотелијерство и угоститељство HORECA, 8. Сајам вина ВеоWine и 13. Сајам сувенира.

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.

На штанду ТОС величине 115м<sup>2</sup> представљена је целина туристичке понуде Србије, са нагласком на Дунав, културну понуду, кратке одморе у градовима, активни одмор у природи у комбинацији са сеоским туризмом, понуди везаној за кампинг и караванинг и манифестације које се одржавају у Србији, као и гастрономију. Туристичка организација Србије је након великог успеха брошуре „52 викенда у Србији“, богату туристичку понуду наше земље представила кроз филм „52 викенда у Србији“, који носи поруку „Добродошли у Србију, земљу која нуди узбудљиву природу, градове који никада не спавају, мир и тишину питомих села, богато културно наслеђе, забаву која се памти, разноврсну гастрономију и гостољубиве домаћине“.

Овогодишњи наступ ТОС-а на Београдском сајму туризма била је прилика да се туристички потенцијали представе на један нов начин коришћењем најмодернијих технологија у виду мобилне апликације „Аудио водича кроз Србију“ намењене транзитним туристима и VR апликацију „Виртуелна авантура Србија - Virtual adventure Serbia“ креирану као платформа виртуелне реалности која промовише најразноврсније аспекте туристичке понуде Србије. Промоција ваучера за одмор у Србији је и ове године била запажена.

ТОС је традиционално на свом штанду на Београдском сајму туризма организовао квиз за посетиоце „52 укуса Србије“, као и доделу главне награде конкурса „Србија – Све што волим“.

Туристичка организација Србије (ТОС) за сајам туризма у Београду је припремила брошуру „52 укуса Србије“ која је посетиоце сајма упознала са гастрономском понудом Србије и гастрономским манифестацијама кроз 27 регија, затим „Каталог сеоских туристичких домаћинстава“ и редизајнирану Туристичку карту Србије.

Као излагач поред ТОСа на штанду су се представили Министарство трговине, туризма и телекомуникација, ЈП Скијалишта Србије, НП „Бердап“ и Удружење Србија за младе.

Током представљања туризма Србије на овом сајму, на штанду ТОС-а организовано је низ презентација туристичке понуде, као и уметнички програм.

Током Сајма туризма потписано је неколико протокола о сарадњи и склопљен значајан број пословних договора. Остварени су бројни контакти са представницима туристичких организација градова и општина, као и туристичке привреде Србије.

На штанду ТОСа су дате бројне изјаве за медије: Дневни лист Информер, Радио 202, Радио Београд Први програм, Радио С, Радио Нови Сад, Радио Шабац, ТВ Пинк, ТВ Инфо биро, ТВ Тањуг, ТВ Нарру, ТВ Панон (српско-мађарска), ТВ Лозница, ТВ Шумадија, ТВ Сремска (Шид), ТВ туристички канал, ТВ Сунце (Аранђеловац), ТВ Сокобања, ТВ Нови Бечеј, ТВ Врање, ТВ Belle Amie ( Ниш), РТВ City Суботица, ТВ Марш (Ваљево), видео продукција Круна, ТВ Наша, Арена спорт, ТВ Атлас (емисија „Фарма“), РТС (емисија „ Знање имање“),TV Тањуг, Радио Шабац.

Последњег дана сајма туризма директор ТОС-а и менаџер тржишта Србије посетиле су штандове туристичких организација регија, градова и општина: Регија Срем (Стара Пазова, Инђија, Рума, Пећинци, Шид, Сремска Митровица), Крагујевац, Топола, Кнић, Рековац, Златибор, Бајина Башта, Лозница, Крупањ, Нови Пазар, Сокобања, Љубовија, Чачак, Горњи Милановац.

#### **4.1.2 Међународни сајам туризма и активног одмора, Ниш, 30. март-01. април**

18. Међународни сајам туризма и активног одмора у Нишу 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, а пратећа конференција на сајму „Niš&events“ за тему је имала организацију догађаја.

У име Града Ниша Сајам су свечано отворили градоначелник града Ниша и директор Градске туристичке организације Ниш.

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 ове године презентовале 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.

На штанду ТОС површине 24м<sup>2</sup> представљена је туристичка понуда Србије, са акцентом на активном одмору и камповима.

Током сајма представници ТОС-а су одржали састанке са:

-представницима Клуба екстремних спортова „Faith“ који организују „Extreme fest“ 16.06 и 17.06. у Краљеву.

- представницима ОТКС Сокобања са темом организације Туристичког форума и упознавања са плановима око развоја активног одмора у Сокобањи.

- са директором ТО Ниша поводом кампање у Србији.

- са представницима ТО Ивањице поводом одржавања фестивала „Нушићијада“.

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

#### **4.1.3 Међународни сајам туризма, Нови Сад, 05-07. октобар**

На Међународном сајму туризма на Новосадском сајму понуду и програме представило је 170 излагача из девет земаља. Паралелно са сајмом туризма, од 3.10. 2017. одржан је и Сајам лова и риболова „ЛОРИСТ“, као и Сајам спорта. Процена је да је сајам посетило око 30.000 посетилаца.

На отварању 50. јубиларног сајма су говорили директор Новосадског сајма и државни секретар у МТТТ. Сајам је отворио покрајински секретар за привреду и туризам. Партнер Сајма туризма је трећу годину заредом Црна Гора.

На штанду ТОС величине 24м<sup>2</sup> представљена је туристичка понуда Србије у оквиру кампање „Види Србију, савршен одмор ти је надхват руке“.

Поред ТОС-а на штанду су се представили ХОРЕС и туристичке организације Свилајнац, Сокобања, Врњачка Бања, Књажевац, Ваљево и Лозница.

Успешнијој и бољој понуди Сајма туризма допринеле су стручне међународне конференције, дегустације вина и гастрономских специјалитета, представљање туристичких понуда из иностранства, као и изложба „Путевима римских императора“, која је први пут представљена широј јавности у Србији.

Велико интересовање изазвали су Дунавски бизнис форум, који је окупио више од 350 привредника и представника различитих нивоа власти, конференција "Дунав – нове перспективе", на којој је говорило 15 предавача, експерата у области туризма из региона, као и

конференција „Регија за туризам-туризам за регију“ у којима су учешће имали и представници ТОСа.

У Хали "Мастер" организовани су Б2Б сусрети домаћих и страних понуђача. Одржано је више од 50 састанака учесника из девет земаља. Овогодишњи међународни пословни сусрети су квалитетна основа да Сајам туризма у Новом Саду, у годинама које предстоје буде место окупљања пословне и стручне публике из области туризма.

Вински и гастро туризам представили су произвођачи пића и хране из Србије, а садржај је био употпуњен такмичењима у припремању специјалитета у склопу "Гастро изазова Дунавског региона" и "Гастро планета", на којем је неколико амбасада представило гастрономско наслеђе својих држава. Представници амбасада Италије, Словачке, Украјине, Алжира, Бразила припремали су специјалитете карактеристичне за државе из којих долазе и на тај начин представили своју гастрономску понуду.

#### **4.1.4 Међународни сајам туризма и сеоског туризма, Крагујевац, 24-26. новембар**

9. Међународни сајам туризма и сеоског туризма одржан је уз учешће од 120 излагача из 4 земље и 8.000 посетилаца.

На штанду ТОС величине 24м<sup>2</sup> представљена је туристичка понуда Србије, док је посебна пажња била посвећена промоцији кампање „Види Србију, савршен одмор ти је надихват руке“, као главне теме у оквиру промотивних активности ТОС у 2017. години.

Сајам је свечано отворила помоћник министра у Министарству трговине, туризма и телекомуникација. На отварању је говорила и директор Градске туристичке организације Крагујевац, истичући да је сеоски туризам постао бренд Србије.

На 9. Међународном сајму туризма и сеоског туризма у Крагујевцу, првог дана у оквиру едукативних радионица, представник министарства трговине, туризма и телекомуникација и представник Туристичке организације Србије представиле су „Каталог радних места у туризму“, а презентацију „Сеоски туризам и активни одмор“ одржао је представник ТОС-а задужен за развој овог производа.

Изглед штанда наишао је на похвале излагача на сајму, али и посетилаца сајма.

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

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

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

Остварени су бројни контакти са представницима туристичке привреде и медија.

## **4.2 Презентације и промотивни догађаји**

### **4.2.1. Промотивни догађаји „Види Србију - савршен одмор ти је надихват руке“ у Нишу, Чачку, Новом Саду и Београду (16. јун -07. јул)**

Промотивна кампања Туристичке организације Србије (ТОС) под називом „Види Србију - савршен одмор ти је надихват руке“, намењена домаћим гостима у циљу представљања

туристичке понуде Србије у летњем периоду, настављена је и ове године након успешне регионалне промотивне кампање под истим именом.

Кампањом „Види Србију - савршен одмор ти је надихват руке“ ТОС је промовисао понуду Србије у предстојећем летњем периоду и позивао домаће госте да свој летњи одмор или његов део проведу на дестинацијама широм Србије, како путем оглашавања, тако и коришћењем он-лине канала промоције уз нагласак на друштвене мреже као генераторе великог броја значајне циљне групе туриста.

Циљ кампање је било и удруживање снага и капацитета приватног, јавног, цивилног сектора и професионалних удружења у промоцији понуде Србије у предстојећем летњем периоду, као и прилика да се промовише субвенционисана мера Владе Републике Србије – ваучери за одмор у Србији са Министарством трговине, туризма и телекомуникација. На догађајима се делио флајер ТОС-а са информацијама о могућностима коришћења ваучера.

У оквиру кампање одржана су четири промотивна догађаја на трговима у четири града у Србији по следећем распореду:

1. Ниш, 16. јун
2. Чачак, 23. јун
3. Нови Сад, 30. јун
4. Београд, 07. јул

ТОС је обезбедио бину и 25 пултова брендираних у складу са визуелним решењем кампање „Види Србију“, затим ЛЕД екран и озвучење, као и програм за сва четири града у сарадњи са ТО регија, градова и општина Србије.

Ове године промоција на трговима у четири града пружила је могућност свим ТО регија, градова и општина да представе део своје туристичке понуде кроз дељење промотивног материјала, приказивање туристичког филма или учешћем у програму на бини.

Дозволе за презентације на трговима и потребне прикључке обезбедили су ТОС и ТО домаћин. На сва четири догађаја своју туристичку понуду што кроз промотивни материјал, што кроз промотивни филм или програм представило је 78 туристичких организација а учествовало је у програму преко 200 учесника.

ТОС је на сваком од догађаја, уз помоћ и анимацију волонтера са Универзитета Сингидунум организовао на свом пулту квиз знања за посетиоце „52 викенда - Колико познајеш Србију“, уз награде најуспешнијима.

На штандовима локалних туристичких организација посетиоци су могли и да дегустирају карактеристичне локалне специјалитете у складу са програмом „52 укуса Србије“.

Сва четири догађаја у сва четири града била су веома посећена, како од стране колега из туристичких организација, тако и од туристичке привреде. Разноврстан и садржајан програм је привукао велики број посетилаца.

Све догађаје у оквиру кампање „Види Србију...савршен одмор ти је надихват руке“ су пратиле ТВ емисија „Србија коју волим“ и ТВ емисија „Жикина шареница“. Изјаве су дате и за: ТВ емисију „Ово је Србија“ - РТС, ТВ Пинк, ТВ Инфо биро, ТВ Војводина, ТВ Нови Сад, ТВ Галаксија, ТВ Мост, ТВ „Belle Amie“ ТВ Лав, ТВ Плус, „Радио С“, радио Нови Сад, радио „Глас западне Србије“, „ТОП Србију“, „Блиц“ и др., као и велики број портала.

Промотивни догађај у Београду пропратили су следећи медији: РТС – Жикина шареница + live Tos-net, РТС – Информативни програм – Дневник РТС, РТС – Емисија „Знање-имање“, РТ Војводине – Дневник + Репортажа разгледница, ТВ N1 – Дневник, ТВ Prva – Репортажа „150 минута“, ТВ Pink – Репортажа, Јутарњи програм, ТВ KСN – Дневник + репортажа, ТВ BN – Дневник + репортажа, Infobiro – Репортажа, Србија коју волим – 80 локалних ТВ + ТВ Наша,

ТВ Македонија – информативни програм, репортажа, Радио Нахи, Радио 3, Радио „Носталгија“, Радио „ТОР Fm“, Радио Студио Б, Дневни лист „Политика“, Туристичке новине, Belquest, Портал Blic и Портал ISTN.

Два дана пре сваког промотивног догађаја вршена је најавна догађаја на различитим платформама – Facebook, Twitter i Google Adwords.

На Facebookу је за сваки догађај креирани “event” у коме су корисници могли да означе да ли ће присуствовати промотивном догађају, као и заинтересованост за промотивни догађај. Број корисника који су на Facebookу видели најаву догађаја, по градовима, је следећи: Ниш – 170 000, Чачак – 229 000, Нови Сад -34 000, Београд – 158 000.

На Twitterу су догађаји најављивани путем промовисаног твита. Резултати су следећи: Ниш - 87,256 импресија, Чачак - 88,434 импресија, Нови Сад - 83,329 и Београд - 35,839 импресија.

У току самих догађаја на дурштвеним мрежама Facebookу и Instagramу емитована су укључења са лица места. Догађај у Нишу испраћен је блогот који је погледало 16.725 људи, а број импресија је био већи од 50 хиљада. Што се Чачка тиче било је четири уживо укључења на Facebookу, од којих је најуспешније било укључење у Народном музеју у Чачку. Имао је највише интеракција са корисницима који су се распитивали за музеј, али и за сам град Чачак.

У Новом Саду су било три уживо укључења на Facebookу. По први пут је организован и квиз уживо „Колико познајеш Србију“. Интеракција са објавом (Engagement) везаном за овај квиз је 1,104 (852 коментара, што показује велико учешће публице у квизу). За ову прилику као награде припремљени су поклон пакети ТОС-а.

Што се Instagramа тиче, догађаји су такође испраћени укључењима уживо, као и Instagram Story-има. Корисници генерално јако добро реагују на све наше активности на Instagramу, па је то био случај и са овим укључењем. Била је велика интерактивност између нас и корисника (укупан број коментара око 560). Корисници су највише постављали питања везана за Нови Сад, Exit фестивал, храну и ноћни провод. Јављали су се гледаоци из Канаде, Јапана, Чикага, Сан Дијега, Бразила, Француске и наравно, највише, из Србије. Интересантно је било и то да се нашем live-у прикључила и група шкотских туриста, која је боравила у том тренутку на шеталишту у Новом Саду и имала мноштво позитивних коментара за Србију и Нови Сад.

Негативна страна овог вида промоције је немогућност добијања детаљне статистике (осим броја коментара и топ инфлуенсера). Ова опција је нова на Instagramу.

Што се тиче Instagram Story-ја, укупан број прегледа што је следећи: Ниш – 13.658, Чачак – 12.698 и Нови Сад – 15201.

#### **4.2.2. Туристички форум, од 10. до 13. мај, Сокобања**

Туристичка организација Србије организовала је од 10-13. маја 2017. године, сада већ 8. Туристички форум. Након Копаоника, Златибора, Вршца, Чачка, Борског језера, Таре и Пролом бање овогодишња дестинација домаћин је Сокобања, тј. Организација за туризам и културу „Сокобања“.

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, са резултатима истраживања из домена туризма и културе, као и како аплицирати за пројекте из ЕУ фондова.

Први дан Форума у хотелу „Моравица“ у Сокобањи организовано је свечано отварање. Отварање је започело презентацијом „Како подстаћи развој туризма у Србији кроз ЕУ програме“, Владимир Зафировић, Стална конференција градова и општина Србије.

Марија Лабовић, в.д. директора Туристичка организација Србије поздравила је присутне, дала кратак осврт на активности које је спровела Туристичка организација Србије и најавила активности Туристичке организације Србије у наредном периоду. Љубинко Миленковић, директор ОТК „Сокобања“ је поздравио све присутне колеге, као и Славиша Лазански, директор хотела „Моравица“. Председник општине Сокобања Исидор Крстић пожелео је добродошлицу свим учесницима 8. Туристичког форума и званично отворио форум.

Други дан Форума, започео је презентацијама „Мере и подстицаји за развој туризма у републици Србији“, Мира Блажић, саветник у Министарству трговине, туризма и телекомуникација и Александра Н. Денде, саветник Потпредседника Владе Србије, „Приоритети и изазови у спровођењу стратегије туризма Србије“.

Након тога, велико интересовање је показано за две презентације: „Положај хотелске привреде у Србији“, др Георги Генов, директор ХОРЕС и „Улога туристичких агенција у развоју домаћег туризма“, Александар Сеничић, директор YUTA.

Трећи дан форума је започео са темама као резултатима истраживања у туризму и култури: „Истраживања ставова и понашања страних туриста у Србији у 2016.“ Саша Јованчић, директор, ПроПозитив и „Културне потребе и навике грађана Србије“, Богдана Опачић, Бојана Субашић, истраживачи у Заводу за проучавање културног развитка, као и „Културни туризам – ЕДЕН, Дејан Црномарковић, саветник у Туристичкој организацији Србије.

Сви учесници 8. Туристичког форума који су похађали семинаре добили су одговарајуће сертификате.

Спортски такмичења су спроведена на спортским теренима хотела „Моравица“, а уз професионалну подршку колега из спортског друштва са којима сарађујемо неколико година.

Упознавање са туристичком понудом краја у коме се 8. Туристички форум одржао није изостало ни ове године. Учесници форума имали су прилику да се упознају са делом туристичке понуде дестинације на којој се одржао туристички форум. Природно добро од изузетног значаја Рипалка и планина Озрен оставили су јак утисак на учеснике форума.

- Укупан број пријављених туристичких организација: 68 (укључујући и Националну туристичку организацију Црне Горе)

- Укупан број делегата: 165

- Укупан број новинара: 22

Домаћин 9. Туристичког форума је ТО Суботица.

Након одржаног 8. Туристичког форума велики број представника локалних туристичких организација и новинара су се захвалили Туристичкој организацији Србији усменим или писаним путем за корисна искуства која су стекли на овогодишњем форуму.



#### **4.2.3. Ноћ музеја, Београд, 20. мај**

Изложба „Успомене из Србије“ у оквиру манифестације Ноћ музеја била је инспирисана почецима туризма у Србији, а као и претходних година циљ организовања изложбе и учествовања у манифестацији је био промоција туристичких дестинација Србије. Фотографијама с почетка 20. века уклопљеним у адекватан креативан дизајн желели смо да истакнемо јубилеје туризма Србије, и да кроз те јубилеје покажемо на који начин и са којим мотивима су туристи путовали почетком прошлог века.

Ове године је ангажовано приступљено промоцији изложбе на друштвеним мрежама на два начина: кроз оглашавање на друштвеним мрежама и Google-у од 16.05-20.05, и кроз активности на друштвеним мрежама у току самог догађаја.

Online кампање су биле организоване на Facebook-у ( и Instagram-у), Twitter-у и Google-у. У ту сврху направљен је и landing page на сајту ТОС-а.

Онлине кампања на Facebook -у је спроведена кроз две спонзорисане објаве, са резултатом од преко 61.000 пратиоца догађаја у ТОС-у. Ова објава пласирана је и путем Инстаграм-а где је достигла 3.800 корисника.

Изложба „Успомене из Србије“ је промовисана и на Twitter -у (website card и twitt engagement) и на Instagram-у (Instagram story) који је пратило скоро 11 хиљада корисника.

Промотивне активности у току самог догађаја:

- 5 twitt-а са фототографијама догађаја, укупан број импресија ових објава био је 9.335
- 6 Instagram story -ја са укупно 21.458 прегледа (view)
- Број фотографија са #UspomenelzSrbije је 258

#### **4.2.4. Београдски манифест 26– 28. Мај**

Туристичка организација Србије се и ове године представила на „Београдском манифесту“ који је организован трећу годину за редом на Београдској тврђави од 26-28. маја. Овогодишње представљање је организовано у типској пагоди како би се „штанг“ уклопио у природно окружење парка. Пагода ТОС-а је била брендирана графичким решењем припремљеним за овогодишњу летњу промотивну кампању „Види Србију...“.

Свакога дана биле су организоване по две презентације традиционалних заната са радионицама за посетиоце и изложбом традиционалних опанака, а посетиоцима су дељене заставице, балони, флајери о ваучерима...

#### **4.2.5. Сајам зимске опреме „ЕхроZим“ 7.12.-10.12.2017**

Локација: Београд, Београдски сајам, Хала 4

Туристичка организација Србије је током 32. сајма зимске опреме "Ехро-зим" , у оквиру штанга ЈП "Скијалишта Србије", представила туристичку понуду Србије. Заинтересовани посетиоци су током 4 дана сајма имали прилике да се путем брошура „52 викенда у Србији“, „Спорт и активан одмор“ и Туристичка карта Србије упознају са зимском туристичком понудом Србије.

#### **4.2.6. Сајам омладинског туризма „Youth Fair“ 03.07.-04.07.2017 Нови Сад**

Сајам омладинског туризма „Youth fair“, у организацији ЕГЗИТ-а и ТОНС, одржан је у 6. пут у Новом Саду, на Тргу слободе, 3. и 4. Јула. Концепт Youth fair-а је да се спајањем музичког програма и промоције дестинација и путовања намењених младима, они покрену и инспиришу да упознају Србију.

Туристичка организација Србије је на позив организатора представила туристичку понуду младима из Србије, али и страним гостима Новог Сада, посетиоцима Егзит фестивала.

У брендираној кућици, ТОС је делио туристичке брошуре и сувенире Србије. За потребе промоције била су ангажована и 2 волонтера, са ПМФ-а департман за географију, туризам и хотелијерство.

Након свечаног отварања 6. Сајма омладинског туризма штанд ТОС-а обишли су министар Вања Удовићић ( Министарство омладине и спорта) и градоначелник Новог Сада Милош Вучевић.

На сајму су дељене брошуре:

На српском језику: Туристичке карте Србије, 52 викенда у Србији, 52 укуса у Србији, мапа манастира

На енглеском језику: Higlits, туристичка карта Србије, 52 викенда у Србији.

Другог дана, за учеснике сајма је организована конференција о омладинском туризму. Након конференције домаћин је организовао туристички обилазак Новог Сада.

#### **4.3. Посебне презентације и догађаји којима су присуствовали представници ТОС**

- Учешће ТОС-а на фестивалу „Supernatural“, у оквиру Danube villige-а на Ади Хуји у Београду 22.04-23.04.2017.  
У оквиру „Supernatural“ фестивала Туристичка организација Србије је представила туристичку понуду Србије на Дунаву и рекама Србије. Током фестивала посетиоцима су дељене брошуре „52 укуса Србије“, „Дунав у Србији“, „Реке и језера“, мапа Србије, „Highlights“
- У оквиру Међународног дана Дунава у Београду је , 29 - 30. јуна 2017. Године, одржана Конференција „Одрживи развој туризма у Дунавском региону: Нове перспективе“ у организацији Министарства трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, у сарадњи са Светском туристичком организацијом Уједињених нација (UNWTO) и немачке Агенције за техничку помоћ и сарадњу (GIZ).  
Циљ конференције је био да се успостави политика и стратешки основ за одрживи развој заједничког туристичког производа и маркетинг платформе у Дунавском региону и шире.
- Учешће у раду жирија Регионалних „Златних руку“, Сокобања 15. јул
- Учешће на промоцији пројекта под називом „Промоција Крчединске аде као еко туристичке дестинације“, 22.август, Инђија
- Присуство отварању 8. Нушићијаде, 25.- 26. августа 2017. године, у Ивањици
- Посета ТО Ужице поводом отварања „Коначишта“ и посета ТО Златибор, 23-24. август

- Учешће представника Туристичке организације Србије на свечаној презентацији Иранског туроператора Иран Марказ на коме су представили нове дестинације на Балкану а између осталих и туристичке потенцијале Србије, 04.05.2017. у Техерану.
- Посета ТО Лознице и учешће у завршној радионици Регионалне развојне агенције Подриња и продукцијске куће NOLIMIT, на тему „Упознајте благо Подриња - Едукација локалне туристичке привреде за промотивне активности и заједничке наступе“, 05. децембар 2017. године.  
У оквиру овог Пројекта, у Малом Зворнику, 15.10.2017. године, представник ТОС-а је одржао предавање на тему „Активности ТОС-а на домаћем и иностранстраном туристичком тржишту“. Том приликом је посећено етно село Сунчана река, на обали Дрине.
- Учешће у раду округлог стола „Утицај напредних технологија на бањски и спортско-рекреативни туризам“, 03. новембар 2017, на Златибору.
- Учешће у раду 8. СЕИ регионалног форума велнес и спа индустрије, одржан 19. октобра 2017. године у археолошком налазишту Виминацијум, који је организовао Кластера здравственог, велнес и спа туризма Србије, на тему спа култура и традиција и савремени велнес и спа концепти.
- Посета директорке ТОС-а Трстенику поводом отварања новог туристичко-информативног центра, 13. јул 2017. ;
- Посета директорке ТОС-а Врњачкој бањи ради обиласка капацитета Врњачке бање и сусрета са представницима ТО Врњачка бања и Специјалне болнице Меркур, 13. јул 2017. ;
- Посета директорке ТОС-а Тари и Бајиној башти ради учешћа у манифестацији „Дринска регата“, 21-22.07.2017. ;
- Посета директорке ТОС-а Пролом бањи поводом отварања новог велнес центра, 30.08.2017. ;
- Присуство представника ТОС-а свечаном затварању СИЛА ФЕСТ-а на Сребрном језеру, 01.09.2017. ;
- Учешће директорке ТОС-а као панелисте на 7. бизнис конференцији „Туристичко тржиште ЈИЕ“, Сава центар, Београд, 04.10.2017. ;
- ТОС је организовао састанак са представницима агенција и хотела у својим просторијама, 13.10.2017. ;
- Присуство представника ТОС-а научно-стручној конференцији „Хотелска кућа 2017“ у организацији Удружења хотелијера и ресторатера Србије (ХОРЕС), Златибор, 16-18.11.2017. ;
- ТОС је у сарадњи са МТТ-ом, ТОБ-ом и Удружењем туристичких водича Србије уприличио презентацију у вези са организовањем Стучног испита за туристичког водича и туристичког пратиоца, 22.09.2017. ;
- ТОС тј КБС је у сарадњи са Владом РС организовао радионицу везану за конгресни туризам у просторијама ТОС-а за представнике конгресне индустрије, са циљем дефинисања будућих праваца развоја конгресног туризма и Конгресног бироа, 20.11.2017.

#### 4.4. Остале активности у земљи:

- Разговор поводом реализације кампање „СIF чисти Србију“ која је ове године подразумевала чишћење три споменика у Србији. Због чињенице да је кампању организовала корпоративна фирма, ТОС се није укључио у реализацију пројекта
- Посета Природњачког центра Свилајнац, поводом отварања две нове изложбе "Вулкан" и "Геодиверзитет Србије" и винарије „Деспотика“
- Учешће на панел дискусији “Регионална сарадња у области музеја и културног наслеђа: кључне теме, потенцијали и изазови” у организацији Европе Ностре Србија, организоване у оквиру Форума Креативна Европа
- Учешће у раду Скупштине „Тврђава Голубачки град“ д.о.о.
- учешће на округлом столу поводом почетка пројекта „Ми смо породица“, у организацији Привредне коморе Србије, организације „Хелветас“, Института економских наука и Завода за проучавање културног развитка
- Подршка и учешће у раду Конференција „SITCON“ – посвећена религијском туризму
- Подршка пројекту „Глац“ – ископавање археолошког локалитета Глац, код Сремске Митровице, који заједнички реализују Амбасада Аустралије и Археолошки институт
- Сарадња са Удружењем „Србија за младе“ поводом организације догађаја обележавања јубилеја 800 година крунисања Стефана Првовенчаног
- Разговори са фирмама „Oroundo“ и „Filter App“ о могућностима сарадње на тему мобилних апликација које припремају и повезивања са мобилном апликацијом ТОС-а
- Учешће у раду Организационог одбора манифестације Дани европске баштине
- Учешће у раду Скупштине „Тврђаве Голубачки град“
- Промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а
- Припрема информација о програмима у музејима и галеријама у Србији за рубрику Вести на интернет страници ТОС-а
- Припрема информација за кампању на ВВС-ју и кампању „Види Србију“ о програмима у музејима и галеријама у Србији, као и координацију снимања у музејима и галеријама за кампању
- Учешће у активностима Координационог тима за реализацију Пројекта ЕДЕН ( инфо дани, инспекција дестинација, организација доделе награде, припрема и реализација брошуре)
- Прикупљање података / најава за кампању на ВВС-ју, зимску промотивну кампању као и иновативне дигиталне формате у сарадњи са музејима, галеријама, археолошким локалитетима у Србији
- Припрема најава на друштвеним мрежама за обиласке у Србији
- Припрема снимања за „Culinary Culture“ у Србији са Дунавским центром за компетенцију
- Сарадња и припрема промотивних материјала за студенску организацију AIESEC којој су достављени наши промотивни материјали ради информисања међународних чланова који су им долазили у посету
- Обезбеђење фотографија за представнике Team Leader of outgoing Global Volunteer који су радили промотивне текстове за Lonely Planet
- Сарадња са институтом Конфуције у припреми материјала за 16. Међународни конгрес слависта у Београду од 23 до 27. Августа 2017.
- Сарадња са агенцијом PANACOMP WONDERLAND TRAVEL на припреми промотивних материјала за групе туриста из Кине
- Обезбеђење промотивног материјала за организацију UNIADA BEOGRAD 2017

- У склопу летње кампање у сарадњи са ТВ Прва за потребе снимања емисије 150 минута координирана је сарадња са локалним туристичким организацијама ради снимања емисија на терену.
- Припрема промотивних материјала за агенцију Serbia Travel & Events
- Подршка фотографкињи Викторији Мартиновој у реализацији пројекта израде фото записа посвећеног старим занатима и традицији кроз успостављање контаката са ТО Златибор и Музејем Старо село у Сирогојну
- Обезбеђење промотивних материјала за Уставни суд који је на Златибору организовао Регионалну конференцију.
- Подршка кроз промотивни материјал **YFU Serbia** који су учествовали на Интернационалном летњем кампу у Грчкој
- Присуство отварању барик подрума 28.07. у винарији Деурић у Малој Ремети
- Учешће на Conference on Sustainable Tourism Development in the DANUBE Region у Београду 29 June – 30. June 2017
- Сарадња са представницима пројекта EcoDev у спровођењу пројекта „Обележавање УН године одрживог туризма“
- Реализација промотивне туре за новинаре и представнике медија у оквиру промоције винског туризма и винског пута Фрушкер горе у сарадњи са винаријом Мачков подрум
- Асистенција продукцијској кући British TV show - Chris Tarrant: Extreme Railway Journeys у остваривању контаката ради снимања Плавог воза и Шарганске осмице
- Сарадња са заводом за културни развитак и реализација промовисања манифестације „Тесла дани 2017“ коју организује Кластер путева културе
- Реализација једнодневнoг излета за Media Education Centre и представнике њиховог пројектног тима
- Учешће у едукативним радионицама које је организовала ТО Краљево у оквиру Сајма сеоског туризма одржаног на Лопатници 18.08.2018.
- Сарадња са ТО Бор на реализацији манифестације “Дани Брестовачке бање“
- Асистенција Туристичкој организацији Зрењанин у реализацији пратећег програма „Пиво, пиварство и хмелјарство“ Зрењанинских дана пива
- Комуникациј са Музејем града Београда ради припреме и заједничког става око подршке пројекту Удружења Винчански Неолит
- Консултације са редакцијом новина Блиц у избору типичних представника села са развијеним сеоским туризмом ради реализације снимања
- Посета Сајму шљива у Осечини који организују колеге из Туристичке организације Подгорина из Осечине
- Учешће у реализацији конференције за новинаре којом је представљена јубиларна 130 манифестација „Смедеревска јесен“
- Учешће у раду жирија за оцењивање радова пристиглих у оквиру пројекта EcoDev - Center for research and development projects
- Предавање на тему Сеоски туризам у оквиру радионице која је посвећена медијској промоцији заједничких туристичких вредности у Круњу 10.09.2017.
- Посета Манифестацији Грожђенбал 2017. 60 Дани бербе грожђа у Вршцу
- Припрема промотивног материјала за Удружење књижевника Србије за организацију 54. Београдских међународних сусрета писаца
- Обезбеђење материјала за Београдски безбедоносни форум 2017. Који је организовао Београдски фонд за политичку изузетност

- Координација наступа представника старих и уметничких заната на Самиту представника ресорних министарстава и 80 универзитета из Кине и 16 земаља централне и источне европе, одржаног у Новом Саду.
- Припрема промотивног материјала за потребе промоције туризма Србије гостујућим студентима из иностранства у оквиру активности Сектора за међународну сарадњу Универзитета у Београду
- Посета отварању манифестације Дани Р.Српске у Србији
- Промотивна подршка првом „Винском маратону“
- Сарадња са ЕТШ Паја Маргановић из панчева на реализацији ученичке стручне праксе
- Подршка организацији и посета Новембар вино фесту кроз организацију прес конференцију и учешћу у панел дискусији о винском туризму
- Обезбеђивање фотографија за новинаре Publicist Zapwater Communications који су реализовали посете винаријама у Србији
- Подршка новинарима на реализацији пројекта Serbia's CraftBeat који се реализује на руском и енглеском кроз сарадњу са ТО Пирот где су снимали везиље ћилима
- Помоћ амбасади Србије у Москви у обезбеђивању карактеристичних српских производа за реализацију Дипломатског базара у Москви
- Учешће у раду Групације за рурални туризам у оквиру Удружења за туризам Привредне коморе Србије
- Припрема информација за новинарку Јелену Субин из Вечерњих новости за серијал промотивних текстова о сеоском туризму
- Посета завршној сесији у реализацији пројекта „Упознајте благо Подриња“ одржаној у Тршићу и посета Туристичкој организацији Лозница
- Посета Туристичкој организацији Војводине на годишњој свечаности у Галерији Матице српске у Новом саду
- Присуство обележавању 10 година постојања Туристичке организације Ковин
- Рад на „Каталогу радних места у туризму“, МТТТ, ТОС, ЛТО
- На 9. Међународном сајму туризма и сеоског туризма у Крагујевцу презентован „Каталог радних места у туризму и Платни разреди за запослене у туризму“, МТТТ и ТОС
- Припрема и учешће у реализацији снимања промотивних видео клипова намењених промоцији Србије на каналу „Travel channel“
- Организација конференције за штампу поводом одржавања првог „Outdoor festivala“ у кањону реке Јерме. Конференција за штампу је одржана у Конференцијској сали ТОС-а 25.07.2017. године.
- Обезбеђивање промотивног материјала ТОС-а за потребе турнеја АКУД „Иво Лола Рибар“.
- Присуство првом „Outdoor festivalu“ у кањону реке Јерме у периоду од 17.08. до 19.08.2017.
- Послат је позив блогерима и инфлуенсерима на доделу награде „Туристички цвет“ одржане 27.09.2017.
- 5.10.2017. учешће на Конференцији “Дунав-нове перспективе“ одржаној у оквиру 50. међународног сајма туризма у Новом Саду у организацији Дунавског центра за компетенцију и Новосадског сајма. Циљ конференције је да се сагледају стратешки оквири регионалног развоја Дунавског региона и шире и да се дефинишу кључни транснационални пројекти и могућности развоја иновативних прекограничних производа. Представник ТОС-а учествовао на панелу: „Активни туризам – нове перспективе“, на ком су учествовали и Немања Нешковић, оснивач туристичке агенције

“Wild Serbia”, Милан Ружић, Друштво за заштиту и проучавање птица и Јан Клавора, директор туристичке агенције “Good places”, Словенија.

- Припрема информација за портал „Е-капија“ на тему Пешачки и бициклички туризам у Србији.
- Припрема и прослеђивање информација Амбасади Републике Србије у Отави везано за укључивање туристичке понуде Србије везане за авантуристички туризам у итинерере канадских тур-оператора.
- Обезбеђивање промотивног материјала ТОС-а за потребе посете представника МУП-а Србије Кини.
- Припрема информација за магазин „Оригинал“ на тему пећинског туризам у Србији.
- Састанак са представницима „The tough club“ са темом представљања њихове понуде и проширење туристичке понуде Србије у сфери авантуристичког туризма.
- 04.11.2017. присуство отварању манифестације „Војвођанска камперијада“ у Новом Саду која је за циљ имала да окупи и представи посетиоцима понуде едукативних кампова на територији Србије.
- 24.11.2017. током пратећег програма 9. Међународног сајам туризма и сеоског туризма, на позив организатора сајма ГТО „Крагујевац“, одржано је предавање са темом „Активни одмор и сеоски туризам“. Током предавања присутнима су представљене основне информације о производу Активног одмора и основним принципима еко туризма као концепта који је интересантан за власнике сеоских домаћинстава, јер комбинује активности у природи са упознавањем локалне културе, чијом применом би се доживљај посетилаца обогатио.
- 28.11.2017. присуство радионици „Туризам заснован на посматрању дивљих животиња – разумевање тржишта и прилика за развој“ чији су организатори Национални парк "Тара" и WWF Адриа . Радионица је одржана 28.11.2017. године у Бајиној Башти. и за циљ има повезивање локалне заједнице са управљачима заштићених подручја, стварања основе за развој одрживог туризма у заштићеним подручјима, као и развој нових програма базираних на посматрању и фотографисању дивљих животиња.
- 04.12.2017. састанак са председником Планинарског савеза Србије поводом прикупљања података за брошуру „Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији“.
- 21.12.2017. присуство 2. Београдском туристичком форуму одржаном у Београду у Центру „Сава“
- 22.12.2018. Организација конференције за медије Одбојкашког савеза Србије поводом потписивања спонзорског уговора са компанијом МГ Мивела. Конференција је одржана у Конференцијској сали ТО Србије.
- 27.12.2018. Присуство годишњем коктелу Одбојкашког савеза Србије који је одржан у хотелу „Crown Plaza“, на ком је ТОС-у додељена захвалница на успешној сарадњи у 2017. години.
- Годишњи коктел ТОСа са ЛТО и туристичком привредом, уз презентацију најважнијих активности у 2017. , као и додела награда пројекта ЕДЕН, 27.12.2018. хотел ENVOY, Београд
- Подршка организацији боравка члановима Радне групе (35) Савета Европске уније за проширење (COELA) са Малте, која председава Савету Европске уније до 1. јула 2017, који су боравили у Србији од 28. фебруара до 3. марта 2017. Године
- Учешће у раду Извршног комитета за организацију инаугурације Председника Србије:
  1. Израда 7 филмова, по регијама, користећи филмове „52 викенда“

## 2. Одабир и достављање фотографија

- Организација Wine Jam из Београда, у сарадњи са холандским винским новинаром и публицистом Paul Balke- ом, организовала је од 25-29 маја 2017. винску туру кроз Србију за угледне новинаре и стручњаке из ЕУ, Русије, Енглеске и САД. Циљ је био да се преко њиховог доживљаја и утицаја промовишу наши вински потенцијали али и Србија као дестинација за вински туризам. Представник ТОС-а је учествовао на конференцији за медије организоване поводом овог студијског путовања
- Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije Vam, kao partner u izradi INTERREG projekta
- Учешће у раду Прве националне радионице за успостављање мониторинг платформе за атрактивност простора Србије која је одржана у Београду, 25.маја 2017. године , на тему „Јацање капацитета за унапредјења територијалне атрактивности Дунавског региона”
- Поводом одржавања/презентације туристичке понуде Грчке“ –Г рчки викенд у Београду, која се већ другу годину одржава на Тргу републике, у Београду, 20. и 21. маја, 2017., представник ТОС-а се обратио присутним грађанима.
- Учешће на едукативној радионици „Паметни градови - Брендирање локалне туристичке понуде“. 20.04.2017. у организацији НАЛЕД-а.
- Учешће на осмој конференцији Бизнис плуса у сарадњи са Министарством трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије „Регија за туризам, туризам за регију и улога добављача, грађевине и промета“, која је одржана 26. Јануара, у Београду. Циљ конференције, на којој су учествовали представници БиХ и Републике Српске је био да одговори на питања: где је регион на европској, односно светској туристичкој мапи? Шта државе југоисточне Европе чине? Зашто је то важно и шта су намере регионалних Влада? Привредни и културолошки значај повезивања туристичких делатника у региону, умрежавање са трговином, грађевинском индустријом и телекомуникацијама – туризам као носилац развоја.
- Посета Старе пиваре у Панчеву у оквиру припрема свечане прославе 3 века постојања пиварства у Панчеву- 12.01.2017.
- Учешће у студијској винској тури поводом Св. Трифуна и обилазак винограда и винарија у Долову код Панчева 14.02.2017. у организацији ТО Панчево.
- Посета и обилазак манифестације Сланинијада у Качареву 16.02.2017.
- Учешће у раду Групаације за рурални туризам Привредне коморе Србије
- Присуство Салону вина и учешће у панел дискусији на тему : Гастрономија и вино одржаној у оквиру Winterfesta на Копаонику, 23.-26.03.2017.
- На Високој туристичкој школи у Београду, представник ТОС-а је учествовао на трибини која је била посвећена теми: Туристички капацитети у привредном развоју Србије,10.05.2017.
- Учешће у раду годишње скупштине Удружења предузетника у сеоском туризму где је домаћин био Спортско рекреациони центар Момчило Чековић а у организацији ТО Горњи Милановац, 18.05.2017.
- Представник ТОС-а учествовао је у студијској тури упознавања са потенцијалима за авантуристички туризам северног Косова, са фокусом на регион око Зубиног потока и језера Газиводе. Организатор студијске посете је НВО „Outdoor In“ које се бави развојем туристичких производа на северу Косова, 19.05.2017.
- Учешће на радионици са темом : Интегрисане стратегије развоја спорог, зеленог и здравог туризма коју је организовала Регионална агенција за економски развој Шумадије и Поморавља у домаћинству Милановић, село Липовица, Деспотовац, 25.05.2017.



- Посета манифестацији Дани Вајферта у организацији Туристичке организације града Панчева, 09.06.2017.
- Разговори са представницима и власницима мале пиваре Кабинет Бревери о успостављању сарадње и могућности промоције крафт пива, 14.06.2017.
- Посета манифестације Фестивал вина у Новом Саду, 17.06.2017.
- Присуство представника ТОС-а отварању манифестације „Бојчинско културно лето“ коју у Бојчинској шуми организује Културни центар Сурчин 18.06.2017.
- Сарадња са винаријом Мачков подрум и планирање заједничке промотивне туре која би популаризовала винарије и вински туризам на Фрушкој гори.
- Израда предлога пројекта за учешће на конкурс асоцијације Трансроманика - „Едукација за туристичке водиче за пут културе Трансроманика у Србији“. На основу добијених средстава, од 1.000 евра, у термину јесен/зима 2017, спровешће се едукација водича из Србије.
- Промоција туристичке понуде Србије у ТЦ „Ушће“ поводом учешћа ТОС-а на Сајму туризма у Београду. Наступ је рађен у сарадњи са ТО Црне Горе, 18.02 и 19.02.2017
- Организација разгледања Београда са водичем за званичнике Европске атлетске федерације за време одржавања Европског атлетског првенства у затвореном од 03.03. до 05.03.2017
- Презентација представника ТОС-а о туристичкој понуди Дунава у оквиру студијске посете међународног удружења IWI - Inland Waterway Internationa организованог од стране удружења „Дунавски Пропелер“. Презентација је одржана 11.05.2017. у Конференцијској сали ТОС-а.

#### 4.4.1. Организовање студијског путовања за домаће новинаре

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).

Поводом јубилеја, 50. година од почетка радова на археолошком локалитету Лепенског Вира, организовано је студијско путовања у Лепенски Вир и Голубац, за представнике домаћих медија 28.03.2017.

#### 4.4.2. Истраживање тржишта

Министарство трговине, туризма и телекомуникација-Сектор за туризам и Туристичка организација Србије донели су одлуку да ТОС спроведе истраживање које би обухватило информације о текућој летњој туристичкој сезони 2017. у Србији. Подаци добијени овим истраживањем су коришћени само за интерне анализе Министарства и ТОС-а и нису били јавно публиковани. Информације које су добијене овим истраживањем односе се на процене оствареног промета и оценама/степену задовољства понудом конкретне дестинације.

Истраживање је спроведено методом анкете, на бази процене локалних туристичких организација у оним дестинацијама које су током лета генерално и најпосећеније. Питања у упитнику формулисана од стране ТОС-а. Анкетирање је спроведено у периоду од 28. августа до 01. септембра и обухватило је следеће туристичке дестинације: Београд, Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Суботица, Копаник, Златибор, Дивчибаре, Врњачка бања, Сокобања, Пролом бања (ТОО Куршумлија је послала податке за Луковску бању уместо за Пролом бању, јер је проценила да су туристи у Луковској бањи у већој мери дошли уз туристичких разлога, а у Пролом бању из медицинских разлога, а током лета број туриста у обе бање је приближно исти) и Велико Градиште.

Наведене дестинације, мерено оствареним прометом (бројем туриста) у летњим месецима током 2016. године, остварују преко 63% укупног туристичког промета у Србији, те се може сматрати да су наведена места представљала одговарајући репрезентативни узорак.

Добијени подаци нису повезани са званичним статистичким показатељима које су предмет делатности надлежног Републичког завода за статистику, већ само процене и оцене колега из одговарајућих локалних туристичких организација.

Такође, крајем 2017. године спроведено је анкетирање представника туристичке привреде Србије које се односило на Предлог промотивних активности на иностраним тржиштима у 2018. години. Питања су се односила на заинтересованост привреде за заједничко учешће са ТОС-ом на одређеним ино тржиштима, односно која су то тржишта и сајмови за која су заинтересовани, који су то облици заједничких активности са ТОС-ом и у којој форми би се укључили у конкретну активност. Обрађено је укупно 45 упитника, а резултати анкетирања стављени су на располагање колегама из Ино сектора и директорки ТОС-а ради доношења конкретних одлука у смислу планирања промотивних активности на иностраним тржиштима у 2018. години.

#### **4.4.3. Активности поводом награде „Туристички цвет 2017“**

- Конкурс је расписан 12.06.2017. на сајту ТОС-а и Блиц-у:
- Реклама је 8 дана на blic.rs имала укупно 347.000 приказа. Реклама је на моблином сајту за два дана имала 967.000 приказа
- Оглас је објављен у часописима „BelGuest“, „Ревизију Уно“, и на порталу ISTN,
- Електронском поштом је послата информација локалним туристичким организацијама, Министарству трговине, туризам и телекомуникација, Привредној комори Србије, Привредној комори Србије, ЈУТА-и, АТАС-у, ХОРЕС-у, Удружењу водича Србије, Удружењу бања Србије...
- Информација о расписивању конкурса је дељена на изложби у оквиру манифестације
- Ноћ музеја 20.05.2017. у ТОС-у, на Туристичком форуму у Сокобањи од 10-13.05.2017, као и на догађајима у земљи у оквиру кампање „Види Србију...“ у Нишу, Чачку, Новом Саду и Београду.

Реализација конкурса Туристички цвет

Конкурс за награду „Туристички цвет 2017“ био је отворен од 12. јуна до 18. августа 2017. године, и током тог периода 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 конкурсy (укупно 3 пута).

Чланови жирија за доделу награде „Туристички цвет“ били су: проф. Др Јован Попеску, Универзитет „Сингидунум“ - председник жирија; чланови жирија др Наташа Павловић, директор Туристичке организације Војводине, Живорад Николић, уредник РТС-а, Љиљана Черовић, Шеф Одсека за управљање и развој туристичких производа у ТОС-у и Александра Долапчев, саветник у ТОС-у. Жири је одржао три састанка током којих је сагледао пријаве свих кандидата.

На конкурс су стигле пријаве за 77 кандидата. И то: у категорији 1. Туристичка организација кандидовано је 9 туристичких организација; у категорији 2. Туристичка манифестација кандидовано је 12 туристичких манифестација; у категорији 3. Рецептивна туристичка агенција кандидовано је 6 туристичких агенција; у категорији 4. Угоститељски објекат за смештај, у подкатегорији Хотел кандидовано је 6 хотела; у категорији 4. Угоститељски објекат за смештај, у подкатегорији Остали објекти за смештај кандидовано је 12 објеката за смештај; у категорији 5. Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга кандидовано је 32 кандидата у две подкатегорије.

На конкурсy за награду „Туристички цвет“ Туристичке организације Србије за период јули 2016 – јули 2017. године победници по категоријама су:

1. Категорија „Туристичка организација“: Организација за туризам и културу Сокобања
2. Категорија „Туристичка манифестација“: „Дани лудаје“, Кикинда
3. Категорија „Рецептивна туристичка агенција“: „Sabra Companu d.o.o.“ Београд
4. Категорија „Угоститељски објекат за смештај“ – подкатегорија хотел: Хотел „Falkensteiner Hotel Belgrade“, Београд
5. Категорија „Угоститељски објекат за смештај“ - Остали угоститељски објекти за смештај: „Етно село Врхпоље“, Љубовија
6. Категорија „Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга“: АД „Аеродром Никола Тесла“, Београд
7. Категорија Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга: Александра Миката
8. Свечаност доделе награде ове године одржана је Белом двору на Дедињу уз пратећи програм.

#### **4.5 . Координација рада са локалним туристичким организацијама и другим субјектима у туризму**

Полазећи од концепта неопходности лоцирања ставова и потреба туриста као основе за планирање маркетиншких активности, ТОС је добијене резултате истраживања ставова и

понашања домаћих туриста учинио доступним свим релевантним субјектима у туризму, што ће учинити и са подацима добијеним о истраживању карактеристика страних туриста у Србији.

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 и у Србији;
- 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 међународне конференције „Брендирање малих дестинација“, Охрид, 15-18. јун
- Прикупљање информација од ЛТО о новим туристичким садржајима на њиховим дестинацијама;
- Прикупљање информација за припрему брошуре „Календар приредби“;
- Прикупљање информација за припрему брошуре „Билтен ТОС-а“;
- Прикупљање информација за припрему брошуре „Смештај у Србији“, који се ради на основу података о смештајним објектима које категорише Министарство трговине, туризма и телекомуникација
- Прикупљање информација за припрему брошуре „Кампинг“;
- Прикупљање информација о пројектима ЛТО,
- Прикупљање информација о развојним плановима туристичких дестинација у Србији,
- Прикупљање информација за предлог пригодних поштанских марки у сарадњи са ПТТ Србије
- Прикупљање информација и фотографија од локалних туристичких организација за припрему брошуре „Каталог сеоских туристичких домаћинстава“
- Прикупљање информација од локалних туристичких организација у вези нових отворених подрума за брошуру Србија-путеви вина
- Информисање ЛТО о:
- Актуелним манифестацијама у Србији, о ваучерима у туризму, о Правилнику Београдског сајма туризма, о конкурсима МТТТ за субвенције и дотације намењених за пројекте,...
- Координација везана за дозволе и припреме за екипу сниматеља који раде на снимању филма 52 викенда у Србији;
- давање подршке и посета туристичким манифестацијама у Србији чији организатор је ЛТО;

- Сарадња ЛТО, ТОС и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Настављен је пројекат праћења туристичког промета у сеоским домаћинствима Србије.
- Сарадња са Радном групом за статистику, анализу и истраживање тржиште-САИТ Националног савета за развој туризма Србије.
- Сарадња са Министарством иностраних послова и мрежом ДКП која обухвата дистрибуцију промотивног материјала (брошуре, филмови и сл.) за потребе дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству, обезбеђивање потребних статистичких информација и других података о туристичкој понуди Србије.
- На захтев других државних органа и других заинтересованих организација, ТОС обезбеђује је промотивне материјале за међународне скупове и делегације.
- Учешће у раду одбора ПКС (за манифестациони туризам, сеоски туризам, групације бањских и климатских места Србије);
- Сарадња са удружењима која негују старе и уметничке занате као и прозвођачима који производе на традиционалан и уметнички начин у циљу креирања прихваљивог сувенира који би могао да нађе место у асортиману сувенира који се продају у сувенирницама ТОС
- Сарадња и давање смерница сеоским домаћинима који желе да почну да се баве пружањем услуга у сеоском туризму
- Потписивање Протокола о сарадњи са Одбојкашким савезом Србије. Протокол о сарадњи је потписан 24.02.2017. током Београдског сајма туризма.
- Потписивање Протокола о сарадњи са Кајакашким савезом Србије. Протокол је потписан 25.05.2017. у просторијама ТОС-а. Након потписивања Протокола, ТОС је подржао 2 такмичења у организацији Кајакашког савеза Србије, Светски куп одржан 01.06.-04.06.2017 на Ади Циганлији и Европско првенство У23 одржано 22.06.-25.06.2017.
- Подршка пројекту „„Jerma4adventurers“ удружења „Авантуристичка мрежа“- писмо подршке
- Подршка пројекту обележавања бициклических стаза „Vike trails“ удружења „Spartan Warriors Outdoor“ из Чачка-писмо подршке
- Подршка пројекту продукцијске куће „The Avalanche production“ за пројекат промоције авантуристичког туризма кроз продукцију краткометражног филма „Serbia from a different perspective“
- Потписивање Протокола о сарадњи са Српском скајрајнинг асоцијацијом. Протокол подразумева заједничке активности на промоцији планина и планинског туризма у Србији. ТОС је подржао планинску трку „Ultra trail Stara planina“.
- Подршка Омладинском шаховском клубу из Параћина за организацију 10. међународног шаховског турнира у Параћину. ТОС је дао писмо подршке и организовао је Конференцију за новинаре 05.04.2017. у конференцијској сали ТОС-а.
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима
- Учешће у раду групације за наутички туризам ПКС-а;
- Учешће у раду одбора ПКС (за манифестациони туризам, сеоски туризам, групације бањских и климатских места Србије);
- Учешће у раду Скупштине „Тврђава Голубачки град“ д.о.о. у оквиру Пројекта „Ревитализације тврђаве Голубачки град“;

- Учешће у раду Скупштине „Лепенски вир“ д.о.о.
- Учешће представника ТОС-а у раду Организационог одбора Сајма туризма;
- Учешће директорке ТОС-а на састанцима Националног савета за туризам;
- Учешће директорке ТОС-а у Комисији за утврђивање предлога о стављању на располагање средстава за пројекте развоја туризма;
- Учешће директорке ТОС-а у Комисији за одлучивање о захтеву за коришћење кредитних средстава за подстицање квалитета туристичке понуде.

## 5. Пројектне активности

### 5.1. Учешће у пројектима

ТОС је у периоду април 2017. – јануар 2018. спровео трећи по реду национални избор за програм Европске комисије „Изузетне дестинације Европе“ (*European Destinations of Excellence - EDEN*). Тема конкурса била је „културни туризам“, а спроведен је у још 17 земаља чланица или кандидата за чланство у ЕУ (ознака пројекта GRO/SME/16/C/071). Посебан нагласак у критеријумима за избор у Србији стављен је на материјално културно наслеђе на листи непокретних добара Републичког завода за заштиту споменика културе, на листи УНЕСКО културне баштине и у оквиру тематских културних рута.

Након одржаних инфо дана (Сокобања, источна Србија, западна Србија, Нови Сад), расписан је конкурс (15. септембар – 15. октобар) на који је стигло укупно 26 важећих пријава, а коначан редослед утврђен је након посета стручног жирија и пројектног тима кандидатима у ужем избору (Зајечар, Куршумлија, Нови Пазар, Бач и Сремска Митровица). За победника је изабран Нови Пазар, а пратеће дестинације су Сремска Митровица и Зајечар. Стручни жири чинили су представници: Министарства трговине, туризма и телекомуникација; Министарства културе и информисања; академске заједнице; туристичке привреде и медија.

Национална церемонија доделе награда победничкој и пратећим дестинацијама одржана је у децембру у оквиру традиционалног годишњег догађаја који ТОС приређује за своје сараднике и медије. Изабране дестинације у Србији уврштене су у „Мрежу изузетних дестинација Европе“ чији циљеви су стварање платформе за размену добрих примера из праксе и подстицање других дестинација у Европи да усвоје моделе одрживог туристичког развоја. Победничка и пратеће дестинације биће промовисане и на међународном плану кроз посебну публикацију посвећену овом пројекту.

У октобру је Европској комисији послат предлог пројекта (ознака GRO/SME/17/C/095) за спровођење кампање за промоцију ЕДЕН програма и дестинација, који би требало да буде спроведен током 15 месеци 2018. и 2019. године. Уколико буде одобрен, то ће бити први пут да Србија учествује у овој активности, што ће отворити могућност за додатну промоцију изабраних дестинација у земљи и иностранству, јачање самог ЕДЕН брэнда и афирмацију одрживог развоја туристичких дестинација.

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, Тићевац, Александровац, Брус), Поморавски округ (Јагодина, Туприја, 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 troškove učestvovanja na sastancima projekta	Bez značajnih 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 troškove učestvovanja na sastancima projekta	Bez značajnih 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 troškove učestvovanja na sastancima projekta	Bez značajnih 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.					
<b>CALL</b>	<b>Naziv</b>	<b>Partner iz Srbije</b>	<b>NTOS Status</b>	<b>Budzet NTOS</b>	<b>Aktivnost NTOS</b>	<b>Status projekta</b>
CBC Crna Gora Srbija	Planinska sela Srbije	RRA Zlatibor	Associate Partner	cca 3.000 evra - odnosi se samo na troškove učestvovanja na sastancima projekta	Bez značajnih 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"					
<b>CALL</b>	<b>Naziv</b>	<b>Partner iz Srbije</b>	<b>NTOS Status</b>	<b>Budzet NTOS</b>	<b>Aktivnost NTOS</b>	<b>Status projekta</b>
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	implementaciona podrška DCC i EKOF, organizacija sastanaka, terenskog rada, put na projektne sastanke, brošura...	Ušli u 2. krug
	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					



Trans Danube	Danube SPAs	Danube Competence Center	Project Partner	cca 70.000 evra - imajuci u vidu trajanje projekta od 30 meseci, ovaj iznos je mali;	implementaciona podrška DCC i EKOF, organizacija sastanaka, terenskog rada, put na projektne sastanke, prikupljanje podataka o turističkim atrakcijama, brošura...	Ušli u 2. krug
	Опис: пројекат има за циљ дефинисање стратешког и маркетинг оперативног плана развоја и промоције бања на току Дунава.					

## 6. Промотивне активности на иностраним туристичким тржиштима

### I Велика Британија и Ирска

#### 1. Сајмови и презентације

##### 1.1. Destinations, Лондон, 04-07. фебруар

Сајам „Destinations“ представља један од највећих сајмова туризма у Великој Британији, намењен широкој публици, са више од 50.000 посетилаца. Сајам се организује у сарадњи са медијима: The Times, The Sunday Times и The Sunday Times Travel Magazine.

Посетиоци сајма „Destinations“ су особе просечне старости од 55 година, и путују пет пута годишње. Заинтересовани су, на првом месту, за обилазак градова, затим за културно наслеђе, одмор и рекреацију – камповање, плаже, активни одмор и сафари.

Дестинације које бирају су: на првом месту Европа, затим Азија-Пацифик, Северна Америка, Јужна Америка, Африка и Индијски океан. Просечна потрошња ових туриста је 4.458 фунти годишње, по особи.

Занимљив је податак да ће 73% посетилаца, у наредних шест месеци, отпутовати на неку од дестинација која је представљена на овом Сајму, док ће 94% посетилаца вероватно или сигурно поново посетити сајам следеће године.

Како су посетиоци овог сајма заинтересовани да се упознају са културом и традицијом нових дестинација, а посебно градова, као и могућностима за активан одмор у природи, ТОС је на сајму „Destinations“ представио туристичку понуду Србије, посебно оне туристичке дестинације и производе који привлаче највећи број британских туриста.

На штанду Србије (12м<sup>2</sup>), поред ТОС-а, своју понуду је представила и Туристичка организација Војводине.

Сајам је био веома посећен, као и штанд ТОС-а. Посетиоци су показали велико интересовање за Србију и било је много упита у вези са туристичком понудом Србије. Велики број посетилаца је или већ посетио Србију или је планирао да је посети у блиској будућности.

Током сајма одржани су састанци са следећим организаторима путовања: Travel the Unknown, Regent Holidays, Explore, Naturetrek, The Cruise Line. Састанци су такође одржани и са представницима следећих медија: Lyn Funnel – b-cing-u! (travel and leisure online magazine), Isabelle Sharp – Connecting Travel (representing Travel Weekly), Mark Bishop – The Red Bulletin (cross promotional opportunities with Red Bull), Brian Schaeffer – travelooney.dk, John Pimmiger – International Strategy Group, Andrew Adegbeni – Nano Interactive, Marsha Derevianko – travel writer/blogger ([www.worldwithinher.com](http://www.worldwithinher.com)), Travel Bulletin, TTG, Travelex, Amy Mcpherson, freelance writer/blogger ([www.footprintsandmemories.com](http://www.footprintsandmemories.com)).

Штанд ТОС-а је посетио и гдин Огњен Прибићевић, амбасадор Србије у Великој Британији, са којим су представници ТОС-а разговарали о унапређењу сарадње, као и о тренутним и будућим активностима.

### **1.2. London Fashion Week, Лондон, 15. септембар**

Модни студио Click је у оквиру London Fashion Week-а организовао је ревију дизајнерке из Србије Невене Ивановић, која учествује у једном од најпрестижнијих такмичења за нове дизајнере - Ones to Watch. Ревизија је одржана у Free Masons Hallу у Covent Garden-у. На основу уговора са Модним студиом Click посетиоцима ревије је подељен туристички промотивни материјал ТОС-а.

### **1.3. WTM, Лондон, 06-08. новембар**

За потребе представљања туризма Србије, ТОС је закупио изложбени простор величине 94,5м<sup>2</sup> (штанд број EU650). Израда штанда је, према уговору, поверена предузећу “Жижгин” доо из Београда. Графичким решењима на штанду су представљени најважнији мотиви долазака британских туриста у Србију: кратки градски одмори у Београду и Новом Саду као Европској престоници културе 2021, активни одмор у природи, култура и гастрономија. На великом лед екрану који је доминирао ударном страном штанда емитовали су се филмови ТОС-а: Једно путовање – безброј доживљаја, Дунав – 588 утисака, Serbia – The land of new beginnings, Outdoor Serbia и промотивни спот ТОС-а који се током ове године емитовао на глобалним ТВ мрежама.

Поред Туристичке организације Србије, на штанду туризма Србије представиле су се туристичке организације Београда, Војводине и Новог Сада, ЈП Стара Планина, организатори путовања из Србије Glob Metropolitan Tours, Serbian Tour Operator и Omniturs, смештајни објекти Хотел Life Design и МК Resorts Копаноник и Атомска Бања Горња Тречча.

Представљање Србије на овом сајму пратили су и представници медија из Србије, и то екипа РТС, Информативни програм (Јасмина Ракочевић, новинар и Бранко Срећковић, сниматељ) и новинарка ТВ Пинк-а Анита Икановић.

Штанд је посетила гђа Наташа Марић, отправник послова Амбасаде Републике Србије у Лондону. Приликом ове посете, на штанду одржан састанак са директорком ТОС-а и саветником за туризам премијерке Републике Србије.

Током сајма на штанду је одржан велики број унапред заказаних састанака. Заказани састанци су се односили на прикупљање понуда за глобалну телевизијску и дигиталну кампању у 2018. години, састанке са новинарима, блогерима и организаторима путовања из Велике Британије и других земаља и регионалну сарадњу.

Директорка ТОС-а је на сајму WTM 2017 дала изјаве за следеће медије: Travel Channel, Eurosport, National Geographic, Travel Weekly, Health Intel, Selling Travel и АВТА Daily.

Чланци о Србији и ТОС-у објављени су у у дневном издању В2В магазина TTG 07. новембра, у дигиталном издању В2В магазина Travel Weekly 07. новембра и у дневном издању В2В магазина АВТА 08. новембра.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета новинара за лист Guardian, 25-29. јануар**

Посета је организована са циљем објављивања репортаже о скијању на Копаонику у познатом Guardian-у. Новинарка се упознала и са туристичком и угоститељском понудом Београда и Новог Сада.

### **2.2. Посета новинара BBC Radio, 15-19. мај**

Новинар је урадио радијски прилог за BBC Radio, емисију “Where in the World with Andy” и удружене радио станице Велике Британије. Тема посете су били Београд и Нови Сад.

### **2.3. Посета новинара и фотографа за Guardian и Telegraph, 16-26. мај**

Тема за Guardian су нови смештајни објекти у Београду, а за Telegraph је тема Златибор и западна Србија. Посета је организована у сарадњи са ТО Београд и ТО Златибор.

### **2.4. Посета новинарке, National Geographic, 18-21. мај**

Тема посете била је упознавање са новинама у туристичкој понуди Београда.

### **2.5. Посета групе новинара, 04-10. јул**

У студијској посети су били новинари који пишу за Irish Independent, Newsquest, Press Association, Yorkshire Post, Wales on Sunday / Trinity Mirror и The Scotsman (6 новинара). Поред основне теме – промоције фестивала ЕХИТ – новинари су се упознали са туристичком понудом Београда и Војводине.

### **2.6. Посета новинара Rough Guides / BBC Radio 3, 08-14. август**

Тема посете је био Сабор трубача у Гучи. Новинар који је био у посети, пред чланка за Rough Guides, извештавао је и за радио емисију Late Junction BBC Radio 3.

### **2.7. Посета две блогерке из Шкотске, блог Natbees, 20-24. август**

Блогерке су посетиле Београд, Нови Сад и подунавску област од Београда до Кладова.

### **2.8. ТВ екипа серијала „Chris Tarrant: Extreme Railway Journeys“, 21-25. август**

ТОС је подржао снимање ове епизоде кроз плаћање трошкова смештаја ТВ екипе и помоћ око успостављања контаката и реализације снимања. Серијал се емитује на британском Channel 5 и на каналима широм света.

### **2.9. Посета новинара Travel Weekly, 18-24. септембар**

Новинар једног од најважнијих В2В магазина се упознао са туристичком понудом Београда и Војводине (Сремски Карловци, Фрушка Гора, Нови Сад), након чега се прикључио групној посети новинара (Источна Србија).

### **2.10. Посета групе новинара, 20-24. септембар**

У групној посети су, пред новинара Travel Weekly, били и новинари који ће писати за следеће медије: Scotsman, Trinity Newspapers, Jersey Evening Post и Mail on Sunday. Тема посете је била упознавање са туристичком понудом источне и југоисточне Србије (Виминацијум, Голубац, Лепенски Вир, Кладово, Рајачке пивнице, Гамзиград, Ниш, Манасија).

### **2.11. Посета новинара Great Destination Radio, 08-11. октобар**

Током студијске посете новинар се упознао са туристичком понудом Београда и Новог Сада, ради припреме две радио емисије, сваке посвећене једном граду, које ће се емитовати на 40 радио станица широм Велике Британије.

### **2.12. Посета новинара Belgrade Fashion Week, 27-30. октобар**

У складу са уговором потписаним са Модним студиом Click, ТОС је подржао манифестацију Belgrade Fashion Week набавком авионских карата за два новинара из Велике Британије који пишу за Conde Nast Traveler, Harper Bazaar UK, W Magazine.

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

### **3.1. Оглашавање у специјализованом туристичком магазину TTG (Travel Trade Gazette)**

1. Оглашавање у оквиру чланка о туристичкој понуди земаља Балкана, 27. април
2. Оглашавање у дневним издањима TTG-а током сајма WTM 2017 – 3 огласа, 6, 7. и 8. новембар

## **4. Прес клипинг**

У овом раздобљу објављено је 40 текстова о туризму Србије у дневним новинама и магазинима, на порталима и блоговима, као и радијске репортаже о Србији на великом броју радио станица националне и регионалне покривености.

## **5. Информације за новинаре**

- Serbia set to become one of the fastest growing tourism destinations in Europe
- Serbia`s tourism breaks new records for visitor arrivals and inward investment

## **6. Остале активности**

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

6.2. Презентација и разговор са делегацијом Парламента Уједињеног краљевства, 04. октобар у просторијама ТОС-а.

## **II Бенелукс**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Fiets en Wandelbeurs, Утрехт, Холандија, 11-12. фебруар**

Туристичка организација Србије (ТОС) наступила на специјализованом сајму Fiets en Wandelbeurs у оквиру штанда Дунавског центра за Компетенцију (ДЦЦ) величине 6м<sup>2</sup>.

Сајам Fiets en Wandelbeurs је специјализован за бициклизам и пешачење, намењен љубитељима активног одмора (40+ и 50+ година) који су веома бројни и земљама Бенелукса. На сајму је било више од 400 излагача (националних и регионалних туристичких организација, агенција које нуде активан одмор као и фирми које нуде специјализовану опрему за бициклизам и пешачење), а број посетилаца био је 19.759.

Поред могућности за активан одмор у Србији и атракција дуж дунавске руте Euro Velo 6 на штанду под називом „Откријте Дунав“ представљени су и немачки и бугарски део Дунава.

Интересовање публике било је велико пре свега за дунавску бицикличку руту и то посебно за њен најпосећенији немачко-аустријски део (којим годишње прође 1,8 милиона туриста/бициклиста). Тај добро развијени туристички производ је био одлична прилика да се посетиоци заинтересују и за део руте кроз Србију, па и друге стазе за планински бициклизам и пешачење широм земље. Пошто се ради о посетиоцима који најрадије самостално организују своја путовања, највећа потражња владала је за мапама, конкретним рутама, брошурама типа bed & breakfast, постојећим апликацијама, gps координатама и слично.

Штанд је на позив ТОС-а посетио амбасадор Републике Србије у Холандији и изразио задовољство представљањем Србије на овом сајму.

#### **1.2. Fiets en Wandelbeurs, Гент, Белгија, 18-19. фебруар**

Туристичка организација Србије (ТОС) наступила на специјализованом сајму Fiets en Wandelbeurs у оквиру штанда Дунавског центра за Компетенцију (ДЦЦ) величине 6м<sup>2</sup>.

Сајам Fiets en Wandelbeurs је специјализован за бициклизам и пешачење, намењен љубитељима активног одмора (40+ и 50+ година) који су веома бројни и земљама Бенелукса. На сајму је било више од 400 излагача (националних и регионалних туристичких организација, агенција које нуде активан одмор као и фирми које нуде специјализовану опрему за бициклизам и пешачење), а број посетилаца био је 15.532.

Контакт са публиком био је и прилика да се размене искуства са туристима који су прошли српски део руте Euro Velo 6, и иако су многи хвалили лепоте предела кроз које су пролазили у Србији и предусретљивост и љубазност наших људи, указали су и на критичне тачке дуж руте (прилази Новом Саду и Београду и неосветљени тунели).

У разговорима са организаторима путовања који имају програме у Србији, приметно је било веће интересовање за Србију у односу на ранији период.

Штанд је на позив ТОС-а посетила амбасадорка Републике Србије у Белгији и изразила уверење да Србија има туристички производ прилагођен потребама туриста из ове земље.

### **1.3. Промоција у Музеју фотографије Streets of the World, Зандам, Холандија, 01-02. јул**

Поводом отварања Музеја фотографије у граду Зандаму, недалеко од Амстердама, викенд 01-02. јула био је посвећен Србији. У музеју фотографије су током више месеци били изложени радови холандског фотографа Ј. Сволфс-а који је у оквиру пројекта „Улице света“ током 7 година обишао 195 земаља света и из сваке земље изложио по једну фотографију у просторијама на више спратова, тематски подељеним по континентима. На фотографији којом је представљена Србија биле су породице са децом у Дино парку на Калемегдану.

У пројекцијској сали Музеја на великом платну приказивана је током целог викенда компилација промотивних ТОС-ових филмова, а на посебном пулту у оквиру Музеја биле су изложене промотивне брошуре ТОС-а, које су дељене посетиоцима уз информације о могућностима за путовања по Србији.

И у суботу и у недељу било је организовано једнопочасовно вођење кроз изложбу од стране аутора који је вођење на холандском завршавао причом о Србији, а након послужења српске закуске и пића из Србије, оба дана одржани су концерти Слободана Трукуље и групе Балканополис, уз пратњу децјег хора Звонце. За потребе овог пројекта, Слободан Трукуља је компоновао и химну „Улице света“ која је овом приликом премијерно изведена.

Овај догађај био је првенствено намењен широј публици, а присутно је било и неколико представника медија, првог дана новинар националних дневних новина Volkskrant, а другог дана и неколицина блогера, као и главни уредник Leven Magazine.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета новинарке из Белгије, 31. март - 02. април**

Новинарка најчитанијег валонског женског магазина Femmes d’Aujourd’hui боравила је у студијској посети у циљу објављивања богато илустрованог упоредног чланка о Београду и Будимпешти као city-break дестинацијама.

### **2.2. Посета холандских новинара, 09-12. мај**

У студијској посети Србији била је група од шест новинара холандских штампаних и електронских медија: Seasons magazine, AD magazine, Volkskrant magazine, Salt magazine, Wandelmagazine, Stralend Schrijven (блог), и упознала се са пешачким стазама и природним лепотама националног парка Таре и околине, кањона Трешњице и ваљевских планина као и са аутентичним српским и етно домаћинствима.

### **2.3. Посета белгијских организатора путовања, 18-21. мај**

У сарадњи са националним авио-превозником Air Serbia који је обезбедио 3 авионске карте, организована је студијска посета пет организатора путовања из Белгије и то: Novo Reizen, Ictam, Easytours, Omnia, Reizen De Lathauwer. Програмом је био обухваћен обилазак Београда, Новог Сада и Сремских Карловаца. Сви учесници пута су изразили намеру да Србију укључе у своју понуду дестинација од наредне године.

#### **2.4. Посета белгијских новинара Западној Србији, 29. јун - 02. јул**

Три новинара белгијских медија: De Zondag/Steps, Het Nieuwsblad/Gazet van Antwerpen /Het Belang van Limburg и Vetexbart.be (блог) боравили су у студијској посети којом су биле обухваћене следеће дестинације: Топола/Опленац, Златибор, Мокра Гора, природни резерват Увац, Национални парк Тара, Перућац и Београд.

#### **2.5. Посета холандских новинара Београду и EXIT фестивалу, 05-09. јул**

Две новинарке холандских дневних новина Metro боравиле на позив EXIT фестивала у Србији, а поред извештавања о фестивалу, објавиле су и репортажу на две стране о Београду.

#### **2.6. Посета белгијског новинара камповима Србији, 28. јул - 04. август**

Белгијски новинар / фотограф је у периоду од 28. јула до 4. августа, сопственим кампер возилом пропутовао Србију у циљу објављивања репортаже о Србији у магазину Kampeerwijzer, Pasar медија групе.

#### **2.7. Студијска посета холандске ТВ екипе Wander travelshow 09 - 14. август**

Средином августа организована је студијска посета телевизијске екипе „Endemol Shine Beyond“, огранка највеће продукцијске куће из Холандије „Endemol Shine Netherland“, у циљу емитовања серијала од четири епизоде о Србији у оквиру дигиталне платформе за путовања „Wander“ - водеће за земље Бенелукса. Емисије о Србији, снимане у Београду, Новом Саду и војвођанским салашима, у којима су централну улогу имали двоје младих Холанђана, утицајних у дигиталном свету (тзв. „инфлуенсери“) имале су 36.000 прегледа на Youtube каналу.

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

#### **3.1. Оглашавање у холандском магазину Salt**

У јунском и септембарском издању Salt magazine-а специјализованом за активни одмор објављени су огласи на једној страни о националним парковима Србије, са нагласком на НП Тара, односно о лепотама нетакнуте природе Источне Србије.

#### **3.2. On-line оглашавање са Connections**

У циљу што боље промоције Београда као city-break дестинације на белгијском тржишту од марта 2017. године покренута је заједничка деветомесечна дигитална кампања у сарадњи са организатором путовања Connections која се састојала од промоције на сајту, банера, тематских билтена послатих на преко 300.000 адреса, кампање на друштвеним мрежама (Facebook, Instagram, Twitter) и блогова. На крају кампање Connections су забележили пораст од 158% путника за Београд.

### **4. Прес клипинг**

У овом раздобљу објављено је више од 100 чланака/репортажа о Србији у штампаним и електронским издањима магазина и новина у Белгији и Холандији.

### **5. Саопштења за јавност**

- Дино паркови у Србији (Белгија)

- Пораст броја туриста из Белгије и Холандије и новоотворени хотели у Србији (Белгија и Холандија)
- Кампови у Србији (Холандија)
- Западна Србија (Белгија)

### **III Француска**

#### **1. Студијска путовања**

##### **1.1. Посета француског организатора путовања Step Travel Београду, 03-05. фебруар**

Оснивачи овог великог организатора путовања специјализованог за земље источне и централне Европе дошли су први пут лично у Београд који већ имају у својој понуди. ТОС им је организовао једнодневну туристичку туру, као и инспекцију хотела различитих категорија. Step Travel је заинтересован за довођење својих агената у Србију.

##### **1.2. Посета француске новинарке Београду, 20-22. фебруара**

Новинарка француског недељника Parisien Magazine-а (преко 2 милиона читалаца у Француској) боравила је у Београду у циљу упознавања са новитетима у туристичкој понуди главног града.

##### **1.3. Посета француског новинара Београду, 31. март - 03. април**

Француски новинар боравио је у Београду у циљу објављивања репортаже о преостоници у магазину „Technikart“ који већ 20 година броји више од 200.000 читалаца тзв. урбаних трендсетера, високо-образованих читалаца млађе и средње генерација. Новинар такође планира и израду телевизијске репортаже о ноћном животу Београда.

##### **1.4. Посета француског магазина Sport & Style, 24-26. април**

Новинарка и фотограф овог луксузног магазина обишли су најзначајније спортске терене и spa & wellness центре Београда, а у фокусу им је била и градска архитектура.

##### **1.5. Посета француског новинара Дрвенграду, 13-15. јун**

Новинар магазина Telegrama (2,5 милиона читалаца) боравио је два дана у Дрвенграду у циљу објављивања двостране репортаже о Мокрој Гори под називом „Траговима Емира Кустурице“. ТОС је покрио само трошкове смештаја.

##### **1.6. Посета француских блогера Србији, 14-18. јун**

Пет француских блогерки : Hello Valentine (165.700 пратилаца), Details of Perrine (124.700 пратилаца), My Little Road (28.000 пратилаца), Trip In Wild (17.700 пратилаца), La Boucle Voyageuse (10.500 пратилаца ) путовале су по Србији у циљу упознавања српских градова, села и традиције. У оквиру овог путовања упознале су се са Београдом, Шумадијом, знаменитостима Златибора и околине (Злакуса, Сирогојно, Стопића пећина, водопади Гостиље, Мокра Гора, етно село Гостољубље), Новим Садом, Сремским Карловцима и војвођанским салашима.

##### **1.7. Посета француских новинара Београду, 25. септембра - 02. октобра**



Новинарка и фотограф су боравили у Београду у циљу објављивања репортажа у Београду за магazine The Good Life, Management и Mama Shelter (поводом предстојећег отварања хотела у Београду) овог француског ланца бутик хотела.

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

### **2.1. On-line кампања на порталу туристичког водича Guide du Routard**

Од 13. јуна до 04. јула реализована је дигитална кампања на порталу туристичког водича Guide du Routard: routard.com који има 6 милиона посета месечно, 350.000 претплатника на newsletter и 175.000 Facebook пратилаца. Кампања се састојала од посебног билтена о Србији, банера и Facebook и Twitter постова. Билтен је имао 7.513 прегледа, Facebook импресија је било 32.268 (2% engagement rater), Twitter 1.579 (1,7% engagement rate). Процент отварања е-билтена од 350.000 адреса на које је послат био је 29,74%.

### **2.2. ТВ кампања на посебном каналу Ushuaïa TV француске националне телевизије TF1**

Од 26. јуна до 26. јула рекламни туристички спотови о Србији у трајању од 30“ били су емитовани на специјализованом каналу за путовања, екологију и одрживи развој (2,7 милиона гледалаца у Француској) француске националне телевизије TF1 –реализовано је укупно 400 емитовања.

## **3. Прес клипинг**

У овом раздобљу објављено је 45 чланака/репортажа о Србији у штампаним и електронским издањима магазина и новина у Француској.

## **4. Саопштења за јавност**

- Три места за уживање и рекреацију
- Зелени туризам у Србији
- 2017: година посебних и искуствених city break-ова
- Фестивали 2017: Србија одушевљава посетиоце из целог света
- Београд, град на води

## **5. Остале активности**

ТОС-ова Facebook страна на француском језику броји на крају 2017. године 8.094 пратилаца. У просеку су објављивана 2 поста недељно.

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

### **1. Словенија**

#### **1. Сајмови и презентације**

### **1.1. Дани Србије у Љубљани, 26. мај**

Презентација регионалне кампање за публику организована је у Стритарјевој улици у центру града код Прешерновог трга. Поред Туристичке организације Србије, своју понуду на јединствено брендираним пултовима представиле су и туристичке организације Војводине, Београда, Новог Сада, Драгачева и Ивањице, као и фестивали: Beer Fest, EXIT, Нушићијада и Драгачевски сабор трубача. У оквиру програма наступио је трубачки оркестар „Драгачевске трубе“ из Гуче. Туристичка организација Србије организовала је награду за посетиоце, а спонзори су били Организација за туризам и културу Сокобања и Туристичка организација града Новог Сада. Амбасадор Републике Србије у Љубљани је посетио догађај, док је програму присуствовао велики број грађана Љубљане и иностраних туриста, којима је дељен промотивни материјал и сувенири из Србије.

Презентација туристичке понуде Србије за представнике медија и организатора путовања организована је у Стакленој палати ВТС-а. Присутно је било 10 туристичких агенција и 38 новинара. Присутнима су се обратили менаџер тржишта у Туристичкој организацији Србије, асистент директора у Туристичкој организацији Војводине, саветник у Туристичкој организацији Београда и директор Туристичке организације Драгачево. Први саветник у Амбасади Републике Србије у Љубљани била је присутна на догађају.

У току презентације приказани су промотивни филмови, а затим додељена награда викенд за две особе у Београду. У ресторану „DiVino“ гости су имали могућност да се послуже специјалитетима војвођанске кухиње, док је музички програм изводио тамбурашки оркестар „Од Баха до севдаха“. Најаву за догађај објавили су следећи портали: vandraj.si, Liza, potovanje.over.net, najstnica.sve24.si, svet24.si, potnik.si, janezplatise.tumblr.com, best press story. Туристичка организација Србије спровела је оглашавање у трајању од месец дана на порталу potovanje.over.net и билборд кампању у Љубљани. Дате су изјаве за: City magazine, Slovenian travel press, DELO, Revija Gostines, Turistička TV, Media 24. Из Србије догађај су пратиле ТВ емисија „Србија коју волим“ и телевизија KСN.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета групе новинара из Словеније и Хрватске, 27. септембар – 01. октобар**

Туристичка организација Србије је била домаћин новинарима хрватских медија: Јутарњи лист, магазин „Like“, портали: wish.hr, zena.hr, vecernji.net, hr-punkufer.hr, naturala.hr и Нова ТВ, као и новинарима из Словеније: новине Дело, Дневник, Вечер, ревија „Јана“, интернет портал: „travel.over.net“. У оквиру ове посете, представници наведених медија посебно су били заинтересовани за културни туризам и активан одмор у природи. Боравак у Србији су искористили да се упознају са туристичком понудом Западне Србије, обиђу Златибор, као и да посете Старо село - Сирогојно, Стопића пећину и Национални парк Тара. За ову прилику организована је и пловидба кањоном Дрине, обилазак Дрвенграда, као и возња железницом Шарганска осмица. Новинари из Словеније и Хрватске посебно су били одушевљени богатом гастрономском понудом Западне Србије. У току своје посете упознали су се и са атракцијама и туристичком понудом Београда, обишли Дом Народне скупштине, Стари двор, Бетонски брод СИП, а уједно су погледали представу у Народном позоришту у оквиру фестивала „Битеф“. Обишли су и Београдску тврђаву, Аду Циганлију и Аду Сафари.

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

#### **3.1. Портали**

3.1.1. rotovanja.over.net, од 15. маја до 15. јуна

3.1.2. Дневник – магазин „Прости час“, rotovanja.over.net, Дело – micna.si, svet24.si од 15. новембра до 15. децембра, недељно по једна тема:

1. Градови у које се враћа (Нови Сад, Београд и Ниш)
2. Тематске шетње Београдом (позориште; музика – Београдска филхармонија, Задужбина Илије М. Коларца; филм – ФЕСТ; савремена уметност – Музеј савремене уметности, галерије Озон, Штаб, Хаос, Звоно; Културна баштина Топчидера)
3. Ски центри Србије (Копаоник, Златибор, Стара Планина)
4. Војводина – симфонија природе и културе

#### **3.2. Билборд кампања и кампања на лед екранима**

3.2.1. 12 билборда у Љубљани, од 25. маја до 21. јуна

3.2.2. 11 дигиталних билборда у Љубљани, од 10. до 25. новембра

#### **4. Прес клипинг**

Објављене су 22 репортаже о Србији у штампаним и електронским медијима: potnik.si (1), rotovanje.over.net (6), svet24.si (2), vandraj (2), магазин „Јана“ (2), Дело (1), Вечер (1), Best Press Story (1), City Life (1), Дневник (1), часопис „Лиза“ (1), магазин „Slovenian Traveller“ (1), Janez Platise (1), Najstnica (1).

### **2. Хрватска**

#### **1. Оглашавање и промотивне кампање**

##### **1.1. Часописи**

- “Croatian Traveller” репортажа на 6 страна и оглас

- „Place2Go“ две репортаже на 6 страна и оглас

##### **1.2. Портали**

1.2.1. wish.hr и wish.mama, од 15. маја до 15. јуна

1.2.2. naturala.hr, wish.hr и wish.mama, zena.hr, 24sata.hr, Нова ТВ (портали punkufer.hr, zadovoljna.si, dnevnik.hr+gol.hr), vecernji.hr, од 15. новембра до 15. децембра

#### **2. Прес клипинг**

Објављено је 12 репортажа о Србији у штампаним и електронским медијима: Јутарњи лист – магазин „Like“ (1), портали: naturala.hr (2), punkufer (4), vecernji.hr (2), wish mama (2), zena.hr (1).

### **3. Црна Гора**

#### **1. Сајмови и презентације**

### **1.1. Дани Србије у Подгорици, 15. јун**

У оквиру кампање „Види Србију – савршен одмор ти је надохват руке“ промотивни догађај одржан је у Delta City шопинг молу у Подгорици. Отварању манифестације присуствовали су амбасадор Републике Србије у Подгорици; министар-саветник у Амбасади Републике Србије у Подгорици; конзул Републике Србије у Херцег Новом и председник Српско-црногорског пословног клуба. Догађај је посетила и директорка Туристичке организације Црне Горе. Заједно са Туристичком организацијом Србије представиле су се туристичке организације Београда и Ивањице. Организована је наградна игра у којој је додељен викенд за две особе у хотелу „Леополд“ у Новом Саду. Посетиоци су имали прилику да се упознају са аниматорским радионицама традиционалних заната Србије, у организацији Националне асоцијације „Наше руке“ – опанчарство, калиграфија, ткање и анимација за децу. Музички програм изводила је група „Бибер“, док је у име фестивала „Нушићијада“ наступио глумац Милан Милосављевић у улози Нушића. Идејно решење штандова било је јединствено у оквиру регионалне кампање, док су калиграфске цртеже који су били део поставке традиционалних заната уступили проф Александар Додиг и Удружење грађана „Култура ћирилице“. Интересовање туриста из Црне Горе за туристичку понуду Србије највише се односило на Београд, Нови Сад, Златибор, Чачак и Копаоник, док су питања посетилаца била за одмор у бањама и планинским центрима, као и посету градовима.

Медије из Црне Горе позвала је Туристичка организација Црне Горе, која је ТОС-у уступила мејлинг листу новинара како бисмо их још једном обавестили о нашем представљању. Присутни су били: МНЕ магазин, портал „Аналитика“, Побједа, Дан, Елмаг радио, Инфобиро. Директорка ТОС-а дала је изјаву за Побједу, а менаџер тржишта за Елмаг радио. Из Подгорице су извештавали и медији из Србије, дневни лист „Политика“ и емисија „Жикина шареница“, док је БЕТА такође објавила извештај са одржаног догађаја.

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

### **2.1. Портали**

Аналитика и [spa.goga.me](http://spa.goga.me), од 01. до 30. јуна

## **3. Билборд кампања**

15 билборда (Подгорица, Тиват, Будва, Бар), од 31. маја до 01. јула.

## **4. Прес клипинг**

Објављено је 6 репортажа о Србији у штампаним и електронским медијима: Монтенегро магазин, портал Аналитика, Дан, телевизија Црне Горе, Бета, портал [allevents.in](http://allevents.in)

## **4. Босна и Херцеговина**

### **1. Сајмови и презентације**

### **1.1. Дани Србије у Бања Луци, 01. јун**

Промотивни догађај за публику организован је на Тргу Крајине. Поред Туристичке организације Србије, своју понуду представиле су и туристичке организације Београда, регије Западна Србија, Ивањице, Златибора, Рашке и Драгачева, као и Пролом, Луковска Бања и Атомска Бања Горња Тречка, на јединствено брендираним пултовима. У оквиру извођачког програма наступили су оркестар Марка Глигоријевића из Бајине Баште, победнички оркестар фестивала трубе Гуча 2016. године. Туристичка организација Србије организовала је награду за посетиоце, а награда је била викенд за две особе у Новом Саду. У организацији добијања дозвола за промотивне активности на Тргу и позивању званица (новинари и туристичке агенције) помогла је Туристичка организација града Бања Лука. Конзулат Републике Србије у Бања Луци је ангажовао волонтере за Трг и презентацију у хотелу „Босна“ и гостовање на телевизији Алтернативна ТВ.

У хотелу „Босна“ је организовано представљање туристичке понуде Србије. Присутнима су се обратили генерални конзул Републике Србије у Бања Луци, менаџер тржишта у Туристичкој организацији Србије, саветник у Туристичкој организацији Београда, директор Туристичке организације регије Западна Србија, директор Туристичке организације Златибор, и представник Туристичке организације Ивањица. Градоначелник града Бања Лука поздравио је госте и обратио се присутнима пригодним говором. На презентацији су се представиле следеће дестинације – Београд, Западна Србија, Драгачево, Златибор, Ивањица, Пролом, Луковска бања и Атомска бања Горња Тречка, као и летњи фестивали Нушићијада, Beer fest и Сабор трубача у Гучи. У току презентације приказани су промотивни филмови: „52 викенда у Србији“, Београда, Западне Србије и Златибора, а потом су извучене награде које су доделиле Туристичка организација Београда и Туристичка организација Ивањице, након чега је уследила дегустација специјалитета из Западне Србије. Догађај је реализован успешно, уз велику посећеност гостију из области туризма, као и 20 представника медија и 15 представника туристичких агенција. Дате су изјаве за: РТРС, БН, Алтернативну ТВ, ОНБ ТВ, ТВ Бел канал, ТВ РТРС Плус, Фокус новине, Вечерњи лист, Глас српске, Биг радио, Нес радио. Гостовања су била: на РТРС (Јутарњи програм), БН (Јутарњи програм), Алтернативна ТВ (Емисија од 5 до 7).

Из Србије догађај је пратила ТВ емисија „Србија коју волим“.

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

### **2.1. Часописи**

Business magazin

### **2.2. Билборд кампања и кампања на лед екранима**

6 лед екрана – Бања Лука, Бијељина, Брчко, Тузла, Мостар, Добој, од 15. маја до 15. јуна

## **3. Остале активности**

### **3.1. Посета Србији, акција „Шта то Србија треба да зна о мени“, 21-30. март**

Генерални конзулат Републике Србије у Бања Луци, поводом Дана државности Србије, традиционално организује такмичење за избор најбољег литерарног рада на тему: „Шта то Србија треба да зна о мени“. Десет награђених ученика из средњих школа Републике Српске, боравило је у Србији, од 21. до 30. марта. Њихово путовање пратила је екипа РТРС и два пута

емитовала полчасовну репортажу и објавила текст под насловом „Средњошколци из Српске дали одговор – Шта то Србија треба да зна о мени“. Деца су обишла Тару, Златибор, Ужице, Врњачку Бању, Чачак, Краљево, Студеницу, Крушевац.

Туристичка организација Србије помогла је у плану програма и повезивању са туристичким организацијама градова и општина.

### **3.2. Учесће на Међународном конгресу словенских земаља, Бања Лука, 23-26. октобар**

На позив Министарства за економске односе и регионалну сарадњу и Министарства трговине и туризма Републике Српске, представници Туристичке организације Србије учествовали су на Међународном конгресу словенских земаља, на тему „Туризам и његова улога у повезивању и развоју словенских земаља“. Први дан организован је свечани пријем и вечера за све учеснике, а домаћин је био министар трговине и туризма Републике Српске. Други дан у Административном центру Владе Републике Српске, организован је промотивни Сајам – представљање туристичких потенцијала представника регија/градова земаља учесника Конгреса. Међу учесницима представиле су се регије и градови из Босне и Херцеговине, Србије, Руске Федерације, Бугарске и Словеније. Међународни конгрес словенских земаља отворио је министар трговине и туризма Републике Српске. У уводном говору градоначелник Града Бања Лука одржао је презентацију града Бања Луке. У радном делу Конгреса одржане су следеће презентације: „Потенцијали верског и здравственог туризма Републике Српске“ Министарство трговине и туризма; „Промоција града Санкт Петербурга“ Информационо туристички биро Санкт Петербурга; „Активности Туристичке организације Србије у промоцији на домаћем и иностраном тржишту“ Туристичка организација Србије и „Промоција Републике Српске“ Туристичка организација Републике Српске. Након дискусије донети су следећи закључци: сарадња и регионално повезивање словенских земаља у области здравственог и верског туризма; континуирано одржавање Конгреса; заједнички наступ у очувању и презентовању културне баштине словенских земаља; формирање културних рута словенских земаља Представница Градског општинског савета Бугарске позвала је да се следеће године Конгрес одржи у Софији. У разговору са њом наглашено је да је Србија земља партнер на Сајму туризма у Бугарској у 2018. години. Изразила је спремност да помогне при реализацији активности ТОС-а, као и могућност да се користи њихов прес центар за планирану Конференцију за новинаре. У вечерњим сатима организован је одлазак у етно село Пискавица где је одржана презентација славе, као дела културних и традиционалних обичаја Републике Српске. Трећи дан, учесници Конгреса обишли су бање Лакташи, Слатина, Кулаши и Врућица, и упознали се са радом изузетно добро организованих и приватизованих (осим Слатине) РХ центара, као дела туристичке понуде Републике Српске у области здравственог туризма. Дата је изјава за Радио телевизију Републике Српске. Трошкове смештаја и боравка сносила је земља домаћин.

## **4. Прес клипинг**

Објављен је један чланак на порталу Бункер 078, као и једна репортажа на РТРС.

## **5. Македонија**

### **1. Оглашавање и промотивне кампање**

**1.1. Портал „Kaferauza.mk“**

**1.2. Оглашавање у дневном листу „Утрински весник“**

**1.3 Оглашавање у дневном листу „Вест“**

## **V Турска, Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма ЕМИТТ, Истанбул, Турска, 26-29. јануар**

На Међународном сајму туризма ЕМИТТ, на заједничком штанду величине 45 м<sup>2</sup>, представљена је туристичка понуда Београда и Србије. Од туристичке привреде представиле су се туристичке агенције Omni Tours, Dreamland, PCSTOUR, Balkan Holidays, хотели Prag, Zlatnik, Belgrade City Hotel, Theater Belgrade, понуда хостелске мреже, као и ТО Нови Пазар.

Током трајања сајма ЕМИТТ, штанд Србије посетили су конзул Сандра Вујиновић, директор Turkish Airlines-а у Србији Mehmet Alagoz, као и Umit Kurtar, директор Turkish Airlines-а за Балкан.

Сајам је отворио министар за културу и туризам Републике Турске Набија Авција и гувернер Истанбула Васипа Шахина. Свечаном отварању присуствовали су и Талеб Рифаи, генерални секретар UNWTO, као и Сузан Краус Винклер, ПР Европске трговинске асоцијације за хотеле и ресторане.

Србија је представљена кроз градске центре Београд, Нови Сад и Ниш, као "city break" дестинације, али и дестинације културе, манифестација, са богатом гастрономском понудом, уз представљање и других дестинација, локација и атракција занимљивих за живот, забаву, културу и навике потенцијалних гостију, као што су Копаоник и Нови Пазар.

Овом приликом је Туристичка организација Србије у сарадњи са Turkish Airlines-ом организовала наградну игру познавања српске културе и обичаја, с обзиром на низ истоветности у култури и гастрономији, где је награда била авио карта за две особе за Београд.

#### **1.2. Сајам туризма Holiday&Spa, Софија, Бугарска, 15-17. фебруар**

Могућност да представе своје туристичке потенцијале и ресурсе на тржишту Бугарске, које је по броју долазака у Београд, али и у целу Србију избило међу водећа тржишта, изазвала је као и ранијих година огромно интересовање представника туристичке привреде наше земље, тако да су на штанду Туристичке организације Србије наступиле туристичке организације Војводина, Београд, Пирот, Сокобања, Крушевац, Књажевац, Бела Паланка, Драгачево, Златибор, Бабушница, Мајданпек, Крагујевац, Ниш, као и представници привреде Spa Travel Врњачка бања, Хотел Sokotерme, Пролом и Луковска Бања, Златиборска ноћ, Lifedesign хотел, Omnitours/Belgrade city хотел, односно укупно 20 представника туристичке привреде Србије.

У прилог томе колико је Србија интересантна за посетиоце из Бугарске, говори и то што се међу учесницима налазе и дестинације и представници привреде који до сад нису наступали на овом сајму и који се налазе ван регије којој по географском положају гравитирају гости из ове суседне државе, што значи да за госте из Бугарске целокупна понуда Србије постаје занимљива и атрактивна.

На званичној церемонији отварања сајма учествовао је оркестар Бојана Ристића, победника Сабора трубача „Гуча 2016“.

Истог дана штанд су посетили и представници амбасаде Републике Србије, Владимир Тургус, амбасадор и Александар Стаматовић, први саветник.

Другог дана сајма, 16.02.2017. на штанду ТОС-а посебну презентацију за представнике бугарских медија и туристичке привреде, у сарадњи и уз пуну подршку ТОС, одржала је Туристичка организација Драгачева, представљајући манифестацију Сабор трубача у Гучи, уз музику Бојана Ристића, победника Гуче 2016. и гастрономске специјалитете из Србије.

За потребе овог представљања урађене су најаве, позиви, комплетна информација о дешавању и понуди, као и прес материјал, и исти прослеђен на адресе потенцијалних посетиоца.

На сајму туризма у Софији наступили су и Моравски конаци, етно село, као добитници Туристичког цвета 2016. године.

Током сајма представљено је више различитих туристичких производа Србије, пре свега могућност кратких викенд одмора дуж целе Србије, уз културну понуду, манастире Србије, спорт и активни одмор, Дунав, гастрономију, као и манифестације које се одржавају у Србији. Такође, током наступа на штанду су пуштани филмови ТОС који представљају одређене сегменте понуде – Дунав - 588 утисака, Lifestyle, Soulfood, Једно путовање, безброј доживљаја и др.

Посетиоцима је представљена посебна публикација на бугарском језику “52 викенда у Србији”, као и брошуре “52 укуса”, Србија – Живот у ритму срца, Реке и језера Србије, Бање Србије и др.

Целокупан наступ ТОС је био врло запажен, а штанд врло посећен од стране публике и туристичке привреде Бугарске, која је највеће интересовање показала за културну и гастрономску понуду, активни одмор, као и за календар манифестација који током целе године привлачи велики број туриста из ове земље. На самом сајму је склопљен велики број аранжман, закључно са крајем маја ове године кад је велики број празника у Бугарској, као и периодични програми везани за летње и јесење распусте и новогодишње празнике, на велико задовољство представника наше привреде.

Сајам је искоришћен за разговоре са потенцијалним партнерима о модалитету представљања фестивала Србије у оквиру летње промотивне кампање у региону, односно у овом случају у Софији.

### **1.3. Дани Србије у Софији, Бугарска, 19. мај**

Презентација туристичке понуде Србије представницима медија и туристичке привреде, одржана је у Амбасади Републике Србије у Софији. Присутнима су се обратили амбасадор Републике Србије у Софији, менаџер тржишта у Туристичкој организацији Србије, заменик директора Туристичке организације Београда, представник Туристичке организације Ниша, као и директор Туристичке организације Драгачево, испред фестивала Сабор трубача у Гучи. Такође, присутнима су се обратили и директор бугарске асоцијације туристичких агенција, , представник GSA Air Serbia и представник скупштине града Софија – Директората за туризам.

Након презентације емитован је филм Туристичке организације Србије „52 викенда у Србији“, а потом су извучене награде које су доделиле Организација за туризам и културу Сокобања и Air Serbia. За званице је организован коктел са специјалитетима српске гастрономије, и наступао је цез оркестар представљајући Nisville Jazz Festival.

На догађају су се представиле следеће дестинације – Београд, Ниш, Драгачево, Сокобања и фестивали Nisville Jazz Festival, Beer fest и Гуча.

Дат је интервју за радио Стандард и изјава за часопис Монитор.



У поподневним сатима је одржан промотивни догађај за публику на Тргу „National Palace of Culture“ – NDK , у оквиру ког су се представиле дестинације, односно локалне туристичке организације на јединствено брендираним пултовима.

У оквиру извођачког програма наступили су оркестар Стефана Младеновића, победнички оркестар фестивала трубе „Гуча“ 2015. године, као и Милан Миличевић и Милош Теофиловић са својим оркестрима, победници фестивала „Прва хармоника Сокобање“ 2015. У оквиру наступа представљена су српска кола, цез на хармоници и филмска музика, као и српска етно музика са модерним детаљима.

Програму на Тргу је присуствовао велики број грађана Софије и страних туриста, којима је дељен промотивни материјал и сувенири ТОС-а и осталих дестинација, као и туристички програми агенције Бохемиа који садрже Србију. На крају је организована наградна игра где су додељени викенд боравци у Београду и Сокобањи, као и више мањих награда сувенира.

Из Србије је догађај пратила ТВ емисија „Србија коју волим“.

Целокупно представљање Србије је урађено у сарадњи са највећом бугарском туристичком агенцијом Бохемиа и уз максималну подршку Амбасаде Републике Србије у Софији.

Најаву за догађај објавили су следећи портали: Еcopomedia, VijSofija и штампани медији VijSofija и Programata, а урађена је и билборд кампања у трајању од месец дана у којој су визуалом представљене општа туристичка понуда и фестивали.

Сви медији су одабрани по препоруци ЕХИТ, с обзиром на публику којој су усмерени, популацији која посећује фестивале.

#### **1.4. Дани Србије у Темишвару, Румунија, 08. јун**

Презентација за туроператере и медије уз гастрономску понуду Србије, као и промотивни догађај за публику организовани су у ресторану “Lloyd”.

Поред Туристичке организације Србије, своју понуду представиле су туристичке организације Драгачева, Новог Сада, Златибора, Рашке, Лесковца, Ниша, Великог Градишта и Вршца.

Пред многобројним локалним представницима медија, организаторима путовања из Темишвара, локалним званичницима, представницима привредне коморе Тимиша, Савеза Срба у Румунији, Српске православне епархије Темишварске, организована је конференција за медије на којој су се обратили генерални конзул, представница Туристичке организације Србије, сарадник у ТО Лесковац, директор ТО Рашка, сарадник у ТО Златибор и директор ТО Драгачево.

Након конференције је одржана дегустација српских специјалитета, а претходно су присутним представницима медија и туристичких агенција додељене награде – боравак на Копаонику, Златибору и у Лесковцу.

Конференцију уживо, online, пратио је 14,951 пратилац преко једног од најпопуларнијих online магазина Timisoara stiri . Током догађаја пуштани су филмови Туристичке организације Србије и туристичких организација градова и општина учесника, а након тога гости су имали прилику да пробају српске специјалитете уз живу музику којом се представио Nisville Jazz Festival.

Након конференције, испред ресторана на централном тргу организована је дегустација српских специјалитета и дељен је промотивни материјал уз музичку промоцију и представљање Сабора трубача у Гучи – трубачки оркестар мајстора трубе Саше Крстића из Гуче и Nisville Jazz Festival – оркестар Light jazz.

Многобројни грађани Темишвара су са великим интересовањем испратили овај део промоције, уз бесплатну дегустацију лесковачких специјалитета и промоцију Лесковачке роштиљијаде.

Дат је интервју за радио Темишвар, online magazin Timisoara stiri, а у вечерњим сатима је било једночасовно гостовање на TV EUROPA NOVA у коме се причало о туризму Србије.

Потенцијалним гостима из Румуније и представницима туристичке привреде и медија је представљена општа туристичка понуда Србије, укључујући понуду кратких одмора у градовима, културно-историјске знаменитости, одмор у природи, Дунав, вински туризам, бање, манифестације.

Промоција у Темишвару је реализована уз помоћ и подршку Конзулата Републике Србије у Темишвару, као и представника српске дијаспоре.

Из Србије догађај је пратила ТВ емисија „Србија коју волим“.

Урађена је и билборд кампања у трајању од месец дана у којој су визуалом представљене општа туристичка понуда и фестивали.

Сви медији су одабрани по препоруци ЕХИТ, с обзиром на публику којој су усмерени, популација која посећује фестивале.

### **1.5. Дани Србије у Будимпешти, Мађарска, 07. септембар**

Туристичка организација Србије је, у оквиру својих активности на промоцији туризма Србије на регионалним туристичким тржиштима, а у склопу кампање „Дани Србије – Види Србију“, у Будимпешти, у задужбини Саве Текелије, организовала презентацију за организаторе путовања, медије и високе званичнике, уз гастрономску понуду из Србије.

Присутним званицама на презентацији обратили су се амбасадор РС у Мађарској, директорка Туристичке организације Србије, директор Културно документационог центра Срба у Мађарској и директор ансамбла Коло.

Презентација туристичке понуде Србије употпуњена је наступом ансамбла „Биља Крстић&Bistrik orkestar“ и извођењем изворне етно музике.

Промоција Србије у Мађарској реализована је уз помоћ Културно документационог центра за Србе и уз подршку Задужбине „Саве Текелије“ која је обезбедила простор за одржавање овог догађаја.

У простору свечане сале у којој је одржана презентација постављен је пано ТОС-а и изложба фотографија националног ансамбла Коло.

Медијска кампања Туристичке организације Србије у Мађарској представља земљу као целогодишњу туристичку дестинацију и праћена је најавом и објавама на online медијима и друштвеним мрежама, за чије пратиоце је организована наградна игра - награда је била викенд за двоје у Београду, награда Туристичке организације Београда.

Чланци и постови објављени су на најпопуларнијем туристичком online порталу у Мађарској: [www.vjm.hu](http://www.vjm.hu)

У оквиру презентације додељене су карте за концерт националног ансамбла „Коло“ који се одржао 08. септембра у Палати Уметности Мупа у Будимпешти.

Свечаним концертом „Кола“ је отворена манифестација „Месец српске културе“.

### **1.6. Српско вече, Међународна полицијска академија, Будимпешта, Мађарска, 01. новембар**

ТОС се укључио у догађај на коме се промовисала Србија као земља у целини и као туристичка дестинација. На догађају је подељен информативно- промотивни материјал ТОС-а.

### **1.7. Представљање туристичке понуде Србије, Атина, Грчка, 08. новембар**

Туристичка организација Србије представила је туристичку понуду Србије у Атини заједно са Туристичком организацијом Београда и националном авио компанијом Air Serbia. Покровитељ и

организатор овог догађаја је био Атински интернационални аеродром. Догађај је окупио представнике 80 туристичких агенција и туроператора из целе Грчке. Туристичка организација Србије је представила комплетну туристичку понуду са акцентом на градски туризам и културу за које влада највеће интересовање грчких туриста. Такође се од ове године планирају и прве организоване групе за туристе из Грчке према нашим ски центрима. Air Serbia је представила нови модел пословања компаније за рад са агенцијама. Догађају су присуствовали представници Амбасаде Србије у Атини као и неколико новинара грчких медија.

### **1.8. Представљање туристичке понуде Београда, Истанбул, Турска, 24. новембар**

Туристичка организација Београда, у сарадњи са Генералним конзулатом Републике Србије у Истанбулу, организовала је промотивни догађај у хотелу Radisson Blu Bosphorus. Том приликом ТОБ је у сарадњи са авио компанијом Turkish Airlines организовао В2В догађај, који је окупио представнике највећих туристичких агенција и организатора путовања у Турској и друге релевантне субјекте. После овог пословног догађаја приређена је конференција за новинаре и коктел, уз присуство дипломатског кора и медија из Турске и Србије. ТОС је учествовао кроз обезбеђење туристичког информативно промотивног материјала и сувенира који су се делили на овим догађајима.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Турска TV DÜNYAYI GEZİYORUM, Kanal 7 & TV cuisine programme “Tastes of World”, 20-26. август**

ТВ програм DÜNYAYI GEZİYORUM се емитује на једној од најгледанијих турских телевизија – Каналу 7 и најгледанији је туристички програм турске телевизије. Посета турске тв екипе Канала 7, организована је уз подршку авио компаније Turkish Airlines као и ТО Златибор, ТО Нови Пазар и Специјалног резервата Увац. На свом путовању кроз Србију ТВ екипа је обишла Златибор, Нови Пазар, Мокру Гору и Београд, видевши при том природне лепоте Стопића пећине, Гостиљског водопада, као и отворени музеј село Сирогојно, језеро Увац, Дрвенград, тек отворени Дино парк на Златибору, али и културне институције као што је Музеј Николе Тесле, манастире Ђурђеви ступови и Студеница, Алтун алем и Бајракли џамија, храм Светог Саве. У оквиру овог путовања додатно су снимљене и епизоде о гастрономији Србије које ће бити емитоване у посебној емисији “Укуси Србије”. Током боравка у нашој земљи ТВ екипа је организовала и пренос „live streaming“, постављањем постова и фотографија из наших туристичких дестинација на FB и Instagram.

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

### **3.1. Бугарска**

**Штампани медији:** Viž Sofija

**Online:** Economedia, Programata, Viž Sofija

**Outdoor:** Билборд кампања Софија

### 3.2. Румунија

**Online:** Zile si porti

**Outdoor:** Билборд кампања Темишвар

## 4. Остало

### 4.1. Промоција брендова Републике Србије у Парламенту Мађарске, 20. јануар

На иницијативу мађарске владе одржана је презентација националних брендова неколико држава, односно предложено је да се прикажу Белорусија, Шпанија и Србија. Овом приликом су амбасадори наведених земаља одржали презентације представивши три до пет брендова своје земље. На промоцији је било око 100 позваних привредника из Мађарске, у највећем делу оних које су добиле статус Хунгарикум и представници највишег политичког и државног врха.

Србија је у свету препозната по неким производима или су неки производи типични за Србију и ово је била добра прилика да се селектира један број производа или других вредности које би у будућности могли бити брендови Србије.

У координацији Министарства пољопривреде и заштите животне средине и укључивањем ПК Србије и ТОС, а у договору са Амбасадом договорено је да земљу представе шљивовица, кајмак и дуван чварци, који су прошли ужи избор у ком су били и сјенички сир, футошки купус, ајвар, малине, слатко, бели сир, као производи по којима је Србија позната или су у Србији најбољи. Излагање је било пропраћено филмом ТОС-Soulfood. Од других, нематеријалних вредности представљени су српско коло и српске рукотворине.

### 4.2. Координација израде рекламног материјала за пано Амбасаде Републике Србије у Будимпешти, март

За потребе паноа/излога који стоји на фронталном делу Амбасаде Републике Србије у Будимпешти урађено је идејно решење које колажно приказује туристичку понуду Србије. Амбасада је одлично позиционирана, на самом Тргу хероја и велики број људи дневно прође поред ње. Излог је димензија 332 цм дужине и 126 цм ширине, и тиме представља врсту билборда на којој стално стоји реклама ТОС и Србије.

### 4.3. Састанак на тему „Унапређење туризма на Дунаву кроз сарадњу надлежних институција и привредних друштава из Републике Србије, Словачке и Мађарске, 06. април

Након иницијативе Амбасаде Републике Србије у Будимпешти за налажење могућности унапређења и јачања туристичке сарадње на Дунаву, а на основу предлога мађарске и словачке пловидбене коморе, као и Трговинске и индустријске коморе Будимпеште, уприличен је састанак на ову тему у просторијама Покрајинске владе Војводине.

Састанак је водио потпредседник Покрајинске владе и покрајински секретар за привреду и туризам гдин Иван Ђоковић, а присуствовали су представници водног саобраћаја и наутике Мађарске, Словачке и Србије, а са стране Србије још и представници Покрајинске владе и Градског већа, Министарства трговине, туризма и телекомуникације, Привредних комора Србије и Војводине, Туристичке организације Србије, Војводине и Новог Сада, Агенције за управљање лукама, као и одређен број туроператера.

Тема састанка је била усаглашавање праваца будуће сарадње и успостављања комуникације, односно налажење начина за побољшање ефикасности подунавских земаља, кроз формирање заједничког удружења држава овог региона које би усаглашавало пловидбу, као и логистичке

услове пловидбе кроз ове земље, означавање постојећих лука и евентуално формирање нових, израде заједничког туристичког пакета, као и заједничке стратегије маркетинга и продаје. На састанку је изражена спремност свих институција за унапређење сарадње и координацију, посебно у погледу превазилажења административних баријера, на пољу дунавског туризма, односно крстарења рекама Дунавом и Тисом.

#### **4.4. Подршка манифестацији Грчки викенд у Београду, 20-21. мај**

ТОС је подржао манифестацију Грчки викенд у Београду одржану други пут за редом на Тргу републике. Манифестација промовише грчку културу, музику и гастрономску понуду, али и увезује привреде две земље, у циљу повезивања и јачања већ свакако добрих односа између Србије и Грчке

#### **4.5. Подршка туристичкој привреди у организацији студијског путовања за представнике медија и туристичких агенција са Кипра, 07-09. јун**

Агенција Hercules travel из Крагујевца, која се бави рецептивним туризмом, организовала је у сарадњи са Air Serbia студијско путовање за организаторе путовања и представнике медија са Кипра. Програм су чинили разгледање Београда и излет за Нови Сад. ТОС се укључио у програм организовањем вечере у Скадарлији.

## **VI Норвешка, Шведска и Данска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. B2B workshop Stockholm Travel Show, Стокхолм, Шведска, 23. март**

У Стокхолму је у просторијама Casino Cosmopol-а уприличен сусрет шведских туристичких посленика са 50 излагача (дестинација, агенција, хотела и авио-компанија). Као једном од излагача ТОС-у је ово дешавање било прилика да представи туристичку понуду Србије шведским организаторима путовања, као и новинарима и блогерима.

Из разговора са десетак организатора путовања (Airtours, HRG, Travel2, M&N Travel, Triangelresor, Sunray travel и др.) приметно је појачано интересовање за Србију, односно пре свега за Београд као city-break и дестинацију за пословна путовања, а неколико упита односило се и на бање и на путовања за сениоре. Србија је изузетно добро повезана авио-линијама са више шведских градова и за очекивати је да се тренд раста броја долазака туриста из ове земље, уз додатне промотивне напоре и активности, настави и наредних година.

Вест о представљању Србије у Стокхолму пренео је програм за дијаспору РТС-а.

#### **1.2. Travel News Market, Стокхолм, Шведска, 09. новембар**

У просторијама Waterfront конгресног центра одржан једнодневни пословни сајам на којем се 130 излагача (дестинација, агенција, хотела и авио-компанија) сусрело са преко 1.000 представника шведске туристичке индустрије. Учешће на овом сајму покривено је средствима издвојеним из годишње чланарине у ANTOR-у – Асоцијацији националних туристичких организација земаља које имају представништва у Шведској, а чији је ТОС придружени члан.

Овај пословни сајам био је одлична прилика за успостављање пословних контаката и представљање туристичке понуде земље пословним купцима, као и мањем броју одабраних новинара и блогера.

Састанци су одржани са неколицином организатора путовања који већ имају Србију у понуди у циљу проширења понуде и сумирању утисака протекле сезоне, а посебно су значајни били састанци са новим организаторима путовања заинтересованим за Србију, посебно са Airtours, Resia, Go Active Travel, American Express. Утицајни медији Aftonbladet и Res Travel Magazine су били заинтересовани за упознавање са новитетима у туристичкој понуди Србије, а састанци су одржани и са неколико туристичких блогера заинтересованих да посете Србију 2018. године.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Посета данског организатора путовања, 26-29. марта**

Дански организатор путовања 1 Step Away упознао се са туристичком и хотелском понудом Копаоника, у циљу увођења српског ски центра у понуду својим клијентима.

### **2.2. Посета шведских блогера, 29. април -02. мај**

Двоје блогера Matochresebloggen.se специјализованих за гастрономију и путовања боравили су у Београду, након чега су објавили богато илустровану репортажу о хотелској и ресторанској понуди града, Калемегданској тврђави, Земуну, Ади и street-art-у.

### **2.3. Посета шведских новинара, 16-19. јун**

У студијској посети Србији боравило је пет новинара из Шведске из следећих медија: Newsagency TT [www.tt.se](http://www.tt.se), fdensammamman.blogspot.se, Incheckad [www.incheckad.se](http://www.incheckad.se), Sawa Media и Improveme.se. Поред обиласка знаменитости престонице, новинари су имали прилику да посете и Сремске Карловце, Нови Сад, Задужбину Краља Петра на Опленцу, као и две винарије. Посета је организована посредством ангажоване ПР агенције Finesse Promotions.

### **2.4. Посета норвешких блогера, 05-08. октобар**

Три норвешке блогерке ([alltidreiseklar.no](http://alltidreiseklar.no), [travellingmunk.com](http://travellingmunk.com), [sophiesworld.net](http://sophiesworld.net)) боравиле су у Београду у циљу објављивања текстова о Београду као city-break дестинацији. Више богато илустрованих текстова и постова на друштвеним мрежљма објављено је на норвешком и енглеском језику.

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

### **3.1. Ogлашавање са шведским организатором путовања ReseSkaparna**

У циљу подршке промоцији програма у Србији који нуди шведски организатор путовања, ReseSkaparna, ТОС је учествовао у кампањи која је подразумевала оглашавање у штампаним медијима – пола стране у Svenska dagbladet новинама тиража од 122.000 примерака и on-line кампању током које је било 139.763 приказивања са CTR: 0,07%

## **VII Немачка, Аустрија и Швајцарска**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма СМТ, Штутгарт, Немачка, 14 - 22. јануар**

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

Током девет дана трајања, 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 крстарења.

Током првих пет дана на сајму су учествовали представници Туристичке организације Нови Сад, Туристичке организације Златибор и представници Туристичке организације Војводине.

Првог викенда сајма (14. и 15. јануар 2017.) у хали 9 – „Бициклизам и авантуристички туризам“ се представио ДЦЦ са понудом бициклизма дуж Дунава. На њиховом штанду су биле изложене и брошуре ТОС.

#### **1.2. Међународна туристичка берза ИТВ, Берлин, Немачка, 08 -12. март**

За потребе представљања закупљен је штанд величине 161 м<sup>2</sup> у хали 1.1 Берлинског сајма. ТОС је био носилац наступа, уз учешће представника регионалних и локалних туристичких организација и асоцијација, као и туристичке привреде: здравља Републике Србије, Национална авио компанија Ер Србија, „Парк Палић“ д.о.о., Фонд туристички кластер Срем, Туристичке организације Београд, Чачак, Златибор, Нови Сад, Деспотовац, Димитровград, Пожаревац, Ниш, Војводина, Туристичке агенције „Magelan Corporation“, „Serbia tour operator“, „Big Blue Travel“, „Robinson Adventure Team“, „Turorama“, „Wild Serbia Adventure“, „Luna Travel“, Хотели „МК Resort“, „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. Ове године је и Секретаријат АП Војводине платио за учешће четири представника из Војводине.

Поред редовних, додатне активности на сајму су обухватале:

- 07. Марта, дан пре отварања сајма ИТВ 2017, је одржано је свечано отварање ИТВ. Земља партнер 2017. године је била Боцвана.

- Други дана сајма, 09. марта је одржан је догађај за новинаре и туристичку привреду на штанду Србије. Презентацији је присуствовало око двадесетак представника медија и заинтересованих организатора путовања.

- ТОС је учествовала у програму Дунавског центра за компетенцију - ДЦЦ који се по шести пут организује у оквиру сајма ИТВ под називом Danube@ИТВ. Програм обухвата ИТВ Convention – панел дискусију под називом „Европа позива – Дунав повезује. Досегнути нова тржишта,“ где је активно учествовало око 70 учесника.

- У оквиру сегмента Tour Operators Forum који је за тему имао „Бициклизам дуж Дунава“, потенцијал Србије је представљен пред публиком од око 20 учесника форума. Поред ова два сегмента програма, Србија је учествовала и у Danube Passport Game, а на штанду ДЦЦ је био изложен и пропагандни материјал Србије.

- Истог дана после сајма је одржано је и пето издање „Дунавског салона“ у представништву покрајине Баден-Виртемберг (Б-В), ове године је Словенија била партнер земља. Тема

овогодишњег Салона је била „Одрживост у туризму на примеру подунавског простора“. Дунавски салон је посетио више од 700 гостију, међу којима су били представници немачких институција и политичких партија, новинари и чланови дипломатског кора.

- Састанци: Током пословног дела сајма одржани су састанци са представницима туристичких организација, медија и организаторима путовања, консултантских кућа, организатора сајмова, и друго.

На штанду Србије су одржано презентације:

- Апликација „52 викенда у Србији“ – Дневне презентације мобилне апликације на штанду Србије
- VR апликација „Виртуелна авантура Србија“ – За дане викенда када је сајам отворен за публику

### **1.3. Сајам RDA, Келн, 4-5. јул**

За учешће на B2B сајму RDA, пословном сајму међународног удружења аутобуског туризма СР Немачке, Туристичка организација Србије (ТОС) је закупила штанд величине 9m<sup>2</sup>. На штанду је био изложен пропагандни материјал ТОС. Током три дана трајања сајма одржани су састанци са представницима туристичких организација, медија и организатора путовања.

### **1.4. Сајам туризма EUROBIKE, Фридрихсхафен, 01-04. 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 бициклическе руте представио и могућности за путовање бициклом по Србији. На штанду су биле изложене брошуре и других чланова DCC из Србије: ТО Београд и ТО Војводина.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијска посета интернационалних новинара, 18 – 24. (26.) фебруар**

ТОС је, организовала студијску посету под називом „Зимска дестинација Србија“, за групу иностраних новинара, који су боравили у Београду, на Копаонику и у Буковичкој бањи. Новинари су били из Аустрије (2 новинара), Немачке (1 новинар) и Пољске (2 новинара).

### **2.2. Студијска посета ARTE телевизије, 15 – 23. април и 01 – 12. септембра**

У оквиру припреме за филму о Србији на ARTE телевизији у трајању од 50 минута, редитељка је дошла у посету локалитетима. За ову прву „извидницу“ ТОС је обезбедио авио карту и дводневно ангажовање водича. У септембру 2017. године је организовано снимање. ТОС је обезбедио 3 авио карте и смештај.

### **2.3. Студијска посета немачког организатора путовања (FVW академије), 19–21. мај**

Представници Tanjas Reisewelt, учесници у FVW академији, намењеној организаторима путовања и њиховим дистрибутерима како би лакше и боље представљали својим клијентима Србију као туристичку дестинацију, су били једни од најбољих по познавању дестинације. ТОС је обезбедио долазак у Београд, разгледање града и један излет из престонице.

### **2.4. Студијска посета немачких новинара, 07 – 11. јун**



У организацији ТОС и уз подршку локалних ТО Нови Сад, Чачак, Топола и Златибор, боравили у немачки новинари у студијској посети под називом „Дунав, Дрина, Морава – Западна Србија“. Гости су имали могућност да упознају Београд, Нови Сад, Чачак, Ваљево, Златибор, Мокру гору и Тополу (7 новинара).

### **2.5. Студијска посета немачких, аустријских и швајцарских новинара/болгера под називом „Откриј Србију на свој начин“, 27. септембар – 03. октобар**

ТОС је уз подршку локалних туристичких организација градова Новог Сада и Доњег Милановца и у сарадњи са музејем Николе Тесле и археолошким налазиштем Лепенски Вир организовао студијску посету. Новинари су имали прилику да упознају понуду одмора у градовима и у природи, упознајући се са туристичком понудом Србије у оквиру четири паралелна програма. У посети су били reisen Exklusiv, Kulinariker, GEO-Reisecommunity, Nürnberger Nachrichten / Nürnberger Zeitung, Creative elena, Kofferpacken.at, Cityseacountry, WELT, Brigitte и Globetrotter Magazin Switzerland (укупно 9 новинара и 3 блогера).

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

### **3.1. Фејсбук (Facebook)**

У периоду од 1. јула до 30. септембра је спроведена кампања са циљем повећања видљивости немачке верзије Фејсбук странице. У датом периоду је порастао број пратилаца са око 700 на 1.000. По завршетку кампање, наставља се недељно одржавање немачке фејсбук-странице од стране менаџера тржишта.

## **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.

## **5. Саопштења за новинаре**

Од почетка године је послато 16 редовних саопштења за новинаре.

## **6. Прес клипинг**

Објављено је више од 40 текстова о туризму Србије у дневним новинама, интернет страницама и магазинима.

## **7. Остало**

### **7.1. Чланарина RDA**

### **7.2. Чланарина ÖRV**

### **7.3. Радионица “Промоција здравственог туризма Србије у Немачкој”, 6-7. јун**

ТОС и Туристичка организација Чачка су на штанду Србије на Сајму туризма ITB 2017 у Берлину иницирали одржавање овог значајног стручног скупа у Чачку. Организација WITOS из Немачке, коју чине експерти из области здравственог туризма и маркетинга у туризму, представила је пројект којим су обухваћене бање – рехабилитациони центри из Србије. Радионица је почетна тачка са циљем упознавања српских бања са захтевима западних, а пре свега немачких гостију.

## **VIII Русија и Белорусија**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Промоција туризма Србије у оквиру годишњег представљања дестинација аеродрома Пулково у Санкт Петербургу, Русија, 03. март**

Туристичка организација Србије је, на позив представника аеродрома Пулково, узела учешће у радионици коју за своје партнере организује овај аеродром. Том приликом је одржана презентација туристичке понуде Србије пред око 100 туристичких агенција и новинара из Санкт Петербурга. У овом догађају учешће су узели и представници Air Serbia. Гостима и учесницима догађаја подељен је промотивни материјал и организована је дегустација српских вина.

#### **1.2. Сајам туризма МИТТ, Москва, Русија, 14-16. март**

Туристичка организација Србије објединила је представљање туризма Србије на сајму МИТТ 2017 (Moscow International Travel&Tourism), назначајнијој берзи туризма у Русији, на којој се окупљају представници туристичке индустрије из руских регија и свих делова света. За потребе представљања туристичке понуде Србије, закупљен је изложбени простор од 96 м<sup>2</sup>. Поред ТОС-а, на штанду су своју понуду представиле и туристичке организације Београда, Златибора и Новог Сада, Министарство здравља Републике Србије, организатори путовања Р-Турс, Луна Травел и Dream Land, А хотели, хотел Radisson Blu Old Mill из Београда, хотел Premier Aqua из Врдника, хотел Grey са Копаоника, као и Пролом Бања, Луковска Бања и Атомска Бања.

Првог дана сајма, на конференцији за новинаре, представљена је овогодишња разноврсна туристичка понуда Србије. Скупу се обратио амбасадор Републике Србије у Руској Федерацији, који је са делегацијом амбасаде обишао штанд ТОС-а, упознао се са излагачима и новинама у овогодишњој понуди Србије. Уводну поздравну реч одржала је директорка ТОС-а и у кратким цртама упознала присутне са актуелностима које за ову годину припрема ТОС. Менаџер тржишта је одржала презентацију дестинације са нагласком на понуду у наступајућој летњој сезони.

Представљање Србије на сајму МИТТ пратило је велико интересовање за туристичком понудом, у прилог чему говори чињеница да је 60 представника руских медија присуствовало конференцији за новинаре, након које је уприличена закуска са познатим традиционалним српским специјалитетима, винима и ракијама, уз неизоставно гостопримство које је карактеристично за нашу земљу.

У току три дана трајања изложбе МИТТ 2017, на којој је учествовало око 200 земаља из целог света, Туристичка организација Србије фокусирао се на представљање Србије као дестинације са посебним акцентом на city break, активан одмор, понуде бања и спа центара, музичке фестивале, природу и културно наслеђе Србије. На штанду је била графичким решењима

представљена туристичка понуда Београда, Новог Сада, затим фрагменти из манастира Студеница, здравствени туризам, велнес и спа понуда, као и природне лепоте Србије. Анимација на штанду представљена је путем VR технологије (Virtual adventure Serbia), платформу виртуалне реалности, кроз коју су посетиоци имали прилике да "путују" и уживају у несвакидашњим призорима наших туристичких вредности.

Све 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 "Amarcom Media".

Током трајања сајма одржани су састанци са представницима НТВ, националне телевизије. Том приликом је договорено снимање промотивног филма о Србији у оквиру студијске посете новинара и сниматеља.

Такође, одржани су састанци са порталом 100 дорог, National Geographic – Traveler, В отпук и другим представницима медија.

Одржани су састанци и са организаторима путовања, заинтересованих за програме по Србији.

Током одржавања сајма у Москви, уприличено је 2. заседање српско-руске Радне групе за туризам у Депарману за туризам и регионалну политику Министарства културе РФ. Тема састанка је била даље јачање међусобне сарадње. Договорено је да се размотри могућност заједничке кандидатуре за програм „Културне руте“ Савета Европе.

### **1.3. Промоција туризма Србије у оквиру манифестације „Дани Београда у Москви“, Москва, Русија, 24-28. мај**

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

Манифестација је одржана на централном тргу у Москви, 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. На округлом столу, који окупио туристичку привреду Русије и Србије, менаџер тржишта Русије је одржала презентацију туристичке понуде Србије.

### **1.4. Међународни економски форум, Санкт Петербург, Русија, 01-03. јун**

Петербуршки међународно економски форум је руска годишња пословна манифестација. Одржава се од 1997. године и окупља представнике највећих руских и страних компанија, политичке лидере, председнике и потпредседнике влада.

Привредна комора Србије је била носилац представљања Србије на овом форуму, и организовала наступ на штанду. ТОС је био учесник на штанду, са својим промотивним штампаним материјалом и филмовима

Уочи Петербуршког економског форума, Туристичка организација Србије организовала је фото изложбу која је инсталирана на аеродрому Пулково у Санкт Петербургу. Презентацију туризма Србије је одржала шеф Одсека за управљање и промоцију на тржиштима у ТОС-у, 02. јуна на штанду Србије у Конгресном центру Санкт Петербурга.

Представник ТОС-а, менаџер руског тржишта, је дала изјаве и интервјуе на тему туристичке понуде Србије руској информативној агенцији.

Договорене су посете туристичких новинара из Санкт Петербурга, који ће у организацији ТОС-а боравити у студијској посети Србији.

### **1.5. Промоција туризма Србије на ЕХРО 2017, Астана, Казахстан, 28. јун**

У оквиру међународне специјализоване изложбе, ЕХРО 2017, која се одржава у Казахстану од 10. јуна до 10. септембра 2017. године, ТОС се представио на Националном дану Републике Србије презентацијом туристичке понуде Србије, промотивним филмом и материјалом.

На светској изложби учествује 115 земаља и 20 међународних организација, и очекује се преко 5 милиона посетилаца из целог света.

ТОС је узео учешће у Националном дану, који је осмишљен тако да се представи историјско и културно наслеђе Србије са циљем промоције дестинације на овом за нас новом тржишту.

Сем официјалног дела програма на самом отварању успешно је одржана презентација дестинације на језику домаћина, осмишљен је slide show који је приказиван током фолклорне тачке и приказан је промотивни филм ТОС-а.

### **1.6. Промоција туризма Србије у Астани, Казакстан, 28. јун**

У оквиру међународне специјализоване изложбе ЕХРО 2017 која је одржана од 10. јуна до 10. септембра 2017. године, ТОС се представио на Националном дану Републике Србије презентацијом туристичке понуде Србије, промотивним филмом и материјалом. На светској изложби учествовало је 115 земаља и 20 међународних организација, очекује се преко 5 милиона посетилаца из целог света. ТОС је узео учешће у Националном дану, који је осмишљен тако да се представи историјско и културно наслеђе Србије са циљем представљања дестинације на овом за Србију новом тржишту. Сем официјалног дела програма на самом отварању успешно је одржана презентација дестинације на језику домаћина, осмишљен је Slide show који је приказиван током фолклорне тачке и приказан је промо филм ТОС-а.

### **1.7. Сајам туризма Leisure, Москва, Русија, 19-21. септембар**

ТОС је објединио представљање туризма Србије на 23. Међународном сајму туризма Leisure (Одмор) 2017. Закупљен је изложбени простор од 80 м<sup>2</sup> за 12 излагача, представника туристичке привреде Србије и локалних туристичких организација. Поред ТОС-а на сајму су се представиле туристичке организације Београда, Врњачке Бање и Сремских Карловаца, ЈП Стара Планина, ЈП Скијалишта Србије, и организатори путовања Р-Турс, Апелсин, Лунатравел и Омни турс. На штанду туризма Србије такође су наступили представници хотела Crown Plaza из Београда.

За све време одржавања сајма ТОС је организовао промоције за туристичке привреднике али и за посетиоце сајма.

Првог дана сајма, на штанду ТОС-а, одржана је презентација туристичке понуде Србије и радионица за 20 локалних туроператера и новинара. На штанду су се том приликом окупиле локални медији из области туризма, агенције и организатори путовања, заинтересовани за пословање са српским туроператерима као и многобројна публика – посетиоци сајма. На крају програма приређена је дегустација вина Бројаница.

У оквиру представљања на сајму, ТОС је организовао следеће активности:

- Пријем за представнике медија и привреде на штанду ТОС-а, коме је присуствовало двадесетак руских новинара. Пријем је одржан 19. Септембра. Званицама се обратила директор ТОС-а, а презентацију туристичке понуде одржала је представница ТОС-а задужена за руско тржиште. Неки од важнијих медија присутних на пријему били су новинска агенција Интерфакс, ТВ канал [Vesti.ru](http://Vesti.ru), Discovery Magazine, радио Романтика.

- У пратећем програму сајма, учешће представника ТОС-а на конференцији посвећеној конгресном туризму и представника бањских центара, учесника на штанду, на конференцији посвећеној здравственом туризму.

У организацији сајма, 20. септембра, организована је промоције српске кухиње. Кувар ресторана Никола Тесла у Москви, одржао је мастерклас за публику и припремао јела српске националне кухиње. Једно од јела била је пита, а винарија Бројаница организовала је дегустацију српских вина.

Амбасадор Републике Србије у Руској Федерацији, Др С. Терзић 19. септембра на позив ТОС посетио је српски штанд и упознао се са представницима туристичке привреде и локалним туристичким организацијама.

Наступ су пратиле екипа ТВ Пинк (Јутарњи програм), као и новинарка Вечерњих новости. Током представљање туризма Србије на сајму Leisure 2017 у Москви, директорка ТОС-а дала је више интервјуа за домаће медије присутне на сајму и руске тв и радио станице.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијска посета руских организатора путовања, 17-23. фебруар**

Туристичка организација Србије помогла је логистички и финансијски организацију студијског путовања за руске организаторе путовања на иницијативу Руског пословног клуба. У Србији су боравили представници 8 организатора путовања из Москве и московске области: V.A.E.A.O, NB Luxury Travel, InterVojage, Rus-SKI KLUB, Blitz-Tour, Aquarius, SOLEANS и Swift.

### **2.2. Студијска посета руског блогера, „Зимска дестинација-Србија – Копаоник“, 19-24. фебруар**

Туристичка организација Србије је организовала студијску посету „Зимска дестинација Србија“ за групу иностраних специјализованих новинара и блогера у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као зимске дестинације. У оквиру групе, у Србији је боравио новинар најпосећенијег специјализованог руског портала SKI.RU

### **2.3. Студијска посета руских организатора путовања, 25 - 29. фебруар**

У Сарадњи са Air Serbia, група од седам организатора путовања – ICS, Aliance Travel, Transtour, Натали тур, VIP Service, De visu, Aero Club, боравила је у шестодневној посети Србији. Током боравка упознавали су се са зимском туристичком понудом Србије, делом и бањских лечилишта Србије и Београдом. Обишли су Копаоник, Аранђеловац са околином и Београд. По завршетку туре по Србији, организована је радионица на којој су могли да упознају и стекну партнере локалне туристичке привреде.

Гости су обишли Београд, Нови Сад, Копаоник и више бања по Србији.

### **2.4. Студијска посета руских организатора путовања, 23-27. март**

У организацији ТОС-а боравили су у студијској посети руски организатори путовања: Бриџ Тур, Весь мир в кармане, НСП, SOTUR, Globus SPB, Klif Tour и TTS Partners. Гости су имали могућност да упознају Београд и бањска лечилишта Србије. Последњег дана боравка у Србији, гости су учествовали у радионици са домаћим агенцијама и организаторима путовања.

### **2.5. Подришка у организацији снимања за руску националну телевизију, НТВ, 28. јун – 06. јул**

Туристичка организација Србије помогла је логистички и финансијски снимање нове епизоде путописне и забавне емисије "Пора в отпуск!", која ће бити емитована у септембру 2017. године на руској националној телевизији НТВ. Уз помоћ и у организацији ТОС-а припремљен је програм снимања, прибављене су потребне дозволе и обезбеђен је превоз по местима на којима се обавља снимање. Обрађено је више различитих тема промотивног карактера, које ће се емитовати у тридесетоминутној епизоди.

## **3. Оглашавање**

### **3.1. Радио Романтика**

У периоду од 20. фебруара до 26. марта емитовао се рекламни клип о Србији на радију Романтика у трајању од по 15 секунди. Емитовање рекламног спота под називом „Моја Србија“ реализовало се 10 пута у току дана у терминима од 10 до 21 сат. Према истраживањима радио дифузних агенција у Русији, Радио Романтика заузима прво место по слушаности у Москви и Московском региону.

### **3.2. Оглашавање на ТВ каналу Пјатница**

У периоду од 05. до 31. јануара емитовао се рекламни спот о Србији на националном каналу ТВ Пјатница у трајању од по 10 секунди. Спот под називом Моја Србија, емитовао се месец дана у ударним дневним терминима по 42 понављања.

### **3.3. Оглашавање на ТВ каналима ТВ Домашни**

У складу са медија планом за претходну годину, у периоду од 20. јануара до 20. фебруара емитовао се рекламни спот о Србији на националном каналу ТВ Домашни у трајању од по 10 секунди. Спот је прилагођен руском говорном подручју и емитовао се месец дана у ударним дневним терминима по 45 понављања.

## **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“. До краја 2017. године број пратилаца на руској друштвеној мрежи износи 20.870. Максималан број дневних посета на страници ТОС-а В Контакте износио је 16.500 посетилаца.

## **4. Саопштења за новинаре**

Од почетка године су послато 4 редовна саопштења за новинаре.

## **5. Прес клипинг**

У овом раздобљу у Русији је објављено 80 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима.

## **6. Остало**

### **6.1. Округли сто Туристички потенцијал Русија-Балкански регион, 17. март**

У оквиру Четврте међународне изложбе EXPO-RUSSIA SERBIA 2017 и Четвртог Београдског пословног форума, одржаних од 15. до 17. марта у хотелу Метропол у Београду, шеф Одсека за управљање и промоцију на тржиштима је учествовала на Округлом столу и изложила стање и потенцијале везане за сарадњу Русије, Србије и осталих балканских земаља.

## **X Италија**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. BIT, Borsa Internazionale del Turismo, Милано, 02-04. април**

Изабрана ПР агенција из Италије је у име ТОС-а обишла овај некада највећи сајам туризма у Италији који је ове године доживео потпуну промену, од простора где се одржава до термина одржавања. С обзиром да је ТОС годинама наступао на овом сајму, циљ је био проверити квалитет сајма с обзиром на све уведене промене.

#### **1.2. Састанак са новинарима и блогерима – Media workshop ADUTEI Милано, 9. март**

Ангажована ПР агенција је учествовала у име ТОС-а на годишњем састанку са новинарима који је организован од стране ADUTEI, асоцијације националних туристичких организација у Италији.

#### **1.3. Сајам туризма TTG Incontri Rimini, 13-15. октобар**

„TTG Incontri“ је најзначајнији сајам туризма у Италији. Овогодишње издање је имало повећање од 5%, уз 2.550 излагача од чега 150 дестинација, 1.500 buyer-а из чак 90 земаља света, укупно 72.667 посетилаца, при чему је ово искључиво пословни сајам. Туристичка организација Србије је закупила изложбени простор од 16м<sup>2</sup> на којем су се представиле и три агенције из Београда, Intertours, Tour Operator, Balkan Holidays, и два хотела, Life Design и Праг.

Уз асистенцију ангажоване ПР агенције одржани су бројни састанци са новинарима и организаторима путовања. Ова три дана сајма привукла су велику пажњу медија: 750 акредитованих новинара и 300 регистрованих блогера. Веома популаран је био директан пренос (live streaming), где је са home page-а сајма било могуће пратити најважније догађаје и конференције.

Најзначајнији новинари који су били на штанду су: Laura Ciarallo, Mediaset TV Tg5 soerllesumarte.it, Annaroso Toso, Guida Viaggi, Stevania Galvan, TTG Italia, Sabrina Quartieri, ilmessaggero.it, Gianluigi De Vito, La Gazzetta di Mezzogiorno.

#### **1.4. Посебне промоције у Торину, Венецији и Трсту у сарадњи са Lonely Planet-ом 12. и 13. децембар**

Као подршка издању новог водича Lonely Planet, под називом “Belgrado e la Serbia”, почетком октобра организован је низ догађаја/трибина где се говорило о дестинацији. На првом догађају у Торину о водичу и Србији говорио је аутор Пијеро Пазини и професор на Универзитету у Торину као и наш ПР у Италији. Након првог, веома успешног представљања, ТОС је активније укључио и на нашу иницијативу организовано је представљање у Венецији и Трсту. На оба догађаја Србију су представљали специјални гости - новинари који су у организацији ТОС-а боравили у земљи, као и организатори путовања који у својим каталозима имају Србију. Претходно је започета огласна кампања са овом издавачком кућом јер њихов сајт је веома посећен у Италији. И текст о Србији је имао 80.000 лајкова на Facebook-у а и велики reach на Twitter-у. Кампања која је трајала цео децембар је имала око 330.000 импресија.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Индивидуална посета новинара La Stampa, 24-27.април**

La Stampa је четврти по читаности дневни лист у Италији. Већ у мају је објављен чланак о Београду, Фрушкој Гори и Новом Саду, тј. о местима које је новинар имао прилике да види током тродневног боравка у Србији.

### **2.2. Индивидуална посета новинара часописа Dove, 10-14. мај**

Новинару и фотографу је организована индивидуална тура по Војводини. Репортажа је објављена у часопису Dove, месечном додатку Corriere della Sera. Туристичка организација Војводине је била домаћин ове посете, тј. ТОВ је организовао и финансирао њихов боравак.

### **2.3. Групна посета новинара, 22-25. мај**

У посети су били новинарка Touring Club Italia, асоцијације која у Италији постоји већ више од 100 година и која има више од 280.000 чланова широм Италије, новинар Avvenire, угледних новина из Рима и новинар Il Messaggero, најпродаваније дневне новине у Италији.

### **2.4. Група посета организатора путовања, 15-18. јун**

С обзиром на чињеницу да је Air Serbia увела директан лет из Венеције, организована је групна посета организатора путовања из регија које гравитирају Венецији: Abaco Viaggi, Aurora Viaggi, Boscolo Tours, Caldana-UTAT, Etli Viaggi, Europa World-Quality group и Viaggi di Maurizio Levi. Групу је предводио представника ПР агенције из Италије. Посетили су Београд, Виминациум, Лепенски Вир, Голубац, Кладово, Феликс Ромулиану, Раваницу, Фрушку Гору, Карловце и Нови Сад.

### **2.5. Индивидуална посета новинарке Vogue, 28-30.октобар**

У посети Београду и манифестацији Fashion Week, боравила је новинарка Sarah Grittini, која је извештавала за овај престижни часопис о манифестацији и о нашем главном граду

### **2.6. Индивидуална посета freelance новинара Leonardo Felician-a, 31. октобар - 03. новембар**

Новинар који је дошао у Србију самостално, ТОС је организовао боравак и водича, обишао је Војводину и Београд.



### 3. Прес клипинг

- AVE вредност објављених чланака за 2017. годину, где је ТОС директно допринео објави, је 1.640.111 евра. Неколико чланака из најзначајнијих медија у Италији, где је ТОС имао директног учешћа, су:
  - La Stampa, 21. децембра, наслов „Il rinascimento di Belgrado, la citta’dei due Capodanni” – Ренесанса Београда, града који има две Нове године
  - Il Messaggero, 01. јун, “Belgrado Movida Balcanica” – Београд центар Балканског ноћног живота
  - La Repubblica, 18. фебруар, „Dieci citta’per piccolo Viaggi”, Maria Scalise.
  - Tu Style, септембар, “Belgrado vs Budapest”
  - Vanity Fair, 15. август Belgrado Renaissance
  - Bell’Europa, септембар, “Belgrado Il ritmo della rinascita”- Београд у ритму поновног рођења
  - Dove (Il Corriere della sera), јул, „Serbia inedita. Terra e pace” – Непозната Србија. Земља и Мир
  - LaRepubblica.it, 10. април “Lungo il bel Danubio blu. Alla Serba”. Дуж лепог плавог Дунава на Српски начин,
  - Tgcom 24. Mediaset.it, 21. јун, „Vacanze in Serbia tra natura e sport
  - Radio Rai 1, 26. март - Национални радио

### 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 2017. године су биле:

- Tourism in Serbia: 2016. Best year ever (цитирана је изјава директорке ТОС-а о веома успешној години за српски туризам)
- La Serbia e’un paese delle mille sorprese
- 2017: L’anno del Danubio, cosi’bello e blu
- Pasqua e ponti primaverili
- I grandi eventi musicali dell’estate
- Da giugno Air Serbia college Belgrado anche con Venezia
- Nikola Tesla: un grande inventore da conoscere
- Estate 2017. in Serbia, il divertimento e la musica dei festival dell’estate, l’attivitа’all’aria aperta tra le campagne e le montagne
- “Continua a crescere il numero degli Italiani
- Belgrado e Novi Sad: art, fun and spiritualitz in Serbia, the country where Christmas and New Year are celebrated twice

### 5. Интернет презентације и друштвени медији

#### 5.1. Facebook - Serbia Travel it

Од 2011. године ангажована агенција „Mailander“ одржава facebook званичну страницу на италијанском. Сваке недеље се постављају разне информације и ове године хаштагови су нам: #culture, #glamour, #news, #trade, #travel #myserbia# lifestyle# people#culture, 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. Крајем децембра број пратилаца је порастао на 911, што је 6% више него претходне године

## **5.2. TBne talks**

Он јануара 2017. године ТОС је укључен у TBne talks, пројекат коју обухвата разговоре о путовањима. Serbia travel се укључио на chat на Twitter-у када је тема била Балкан, што су организовали лидери на Twitter-у за италијанску публике. Chat је произвео интеракцију од 45 ретвитова, много „лајкова“ и имао је потенцијални reach од 400.000 људи на Твитеру.

## **XI Кина**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам СОТТМ, Пекинг, 29-31. март**

Туристичка организација Србије закупила је штанд од 36м<sup>2</sup> на којем је наступила заједно са Националном туристичком организацијом Црне Горе. На српском делу штанда своју понуду су представиле и Туристичка организација Војводине и Атомска Бања као и агенције Vivaldi Group, EuroJet, Magelan, R Tours и Glob Metropoliten tours.

“СОТТМ“ је пословни сајам на којем је излагало више од 400 излагача из преко 70 земаља света. ТОС и ТОЦГ су се представили као и ранијих година под слоганом „Wild Soul of Europe“. Представљена је понуда целе Србије као и предлози регионалних тура.

На дан отварања сајма организована је конференција за новинаре којој су присуствовали бројни, углавном online, новинари. Директорка ТОС-а је дала интервју за националну телевизију CCTV, као и за бројне угледне новине као што су Global Times, China Daily, Traveler Magazine.

Дан пре почетка сајма организована је радионица за представнике привреде. Наше агенције цу имале могућност да разговарају са шездесетак колега из Кине. Радионици, одржаној у хотелу у центру Пекинга, претходило је обраћање представника Амбасаде као и поздравни говор директорке ТОС-а и презентација дестинације.

#### **1.2. Сајам ITB China, Шангај, 10-12. мај**

ТОС је туризам Србије представио у оквиру штанда Европске туристичке комисије, организације која окупља 33 националне туристичке организације земаља Европе и чији је циљ промоција Европе као туристичке дестинације на прекоморским тржиштима, при чему је Кина тренутно приоритет из разлога што ће 2018. бити година представљања Европе у Кини. Поред Србије, на штанду су се представиле: Румунија, Мађарска, Чешка, Словачка, Црна Гора, Хрватска, Словенија, Белгија.

ТОС је закупио од Европске туристичке комисије 27 м<sup>2</sup> изложбеног простора који је садржао пултове, столове и столице за састанке и монитор на којем је ТОС емитовао промотивне филмове о Србији, од којих су неки били преведени на кинески језик.

Поред ТОС-а, на штанду се у оквиру наступа Србије представило и осам агенција: Magelan Tours, EuroJet, Sabra Company, IDMC, Glob Metropoliten Tours, BS Tours, Royal Tours и Serbia Touroperator. Сви учесници су припремили визит карте и програме на кинеском језику, и ангажовали свог представника који ће моћи да одговори на кинеском језику потенцијалним захтевима.

Србија је била једина дестинација која је окупила привреду, дестинације су у већини случајева наступиле заједно са главним градом, железницом, авио компанијом или аеродромом.

У склопу сајма ITB China одржана је и радионица „World Bridge of Tourism“ на којој су представници дестинација и агенција имали прилику да се сусретну са значајнијим представницима агенција из Кине по систему “speed dating”, где је за сваки разговор на располагању било по 12 минута.

### **1.3. Сајам „Пут Свиле“ и 21. Трговински и инвестициони форум Шијан, 03-07. јун**

Главна тема сајма и форума је била „Нова платформа, нове шансе и нови развој“ ( "New Platform, New Opportunities and New Development"). Бројни излагачи, гости, пословни људи и пријатељи из чак 42 земље света и из региона окупили су се у Шијану. Република Србија је била почасна земља партнер/гост ове године.

Кинеска страна је Републици Србији, као земљи почасном госту, обезбедила бесплатан изложбени простор величине 500м<sup>2</sup>, бесплатне рекламне блокове у Експо центру на мега ЛЕД екранима, помоћ у дизајнирању и изградњи павиљона.

Кинеска страна уједно је обезбедила специјално отварање павиљона земље почасног госта уз присуство кинеских и српских званичника и представника провинције Шанси. Свечаном отварању сајма присуствовао је потпредседник Владе Кине и он је имао билатералне разговоре са нашим првим потпредседником Владе и министром трговине, туризма и телекомуникација.

Кинеска страна је такође, на основу листе српских компанија – учесника Међународног сајма, обезбедила састанке са кинеским партнерима (B2B), и обезбеђен су конференцијске сале где је земља почасни гост презентovala инвестиционе, трговинске и туристичке потенцијале.

ТОС је на сајму имао централну позицију. На ТОС-овом делу штанда и на поменутој радионици учествовале су две туристичке агенције (Sabra и EuroJet) и Атомска Бања.

Филмови ТОС-а су се приказивали на централном великом екрану испред самог сајма, као и на свим екранима у оквиру штанда Србије.

### **1.4. Представљање туристичке понуде Србије на Глобалном туристичком форуму у Макао-у и посебна презентација у Хонг Конгу, 16-20. октобар**

Туристичка организација Србије представила је туристичку понуду Србије у оквиру Светског туристичко-економског форума (GTEF 2017). Форум је одржан од 16. до 18. октобра у САР Макао и представља водећу платформу за промоцију одрживог туризма у овом делу Азије са фокусом на НР Кину. Србија је уз Мађарску једина земља која је имала двоје панелиста у току трајања Форума. Сем директорке ТОС-а која је имала запажен говор на панелу: China Outbound Tourism Workshop – Europe special – Емитивно тржиште НР Кине у организацији IVY Alliance, и помоћник министра за туризам имала је излагање на тему Embracing Regional Collaboration for Collective Growth – Подршка регионалној сарадњи у циљу заједничког успеха.

Туристичка понуда Србије представљена је у оквиру иницијативе 16 + 1 на заједничком штанду који је био веома посећен. Земљама ове иницијативе је посвећена значајна пажња. На радионицама су учествовали значајни туроператори из Кине и кроз излагање панелиста имали су прилике да се упознају са понудом Србије и осталих земаља. Међу туроператорима били су присутни Beijing China International Travel Mice Centre, Beijing Global Tour International Travel Service Co.,Ltd., Beijing Huayuan International Travel Co.,Ltd., China Eastern Airlines, China International Travel Service (Guangdong), Ltd., CTS MICE Service и други.

Ове године, Форум је окупио више од 1.800 међународних учесника из 63 земље света, 300 говорника на панелима укључујући министре и високе званичнике, 900 представника медија као и преко 7000 посетилаца.

Након завршетка Светског форума организована је презентација Србије у Хонг Конгу за представнике медија и организаторе путовања. Ово је први пут да се ТОС представио у овом делу Кине и закључак је да треба појачати презентацију у овом делу Кине у наредном периоду. Ово је била прилика за разговоре са агенцијама које већ десетак година у својим понудама имају Србију, али су кроз презентацију коју је одржала директорка ТОС-а и на основу предлога ТОС-а одлучили да неке програме допуне и прошире. Дати су интервјуи за многе медије, а уприличена је и наградна игра на којој је новинарка која је била присутна на презентацији освојила пут у Србију (уз подршку авио компаније Turkish Airlines) и боравак у трајању од 7 дана у дестинацији.

#### **1.5. Радионица у Лондону са организатора путовања из Кине, 02-03. новембар**

У организацији Европске туристичке комисије, где је ТОС члан већ дуги низ година, а у склопу појачане промоције Европе као туристичке дестинације, одржана је радионица са бројним организаторима путовања из Кине.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Групна посета новинара, 8-13. март**

Посета је организована заједно са авио компанијом Etihad. Новинари су посетили Абу Даби и Србију. У Србији су обишли Београд, Нови Сад, Лепенски Вир, Кладово, Зајечар, Ниш, Манасију.

Група се састојала од: Southern Metropolis Weekly (Senior Travel Editor), недељник који се продаје у 500.000 примерака и има националну покривеност; Chengdu Radio and television, презентер и продуцент чије емисије се емитују уживо и имају гледаност око 2.000.000 људи (укључивали су се три пута из Србије - Београд, Нови Сад и Кладово); LETV - online video, камерман и уредник моде и путовања; CAAC News, уредник дневних новина које прате цивилну авијацију; SINA travel, уредник дела о путовањима највећег веб портала и једног од најутицајнијих у Кини; Harper's Bazar, уредник за путовања. Ова посета је обезбедила 40 текстова у медијима широм Кине са проценом (од стране Etihada) да је рекламна вредност 636.578 долара.

### **2.2. Посета блогера, 02-06. јун**

Након сајма ITB Asia одабрана су два пара блогера који су дошли у Србију и уз помоћ ТОС-а обишли најзначајније туристичке дестинације (Београд, Нови Сад, Ниш, Златибор, Тара).

### **2.3. Групна посета новинара, промоција првог директног лета из Пекинга – Hainan airlines, 15-20. септембар**

У сарадњи са Hainan airlines-ом организована је посета групе новинара из Пекинга: Economic daily, China National radio, Global Times, Beijing Evening News, Sina Weibo као и представника саме компаније, како из централе за Европу тако и из централе у Кини.

Група је током пет дана у Србији имала прилике да се упозна са Београдом, Новим Садом, Карловцима, Златибором, Мокром Гором, Сирогојном, Тополом.

### **2.4. Групна посета организатора путовања у сарадњи са ЕТС, 27-31. октобар**

Посета 16 организатора путовања из Кине, у сарадњи са Европском туристичком комисијом, који су на овом путовању обишли Румунију, Србију и Црну Гору. У нашој земљи по програму су обишли: Вршац, Београд, Фрушку Гору, Карловце, Нови Сад, Тополу, Мокру Гору, Тапу и Златибор. Учесници су били: G2 Travel Limited Beijing, Beijing Zongguan International Travel Service Co. Ltd., China CYTS M.I.C.E.(Guangdong) Service Co., Ltd, GZL International Travel Service Ltd., Namkwong (Shanghai) Int'l Travel Service Co.,Ltd, Orangeway Online International Travel(Xiamen) Co. Ltd, Shanghai Donghu International Travel Service, Shengli Oilfield Haihua Business Service Company, Xiamen Boyou Travel Co.,Ltd., Tongcheng International Travel Service Co., Ltd. (Beijing), CHINA CYTS M.I.C.E. (SHANGHAI) SERVICE CO., LTD., Tencent, CHENGDU STARRY INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE CO., LTD., China Bamboo Garden International Travel Service Co.,Ltd Chengdu Branch, CBN Travel & MICE,

### **2.5. Посета блогерке, 23-26. новембар**

Чувена блогерка из Кине боравила је у Београду три дана и пренела је позитивне утиске на мрежама у Кини на којима је активна.

Sina Microblog: <http://www.weibo.com/pddpforever>

Sohu Travel: <http://mp.sohu.com/profile?xpt=NTMwNzc3NDQ0OUBzaW5hLnNvaHUuY29t>

Ctrip : <http://you.ctrip.com/members/Pandy/journals>

### **2.6. Посета екипе Кинеске националне телевизије CCTV, 25. децембар - 07. јануар**

Помоћ код организације боравка представника Кинеске националне телевизије CCTV-а Србији. По програму који је достављен с кинеске стране, ТОС је организовао све састанке, дозволе и контакте. Снимљена је документарна емисија о нашој земљи по сценарију који је урадила кинеска страна.

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

ТОС има налог на Weibo и на WeChat-у. Периодично се постављају информације о свим значајнијим догађајима и дају се одговори на све недоумице које потенцијални туристи из Кине имају везано за Србију,

## **4. Прес клипинг**

Током 2017. године на овом тржишту било је 230 објава на Weibo (кинески Facebook), број чланака у писаним медијима је 269, блог/online 2.653, TV/радио 39 објава, укупне вредности 7.867.051 евра.

## **XII Уједињени Арапски Емирати**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам туризма Arabian Travel Market, Дубаи, 24-27. април**

Туристичка организација Србије се трећу годину заредом представила на највећем сајму туризма на Блиском Истоку, који је окупио рекордних 2.600 излагача из 65 земаља и преко 30.000 посетилаца.

Сајам је отворио Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum заједно са принцем Sheikh Hamdan bin Mohammed Al Maktoum. Поред њих ту су били и високи званичници Sheikh Ahmed bin Saeed Al Maktoum, President of the Dubai Civil Aviation Authority, Chairman and CEO of the Emirates Group; и His Excellency Helal Saeed Al Marri, Director General of Dubai's Department of Tourism and Commerce Marketing (DTCM).

Туристичка организација Србије се представила на штанду од 30м<sup>2</sup>. На штанду су се представиле и туристичке организације Војводине и Новог Сада, као и представници туристичке привреде: агенције Глоб Метрополитен, Омнитурс, Травел Евент Поинт, Србија Тоур Оператор, Алпха Травел и Специјална болница за рехабилитацију Атомска Бања.

Специјални гости на штанду ТОС-а били су туристичка организација Црне Горе, Министарство вањске трговине и економских односа Босне и Херцеговине, Туристичка организација Републике Српске као и две туристичке агенције из Сарајева.

Туристичка организација Србије је промовисала комплетну туристичку понуду Србије а акценат је био стављен на одморе у природи за које влада највеће интересовање када су туристи са овог тржишта у питању.

Првог дана сајма штанд је посетио Али Ал Салоом, новинар и аутор путописне емисије који је имао прилику да се упозна са Србијом. Довео је три најутицајнија блогера који раде за земље залива, са којима је разговарано о могућности да на јесен посете и нашу земљу. Њих тројица заједно имају око 50 милиона пратилаца на друштвеним мрежама, што је веома битно када се има у виду чињеница да су у УАЕ друштвене мреже најутицајнији медиј када је промоција у питању.

Другог дана сајма штанд је посетио отпраник послова Амбасаде Србије у УАЕ гдин Милош Перишић заједно са својим колегама.

На сајму се највише говорило о ЕХРО-у који ће се одржати 2020 године у Дубаију. Организатори процењују да ће за 6 месеци колико буде трајао, ЕХРО посетити око 5 милиона људи.

Разматрана је и могућност регионалне сарадње на тржишту Блиског Истока, између Србије, Црне Горе, Босне и Херцеговине и Македоније, јер туристи из УАЕ свој одмор користе у трајању од најмање две недеље и воле да том приликом обиђу више земаља у региону. Највише их долази у БиХ где је прошле године забележено 150.000 туриста из ове земље.

### **1.3. Sharjah Heritage Days Festival 2017, Абу Дабу, 15-24. април**

Туристичка организација Србије је учествовала на „Sharjah Heritage Days 2017“ на позив „Government of Sharjah Institute for Heritage“. Овај традиционални фестивал на коме се сваке године представе различите земље одржан је 15. пут заредом. Посебна част је била што је Србија изабрана као земља која се једина посебно представила пред Sheikh Dr. Sultan bin Mohammed AlQasimi који је владар Шарже.

ТОС је делио промотивни материјал на арапском језику и давао информације везане за одмор у Србији потенцијалним туристима. У програму фестивала је наступао КУД „Лола“ који су сваког дана имао између три и пет наступа уз представљање народних игара из свих крајева Србије.

Приликом успешног представљања Србије на овом фестивалу, организатори су изразили жељу да се још боље упознају са нашом културом, традицијом и обичајима и из тог разлога предложили да се направе посебни дани Србије у Шаржи. Ово је био трећи фестивал на коме се

Туристичка организација Србије представила и који су одлична прилика да се у директној комуникацији са локалним становништвом тј. потенцијалним туристима што боље приближи Србија у сваком смислу

## **XIII САД и Канада**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. New York Times Travel Show, Њујорк, 27-29. јануар**

Сајам New York Times Travel Show 2017 је доживео своје рекордно издање по броју посетилаца и излагача: било је укупно 30.099 посетилаца, од чега 9.253 пословна посетиоца; број излагача достигао је рекордних 560 представника из преко 170 земаља, што је раст од 4% у односу на претходну годину.

ТОС је туризам Србије представио на штанду Европске туристичке комисије, организације која окупља 33 националне туристичке организације земаља Европе и чији је циљ промоција Европе као туристичке дестинације на прекоморским тржиштима, при чему су САД једно од четири приоритетна тржишта. ТОС је активни члан Европске туристичке комисије. Поред Србије, на штанду су се представиле Пољска, Чешка и Словачка. На заједничком делу штанда била је организована анимација за посетиоце у виду виртуелне презентације дестинација у Европи, коју је припремила и реализовала Европска комисија.

ТОС је имао на располагању 5м<sup>2</sup> изложбеног простора (пулт, столице и сто, монитор за видео презентације). Поред ТОС-а, на штанду се у оквиру наступа Србије представио и национални авио превозилац Air Serbia. Туристичка понуда Србије је изазвала велико интересовање како пословних посетилаца – медија и организатора путовања, тако и широке публике, која се занимала за саобраћајну повезаност са Србијом и за туристичку понуду наше земље и региона.

У оквиру сајма, првог дана који је био намењен пословној публици, одржан је панел под именом Focus on Europe. Први део панела имао је тему Туристички трендови, статистика и новитети у најпосећенијим дестинацијама Европе, а други део Туристички трендови: неоткривене дестинације у Европи. У оквиру другог дела панела, заједно са Шведском, балтичким земљама, Словачком и Чешком Републиком представљена је Србија. Запажену презентацију туристичке понуде одржала је директорка ТОС-а. Панелу је присуствовало око 150 представника медија и туристичке привреде.

#### **1.2. Промоција туризма Србије, Њујорк, 31. јануар**

Заједно са Air Serbia, ТОС је организовао и посебан промотивни догађај. Промоција туристичке понуде Србије одржана је у просторијама Сталне мисије Републике Србије при Уједињеним нацијама. Простор Мисије који има историјску вредност и обилује уметничким предметима велике вредности додатно је био оплемењен урамљеним фотографијама најлепших туристичких атракција Србије и сувенирима из Србије. Гостима су приказивани туристички филмови ТОС-а, Air Serbia и Београда.

Званице је на почетку презентације поздравио амбасадор Сталне мисије, направивши топао увод у особености и карактеристике туристичке понуде Србије. Презентацију потенцијала за провођење одмора у Србији, посебно одабраних за ово велико и захтевно тржиште, одржала је директорка ТОС-а. У оквиру њене презентације, потпредседник Air Serbia упознао је присутне

са директним летовима наше авио компаније од Њујорка до Београда, и указао на могућности како за посету Србији, тако и за такозвано кратко задржавање у Београду током пропутовања (тзв. stop over) као и за могућности обиласка читавог региона.

Након презентације организован је коктел на коме су се служили гастрономски специјалитети из Србије (што је приредио ресторан „Кафана“ из Њујорка) и пића из Србије – вина винарије Будимир и шљивовица Перун. Уз послуживање вина, сомалије пореклом из Србије је гостима приближио укусе вина наше земље.

Презентацији је присуствовало преко 100 званица. Представнике туристичке привреде је окупио представник Air Serbia, док је представнике медија на догађај позвала ангажована ПР агенција Zapwater. Званицама су подељени промотивни туристички материјали и пригодни сувенири из Србије.

У организацији промотивног догађаја велику помоћ и подршку ТОС-у пружили су Конзулат Републике Србије у Њујорку и Стална мисија Републике Србије при УН.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијска посета новинарке Huffington Post Travel, 20-30. април**

За новинарку која ће писати чланак о туризму Србије за овај престижни лист обезбеђен је смештај у Београду од 25. до 29. априла, смештај у Нишу 29. априла, као и једнодневни излет у Војводину (Фрушка Гора, Сремски Карловци, Нови Сад).

### **2.2. Студијска посета новинара Conde Nast Traveler, 29. април**

Новинар, који је ове године већ објавио један чланак о Београду, био је на крстарењу Дунавом и желео да се додатно упозна са понудом нашег главног града током једнодневног боравка, тако да му је обезбеђено разгледање града, ручак и презентација ракије у Rakia бару.

### **2.3. Студијска посета групе блогера, 11-18. мај**

У посети је боравило 6 блогера и два представника ангажоване ПР агенције. У првом делу програма боравили су у Београду, а у другом су се поделили у две групе, од којих је једна боравила у источној а друга у западној Србији. Ови програми реализовани су у сарадњи са туристичким агенцијама Taratours и Panacomr. Блогери који су били у посети пишу за следеће блогове: BlakeVonD.com, katiesbliss.com, TheRebeccaMarie.com, TheKitchen.com, OliviaRink.com и RiskyJackal.com. Поред више објава на својим блоговима, током и након посете постављали су своје прилоге и на друштвене мреже Facebook, Instagram и Twitter. За ову кампању, под именом Balkan Blogger Bash: Influencing Tourists Perception of Serbia, ТОС и ангажована ПР агенција у САД освојили су златну медаљу HSMAI Adrian Awards у категорији кампање инфлуенсера.

### **2.4. Студијска посета ТВ екипе Travel Channel, 09-11. јун**

За програм Road Less Traveled на Travel Channel-у ТОС је у сарадњи са Туристичком организацијом Београда и Дунавским центром, уз ангажовање агенције Робинзон, организовао снимање поменутог програма на Дунаву (Виминацијум, Голубац, Кладово, Рајачке пивнице, Гамзиград).

### **2.5. Студијска посета новинара, 14-21. септембар**



Група од четири америчка новинара пише за следеће медије: Forbes, Washington Post, Architectural Digest online, Fodor's Travel, Business Insider, Trip Savvy, Vogue, Travel + Leisure и National Geographic. Новинари су током овог путовања, посвећеном вину и гастрономији, посетили Београд, Смедерево, Тополу, Фрушку Гору, Сремске Карловце, Нови Сад, Суботицу и Палић.

### **2.6. Студијска посета новинара и фоторепортера, 20-22. септембар**

Новинар пише за већи број престижних америчких медија, од којих је за ову посету најважнији New York Times за серијал 52 Places to Go for the New York Times. Новинар и фоторепортер су се током кратке посете упознали са туристичком понудом Београда

### **3. Саопштења за новинаре**

- New Museum Opening this Spring – USA Today
- Belgrade and Novi Sad - National Geographic Smart Cities
- Belgrade as Emerging City – Conde Nast Traveler Online
- Air Serbia Au Pair – Chicago Tribune News Service

### **4. Прес клипинг**

У овом раздобљу објављено је око 40 чланака у новинама и магазинима, као и више стотина постова на друштвеним мрежама.

## **XIV ЈАПАН и МАЛЕЗИЈА**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Workshop у Токију, 04. април**

Turkish Airlines је организовао Балканску радионицу у Токију. ТОС је обезбедио брошуре, позиве за агенцију (EuroJet) и обезбедио да представник ЈИСА буде присутан на радионици. Направљени су бројни контакти који ће помоћи у одабиру агенција које ће доћи у студисјку посету Србији и региону.

#### **1.2. Сајам туризма ЈАТА у Токију 21-24. септембар**

Захваљујући иницијативи, организацији и финансирању Јапанске агенције за међународну сарадњу (ЈИСА), Туристичка организација Србије представила туристичке потенцијале наше земље у Јапану на међународном сајму туризма JATA 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, ЈИСА је за овај наступ окупила пет земаља региона – Србију, Црну Гору, Македонију, БиХ и Албанију.

Сајам JATA Tourism EXPO је највећи туристички сајам у Јапану и посети га близу 200.000 посетилаца. Окупља представнике туристичких дестинација из државног и приватног сектора како би се поспешила тражња за путовањима према далеким тржиштима али и домаћи туризам кроз привлачење туриста да посете Јапан.

Штанд је био брендиран заједничким слоганом ових пет земаља: Balkan – your next destination

На сајму су учествовале и две агенције из Србије: Uniline и Sabra.

### **1.3. Регионални састанак у Тирани, 15. јул**

Радни састанак о заједничкој промоцији на тржишту Јапана, коме су осим представника Србије присуствовале колеге из Црне Горе и Македоније.

## **2. Остало**

### **2.1. Презентација у ТОС-у о туристичким потенцијалима Србије, 13. фебруар**

У сарадњи са Air Serbia и Etihadom у Србији је боравила група организатора путовања из Малезије. ТОС их је угостио у Скадарлији, а вечери је претходила посета просторијама ТОС-а где је одржана презентација туристичких потенцијала и понуде Air Serbia.

### **2.2. Регионални састанак на београдском сајму, 24. фебруар**

Током Београдског сајма туризма одржан је радни састанак којем су присуствовали директори ТОС-а, националних туристичких организација Црне Горе, Албаније, Македоније као и представник из БиХ-а са темом заједничке промоције на тржишту Јапана.

## **XV Пољска, Чешка и Словачка**

### **1. Сајмови и презентације**

#### **1.1. Сајам „ITF Slovakiaitour 2017“, Братислава, Словачка, 26 - 29. јануар**

Туристичка организација Србије је први пут учествовати на сајму „ITF Slovakiaitour 2017“ на штанду Туристичке организације Војводине (који су на овом сајму присутни већ девет година) и уз подршку Туристичке организације Београда. На штанду су се представиле војвођанске општине и туристичке организације Новог Сада, Ковачице, Малог Иђоша, Темерина, Старе Пазове, Бачке Тополе и Бачког Петровца као и по први пут ТО Ниш, агенција BS Tours, а гост штанда је била ТОС.

### **2. Студијска путовања**

#### **2.1. Студијска посета интернационалних новинара, 18 – 24. (26.) фебруар**

ТОС је, организовала студијску посету под називом „Зимска дестинација Србија“, за групу иностраних новинара, који су боравили у Београду, на Копаонику и у Буковичкој бањи. Новинари су били из Пољске (2 новинара, Happiness Mode

## **XVI Иран**

### **1. Сајмови и презентације**

### **1.1. Презентација туризма Србије и Словеније са радионицом, Техеран, 22. април**

На предлог и сугестију министара надлежних за туризам Србије и Словеније (Р. Љајић и З. Почивалшек), одржана је заједничка презентација са радионицом за организаторе путовања у Техерану.

Због специфичности тржишта и неопходне подршке у организацији овог догађаја ангажована је ПР агенција Aviareps. Радионица је одржана у елитном хотелу „Persian Azadi“. Србија и Словенија су се представиле под заједничким слоганом „Enjoy Serbia, Feel Slovenia“, а овај слоган су пратила одговарајућа графичка решења на позивницама као и на графикама у сали у којој се одржала радионица.

На почетку догађаја, присутнима су се обратили представници амбасада Србије и Словеније, уз нагласак на процедуре за добијање виза што је и најбитнији фактор за групне посете из Ирана. Turkish Airlines је био партнер у организацији овог догађаја, а директор представништва Turkish Airlines-а у Београду је био присутан на радионици и имао могућност да се обрати скупу и то на персијском језику. Turkish Airlines је ТОС-у обезбедио бесплатне авионске карте, а свим агенцијама које су учествовале у радионици је изашао у сусрет и омогућио веома повољне тарифе

Туристичку понуду Србије и Словеније презентовале су представнице националних туристичких организација обе земље.

За потребе што бољег представљања, брошуре ТОС-а (Општи проспекти и Туристичка карта) су преведене на персијски језик. Припремљени су и подељени и пригодни сувенири за сваког госта радионице. ТОС је током презентације приказао прилагођени филм о Дунаву.

Представници туристичке привреде из Србије који су учествовали на радионици били су: хотел Metropol Palace, Eurojet, Omnitour и хотел City, Glob Metropolitan Tours, iDMC, Kompas и Serbia travel&events.

Сем представника око 60 иранских агенција, радионици су присуствовали и представници најзначајних медија који су обавили интервјуе са представницом ТОС-а и забележили дешавања са презентације.

На крају радног дела радионице уприличена је лутрија где је Turkish Airlines поклонио карте за Београд и Љубљану а хотел Метропол три ноћења у Београду.

## **2. Студијска путовања**

### **2.1. Студијско путовање групе новинара, 09-12. октобар**

Уз подршку Turkish Airlines-а оформљена је група од 10 новинара, који пишу за новине које покривају већи део Ирана. Учесници су били представници следећих медија: IRAN magazine, HAFTE SOBH/AFTAB, YAZD, SAFAR, ASIA, DONYAYE EGHTEHAD, KHABAR GOZARIYE DANESHJOU, OTAGH KHABAR 24, RAJA NEWS, ASRE EGHTEHAD/EGHTSAD MARDOM.

### **2.2. Студијско путовање организатора путовања, 26-30. октобар**

Ово је била заједничка активност са другим субјектима из земље, где је ТОС помогао делом у организацији боравка организатора путовања из Ирана из области Ширазија које је довела једна домаћа агенција заједно са Turkish Airlines-ом. У току свог боравка посетили су Београд, Атомску Бању, Копаоник, Златибор, Тополу, Оплецац и Нови Сад.

## **XVII Израел**

### **1. Студијска путовања**

#### **1.1. Студијска посета туристичких агенција из Израела, 12-16. фебруар**

Представници 20 израелских агената из продајне мреже организатора путовања Натур из Израела боравили су у Србији у студијској посети у организацији ТОС-а, Air Serbia и домаћих бања и хотелијера. Том приликом гости су посетили Београд, Нови Сад, Сремске Карловце, Аранђеловац, Врњачку Бању и Врдник.

## **XVIII Индија**

### **1. Студијска путовања**

#### **1.1. Студијска посета групе организатора путовања, 21-25. октобар**

На иницијативу Амбасаде Индије у Београду, ТОС је организовао студијску посету представника четири организатора путовања из Индије: Travkart, Anuga Holidays, Pushpak Group и Ergo Travels. Гости су посетили Београд, Сремске Карловце, Нови Сад, Виминацијум и Голубац. Организована је радионица – сусрет са домаћим агенцијама, у просторијама ТОС-а, уз учешће 23 агенције.

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

Потписани су уговори о заједничкој промотивној кампањи на индијском тржишту са организаторима путовања из Индије Thomas Cook и SOTC. Кампања ће бити реализована на пролеће 2018. године.

## **Сарадња са међународним организацијама**

### **1. Активности у оквиру Европске туристичке комисије**

1.1. Учешће на трећем састанку Маркетинг групе Европске туристичке комисије, Рим, Италија, 23. јануар

1.2. Учешће на четвртном састанку Маркетинг групе Европске туристичке комисије, Будва, Црна Гора, 02-04. март

1.3. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Порто, Португал, 17-19. мај  
- Дана 17. маја у просторијама центра Casa Musica, одржан је workshop на тему конкурентности туристичких дестинација, а у вези са индексом конкурентности Светског економског форума. Конкурентност Европе у целини, као и појединих региона у оквиру Европе, сагледавана је са

становишта регионалних интеграција, брендинга и безбедности, креирања радних места и предузетништва, као и са становишта повезаности кроз инфраструктуру, визни режим и дигитализацију.

- Следећег дана, у историјској згради Берзе, одржана је Генерална скупштина. На место председника Европске туристичке комисије реизабран је гдин Peter de Wilde, директор Туристичке организације Фландрија. Усвојен је Извештај о раду за 2016. годину као и Извештај о активностима у 2017. години.

1.4. Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО;

1.5. Месечно достављање текстова на задате теме за newsletter;

1.6. ETC China састанак, Пекинг, Кина, 15. јун

На овом састанку било је 15 представника европских земаља, а теме су биле:

- **ITB China 2017 Review**, изведени су закључци о сајму на коме се учествовало у оквиру Европске туристичке комисије на основу попуњених истраживања од стране земаља учесница.

- **World Bridge Tourism Shanghai** - назначено је да ће квалитет buyer-а бити веома добар. Србија ће бити у „пакету“ са Румунијом и Црном Гором и група од 20 организатора путовања ће боравити у Србији од 27. до 30. октобра.

- **World Bridge Tourism London** – Састанак је заказан за 02-03. новембар где ће свих 100 организатора путовања бити присутни.

- **How to travel Europe videos**, тренутно се евалуирају сви пристигли видео садржаји и у плану је да се направе три заједничка филма.

- **2018 EU-China Tourism Year**, лого је официјелно презентован 02. јуна. Предложене су радионице ван стандардних градова (Шангаја и Пекинга) у Chengdu, Xian, Kunming, Guangzhou, Shengzhen, Qingdao, Jinan. Кампања захтева ангажовање бројних блогера.

1.7. Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Будимпешта, Мађарска, 22-24. новембар

### **Презентације, конференције, радионице и остале активности у иностранству**

- *Okrugli sto „Подизање квалитета људских ресурса кроз образовање у туризму ”, Zagreb, Hrvatska, 31. маја 2017. године*

На позив Министарства туризма Републике Хрватске, Туристичка организација Србије је учествовала у раду округлог стола на тему „Подизање квалитета људских ресурса кроз образовање у туризму ”, који је одржан 31. маја 2017. године, у просторијама Министарства вањских и еуропских послова, у Загребу, а у оквиру једногодишњег председавања Републике Хрватске процесом сарадње у југоисточној Еуропи (SEЕСР).

Циљ овог скупа је био јачања регионалне сарадње и стварања климе поверења, добросуседских односа и стабилности.

- Месечно су се достављали текстови на задате теме за newsletter, као и статистичких података за базу ЕТС [www.tourmis.info](http://www.tourmis.info).
- Учешће директорке ТОС-а на Стратешком форуму одржаном на Бледу, 04-05.09.2017.

## 7. Конгресни биро Србије

У извештајном периоду Конгресни биро је имао следеће активности:

Број организованих догађаја у земљи за партнере из привреде и академије: 3  
 Број сајмова на којима је КБ учествовао: 3  
 Број посебних презентација и радионица из области конгресног туризма: 3  
 Број студијских посета за организаторе конгреса: 34  
 Број организатора конгреса у студијској посети: 214 организатора  
 Број кандидатура које су у процесу: 27  
 Број потврђених кандидатура: 16  
 Број презентација дестинације у иностранству: 24

### 7.1. Промоција на домаћем тржишту

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

- У оквиру Међународни сајам туризма у Београду, представници Бироа су узели учешће на штанду ТОС, у смислу подршке колегама и праћење програма дешавања на самом штанду ТОСа. Учешће на сајму је искоришћено за организовање састанака са представницима хотела као и домаћих инкоминг агенција, те за посету локалним туристичким организацијама у чијим дестинацијама се налазе одређени конгресни капацитети, као и инсентив капацитети.
- У 2017. години навршава се период од десет година функционисања Бироа као департмана ТОСа. Стога, читава 2017. Година ће кроз активности на домаћем тржишту имати за циљ управо представљање континуитета и резултата рада према неколико категорија интересних страна – академски сектор (који је највећи извор потенцијалних клијената), бизнис сектор (који обухвата представнике конгресне индустрије) и јавности. Централни догађај се реализовао у понедељак 22.маја, а представљао је свечану церемонију током које је направљен осврт на предтоних 10 година активности. Укупно је учествовало 265 појединаца, и то 120 преставник академског и стручног сектора, 130 представника конгресне индустрије, као и значајан број важних званица и гостију из иностранства. Оцена свих пристуних је да је догађај заиста показао значај конгресног туризма за Србију, али и да је дао замајац за нових 10 година. Окупљенима су се обратили домаћини, в. д. директора Туристичке организације Србије, гђа Марија Лабовић

и представник Конгресног бироа Србије, г. Игор Ковачевић, исказујући задовољство, због свега што је остварено у овој области туризма, и нарочиту захвалност свима који су у томе учествовали. У име Владе Републике Србије, присутне су поздравили представници Министарства трговине, туризма и телекомуникација, гђа Рената Пинцо, помоћник министра, и Министарства државне управе и локалне самоуправе, гђа Ана Илић, испред кабинета министра. На успехе и искушења који су стајали на путу развоја Србије као конгресне дестинације подсетио је г. Гери Гриммер из глобалне фирме Gaining Edge, који је као инострани консултант учествовао у формирању Бироа. Испред Клуба конгресних амбасадора, који окупља истакнуте представнике академске, научне и стручне заједнице који су значајно допринели промоцији земље као конгресне дестинације, присутнима се обратио проф. др Александар Љубић, док је у име конгресне индустрије, пресек тренутног стања и даље перспективе изложио г. Иван Виторовић.

- У периоду 27-29.09 Биро је био домаћин Стратешког састанка Европске алијансе националних конгресних бироа. Имајући у виду да ове године Биро обележава 10 година активности, Европска алијанса је указала част и поштовање према Србији и донела је једногласна одлука да се Стратешки састанак одржи у Београду. Циљ састанка је био да се одреди правац даљег развоја и деловања, као и да се утврде могући изазови. У раду су учествовали представници 18 европских земаља.
- Дана 17.10 представник Биро је учествовао као панелиста на конференцији Winter Events & Spa Travel Market WESTM. Тема панела је била „The role of international hotel chains in the new-age MICE industry“. Модератор је био проф Роб Дејвисон, а поред мене учесници панела су били директори хотела Мериот и Хајат у Београду. Дискусија је трајала сат времена, након чега је публика имала прилике да поставља питања.
- У периоду 23-29.10 представник Бироа је у својству говорника и панелиста учествовао у раду „World MICE Days – Boosting silk road meetings industry“ конференције. Конференција је одржана у граду Qingdao. Уочи почетка конференције организован је протоколарни пријем код локалних представника града и општине, на коме су присуствовали и представницим националних ентитета који се баве туризмом. Први панел којим је конференција отворена, и први панел на ком је представник Бироа учествовао, односио се на тему „Значај и улога конгресног бироа у интернационализацији дестинације“. Након тога представник Биро је руководио панелом „Значај конгресне индустрије за развој дестинација“, где су учесници били представници интересантних практичних примера из читавог света. Поред тога представник Бироа је био и уводничар са темом „Улоге конгресних бироа“.
- У термину 16-11. Новембра, представник Бироа је борвио на Златибору са сврхом учешћа на три научно-стручне конференције. Пре свега, одржана је Хотелска кућа коју традиционално организује ХОРЕС, затим прва конференција Српског удружења за маркетинг СЕМА, и коначно Конференција удружења за продају и маркетинг у хотелијерству. Велики број интересантних панела и презентација од стране представника хотелске индустрије и академског сектора је направио интересантан и користан садржај.

Као модератор представник Бироа је учествовао на панелу Герила маркетинг у хотелијерству и туризму, који је привукао велику пажњу. Иако је одржан као последњи панел последњег дана конференције, готово 80 људи је било присутно, а на инсистирање публике трајање панела је продужено и трајао је готово два сата.

- У Београду је 6. децембра одржан традиционални годишњи коктел Конгресног бироа. Скупу су присуствовали сарадници и партнери који су у протеклом периоду заједничким активностима допринели позиционирању Србије као препознатљиве конгресне дестинације – из сфере јавних и академских институција, привреде, научне заједнице окупљене у Клубу конгресних амбасадора, као и представници хотелске индустрије, специјализованих туристичких агенција и пружалаца услуга у сфери пословних догађаја. На догађају је присуствовало 165 гостију из поменутог сегмента.
- 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.
- Током читаве године организовани су индивидуални састанци са представницима конгресне индустрије. Тему су биле и стратешке и оперативне. У склопу редовних обилазака представници Биро активно су позивани и на пријеме и коктеле који организују представницима конгресне индустрије, на које су се и одазвали.
- ТОС, односно Конгресни биро, је у сарадњи са Владом РС организовао радионицу везану за конгресни туризам у просторијама ТОС-а за представнике конгресне индустрије, са циљем дефинисања будућих праваца развоја конгресног туризма и Конгресног бироа, 20.11.2017.

### **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.
- Током године кроз неколико интервјуа о конгресном туризму, представник Биро је учествовао као гост у телевизијским емисијама, односно дао интервју за специјализовану и дневну штампу.

## **7.2. Промоција на међународном тржишту**

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

- **Conventa, 20-21 јануар 2016. године, Љубљана, Словенија**  
Конгресни биро Србије учествовао је девети пут на конгресној берзи Conventa (18–19. јануар), највећем пословном сајму конгресне индустрије у региону југоисточне Европе,



који се одржава од 2009. године у Љубљани. Сајам је ове године привукао 161 клијента из 35 земаља, заинтересованих за регион ЈИЕ, и укупно 149 излагача из 16 земаља региона. Поред КБС, који је закупио опремљен типски штанд величине 4 м<sup>2</sup>, остали учесници из наше земље (са бројем заказаних састанака у загради) били су представници хотела Crowne Plaza & Holiday Inn Belgrade (24), МК Mountain Resort (28), Radisson Blu Old Mill (31) и Туристичке организације, тј. Конгресног бироа Београда (23). Они су на појединачним састанцима представили своје капацитете за одржавање конгреса и различитих типова пословних догађаја. На свечаној церемонији одржаној 18. јануара увече у конгресном центру „Цанкарјев дом“ додељене су годишње награде часописа Kongres Magazine. Током два дана трајања сајма, имали смо као и сваке године до сада попуњен дневник састанака, углавном са представницима агенција и корпорација, а разговори су обављени и са једним бројем потенцијалних клијената и представника медија који су долазили ван унапред утврђене агенде. Листа одржаних састанака је 42. Као резултат представљања клијентима могућности за организацију догађаја у нашем главном граду, поједине агенције већ су потврдиле догађаје у првој половини ове године.

- **IMEX, 19–21. април, Франкфурт, Немачка**

У периоду од 16 – 18. маја, 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, при чему је ове године приметно повећање број корпорација и посредника, а нешто мањи број асоцијација. У односу на претходну годину закупљен је штанд исте величине, чиме је настављен контонитет постојања више квалитног простора за састанке и радни део, а реакције клијента на уређеност, дизајн и организованост штанда су биле одличне и овог пута. На простору величине 68м<sup>2</sup>, 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: DMC Vekol, Balkan Adriatic, Serbia Incoming DMC, Serbiain – Eurojet Travel Company, Talas-S, Fogg Travel, iSerbia као и ТОБ. Сви учесници на штанду су део Програма партнерства Бироа и индустрије. Наступу на сајму претходила су 3 припремна састанака. Партиципација за учешће на овом сајму износи 300еур за агенције и 500еур за хотеле. Током три дана трајања сајма, на штанду Србије одржано је преко 280 састанака, на шта треба додати и 30 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. На групним презентацијама је учествовало 52 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, Marriott&Starwood, и другим стратешким стејкхолдерима. У сарадњи са индустријом

Осим активности на штанду представници Бироа су учествовали и у великом броју активности који се дешавају уочи почетка сајма, или након радног дана на сајму, а који укључују: присуство и ангажовање током ICCA CEC, присуство и ангажовање током ICCA General Assembly, активности на ICCA Destination Marketing, ICCA Buisness

Exchange као и на радионици GE Leads Exchange, док је посебна презентација била уприличена и на IMEX-IAEE Faculty Engagement program.

- **ИВТМ, 28 – 30 новембар, Барселона, Шпанија**

Од 28. до 30. новембра у Барселони је одржан један од највећих сајмова конгресног туризма ИВТМ (поред сајма IMEX у Франкфурту). ГОС је узео учешће поново ове године, и то са штандом величине 30 квадрата. На штанду је поред Конгресног бироа, учешће узело и 11 представника конгресне индустрије. Од хотела учествовали су Хајат, Радисон, Метропол и МК. Од ДМЦ агенција: : iSerbia, Serbia Incoming, Vekol, Balkan Adriatic, Talas S, Omniturs. Укупан број састанака који је одржан са самом штанду је преко 350, и махом су унапред он-лине организовани. Поред тога, одржано је и преко 40 састанака изван званичне агенде. Списак састанака које је Биро одржао, као и пресек свих састанака се налази у прилогу, заједно са листом промотивног материјала.

Структура и квалитет састанака у односу на раније године је значајно побољшан, а примећено је реструктурирање категорије клијената у смеру корпоративних састанака. Односно, иако је и даље велики број састанака био са водећим конгресним агенцијама у свету, значајан број састанака одржан је директно са представницима европских и светских корпоративних клијената. Приметно је повећано интересовање клијената посебно из Скандинавских земаља, пре свега Шведске, затим Француске, неколико година уназад из Русије, као и неколицина клијената из прекоокеанских земаља (САД, Кина) који су већ упознати са директним летовима до Београда и расположени да искористе ту чињеницу.

Поред тога, седам састанака је одржано и са представницима међународних асоцијација. Имајући у виду квантитет и квалитет састанака, које су имали сви суизлагачи, можемо оценити да је сајам прошао успешно.

Иако је величина штанда у почетку припрема указивала на могуће изазове у комуникацији са клијентима на самом штанду, кроз припремне састанке и током јутарњих брифинга уочи почетка сваког радног дана сајма, договорен је начин опхођења и понашања суизлагача, а са циљем да се свима омогући несметано одржавање састанака, као и помоћ у што бољем представљању дестинације. Поред радног дела штанда, организован је био и шанк где је бармен правио јединствене коктеле на бази ракија и џема. Интересантно је да је штанд читаво радно време био веома заузет, а клијенти су се често и враћали након одржаних састанака. Концепт са шанком је нешто што треба свакако наставити и у наредним представљањима. Хотели и агенције су за потребе послуживања обезбедили највећи део потребног пића, док је Радиссон обезбедио и слатко послужење. Чаше (и слично), као и лед, су изнајмљене од кетеринг компаније у Барселони, а на лицу места је купљена вода, воће и сличне потрепштине за штанд, попут млека и шећера итд.

Представник Бироа је у понедељак 27.12, по посебном позиву, учествовао на свечаном пријему Meeting Industry Leadership Summit. Поред тога, током сајма су одржане и едукативне радионице и предавања.

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

- **European CVBS Alliance Meetings, 28-30 јануар, Фиренца, Италија**

У периоду 28-30.01 представник биро је учествовао у раду осмог по реду састанка алијансе националних конгресних бироа. Као и само име што каже реч је о удружењу конгресних бироа на националном нивоу, слично као што European Travel Commission окупља националне туристичке организације, али са фокусом на конгресни туризам. Представници на састанку су директори/шефови конгресног бироа.

Ове године алијанса улази у четврту годину постојања и тренутно окупља 27 националних конгресних бироа, тако да се може рећи да најбитније земље су чланице. За сада учешће не захтева никакво плаћање чланарине јер су активности подељене по чланицама и свако део својих ресурса којима иначе располаже, пре свега људских, ставља у функцију реализације договорених активности.

Активности у претходном период су се односиле доминантно на истраживање појединих прекоморских тржишта, као што је Кина и испитвање могућности заједничког представљања ка клијентима. Такође, алијанса активно учествује у преговарањима са организаторима сајмова IMEX и IBTM како би се побољшао укупни квалитет сајмова и клијената који долазе.

После четири године рада, укупан утисак свих чланова је да је првих четири године уложено у постављање базичних платформи, да су активности препознате код струковних удружења, пре свега ICSSA и MPI, да су предлози статута усаглашени са међународном праксом. Кроз ово су испуњењи циљеви постављени на самом почетку.

Поставило се питање на који начин креирати много боље и синергетске ефекте алијансе, пре свега у подизању формалне позиције на међународном тржишту, обезбеђивање екстерних извора финансирања активности и дефиниасњу стратешког и оперативног маркетинг плана усмереног ка прекоморским тржиштима. Закључак је да је претходни период завршен успешно, да су циљеви остварени, али да је неопходно да се наредни састанака организује као Стратешки састанак алијансе конгресних бироа. Припреме за Стратешки састанак почињу одмах, и сви бирои имају задатак да припреме поједине тачке, садржај и ставове, како би се на Састанку они униформисали и усмерили ка циљевима у домену даљег формалног функционисања, тржишног интегритета, маркетинг активности и истраживачких пројеката.

Имајући у виду значај наредног састанка, квалитет активности Србије у процесу етаблирања алијансе, кредибилитет и експертски допринос редовном функционисању, као и чињеницу да се ове године обележава десет година од етаблирања, једногласно је одлучено да Србија и Конгресни биро буду домаћини Стратешког Састанка Алијансе Конгресних Бироа. Термин састанка је 27-29. септембар 2017. године

- **ICCA Central European Chapter Meeting, 16-19 август, Львиг, Украјна**

У поменутиим терминима представник Бироа је у склопу редовних активности међународног умрежавања боравио на ICCA SEC Summer Meeting, у својству учесника и панелисте. Тема панела на ком је представник Бироа учествовао, поред директора конгресног бироа Истанбула, директора конгресног бироа Штудгарта, специјалног саветника за туризам председника Украјне, се односила на питање изградње имиџа, брэнда и комуницирања земаља која су у својој даљој или ближој историји имале прилику да се суоче са одређеним политичким, ратним или терористичким ситуацијама. Панел је трајао око 2х, и креирао је интересантну расправу и међу панелистима и имеђу панелиста и публике. Поред овог панела, теме састанака су се односиле на будуће трендове на које морамо да обратимо пажњу приликом комуницирања са пословним клијентима, као и на питање решавања изазова сигурности и безбедности самих учесника на конгресу.

- **ICCA World Congress, 11-16 новембар, Праг, Чешка**

У поменутом термину боравио сам у Прагу са сврхом учествовања на 56. светском ICCA конгресу. Реч је о премијум догађају који је окупио 1.300 делегата из сфере конгресне индустрије из читавог света. Реч је о најпосећенијем ICCA конгресу икада, а као разлог за то је снажно учествовање представника из Европе.

Учествовање на конгресу је имало више аспекта, а који се односе на следеће. Пре свега, учествовали смо у Business Exchange (BE) дану који је одржан 11. новембра. Да би се било који члан ICCA могао пријавити да учествује на BE неопходно је да испуни критеријуме, од којих хе најважнији да је учествовао у процесу кандидовања и добио међународни конгрес одређене међународне асоцијације. Биро је искористио ЕУПСА конгрес. Сам BE је окупио преко 120 представника бироа и конгресних центара из читавог света, а подразумева разговоре о детаљима који се тиче добијања конгреса. Поред тога, током трајања конгреса обавио сам састанке са представницима европских асоцијација спортских наука и грејања, као и светске асоцијације правника, око могуће кандидатуре Србије за организовање њихових догађаја, а иницијални контакт је направљен и са преко 10 других међународних асоцијација. Одржани су пословни састанци и са представницима два главна конгресна сајма, IMEX и IVTM, како би се истакли одређени изазови које имамо у решавању појединих организационих ствари, али и да се договори концепт сарадње током наредне године. Одржани су састанци и са представницима конгресних бироа Ротердама, Париза, Лвива, Загреба, Бакуа, Дубаија, Шкотске, Италије, Хјустона, јер је реч о колегама са којима смо у претходном периоду имали конкурентске кандидатуре, како би разменили сопствена запажања и искуства.

Предствник Биро је узео учешће у раду Destination Marketing Sector и Central European Chapter сесијама. Дискусија која се водила на панелима је у фокус ставила иновтивне методе комуникације са асоцијацијама, позицији малих дестинација, значају малих конгреса, креирању продајних предлога и слично. На позив панелиста, имао сам излагања и на две сесије. Прва се односила на тему „Значај конгреса 100-400 делегата“ које је обрађивала питање приступа асоцијацијама, као и активирање нових и малих дестинација у овој сфери састанака. Друга сесија је била на тему „Аспекти посматрања бид процеса“ где је по први пут отворена реална расправа о начину размишљања и опхођења асоцијација према потенцијалним дестинацијама, начину доношења одлука и слично. Поред свега наведеног, ICCA конгрес је била прилика да се

освеже контакти са колегама из читавог света, а све у циљу даљег позиционирања Србије на конгресној мапи.

### 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
19-21.01	Post Conventa	10	Европа
24-25.01	ESCRS	2	Европа
05-06.02	ACO EACS I WAPM	2	Европа и свет
08-11.02	CFA	2	Европа
16-19.02	BASS	3	Европа
21-22.02	Seat	5	Шпанија и Немачка
24-26.02	BMI	30	Европа
27.02-01.03	ECFS	5	Европа
03-05.03	Apimondia	10	Европа и свет
20-23.04	UTS	12	Русија
21-23.04	Kuoni	8	Аустрија
25.-29.05	Wine	9	Европа
15-18.6	TTC Skandinavija	10	Скандинавија
01-04.06	TUI Russija	10	Русија
24-24.07	Russia Corporate	10	Русија
24-25/06	German Corpoate	9	Немачка
25.10-28.10	Fetus	1	Европа
16-19.11	IMS Menopauza	2	Европа
16-16.09	HISPA	2	Европа
27-29.09	European CVB	20	Европа
04-08.10	Infektoloji ESCMID	1	Европа
13-15.09	Ortocel	2	Европа
12-14.10	EUPSA	4	Европа
14-16.09	IHRSA	10	Свет
28-30.09	MENSA	2	Европа
24-27.08	Slavisti	6	Свет
12-15.10	TTC	10	Скандинавија
14-17.09	WW celijakija	1	Свет
11.10-15.10	Endoskopisi	4	Европа
22.09	EUPSA mali	2	Европа
17-19.10	EANS	1	Европа
16-17.10	HUPCO	2	Хрватска

27-29.10	FILM	4	Европа
6-9.12	Ginekolozi	3	Европа

**Укупно студијских тура: 34**

- Корпоративне студијске туре: 12
- Туре за асоцијације: 22

**Укупно људи на студијским турама: 214**

- Корпоративне студијске туре: 99
- Туре за асоцијације: 115

#### **7.2.4. Оглашавање 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 не одржавање и ажурирање базе података. База података служи за праћење комуникације са клијентима. На једном месту су смештени сви неопходни подаци.

#### **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 27 конгреса који би потенцијално у земљу довело 31.500 делегата. 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

1. Balkan Association of Nuclear Medicine	BaNM	350	2020	У процесу
2. World Federation of tourist guide association	WFTGA	350	2021	У процесу
3. European Association for Endoscopic Surgery	EAES	1.700	2021	У процесу

4. Federation of European Hand surgery association	FESSH	1.200	2021	У процесу
5. World Society for Reconstructive Microsurgery	WSRM	1.000	2021	У процесу
6. Balkan Myeloma Initiative	BMI	300	2019	У процесу
7. World Vicitmology Congres	WCM	500	2021	У процесу
8. European Vicitmology Congres	EVC	450	2019	У процесу
9. World Harp Congress	WHC	800	2023	У процесу
10. World Congress on Intensive Care Medicine	WFSICC M	2.500	2023	У процесу
11. European Wound Managment Asso	EWMA	4.000	2021	У процесу
12. World Federations of Neurology Societies	WFNOS	700	2025	У процесу
13. World Free Zone Assoc	WFZO	400	2019	У процесу
14. European association of japanesse studies	EAJS	800	2020	У процесу
15. World Soybean Research Conference	WSRC	1500	2020	У процесу
16. MedPOWER	MED	500	2021	У процесу
17. Multinational Congress on Microscopy	MCM	400	2019	У процесу
18. World congerrs on intesive catre medicine	WCIM	3.000	2023	У процесу
19. European Society of Clinical Microbiology and Infectious Diseases.	ESCMID	3.000	2022	У процесу
20. Hypertension Infracion Strike Prevention Association	HISPA	1.000	2021	У процесу
21. European Regenrative Medicine	EuroReg	800	2020	У процесу
22. Regenerative orthopedics society	ORTO-CELL –	500	2021	У процесу
23. International recreation and fitness congress	EUROP E IHRSA	800	2021	У процесу

24. International Esport federation	Esport	2.000	2023	У процесу
25. European Association of Cardiothoracic Anaesthesiology	EACTA	1.500	2020	У процесу
26. European Society For Emergency Medicine	EUSEM	1.200	2021	У процесу
27. World Union of Wholesale Markets	WUWM	250	20119	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 16 конгреса који су и потврђени за Србију. Укупно посматрано, на овим догађајима према званичном међународној ИССА статистици, очекује се 14.220 делегата, који ће остварити око 42.000 ноћења а објективно процењен директан приход је око 14 милиона евра.

1. European Congress of Neurosurgery	EANS Тренинг	250	2018	Добијен о
2. Bass Europe	BASS	1.000	2020	Добијен о
3. European Society of Cataract and Refractive Surgeons - ESCRS	ESCRS	1.000	2018	Добијен о
4. Annual Congress of the European Paediatric Surgeons' Association	EUPSA	1.000	2019	Добијен о
5. European Paediatric Surgeons Coloproctology training	EUPSA COloproc	220	2019	Добијен о
6. European Nuclear Sociaty	EANM	200	2018	Добијен о
7. International Federation of Theatre Research	IFTR	1.200	2018	Добијен о
8. World Conferfence of Radioamateur Uniun	IARU	250	250	Добијен о
9. Multinational Congress on Microscopy	MCM	500	2019	Добијен о
10. European Congress of Neurosurgery	EANS	2.500	2020	Добијен о
11. World Federation of Neurosurgical Societies	WFNS training	600	2019	Добијен о
12. SICOT Orthopaedic World Congresses	SICOT	3,500	2020	Добијен о



13. World Conference of Radioamateur Union	IARU	500	2020	Добијено
14. Federation of European Neuroscience Societies	FENS	600	2019	Добијено
15. Central European Lung Cancer Conference -	CELCC	400	2018	Dobijeno
16. SEE Urgent Medicine Congress	SEEUMC	500	2018	

- 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: представља кандидатуре Србије, промоција Србије као организатора конгреса, повећање броја страних делегата на конгресу у Србији и лична стручна подршка домаћим удружењима приликом презентовања и браћења кандидатуре. Ова подршка се односила на истицање кандидатуре за EANS Training Course, CDTC, IUTOX, BCNM, ProPr, HRG, EWMA, EMAG, WCRMS, Apimondia, IFTR, WFNS, ECFCS, EANS, EAJS, Soya, SICOT, WSCIM, IHRSА, Paris, WFNS Symposim, FENS. Укупно је одржано 24 презентације дестинације.
- Биро кроз активности „Презентација дестинације у иностранству“, организације и представљање Србије страним корпоративним клијентима 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 и Француске.

У хотелу „Intercontinental Moscow Tverskaya“ 18. априла у оквиру редовног годишњег догађаја који агенција HRG Russia прави за своје клијенте, одржана је презентација на којој је представницима корпорација које послују у Русији предочена понуда Србије која се односи, пре свега, на могућност одржавања састанака и организовања посебних догађаја за пословне путнике. Од присутних 17 учесника из корпорација, само њих пет је раније било у Србији. За све остале, наша земља је прилично непознато одредиште, што у великој мери потврђује сврсисходност овог представљања. У складу са ранијим анализама на основу интензивних контаката са руским агенцијама и корпорацијама, Русија и даље представља врло перспективно тржиште за агенције и остале пружаоце услуга из Србије. И даље стоји закључак да је постојећа политичко-економска ситуација преусмерила пословне путнике из Русије ка сопственој земљи и ка другим, ближим и финансијски приступачнијим дестинацијама. Наручу нам посебно иду безвизни режим, релативна близина и доступност директних летова, висок ниво хотелске понуде, као и врло битан фактор вредности за новац, нарочито имајући у виду смањене буџете компанија. Осим овога, међу Русима постоји перцепција Србије и нашег народа као блиског и пријатељски настројеног, што је емотивни моменат који у овом конкретном случају, у ситуацији када се Русија и њени грађани суочавају са појачаном међународном изолацијом, није занемарљив приликом одабира дестинације. Имајући све у виду, потребно је наставити и појачати маркетиншке активности на овом тржишту, уз пажљив

одабир квалитетних клијената које би било пожељно и упознати са понудом на лицу места, што би у великој мери допринело да Србија у њиховој свести не буде више „terra incognita“, тј. да се одагнају негативни стереотипи и перцепција која можда још увек постоји у погледу квалитета овдашње понуде

У периоду 23-25. Октобар, представник бироа је организова презентацију дестинације за МИЦЕ агенције из Париза. Укупно је одржано 10 састанака. Нико од присутних раније није био у Србији, због чега су најавили долазак у инспекцију дестинације. Имајући у виду добру авио повезаност као и то да је Србија и даље нова конгресна дестинација, француско корпоративно тржиште може бити јако интересантно, због чега треба наставити даљу комуникацију.

ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ  
СРБИЈЕ ЗА ПЕРИОД 01.01.-31.12.2017. ГОДИНЕ

**Приходи**

Рачун	ОПИС	План 2017.	Извршење 2017.	Индекс
1	2	3	4	4/3
6010	Приходи од продаје робе	4.750.000	4.229.946	89,05
6402	Приходи из буџета-субвенције 451	404.375.000	404.375.000	100,00
6401	Пренети приходи из претходне године	77.740.523	74.290.520	95,56
6420	Приходи од донација	2.375.000	1.642.037	69,14
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора (конференцијска сала)	300.000	135.000	45,00
6590	Приходи од заједничког наступа на сајмовима у земљи и иностранству	14.000.000	13.098.882	93,56
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	600.000	864.339	144,06
67	Остали приходи	500.000	337.847	67,57
	<b>Укупно приходи</b>	<b>504.640.523</b>	<b>498.973.571</b>	<b>98,88</b>

**Расходи**

Конто	ОПИС	План 2017.	Извршење 2017.	Авансна плаћања (преузете обавезе)	Индекс
1	2	3	4	5	(4+5)/3
<b>50</b>	<b>Набавна вредност продате робе</b>	<b>3.630.000</b>	<b>3.209.828</b>	<b>55.146</b>	<b>89,94</b>
	<b>Трошкови материјала</b>				
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.400.000	880.186	0,00	62,87
512	Трошкови горива и енергије	2.450.000	2.147.981	127.228	92,86
513	Трошкови резервних делова	500.000	26.632		5,33
514	Трошкови једн.отписа алата и инвентара	700.000	560.439		80,06
<b>51</b>	<b>Укупно трошкови материјала</b>	<b>5.050.000</b>	<b>3.615.238</b>	<b>127.228</b>	<b>74,11</b>
	<b>Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>				
520	Трошкови зарада и накнада – бруто 1	34.800.000	34.398.849		98,85
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	6.229.000	6.158.392		98,87
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	4.500.000	4.107.041		91,27
524	Трошкови накнада по прив.пов.пословима	1.640.523	1.386.018		84,49

525	Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора	5.460.000	5.399.532		98,89
<b>529</b>	<b>Остали лични расходи и накнаде</b>	<b>21.860.000</b>	<b>19.416.785</b>	<b>1.513.887</b>	<b>95,75</b>
52900	Остала лична примања-солидарна помоћ, јубиларне награде и отпремнине	1.800.000	1.100.989		61,17
52910	Превоз на посао и са посла	1.650.000	1.370.558	49.125	86,04
52911	Трошкови сл.путовања у земљи и иностр.	13.990.000	12.525.238	1.464.762	100,00
52930	Накаде трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца	4.420.000	4.420.000		100,00
<b>52</b>	<b>Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>	<b>74.489.523</b>	<b>70.866.617</b>	<b>1.513.887</b>	<b>97,17</b>
<b>Конто</b>	<b>ОПИС</b>	<b>План 2017.</b>	<b>Извршење 2017.</b>	<b>Авансна плаћања (преузете обавезе)</b>	<b>Индекс</b>
1	2	3	4	5	(4+5)/3
	<b>Трошкови производних услуга</b>				
530	Трошкови израде по учинку – издавачка делатност	16.060.000	15.873.591		98,84
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	5.830.000	4.817.850	1.012.150	100,00
532	Трошкови услуга одржавања	3.570.000	3.433.784		96,18
533	Трошкови закупнина	1.500.000	1.416.445	83.555	100,00
<b>534</b>	<b>Трошкови сајмова</b>	<b>86.437.000</b>	<b>81.521.218</b>	<b>4.865.617</b>	<b>99,94</b>
5340	Трошкови сајмова у земљи	5.837.000	5.786.923		99,14
5341	Трошкови сајмова у иностранству	80.600.000	75.734.295	4.865.617	100,00
5390	Трошкови манифестација у земљи	3.850.000	3.281.794		85,24
5391	Трошкови услуга за односе са јавношћу	19.072.000	19.072.000		100,00
53922	Трошкови оглашавања у земљи	59.630.000	58.431.502	1.198.498	100,00
53923	Трошкови оглашавања у иностранству	53.723.000	53.723.000		100,00
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	30.780.000	30.088.995	690.716	100,00
5394	Организовање студијских путовања за новинаре, туроператоре и блогере	32.720.000	32.595.004	21.020	99,68
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	11.055.000	6.214.160	4.840.840	100,00
5396	Трошкови промотивног материјала	5.600.000	5.559.389		99,27
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	25.379.000	23.901.952	1.477.049	100,00
<b>53</b>	<b>Укупно трошкови производних услуга</b>	<b>355.206.000</b>	<b>339.930.684</b>	<b>14.189.445</b>	<b>99,69</b>
<b>54</b>	<b>Трошкови амортизације и резервисања</b>	<b>7.000.000</b>	<b>5.224.796</b>		<b>74,64</b>
	<b>Нематеријални трошкови</b>				
550	Трошкови непроизводних услуга	5.440.000	4.639.067	420.357	93,00
551	Трошкови репрезентације	11.860.000	11.291.685	18.956	95,21

552	Трошкови премија осигурања	405.000	231.973		57,28
553	Трошкови платног промета	1.100.000	1.009.771		91,80
554	Трошкови чланарина у пословним удужењима и међународним асоцијацијама	5.700.000	5.653.053		99,18
555	Трошкови пореза	2.485.000	2.485.000		100,00
557	Трошкови од условњених донација	625.000	273.016		43,68
559	Остали нематеријални трошкови	1.350.000	905.163	80.994	73,04
<b>55</b>	<b>Укупно нематеријални трошкови</b>	<b>28.965.000</b>	<b>26.488.728</b>	<b>520.307</b>	<b>93,25</b>
<b>56</b>	<b>Финансијски расходи</b>	<b>13.800.000</b>	<b>13.390.939</b>	<b>409.064</b>	<b>100,00</b>
<b>57</b>	<b>Остали расходи</b>	<b>16.200.000</b>	<b>15.481.440</b>	<b>178.402</b>	<b>96,67</b>
<b>59</b>	<b>Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода</b>	<b>300.000</b>	<b>265.082</b>		<b>88,36</b>
	<b>Укупно расходи</b>	<b>504.640.523</b>	<b>478.473.352</b>	<b>16.993.479</b>	<b>98,18</b>

Разлику између прихода и расхода у износу од **20.500.219** динара, ТОС је распоредио тако, што је део средстава утрошио за авансна плаћања у текућој пословној години, за наредну 2018. годину, као и за преузимање обавеза које се односе на 2018. годину, у укупном износу од 16.993.479 динара. Нераспоређена средства се враћају у буџет.

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

Вршилац дужности председника Управног одбора

Ратка Вушуровић

## ЗАВРШНИ РАЧУН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА 2017. ГОДИНУ

Законски основ за усвајање Завршног рачуна Туристичке организације Србије (у даљем тексту: ТОС), садржан је у одредби члана 35. став 2. тачка 4. Закона о туризму („Службени гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон, 93/2012 и 84/2015), којим је прописано да Управни одбор усваја Годишњи извештај о пословању и завршни рачун. Ставом 3. истог члана прописано је да се ова акта доносе уз сагласност Владе. Такође у члану 36. став 2 Закона о туризму је прописано да Надзорни одбор ТОС-а, прегледа Извештај о пословању и завршни рачун и утврђује да ли су сачињени у складу са прописима.

Завршни рачун ТОС-а за 2017. годину, сачињен је у складу са чланом 24. до 28. Закона о рачуноводству („Службени гласник РС“, број 62/2013), који се односе на обавезу састављања Финансијских извештаја и начин њиховог приказивања.

У складу са чланом 31. Закона о туризму, средства за рад ТОС обезбеђују из буџета Републике Србије, прихода остварених обављањем послова из оквира своје делатности, из донација, прилога и спонзорстава домаћих и страних правних и физичких лица и других извора, у складу са Законом.

Завршни рачун за 2017. годину састоји се из прописаних образаца: Биланс стања, Биланс успеха и Статистички анекс за друга правна лица.

У обрасцу „Биланс стања“ исказани су подаци на дан 31.12.2017. године и 31.12.2016. године. У поглављу „актива“ су исказани подаци о имовини и потраживањима, а у поглављу „пасива“ капитал и све неплаћене обавезе као и пасивна временска разграничења на дан 31.12. 2017. године и 31.12.2016. године.

У обрасцу „Биланс успеха“ су исказани приходи и расходи за период 01.01-31.12.2017. године по начелима међусобне повезаности и узрочности у складу са Законом о рачуноводству и пратећим прописима за његову примену.

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

**БИЛАН СТАЊА**  
на дан 31.12.2017. године

У обрасцу Биланс стања су исказани следећи подаци

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напо мена број	Износ		Индекси 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	<b>АКТИВА</b>					
	<b>А. СТАЛНА ИМОВИНА</b> (0002+0003+0009+0010+0011)	0001		<b>26.807</b>	<b>25.515</b>	105,06
01	I. НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002		<b>14.977</b>	<b>12.213</b>	122,63
02	II. НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА ОПРЕМА (0004+0005+0006+0007+0008)	0003		<b>11.830</b>	<b>13.302</b>	88,93
020,021 и део 029	1. Земљиште	0004				
022, и део 029	2. Грађевински објекти	0005				
023 и део 029	3. Постројења и опрема	0006		<b>11.830</b>	<b>13.302</b>	88,93
024 и део 029	4. Инвестиционе некретнине	0007				
02,осим 020,021,022,023, 024 и дела 029	5. Остале некретнине,постројења и опрема	0008				
03	III. БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009				
04	IV. ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010				
05	V. ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА (010+011)	0011				
	<b>Б. ОБРТНА ИМОВИНА</b> (0013+0018+0019+0020+0021+0022+0023)	0012		<b>71.908</b>	<b>186.898</b>	38,47
Класа 1	I. ЗАЛИХЕ	0013		<b>1.902</b>	<b>4.308</b>	44,15
10	1, Залихе материјала	0014				
11 и 12	2, Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0015				
13	3, Роба	0016		<b>1.807</b>	<b>1.055</b>	171,28
15	4, Плаћени аванси за залихе и услуге	0017		<b>95</b>	<b>3.253</b>	2,92
20	II. ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0018		<b>5.989</b>	<b>6.083</b>	98,45
22	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0019		<b>691</b>	<b>1.678</b>	41,18
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0020			<b>339</b>	
24	V ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ И ГОТОВИНА	0021		<b>42.937</b>	<b>99.940</b>	42,96
27	VI ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0022		<b>62</b>	<b>62</b>	100,00
28	VII АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023		<b>20.327</b>	<b>74.488</b>	27,29

	<b>Б. УКУПНА АКТИВА – ПОСЛОВНА ИМОВИНА</b> (0001+0012)	0024		<b>98.715</b>	<b>212.413</b>	46,47
88	<b>Е. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА</b>	0025		<b>10.161</b>	<b>10.161</b>	100,00

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		Индекси 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	<b>ПАСИВА</b>					
	<b>А. УЛОЗИ 0402+0403-0406</b>	0401		<b>32.201</b>	<b>32.201</b>	<b>100,00</b>
30	УЛОЗИ СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402		<b>32.201</b>	<b>32.201</b>	<b>100,00</b>
34	I. НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА 0404+0405	0403				
340	1.Нераспоређени вишак прихода над расходима ранијих година	0404				
341	2. Нераспоређени вишак прихода над расходима текуће године	0405				
35	II. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА 0407 + 0408	0406				
350	1,Вишак расхода над приходима ранијих година	0407				
351	2,Вишак расхода над приходима текуће године	0408				
	<b>Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ</b> (0410+0411+0414+0415+0416+0417+0418+0419)	0409		<b>66.514</b>	<b>180.212</b>	<b>36,91</b>
3640	I. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0410				
41	II. ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ (0412+04135)	0411				
413, 414	1. Дугорочни кредити	0412				
41 осим 413 и 414	2. Остале дугорочне обавезе	0413				
42	III. КРАТКОРОЧНЕ ФИНАНСИЈСКЕ ОБАВЕЗЕ	0414		<b>123</b>	<b>277</b>	<b>44,40</b>
43	IV ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0415		<b>27.081</b>	<b>81.303</b>	<b>33,31</b>
45 и 46	V ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0416		<b>4.377</b>	<b>3.819</b>	<b>114,61</b>
47	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0417		<b>10.646</b>	<b>31</b>	<b>34.341,93</b>
48	VII ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ, ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0418		<b>356</b>	<b>322</b>	<b>110,56</b>
49	VIII ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0419		<b>23.931</b>	<b>94.460</b>	<b>25,33</b>
	<b>Б.ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ</b> <b>0409-0024 0402+0403-0406</b>	0420				
	<b>Г. УКУПНА ПАСИВА (0401+0409-0420)S≥0</b>	0421		<b>98.715</b>	<b>212.413</b>	<b>46,47</b>
89	<b>Д. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА</b>	0422		<b>10.161</b>	<b>10.161</b>	<b>100,00</b>



## Образложење уз Биланс стања

### I Актива

У Билансу стања у активи су исказани подаци о сталној и обртној имовини која износи 98.715 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2016. године, индекс је 46,47, односно смањење за 113.698 динара. ТОС је од планираних прихода из буџета Републике Србије за 2017 годину, у износу од 404.375 хиљада динара, остварио свих 404.375 хиљада динара.

Објашњење извршења по свакој позицији се даје у наставку.

На позицији Стална имовина (аоп 0001), у Билансу стања је исказан износ од 26.807 хиљада динара, а састоји се од аванса за нематеријална улагања и садашње вредности опреме. У односу на претходну годину, индекс је 105,06 односно повећање у износу од 1.292 хиљада динара.

На позицији нематеријална имовина (аоп 0002) исказан је износ од 14.977 хиљада динара. Односи се на дате авансе (из претходних години) за снимање рекламних филмова за 4 кластера у износу од 9.351 хиљаде динара, 3 мултимедијална стуба у износу од 600 хиљаде динара, као и улагања у патенте, лиценце и промотивне филмове снимљене у току 2017. године у износу од 4.706 хиљада динара. У односу на предходну годину индекс је 122,63

На позицији некретнине постројења и опрема (аоп 0003) је исказан износ од 11.830 хиљада динара, а односи се на садашњу вредност основних средстава које сачињавају: два путничка аутомобила, компјутерска и телекомуникациона опрема и канцеларијски намештај. У односу на предходну годину индекс је 88,93. У текућој пословној 2017. години, извршена је набавка опреме у износу од 2.409 хиљада динара и то првенствено за потребе опремања простора-сувенирнице у оквиру комплекса Авалски торањ.

На позицији обртна имовина (аоп 0012) у Билансу стања је исказана у износу од 71.908 хиљада динара, а односи се на: залихе робе, плаћених аванса, потраживања, новчана средства на рачунима код банке, порески кредит за пдв и активна временска разграничења. У наставку се дају детаљнији подаци по врстама обртне имовине као и њихове промене у односу на претходну годину.

На позицији залихе – класа 1. ( аоп 0013 ) исказан је износ од 1.902 хиљада динара. Односи се на залихе трговачке робе- сувенира који се продају у малопродајним објектима-сувенирницама на Тргу Републике бр.5, и у оквиру комплекса на Авали-Авалски торањ, у износу од 1.807 хиљада динара и на плаћене авансе добављачима у земљи и иностранству у износу од 95 хиљада динара.

На позицији потраживања по основу продаје (аоп 0018) исказан је износ од 5.989 хиљада динара и односи се на:  
-потраживања од купаца у земљи у износу од 5.782 хиљада динара,  
-потраживања од купаца у иностранству у износу од 207 хиљада динара.

Потраживања у односу на претходну годину су исказана у индексу 98,45 или смањење за 94 хиљада динара. Смањење у односу на прошлу годину, резултат је боље наплате потраживања.

Потраживања од купаца у земљи на дан 31.12.2017. године односи се највећим делом на купца: ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА БЕОГРАД 4.197 хиљада динара и то за период пословања 2013-2015. година., (за које дуговање је истом уручена опомена пред утужење, имајући у виду да наведени износ није измирен по претходним опоменама). Опомене пред утужење послате су и купцима „PANORAMIK TRAVEL“ 114 хиљада динара и „SAB INTERNATIONAL“ 116 хиљада динара. Поред наведених купаца ТОС потражује и од „INTERNEM-NIM“ 111 хиљада динара, „GLOB METROPOLITEN“ 119 хиљада динара, „МК MOUNTAIN RESORT“ 178 хиљада динара, „MAGELAN TRAVEL“ 61 хиљада динара, „ОТАВА“ 223 хиљаде динара, „EUROJET“ 123 хиљаде динара, „Н.Т.Р. PLAZA“ 36 хиљада динара, ТО НИШ 10 хиљада динара, „РЕТРО ПРИНТ“ 10 хиљада динара, ЈП ЗА РАЗВОЈ ПЛАНИНСКОГ ТУРИЗМА СТАРА ПЛАНИНА 60 хиљада динара, „PROMONT GROUP“ 60 хиљада динара, „ХОЛИЗАМ“ 137 хиљада динара, Илијана Мадих ПР 10 хиљада динара, по основу партиципације у трошковима приликом учешћа на сајмовима у земљи и иностранству, а од „Удружења туристичких водича“ 2 хиљаде динара. „IGM“ 17 хиљада динара, „ЈУГОИНСПЕКТ“ 9 хиљада динара, по основу рефундације заједничких комуналних трошкова. Ова потраживања настала су по фактурама испостављеним за трошкове који се односе на месец децембар 2017. године.

Потраживања од купаца из иностранства су: „ГЕОМЕТРИА“ Москва 178 хиљада динара и ТА 7-ТУР Москва 29 хиљада динара.

На позицији друга потраживања (аоп 0019) исказан је износ од 691 хиљада динара и чине га потраживања од фондова социјалног осигурања на име рефундације средстава у износу од 88 хиљада динара за боловање преко 30. дана, породилско боловање у износу од 277 хиљада динара, као и потраживања од других државних органа и организација (по судској пресуди из 2016.) у износу од 326 хиљада динара.

На позицији готовински еквиваленти и готовина (аоп 0021) исказан је износ од 42.937 хиљада динара и чине га новчана средства на рачунима банке. Износ средстава на рачунима банке искоришћен је почетком јануара 2017.године, за плаћање дела неплаћених обавеза исказаним у Билансу стања у пасиви на аоп 0415 и 0416. У односу на претходну годину, смањење је исказано у индексу 42,96.

На позицији порез на додату вредност (аоп 0022) исказан је износ од 62 хиљаде динара. Овај износ, односи се на потраживања по основу више плаћеног пореза на додату вредност у претходним годинама.

Активна временска разграничења (аоп 0023) исказани износ од 20.327 хиљада динара, чине обрачунате и преузете, неплаћене обавезе које се односе на 2018. годину, као и разграничени, односно унапред плаћени трошкови који ће се евидентирати у наредној 2018.години.

Преузете обрачунате, а неплаћене обавезе односе се на закуп сајамског простора за сајам туризма у иностранству МИТТ Москва, који се одржава у првом тромесечју 2018. године, као и преузете обавезе на име дигиталног оглашавања и маркетиншке активности, у складу са закљученим уговорима крајем 2017. године.

Унапред плаћени трошкови у износу од 3.762 хиљаде динара, односе се на: закуп сајамског простора за сајмове туризма у иностранству, који се одржавају почетком 2018. године и за које је потребно унапред уплатити резервацију за учешће на саму (Holiday&Spa Софија, Destinations -Лондон, Conventa -Љубљана, Travel Show- Сједињене америчке државе, СМТ Штутгарт), дигитално оглашавање Google, Facebook, Twitter, службена путовања везана за поменуте сајмове и остале пратеће трошкове, као што су претплата на стручне часописе за 2018. годину и сл. У односу на претходну годину, индекс је 27,29.

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

На књиговодственим рачунима активних и пасивних временских разграничења, исказују се настале пословне промене на средствима и обавезама у текућој години, а које се односе на приходе и расходе који ће настати у наредној години. Овакво исказивање података је уређено Законом о Рачуноводству и пратећим прописима за његову примену, по коме је прописан принцип исказивања у пословним књигама свих насталих пословних промена на дан њиховог настанка, а исказивање у приходима и расходима у години на коју се односе. Ови књиговодствени рачуни служе за привремено исказивање средстава чије време утрошка не припада периоду на који се трошкови односе, и на њима се по правилу исказују подаци само када се врши разграничење трошкова по периодима.

Укупна актива – пословна имовина (аоп 0024) за 2017. годину, износи 98.715 хиљада динара.

## **II Пасива**

У Билансу стања у пасиви су исказани подаци о капиталу и обавезама по свим основама у износу од 98.715 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2016. године, индекс је 46,47 или смањење у износу од 113.698 хиљада динара. Објашњења за повећање или смањење по свакој позицији дају се у наставку.

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

На позицији дугорочна резервисања и обавезе (аоп 0409) исказан је износ од 66.514 хиљада динара, а односи се на: обавезе из пословања, остале краткорочне обавезе, обавезе по основу осталих јавних прихода и пасивна временска разграничења.

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

На позицији краткорочне финансијске обавезе (аоп 0414) исказан је износ од 123 хиљада динара, а односи се на кредит банке по виза бизнис картицама, који доспева увек наредног месеца у односу на месец када су средства са исте потрошена. У односу на претходну годину индекс је 44,40 односно, смањење у износу од 154 хиљада динара.

На позицији обавезе из пословања (аоп 0415) исказан је износ од 27.081 хиљада динара, а односи се на обавезе према добављачима у земљи 11.845 хиљада динара, обавезе према добављачима у иностранству 14.909 хиљада динара и обавезе за примљене авансе у износу од 327 хиљада динара. У односу на претходну годину, индекс је 33,31 односно, смањење у износу од 54.222 хиљаде динара.

Неизмирене обавезе према добављачима у земљи, односе се највећим делом за услуге испоручене крајем 2017. године, и преузете обавезе по уговорима закљученим крајем године, чија се реализација завршава у наредној 2018. години, од којих су најзначајнији:

„MILK & HONEY“ 660 хиљада динара, MAINSTREAM 1.050 хиљада динара, ИНФО БИРО 144 хиљаде динара, „НИКНЕЛ“ 153 хиљаде динара, „JUMBO TRAVEL“ 1.718 хиљада динара, „MIL&MIL INFO“ 140 хиљада динара, „PINK INTERNATIONAL“ 1.198 хиљада динара, „ЛП ЕМИСИОНА ТЕХНИКА И ВЕЗЕ“ 24 хиљаде динара, „РАДИО ТЕЛЕВИЗИЈА СРБИЈЕ“ 697 хиљада динара, „СЛУЖБЕНИ ГЛАСНИК“ 226 хиљада динара, „ТЕЛЕКОМ СРБИЈА“ 192 хиљаде динара, ЈКП „БЕОГРАДСКЕ ЕЛЕКТРАНЕ“ 73 хиљаде динара, „ЕПС СНАБДЕВАЊЕ“ 54 хиљада динара, „MIROSS TRAVEL“ 995 хиљада динара, „СИОН ГАРД“ 187 хиљада динара, „ПРИВРЕДНИ САВЕТНИК ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ“ 150 хиљада динара, „РАДИО ТЕЛЕВИЗИЈА ВОЈВОДИНА“ 427 хиљада динара, Удружење туристичких водича 75 хиљада динара и други.

Обавезе према добављачима у иностранству су такође обавезе настале крајем 2017. године, чија је валута плаћања у 2018. години, а везано за закуп простора на сајмовима у иностранству, оглашавање у електронским и писаним медијима (имајући у виду зимску кампању, која се завршава у марту 2018.године) и друге маркетинг активности у иностранству и односи се на следеће добављаче:

„ITTE INTERNATIONAL“ Москва 2.060 хиљада динара, „THOMAS COOK“ Индија 4.841 хиљада динара, „SCRIPPSNETWORKS“ 6.216 хиљада динара, „TTG MEDIA“, Лондон 267 хиљада динара, ПР Русије „Тсветкова Елена“ 237 хиљада динара, „RESE SKAPARNA“ Белгија 241 хиљада динара, AIRSTOP Белгија 118 хиљада динара DELO Љубљана 100 хиљада динара, CONNECTIONS Белгија 474 хиљаде динара и други.

Ове обавезе у валути су на дан 31.12.2017. године, исказане у динарској противвредности по средњем курсу НБС од 118,4727 динара.

На позицији остале краткорочне обавезе (аоп 0416) исказан је износ од 4.377 хиљада динара, од чега се на бруто плате запослених односи 3.507 хиљада динара, накнаде зарада по основу боловања преко 30. дана и породилског боловања у бруто износу од 204 хиљада динара, нето накнаде за Управни и Надзорни одбор 282 хиљаде динара, обавезе за накнаде по уговорима о делу и уговорима о привременим и повременим пословима у износу од 272 хиљада динара, обавезе за исплату превоза на посао у готовом новцу у износу од 76 хиљаде динара и остале обавезе према запосленима у износу од 36 хиљада динара.

Ове обавезе се односе на месец децембар 2017. године, а исплате су извршене у јануару 2018. године.

У односу на претходну годину, индекс је 114.61 односно, смањење за 558 хиљада динара.

На позицији обавезе по основу пореза на додату вредност (аоп 0417) исказани износ од 10.646 хиљада динара, односи се на обавезу по основу обрачунатог пореза на додату вредност, а насталу након измена и допуна члана 12. Закона о порезу на додату вредност, који је ступио на снагу 1.априла 2017. године. Наведеним изменама се прецизира место промета добара и услуга односно, прималац услуга постаје порески дужник, тако да настаје обавеза обрачуна и плаћања пдв-а по основу услуга извршених у иностранству, а то су у конкретном случају, услуге ПР и услуге оглашавања у писаним и електронским медијима. Исказана обавеза ће бити измирена у 2018. години. Други основ је утврђени мањак робе приликом годишњег пописа, на дан 31.12.2017. године, а који ће бити плаћен у 2018. години., као и пдв из редовног пословања последњег квартала у пословној 2017. години.

Обавезе за порезе, доприносе и друге дажбине (аоп 0418) исказани износ од 356 хиљада динара, чине обавезе по основу пореза и доприноса за Управни и Надзорни одбор и по уговорима о делу и привременим и повременим пословима.

На пасивним временским разграничењима (аоп 0419) исказан је износ од 23.931 хиљада динара. Наведени износ чине средства из претходних година од 3.431 хиљаде динара и вишак прихода над расходима у 2017. години у износу од 20.500 хиљада динара. Исти се распоређује се на групу 28 – активна временска разграничења у износу од 16.898 хиљада динара, дате авансе за робу и услуге, група 15- плаћени аванси за залихе и услуге, у износу од 95 хиљада динара и обавезе према буџету у износу од 3.507 хиљада динара. У односу на претходну годину, на овој позицији исказано је смањење у износу од 70.532 хиљада динара.

На позицији ванбилансна актива (аоп 0025) и ванбилансна пасива (аоп 0422) је исказан износ од 10.161 хиљада динара, а односи се на залихе промотивног материјала финансираних из НИП-а ранијих година, који ће се користити у наредним периодима на промоцији туризма Србије.

**БИЛАНС УСПЕХА**

у периоду од 01.01 до 31.12 2017. године

У обрасцу Биланс успеха исказани су следећи подаци:

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		
				Текућа година	Предходна година	Индекси 5/6
1	2	3	4	5	6	7
	<b>ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА</b>					
60 до 65, осим 61 и 62	<b>А. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ</b> ( 1002+1003+1004 +1005+1006)	1001		<b>477.271</b>	<b>398.737</b>	<b>119,69</b>
60	ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002		<b>4.230</b>	<b>467</b>	<b>905.78</b>
630 631	ПРИХОДИ ОД ЧЛАНАРИНА И ЧЛАНСКИХ ДОПРИНОСА	1003				
632 и 639	ПРИХОДИ ПО ПОСЕБНИМ ПРОПИСИМА ИЗ БУЏЕТА И ОСТАЛИХ ИЗВОРА	1004				
64	ПРИХОДИ ОД ДОНАЦИЈА, ДОТАЦИЈА, СУБВЕНЦИЈА И СЛ.	1005		<b>459.807</b>	<b>384.484</b>	<b>119,59</b>
65	ПРИХОДИ ОД НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	1006		<b>13.234</b>	<b>13.786</b>	<b>95,99</b>
	<b>І. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ</b> ( 1008-1009- 1010+1011+1012+1013+1014+1015+1016+1017+1018)	1007		<b>449.337</b>	<b>395.480</b>	<b>113,62</b>
50	1. НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1008		<b>3.210</b>	<b>372</b>	<b>862.90</b>
61	2. ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1009		<b>0</b>	<b>161</b>	<b>0</b>
620	ПОВЕЋАЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА НЕДОВРШЕНИХ И ГОТОВИХ ПРОИЗВОДА И НЕДОВРШЕНИХ УСЛУГА	1010				
621	СМАЊЕЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА НЕДОВРШЕНИХ И ГОТОВИХ ПРОИЗВОДА И НЕДОВРШЕНИХ УСЛУГА	1011				
51	ТРОШКОВИ МАТЕРИЈАЛА И ЕНЕРГИЈЕ	1012		<b>3.615</b>	<b>3.463</b>	<b>104,39</b>
52	ТРОШКОВИ ЗАРАДА, НАКНАДА ЗАРАДА, И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013		<b>70.867</b>	<b>66.189</b>	<b>107,07</b>
53	ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014		<b>339.931</b>	<b>296.819</b>	<b>114,52</b>
540	ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015		<b>5.225</b>	<b>6.288</b>	<b>83,09</b>
541	ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016				
557	ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017		<b>273</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
55, осим 557	<b>НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ</b>	1018		<b>26.216</b>	<b>22.510</b>	<b>116,46</b>
	<b>В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК 1001 - 1007</b>	1019		<b>27.934</b>	<b>3.257</b>	<b>857,66</b>
	<b>Г. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК 1007-1001</b>	1020				
66	ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ 1022+1023+1024+1025+1026	1021		<b>864</b>	<b>321</b>	<b>269,16</b>

660	Приходи од финансијске имовине од матичних, зависних и осталих повезаних лица	1022				
661	Приходи од камата	1023		20	33	60,61
662 и 663	Позитивне курсне разлике и приходи по основу ефеката валутне клаузуле осталих ефеката заштите од ризика	1024		837	288	290,62
664	Приходи од дивиденди	1025				
669	5. Остали приходи од финансијске имовине	1026		7	0	0
56	ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ 1028 +1029+1030+1031	1027		13.390	815	1.642,94
560	1. Финансијски расходи из односа са матичним, зависним и осталим повезаним лицима	1028				
562	<b>3. Расходи камата</b>	1029		12.778	9	141.977,78
563,564 и 566	4. Негативне курсне разлике и расходи по основу ефеката валутне клаузуле и осталих ефеката заштите од ризика	1030		612	806	75,93
569	Остали финансијски расходи	1031				
	<b>ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА 1021-1027</b>	1032				
	ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА 1027- 1021	1033		12.526	494	2.535,63
683 и 685	<b>ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА</b>	1034				
583 и 585	РАСХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА	1035				
	ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПО ОСНОВУ УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА 1034-1035	1036				
	ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПО ОСНОВУ УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА 1035-1034	1037				
67 и 68 осим 683 и 685	ОСТАЛИ ПРИХОДИ	1038		218	965	22,59
57 и 58, осим 583 и 585	ОСТАЛИ РАСХОДИ	1039		15.481	3.728	415,26
	ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1019-1020+1032-1033+1036-1037+1038-1039	1040		145	0	0
	ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1020-1019+1033-1032+1037-1036+1039-1038	1041				
69-59	ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА, ЕФЕКТИ ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКА ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1042				
59-69	ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА, ЕФЕКТИ ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКА ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1043		145	0	0
	Д. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1040-1041+1042-1043	1044		/	/	

	Б. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1041-1040+1043-1042	1045		/	/	
	<b>Е. ПОРЕЗ НА РАЗЛИКУ ПРИХОДА И РАСХОДА</b>					
721	1. ПОРЕСКИ РАСХОД ПЕРИОДА	1046				
	<b>Ж. НЕТО ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА 1044-1045-1046</b>	1047		/	/	
	<b>З. НЕТО ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА 1045-1044+1046</b>	1048		/	/	

### Образложење уз Биланс успеха

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

Примењујући ове прописе, у Завршном рачуну за 2017. годину, у расходима су исказани сви настали трошкови који се односе на пословање за 2017. годину, без обзира да ли су ти трошкови плаћени или не, а у приходима онај износ прихода, који се односи на покриће насталих расхода за 2017. годину.

### I Приходи

Укупни приходи остварени у 2017. години, износе 478.473 хиљаде динара, а распоређени су на следећим позицијама:

Пословни приходи (аоп 1001) у износу од 477.271 хиљада динара, састоје се из прихода од продаје робе (аоп 1002), у износу од 4.230 хиљада динара, прихода од донација, дотација, субвенција и сл. (аоп 1005), у износу од 459.807 хиљаде динара (средства из буџета којим су обухваћени и пренети приходи из претходне године, као и приходи од страних донација) и прихода од нефинансијске имовине (аоп 1006), у износу од 13.234 хиљада динара.

На позицији приходи од продаје робе, производа и услуга (аоп 1002), исказани износ од 4.230 хиљада динара, чини приход од продаје трговачке робе-сувенира, реализован у два малопродајна објекта, сувенирници на тргу Републике 5. и сувенирници на Авали.

У хиљадама динара				
Рачун	Опис	План 2017	Извршење 2017	Индекси 4/3
1	2	3	4	6
601	Приходи од продаје робе-сувенира	4.750	4.230	89,05
	<b>Укупно</b>	<b>4.750</b>	<b>4.230</b>	<b>89,05</b>



На позицији приходи од донација, дотација, субвенција (аоп 1005) исказан је износ од **459.807** хиљада динара, и чине га приходи по основу субвенција из буџета, пренети приходи из претходне године и приходи од донација по пројекту започетом у 2016. години, а на позицији (аоп 1006) приходи од нефинансијске имовине, исказан је износ од 13.234 хиљада динара, и чине га приходи остварени од изнајмљивања пословног простора и заједничког учешћа на сајмовима у земљи и иностранству.

Преглед наведених прихода дат је у табели:

Рачун	Опис	План 2017	Извршење 2017	Индекси 4/3
1	2	3	4	6
6400	Приходи од субвенција из буџета	404.375	383.875	94,93
6401	Пренети приходи из претход.год.	77.740	74.290	95,56
6410	Приходи од донација	2.375	1.642	69,14
6510	Приходи од изнајмљивања пословног простора	300	135	45,00
6590	Приходи од заједничког наступа на сајмовима у земљи иностр.	14.000	13.099	93,56
	<b>Укупно</b>	<b>498.790</b>	<b>473.041</b>	<b>94,84</b>

Планирани приходи из буџета за 2017. годину, у износу од 404.375 хиљада динара, ТОС-у су дозначени од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација. Од овог износа, у завршном рачуну за 2017. годину, је као остварени приход од донација, дотација и субвенција из буџета, исказано 383.875 хиљада динара, а преостали износ добијених средстава од 20.500 хиљада динара, је исказан на позицији одложени приходи и примљене донације у билансу стања (аоп 0419). Поред овог износа, на истој позицији, налазе се и нереализована пренета средства из 2016. године у износу од 3.450 хиљада динара.

ТОС је у 2017. години остварио приходе од донација међународних организација у износу од 1.642 хиљаде динара, а везано за завршетак пројекта ЕДЕН – изузетне дестинације Европе и то од ЕВРОПСКЕ КОМИСИЈЕ. У односу на план, реализација је извршена са индексом 69,14.

ТОС је претходних година у пословном простору у Чика Љубиној бр 8, у коме обавља делатност, направио модерну салу за конференције, коју по потреби изнајмљује другим субјектима, ради организовања конференција, презентација и сл. По том основу је исказао приход од изнајмљивања пословног простора у износу од 135 хиљада динара. У односу на план индекс је 45,00 или, остварени приходи су мањи за 175 хиљада динара.

Остварени приходи из заједничког наступа на сајмовима у земљи и иностранству исказани су у износу од 13.099 хиљаду динара. У односу на план, индекс је 93,56.

На позицији Финансијски приходи (аоп 1021 ) исказан је износ од 864 хиљаде динара, а односи се на курсне разлике при плаћању добављачима у иностранству у износу од 837 хиљада динара и приходи од камата на новчана средства која се налазе на пословном

рачуну ТОС-а код Комерцијалне банке у износу од 27 хиљаде динара. Повећање које показује индекс од 144,00 резултат је јачање домаће валуте тј. пад еур-а током целе пословне 2017. године.

Рачун	Опис	План 2017	Извршење 2017	Индекси 4/3
1	2	3	4	6
661 и 663	Приходи од камата + позитивне курсне разлике	600	864	144,00
	<b>Укупно</b>	<b>600</b>	<b>864</b>	<b>144,00</b>

На позицији остали приходи (аоп 1038) исказан је износ од 218 хиљада динара, а односи се на рефакцију ПДВ-а из иностранства, корекције обавеза на бази књижних одобрења и усклађивања са повериоцима, исправке безначајних грешака по почетном стању из ранијих година. У књиговодству у оквиру групе 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих година исказан је износ од 120 хиљада динара, а у обрасцу Биланс успеха тај износ је приказан у пребијеном салду са групом 59- исправке грешака ранијих периода на аоп 1043 .

Рачун	Опис	План 2017	Извршење 2017	Индекси 4/3
1	2	3	4	6
67	Остали приходи	500	218	43,60
69	Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих година		120	
	<b>Укупно</b>	<b>500</b>	<b>338</b>	<b>67,60</b>

## II Расходи

У Завршном рачуну, укупни расходи за 2017. годину, исказани су у износу од 478.473 хиљаде динара, а састоје се од пословних расхода (аоп 1007) у износу од 449.337 хиљада динара, финансијских расхода (аоп 1027) у износу од 13.390 хиљада динара и осталих расхода (аоп 1039) у износу од 15.481 хиљада динара.

У хиљадама динара

Рачун	Опис	План 2017	Извршење 2017	Индекс 6/5
2	3	5	6	8
50	Набавна вредност продате робе	3.630	3.210	88,43
51	Трошкови материјала	5.050	3.615	71,58
52	Трошкови зарада, накнада и остали лични расходи	74.489	70.867	95,14
53	Трошкови производних услуга	355.206	339.931	95,70
54	Трошкови амортизације	7.000	5.225	74,64
55	Нематеријални трошкови	28.965	26.489	91,45
56	Финансијски расходи	13.800	13.390	97,02

57	Остали расходи	16.200	15.481	95,56
59	Исправка грешака ранијих периода	300	265	88,33
	<b>Укупно</b>	<b>504.640</b>	<b>478.473</b>	<b>94,81</b>

У расходима су исказани трошкови настали у 2017. години, без обзира да ли су плаћени до краја године. У расходима нису исказана плаћања по авансним рачунима у 2017. години, за трошкове који се односе на 2018. годину. Ови износи су исказани на конту датих аванса, као и на активним временским разграничењима у обрасцу Биланс Стања.

У наставку се табеларно дају аналитички подаци за расходе у износу од 449.337 хиљада динара, ради праћења извршења Финансијског плана ТОС-а, за 2017 годину:

У хиљадама динара

Конто	ОПИС	План за 2017	Извршење за 2017	Индекс 4/3
1	2	3	4	5
<b>50</b>	<b>Набавна вредност трговачке робе</b>	<b>3.630</b>	<b>3.210</b>	<b>88,43</b>
	<b>Трошкови материјала</b>			
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.400	880	62,86
512	Трошкови горива и енергије	2.450	2.148	87,67
513	Трошкови резервних делова	500	27	5,40
514	Трошкови једнократног отпис алата и инвентара	700	560	80,00
<b>51</b>	<b>Укупно трошкови материјала</b>	<b>5.050</b>	<b>3.615</b>	<b>71,58</b>
	<b>Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>			
520	Трошкови зарада – бруто 1	34.800	34.399	98,85
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	6.229	6.158	98,86
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	4.500	4.107	91,27
524	Трошкови накнада по уговору о привременопов	1.640	1.386	84,51
525	Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора	5.460	5.399	98,88
529	Остали лични расходи и накнаде-службена путовања	21.860	19.418	88,82
<b>52</b>	<b>Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи</b>	<b>74.489</b>	<b>70.867</b>	<b>95,14</b>
	<b>Трошкови производних услуга</b>			
530	Трошкови израде по учинку- издавачка делатност	16.060	15.873	98,83
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	5.830	4.818	82,64
532	Трошкови услуга одржавања	3.570	3.434	96,19
533	Трошкови закупнина	1.500	1.417	94,47
534	Трошкови сајмова	86.437	81.521	94,31
5390	Трошкови манифестација у земљи	3.850	3.282	85,25

5391	Ангажовање ПР агенција за промоцију на ино-тржишту	19.072	19.072	100,00
53922	Оглашавање у домаћим медијима	59.630	58.432	97,99
53923	Оглашавање у иностраним медијима	53.723	53.723	100,00
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	30.780	30.089	97,75
5394	Организовање студијских путовања новинара и туроператора	32.720	32.595	99,62
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	11.055	6.214	56,21
5396	Промотивни материјал	5.600	5.559	99,27
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	25.379	23.902	94,18
<b>53</b>	<b>Укупно трошкови производних услуга</b>	<b>355.206</b>	<b>339.931</b>	<b>95,70</b>
<b>54</b>	<b>Трошкови амортизације и резервисања</b>	<b>7.000</b>	<b>5.225</b>	<b>74,64</b>
	<b>Нематеријални трошкови</b>			
550	Трошкови непроизводних услуга	5.440	4.639	85,27
551	Трошкови репрезентације	11.860	11.292	95,21
552	Трошкови премија осигурања	405	232	57,28
553	Трошкови платног промета	1.100	1.010	91,82
554	Трошкови чланарина у удружењима, асоцијацијама и др.организацијама у земљи и иностранству	5.700	5.653	99,17
555	Трошкови пореза	2.485	2.485	100,00
557	Трошкови донација	625	273	43,68
559	Остали нематеријални трошкови	1.350	905	67,04
<b>55</b>	<b>Укупно нематеријални трошкови</b>	<b>28.965</b>	<b>26.489</b>	<b>91,45</b>

ТОС за обрачун плата примењује основицу која је утврђена за државне службенике и намештенике. У складу са Законом о буџету за 2017. годину, нето основица за обрачун плата је 17.101,29 динара и множи се са коефицијентом радног места.

Реализација плана на позицији трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи остварена је у индексу 95,14

На позицији финансијски расходи (аоп 1027), исказан је износ 13.390 хиљада динара, а односи се на негативне курсне разлике и расходе по основу валутне клаузуле у износу од 612 хиљада динара и трошкови камата у износу од 12.778 хиљаду динара по реализованим судским пресудама. Наиме, ТОС је у 2017. години евидентирао расходе по основу главног дуга и обрачунатих камата, а везано за спор са предузећем ТИМИНГ доо Београд, и по основу тужбе Милана Симића из Београда за накнаду штете због повреде ауторских права. У односу на Финансијски план ТОС-а, финансијски расходи су исказани у индексу 97,03.

Рачун	Опис	Аоп	План 2017	Извршење 2017	Индекс 6/5
2	3	4	5	6	8
<b>56</b>	Финансијски расходи	1027	13.800	13.390	97,03
	<b>Укупно финансијски расходи</b>		<b>13.800</b>	<b>13.390</b>	<b>97,03</b>

На позицији остали расходи (аоп 1039) исказан је износ од 15.481 хиљада динара, а односи се највећим делом на расходе настале након доношења правоснажних судских пресуда у спору са предузећем ТИМИНГ доо Београд и физичког лица Милана Симића, отпис застарелих потраживања, расходи по основу мањкова робе и остале непоменуте расходе. У односу на Финансијски план ТОС-а, индекс извршења по овом основу је 95,56

На позицији вишак расхода над приходима, ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака из ранијих периода (аоп 1043) исказан је износ од 145 хиљада динара, што је резултат умањења расхода у износу од 265 хиљада динара за износ прихода од 120 хиљада динара.

Рачун	Опис	Аоп	План 2017	Извршење 2017	Индекс 6/5
2	3	4	5	6	8
<b>57</b>	Остали расходи	1039	16.200	15.481	95,56
<b>59</b>	Исправка грешака ранијих периода	1043	300	265	88,33
	<b>Укупно остали расходи</b>		<b>16.500</b>	<b>15.746</b>	<b>95,43</b>

### III Добит/Губитак

У Билансу успеха у 2017. години, исказани су и приходи и расходи у истом износу од 478.473 хиљаде динара, тако да није остварена добит.

ТОС из буџета Републике Србије добија средства по наменама, у висини стварних трошкова, по активностима, за промоцију туристичке понуде Србије на иностраном и домаћем тржишту, за рад, као и за плате запослених. Приходе од заједничког наступа на иностраним сајмовима, остварује на нивоу стварних трошкова закупа и опремања штанда и наступа на сајмовима.

## Статистички анекс за 2017. годину

Статистички анекс се састоји од 7 поглавља у којима се дају одређени подаци из биланса стања и биланса успеха и више су намењени статистичким истаживањима за потребе шире друштвене заједнице као и за потребе анализа правног лица.

У Статистичком анексу су исказани следећи подаци:

### І ОПШТИ ПОДАЦИ О ДРУГОМ ПРАВНОМ ЛИЦУ

ОПИС	Озн. за АОР	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Број месеци пословања(ознака од 1 до 12)	9001	<b>12</b>	<b>12</b>
2. Ознака за власништво(ознака од 1 до 5)	9002	<b>1</b>	<b>1</b>
3. Број страних (правних или физичких) лица која имају учешће у капиталу	9003	-	-
4. Просечан број запослених на основу стања крајем сваког месеца (цео број)	9004	<b>37</b>	<b>35</b>

### ІІ. ПОТРАЖЊА И ОБАВЕЗЕ

износи у 000 динара

Група рачуна рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
Део 226	1. Потраживања у току године од друштава за осиг. за накнаду штете( дуговни промет без почетног стања)	9005	-	-
450	2. Обавезе за нето зараде и накнаде зарада осим накнада зарада које се рефундирају(потражни промет без почетног стања)	9006	<b>24.604</b>	<b>22.883</b>
451	3. Обавезе за порез на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потражни промет без почетног стања)	9007	<b>2.953</b>	<b>2.748</b>
452	4. Обавезе за доприносе на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потраж. промет без почетног стања)	9008	<b>6.846</b>	<b>6.369</b>
462	5. Обавезе према физичким лицима за накнаде по уговорима (потражни промет без почетног стања)	9009	<b>6.650</b>	<b>6.247</b>
	<b>6. Контролни збир (од 9005 до 9009)</b>	9010	<b>41.054</b>	<b>38.247</b>

### III ДРУГИ ТРОШКОВИ И РАСХОДИ

износи у 000 динара

Група рачуна рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
512	1. Трошкови горива и енергије	9011	<b>2.148</b>	<b>2.019</b>
520	2. Трошкови зарада и накнада зарада (брutto)	9012	<b>34.399</b>	<b>32.005</b>
521	3. Трошкови пореза и доприноса на зараде и накнаде зарада на терет послодавца	9013	<b>6.158</b>	<b>5.729</b>
522, 523 524 и 525	4. Трошкови накнада физичким лицима (брutto) по основу уговора	9014	<b>10.893</b>	<b>10.047</b>
529	5. Остали лични расходи и накнаде	9015	<b>19.417</b>	<b>18.408</b>
533 део 540 и део 525	6. Трошкови закупнина	9016	<b>1.416</b>	<b>1.123</b>
Део 533 део 540 и део 525	7. Трошкови закупнина земљишта	9017		
536, 537	8. Трошкови истраживања и развоја	9018		
552	9. Трошкови премије осигурања	9019	<b>232</b>	<b>284</b>
553	10. Трошкови платног промета	9020	<b>1010</b>	<b>577</b>
554	11. Трошкови чланарина	9021	<b>5.653</b>	<b>5.111</b>
555	12. Трошкови пореза	9022	<b>2.485</b>	<b>1.941</b>
556	13. Трошкови доприноса	9023	<b>0</b>	<b>0</b>
Део 560 и 562	14. Расходи камата и део финансијских расхода	9024	<b>12.778</b>	<b>9</b>
Део 560 и део 562	15. Расходи камата по кредитима од банака и других финансијских институција (укупно)	9025		
	15.1 Расходи камата по краткорочним кредитима у земљи	9026		
	15.2 Расходи камата по краткорочним кредитима у иностранству	9027		
	15.3 Расходи камата по дугорочним кредитима у земљи	9028		
	15.4 Расходи камата по дугорочним кредитима у иностранству	9029		
Део 579	16 Расходи за хуманитарне, културне, здравствене, образовне, научне и верске намене, за заштиту човекове средине и за спортске намене	9030		
579	<b>17 Остали непоменути расходи</b>	9031	<b>15.408</b>	<b>3.728</b>
	<b>15. Контролни збир (од 9011 до 9031)</b>	9032	<b>111.997</b>	<b>80.981</b>

### IV. ДРУГИ ПРИХОДИ

износи у 000 динара

Група рачуна рачун	ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4	5
640 и 641	1. Приходи од донација, дотација, субвенција, и сл из републичког буџета, буџета ап или локалне самоуправе	9033	<b>459.807</b>	<b>383.131</b>
649	2. Остали приходи од донација, дотација субвенција и сл.	9034		
Део 651	3. Приходи од закупнина за земљиште	9035		

Део 660 Део 661 и 662	4. Приходи од камата	9036	27	33
Део 660 Део 661 и Део 662	5. Приходи од камата по рачунима и депозитима у банкама и осталим финансијским организацијама	9037	27	33
Део 660 Део 661 и део 669	6. Приходи од дивиденди	9038		
	<b>7. Контролни збир (од 9033 до 9039 )</b>	9039	<b>459.861</b>	<b>383.164</b>

#### V. ОСТАЛИ ПОДАЦИ

износи у 000 динара

ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Обавезе за акцизе(према годишњем обрачуну акциза)	9040		
2. Обрачунате царине и друге увозне дажбине (укупан годишњи износ према обрачуну)	9041		
3. Капиталне субвенције и друга државна додељивања за изград. и набавку основних средстава и нематеријалних улагања	9042		
4. Државна додељивања за премије, регрес и покриће текућих трошкова пословања	9043		
5. Остала државна додељивања	9044		
6. Примљене донације из иностранства и друга бесповратна средства у новцу или натури од иностраних правних и физичких лица	9045		
<b>7. Контролни број (од 9040 до 9045)</b>	9046		

#### VI. РАЗГРАНИЧЕНИ НЕГАТИВНИ НЕТО ЕФЕКТИ УГОВОРЕНЕ ВАЛУТНЕ КЛАУЗУЛЕ И КУРСНЕ РАЗЛИКЕ

износи у 000 динара

ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Почетно стање разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле	9047		
2. Разграничени нето ефекат уговорене валутне клаузуле	9048		
3. Сразмерни део укинутог разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле	9049		
4. Преостали износ разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле (ред.бр 1+ред.бр.2-ред.бр.3)	9050		
5. Почетно стање разграниченог нето ефекта курсних разлика	9051		
6. Разграничени нето ефекат курсних разлика	9052		
7. Сразмерни део укинутог разграниченог нето ефекта курсних разлика	9053		
8 Преостали износ разграниченог нето ефекта курсних разлика ( ред.бр.5+ред.бр.6-ред.бр7)	9054		



**VII. РАЗГРАНИЧЕНИ ПОЗИТИВНИ НЕТО ЕФЕКТИ УГОВОРЕНЕ ВАЛУТНЕ КЛАУЗУЛЕ И КУРСНЕ РАЗЛИКЕ**

износи у 000 динара

ОПИС	Озн. за АОП	Текућа година	Предходна година
1	2	3	4
1. Почетно стање разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле	9055		
2. Разграничени нето ефекат уговорене валутне клаузуле	9056		
3. Сразмерни део укинутог разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле	9057		
4. Преостали износ разграниченог нето ефекта уговорене валутне клаузуле (ред.бр 1+ред бр.2-ред.бр.3)	9058		
5. Почетно стање разграниченог нето ефекта курсних разлика	9059		
6. Разграничени нето ефекат курсних разлика	9060		
7. Сразмерни део укинутог разграниченог нето ефекта курсних разлика	9061		
8 Преостали износ разграниченог нето ефекта курсних разлика ( ред.бр.5+ред.бр.6-ред.бр7)	9062		

Вршилац дужности председника Управног одбора

Др Ратка Вушуровић