

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2018. ГОДИНЕ

БЕОГРАД
Мај 2019. 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 34. Закона о туризму.

ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА

Средства из буџета за рад ТОС, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2018. годину, раздео 32 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама у износу од 450.000.000 динара и Решењем о употреби средстава текуће буџетске резерве 05 број: 401-6786/2018 од 12. јула 2018. године, преко Министарства трговине, туризма и телекомуникација, у износу од 42.500.000 динара, тако да укупна средства из буџета за 2018. годину износе 492.500.000 динара.

СТАТИСТИЧКИ ПОДАЦИ

Према подацима Републичког завода за статистику, у 2018. години у Републици Србији боравило је укупно 3.430.522 туриста, што је за 11% више у односу на 2017. годину, од чега је домаћих било 1.720.008 (+ 8%) или 50% од укупног броја гостију, а иностраних 1.710.514 (+ 14%), односно 50% од укупног броја гостију. У 2018. години остварено је укупно 9.336.103 ноћења (што је 12% више у односу на 2017. годину), од чега су домаћи туристи остварили 5.678.235 ноћења (+ 10%), што чини 61% од укупног броја остварених ноћења, а инострани 3.657.868 (+ 15%) или 39% од укупног броја остварених ноћења.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у 2018. години износио је 1.547 милијарди \$, односно 1.317 милијарди €, што је за 12 % више у поређењу са 2017. годином.

У табели која следи приказан је, по земљама, туристички промет у 2018. години, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2018/2017.
Босна и Херцеговина	262.640	+ 12 %
Црна Гора	209.947	+ 6 %
Кина	179.247	+ 89 %
Хрватска	176.944	+ 16 %
Турска	174.675	+ 7 %
Румунија	174.031	+ 25 %
Немачка	171.080	+ 14 %
Бугарска	167.505	+ 13 %
Словенија	157.408	+ 14 %
Русија	139.341	- 9 %

Извор: Републички завод за статистику

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2018. 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:

Врста	Назив	Језичка варијанта	Укупан тираж
Брошура	Османско наслеђе у Србији	српски	2.000
Брошура	Календар природби	српски	6.000
Брошура	52 викенда у Србији	српски	16.000
Брошура	52 викенда у Србији	енглески	10.000
Брошура	52 викенда у Србији	руски	2.000
Брошура	52 викенда у Србији	бугарски	2.000
Брошура	52 викенда у Србији	енглески	10.000
Мапа	Карта манастира	италијански	5.000
Мапа	Карта манастира	немачки	5.000
Мапа	Карта манастира	енглески	5.000

Брошура	Бање Србије	енглески	3.000
Брошура	Бање Србије	руски	3.000
Брошура	Културно благо Србије	енглески	3.000
Брошура	Културно благо Србије	француски	1.000
Мапа	Туристичка карта Србије	немачки	5.000
Мапа	Туристичка карта Србије	персијски	1.000
Мапа	Туристичка карта Србије	кинески	5.000
Мапа	Туристичка карта Србије	руски	5.000
Брошура	Дворски комплекс Србије	енглески	3.000
Брошура	Дворски комплекс Србије	српски	2.000
Брошура	Соулфуд Србија		2.000
Брошура	Соулфуд Србија		2.000
Брошура	Укуси Србије	српски	5.000
Брошура	Спорт и активан одмор		1.000
Брошура	Кампинг и караванинг	Српски, енглески, немачки	6.000
Брошура	Дунав у Србији	енглески	3.000
Брошура	Дунав у Србији	немачки	3.000
Брошура	Дунав у Србији	француски	2.000
Брошура	Србија памти – 100 година I Светског рата		2.000
Брошура	Медицински туризам	енглески	2.000
Брошура	Медицински туризам	српски	2.000
Брошура	Реке и језера Србије	српски	6.000
Брошура	Реке и језера Србије	немачки	2.000
Брошура	Пешачење и бициклизам	српски	2.000
Брошура	Србија хајлајтс	турски	3.000
Брошура	Србија хајлајтс	руски	3.000
Брошура	Србија хајлајтс	португалски	3.000

Брошура	Србија живот у ритму срца	немачки	3.000
Брошура	Србија живот у ритму срца	јапански	3.000
Брошура	Србија живот у ритму срца	персијски	3.000
Брошура	Србија живот у ритму срца	арапски	2.000
Брошура	Србија живот у ритму срца	енглески	3.000
Брошура	Пешачење и бициклизам	српски	4.000
Брошура	Хотелски адресар	Енглески, немачки	2.000
Брошура	Србија памти – 100 година I светског рата		2.000
<i>Брошура</i>	<i>Билтен ТОС</i>	<i>српски</i>	<i>2.000</i>
Летак	Летак А5 – ЕАНС 2019		1.000
Летак	Летак А5 - WFNS		1.000
Летак	Шестострани летак А4		10.000
Летак	Летак А5		1.000
Часопис	Belguest		4.000
Остало	Позивница	енглески	2.000
Остало	Визит карте		1.600
Остало	Кесе		10.000

У извештајном периоду објављене су нове публикације .Пешачење и бициклизам на енглеском језику, Медицински туризам на српском и енглеском језику, Србија хајлајтс на турском језику, 52 викенда на бугарском језику и Туристичка карта на руском језику.

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 2018. години настављен је тренд успостављања програмске и пословно техничке сарадње са партнерима из ове области.

Сувенирница на Авали

Укупан промет у сувенирници	Најпродаванији сувенири	Најтраженије брошуре:	Најчешћа питања туриста:
5.271.540,00 динара	Магнети, керамички производи, 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
1 515.310,00 динара	Магнети, керамички производи, ракије мале, ћилими, сапуни...	- 95% питања се односи на Београд: - обилазак Београда традиционал на кухиња -ресторани у Савамали -крстарење Дунавом	-52 укуса Србије -52 викенда у Србији -Календар приредби -Реке и језера у Србији -Културно благо Србије	- Иностранци туристи - Број посетилаца: 3710	6.670

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	9.700	Иностранци туристи - Број посетилаца: 18.670	Интересовање потенцијалних туриста за туристичку понуду Србије је знатно смањено у односу на временски период када је ТОС имао инфо пулт на претходној локацији

ПРОМОЦИЈА СУВЕНИРА

У Хали 4 Туристичка организација Србије је током 40. Међународног сајма туризма у Београду организовала 14. Сајам сувенира.

ТОС је закупио 120 м² простора у хали 4 Београдског сајма ради одржавања Сајма сувенира, под називом „Види Србију“. На 30 изложбених пултова посетиоци су могли да виде сувенире из свих регија Србије. Сајам Туризма у Београду посети 70 хиљада посетилаца, тако да је сајам сувенира добра прилика да се произвођачи сувенира представе широј јавности.

Излагачи на 14. јубиларном Сајму сувенира имали су пред собом задатак да промовишу традиционалне производе интересантне туристима, кроз производе који би одражавају аутентичност поднебља са кога потичу и задовољавају стандарде квалитета, узимајући у обзир да врсте материјала буду карактеристичне за наше поднебље.

Мајстори старих и уметничких заната су представили производе који су рађени традиционалним техникама, прилагођени потребама данашњице. Представиле су се и многобројне туристичке организације које у својим активностима имају сувенирску продају, произвођачи сувенира као и удружења која се баве очувањем и неговањем старих и уметничких заната. Посетиоци су могли да купе производе од вуне, керамике, стакла и осталих природних материјала.

Током 2018. године на Фејсбук страници сувенирнице остварено је преко 100.000 импресија. Број пратилаца се повећао за 4,7%. Најевња активност постигнута је током фебруара и марта,

односно пре и након 40. Сајма сувенира. Највећи број пратилаца ове странице долази из Србије, Босне и Херцеговине, Македоније, Црне Горе и Словеније.

Производи из сувенирнице ТОС-а рекламирани су И на ФБ страницама Туристичке организација кроз плаћене кампање. Овим кампањама остварени су следећи резултати:

- 254,779 корисника је достигнуто путем огласа
- 393,644 је остварени број импресија
- 6,763 корисника је реаговало на објаве

Путем плаћених огласа достигнути су корисници из Србије, Пољске, Словачке, Чешке, Аустрије... Највећа заинтересованост била је међу корисницима у циљној групи 25-34, са женском публиком као доминантнијом. Огласи су у већој мери приказивани на мобилним платформама у односу на десктоп рачунаре.

Осим промоције на Сајму и друштвеним мрежама у часопису *Belquest* намењеном домаћим и страним туристима у рубрици бирани сувенири Србије редовно промивисемо најбоље произвођаче сувенира.

3. МАРКЕТИНГ

Због значаја који интернет маркетинг заузима у области туризма, током 2018. године посебна пажња је усмерена на дигиталне медије, што је резултирало значајним признањем ТОС-овој летњој кампањи у области *on line* маркетинга. Истовремено су и традиционални комуникациони канали, искоришћени за ефикасну промоцију Србије као туристичке дестинације.

3.1 ДИГИТАЛНИ МЕДИЈИ

Летња кампања **#VidiSrbiju- Које моменте ћеш памтити овог лета?** конципирана је тако да комуницира аутентичне доживљаје које пружа одређено место у одређеном тренутку. На основној идеји кампање да савремени туриста данас трага за јединственим искуствима и непосредним доживљајима које пружа локална култура, емитовани су видео клипови који су комуницирали дестинације и производе у Србији. Овако конципирани видео материјали који су били намењени и домаћим и иностраним пратиоцима ТОС-ових налога, а промовисали јединствене моменте које пружа одмор у Србији, остварили су на друштвеним мрежама **преко 6. 500 000** прегледа.

Осим видео момената за потребе кампање осмишљена су и различита огласна решења којима су у паралелној кампањи на дигиталу прикупљани нови пратиоци налога ТОС-а.

Током летње кампање број пратилаца на Твитеру је повећан за **35 процената**, док је Инстаграм налог ТОС-а у истом периоду остварио раст од преко **30 процената**.

Такође, ФБ странице на српском и енглеском језику, у назначеном временском оквиру, укупно бележе око **30 000 нових** пратилаца и заједно имају више од **255 000 пратилаца**. Процена је да би овај резултат био знатно бољи да постоји интегрисана страница какву имају остале националне туристичке организације.

Осим тога, у току кампање Које моменте ћеш памтити овог лета? објаве на ТОС-овим налозима су приказане преко **50 милиона пута** (импресије).

Истовремено остварено је близу **210 000 интеракција** (реаговања пратилаца) на објаве на налозима ТОС-а.

У оквиру кампање на Instagramu је покренут наградни конкурс под истим слоганом- Које моменте ћеш памтити овог лета? Конкурс је трајао од 2.07 до 25.08 2018. и у том периоду је на **#vidisrbiju** стигло близу **8000 видео и фото момената**, што чини повећање од око **70 % на ТОС-овом хештегу**. ТОС-ови story-ји (укупно **108**) имали су преко преко **400 000** прегледа.

У оквиру наградног конкурса изабрани су momenti месеца за јул и август као и три победничка момента наградног конкурса.

За месечне победнике су обезбеђене награде- панорамско разгледање из хеликоптера, док су за победнике конкурса обезбеђени ваучери за викенд путовања.

ПРОДУКЦИЈА НА ДИГИТАЛНИМ МЕДИЈИМА ТОКОМ ЛЕТЊЕ КАМПАЊЕ:

- 9 видео момената у две језичке варијанте
- 4 огласна решења за наградни конкурс на FB и INSTAGRAMU
- 2 огласна решења за прикупљање пратилаца на Твитеру
- 1 огласно решења за принт којима су комуницирани кампања на дигиталу и наградни конкурс
- 3 визуала за дисплеј банере на Гуглу

ПУБЛИКА

ПРЕГЛЕДИ, ПРАТИОЦИ, ИНТЕРАКЦИЈЕ- ИНОСТРАНСТВО (FB и INSTAGRAM) :

ТОП 5: Индија, Турска, Румунија, Русија и Бугарска

ПРЕГЛЕДИ, ПРАТИОЦИ, ИНТЕРАКЦИЈЕ - ИНОСТРАНСТВО (TWITTER)

ТОП 5: Индија, Турска, Пољска, Чешка, и Белгија.

ПРЕГЛЕДИ НАЛОГА- (INSTAGRAM):

ТОП 5 : Србија, САД, БиХ, Турска, Немачка

САЖЕТАК ЛЕТЊЕ КАМПАЊЕ У БРОЈКАМА:

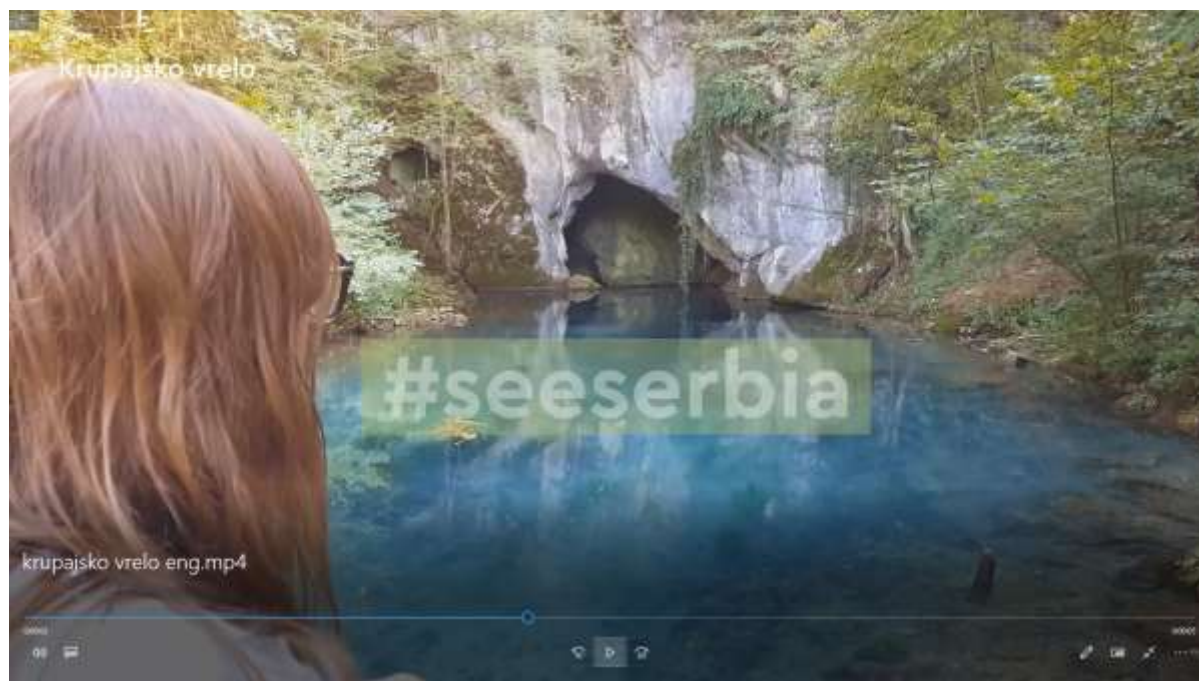
- **50 милиона** импресија
- **6. 5 милиона** прегледа видео садржаја
- **400 хиљада** прегледа story-ја
- **210 хиљада** интеракција

- **46.5 хиљада** нових пратилаца ТОС-а на друштвеним мрежама
- **8 хиљада** нових фотографија и видео клипова на #vidisrbiju

Креатива за летњу и зимску кампању

Креатива за летњу кампању је рађена на српском и енглеском језику. Хештег је добио нови визуелни идентитет као и сами визуали где је као стандард уведен испис у горњем левом углу који се односи на дестинацију или производ.

Видео моменат, пример:



Огласна решења којима су промовисани наградни конкурс на Instagramу или Google банерима који воде на страницу Serbia:The place to be, су такође, пратили измењени визуелни идентитет ТОС-ових објава.

Промотивни визуал за наградни конкурс-примери :



Google банери- пример:



Резултати које је у бројкама постигла кампања **#VidiSrbiju- Које моменте ћеш памтити овог лета?**, није прошла незапажено унутар маркетиншке заједнице. Кампања је награђена бронзаном плакетом УИП-а, најстаријег удружења у Србији које додељује награде из области маркетинга. Ово признање је додељено у категорији on line маркетинг.

Зимска кампања- **Које моменте ћеш памтити ове зиме?** припремљена за зиму 2018/2019, наслања се на комуникацијску стратегију летње кампање. Концепт и порука кампање су остали исти како би испратили интегрисану комуникацију на дигиталним медијима. За потребе зимске кампање 2018/2019 припремљено је 7 видео „момената“, четири визуала које комуницирамо на дигиталу и у штампаним медијима.

Креатива за дигитал / пример:

Видео моменат :



Током септембра је организована инфлуенс кампања на Instagramу којом је промовисан #vidisrbiju.

Резултати у 2018. – дигитал

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

У 2018. години налози ТОС-а добили су нових **110 135 пратилаца**. Instagram бележи највеће повећање од 101, 58 % , а Twiter од скоро 100%.

TWITTER

TWITTER	1.јан 2018.	31.дец 2018.	Нови пратиоци	Повећање %
ПРАТИОЦИ	18.436	36. 691	18. 255	близу 100%

FACEBOOK I INSTAGRAM

	Бр. пратилаца 1. јан. 2018.	Бр. пратилаца 31. дец. 2018.	Повећање	Процентуални раст
Facebook: Serbia Travel	33,186	55,470	22,284	67,15%
Facebook: TOS	175,622	214,542	38,920	22,16%
Instagram	30,200	60,876	30,676	101,58%
Total	239,008	330,888	91,880	38,44%

Укупни прегледи видео садржаја на ТОС-овим налозима и каналима

Осим нових преко 110 000 пратилаца, те 109 милиона импресија, ТОС је у 2018. години остварио изврсне резултате и у броју прегледа видео садржаја. Близу **12 милиона прегледа**

забележили су видео моменти из летње и децембарског дела зимске кампање као и спотови који су емитовани на друштвеним мрежама током 2018. године:

	Јан- дец
YouTube	3 587 624
FB	3 636 702
IG	1 890 345
TW	2 689 855
Укупно	11 804 016

Осим овога, треба истаћи и да је број објава на #vidisrbiju скочио за 350 % и на крају године је износио 29 000. Са 14 000 објава #seeserbia, бележи скок од преко 100 процената.

Због изузетно доброг пријема пратилаца ТОС-ових налога како на укупну креативу, тако посебно на видео садржаје, у 2019. години на дигиталу ће бити покренута целогодишња кампања која подразумева да ће сваки месец имати одређену тему коју ће пратити одговарајући видео спот.

3.2 ЕЛЕКТРОНСКИ МЕДИЈИ

Летња и зимска кампања на електронским медијима одвијала се под истим слоганима **#VidiSrbiju- Које моменте ћеш памтити овог лета?/зиме?**

Видео и аудио спотови су емитовани на националним и кабловским каналима. Осим тв спотова, ТОС је био присутан у електронским медијима и кроз бројне прилоге, гостовања и спонзорисане емисије.

Пакети емитовања:

- РТС – Жикина Шареница, , прилози туристичке дестинације Србија, гостовања
- ПИНК –Жикина Шареница, прилози и гостовања
- Емисија “Србија коју волим”, емитовање прилога
- Бн телевизија – прилози и емитовање спота лет+зим
- Инфобиро продукција – праћење активности ТОС-а

Тв оглашавање	Период	Емитовање
CAS MEDIA Diva, Сinеманија, SK1, TLC Србија, Црна Гора, Македонија, БИХ/кабл	01.05 – 15.06. 15.11.-31.12.	1255
Туризам ТВ/Здравље ТВ/кабл	01.12.-31.12.	1740
ПИНК	01.05.-15.06. 15.11.-30.01.	216
RTV	15.05.-30.06. 15.11.-31.12.	276
RTS	15.05.-30.06. 15.11.-15.01.	217
PRVA+пријатељ емисије Јутарњи програм и 150 минута-јул, август	15.05.-30.06. 01.11.-30.01	318
O2	15.05.-30.06. 01.11.-30.01.	195
STUDIO B	15.11.-31.01.	315
Нарру+ пријатељ емисије После ручка	15.05.-30.06.	50
Aljazira	15.05.-30.06.	141
ТВ Мост	01.10.-31.12	540
Радио Play, S radio, Naхi		

Летња кампања, видео спот:



Зимска кампања, видео спот:



ТВ ПРОДУКЦИЈА- укупно

Спот- Србија 24/ 7 продукција ТВ Прва

Спот- Које момента ћеш памтити ове зиме, продукција Рингијер

Спот- Које моменте ћеш памтити овог лета ?, продукција Scripps Networks International

РАДИО ПРОДУКЦИЈА- укупно

Радијски спот- Које моменте ћеш памтити овог лета- продукција Naxi radio

Радијски спот- Које моменте ћеш памтити ове зиме - продукција Play radio

3.3 ШТАМПАНИ МЕДИЈИ

Оглашавање у штампаним медијима пратило је тон и основне поруке кампања. Осим момената који су комуницирани, у огласима за штампане медије је коришћен и наратив који је обликовао јединствену поруку кампање – оно што нам остаје после сваког одмора су моменти које памтимо.

Летња кампања, огласно решење:



Зимска кампања, огласна решења:



Осим у туристичким и специјализованим часописима, летња и зимска кампања су путем огласа промовисане у дневним новинама. Уз огласе, у дневним новинама су објављивани и ПР текстови који су се односили на кампање.

Оглашавање у дневним новинама током 2018:

Дневне новине	Период оглашавања	Број огласа и пр текстова
Блиц	летња и зимска кампања	3 огласа- 3 ПР текста
Вечерње новости	летња и зимска кампања	3 огласа- 3 ПР текста
Политика	летња и зимска кампања	4 огласа- 3 ПР текста
Курир	летња и зимска кампања	4 огласа- 4 ПР текста
Информер	летња и зимска кампања	3 огласа- 3 ПР текста
Српски телеграф	летња и зимска кампања	3 огласа- 5 ПР текстова
Данас	летња и зимска кампања	4 огласа- 4 ПР текста
Ало	летња и зимска кампања	2 огласа- 2 ПР текста

3.4 БИЛБОРДИ

У току летње кампање ТОС је емитовао анимиране билборде у Београду као и у још 7 градова у Србији.



Лед билборди- летња кампања – Србија

ГРАД	Број лица	Број недеља
Београд	10	2
Нови Сад	2	2
Ниш	2	2
Нови Пазар	1	2
Чачак	1	2
Суботица	1	2
Ужице	1	2
Крагујевац	2	2

У току зимске кампање, ТОС је емитовао анимиране билборде у 7 градова.



Лед билборди- зимска кампања – Србија

ГРАД	Број лица	Број недеља
Нови Сад	2	2
Ниш	2	2
Нови Пазар	1	2
Чачак	1	2
Суботица	1	2
Ужице	1	2
Крагујевац	2	2

3.5. СПЕЦИЈАЛНО ИЗДАЊЕ МАГАЗИНА HELLO TRAVEL

У 2018. Hello travel је објавио специјално двојезично издање које је било посвећено промоцији активног одмора у Србији. На 300 страница овај магазин је кроз одличне текстове и фотографије приказао Србију као пожељну дестинацију за активни одмор- од севера до југа земље.

3.6. ОДНОСИ СА ЈАВНОШЋУ

Током 2018. године број објава везаних за Туристичку организацију Србије износио је 2.240. Од тога, директорка ТОС-а Марија Лабовић у медијима се кроз интервјуе и изјаве појавила укупно у 738 објава.

Ključna reč TOS - 2018 - broj objava	Press	WEB	Video
Januar	30	140	33
Februar	30	163	35
Mart	37	165	21
April	14	89	16
Maj	25	148	22
Jun	27	163	34
Jul	37	53	25
Avgust	35	71	30
Septembar	57	144	48
Oktobar	18	75	22
Novembar	34	92	9
Decembar	68	192	38
Ukupno	412	1495	333

Ukupno (svi mediji) 2240

Direktor TOS Marija Labović - 2018 - broj objava	Press	WEB	Video
Januar	5	40	18
Februar	6	54	20
Mart	10	45	11
April	2	21	7
Maj	6	29	12
Jun	8	86	14
Jul		7	8
Avg	6	21	5
Sept	12	32	15
Oktobar	1	26	13
Novembar	4	33	2
Decembar	23	116	20
Ukupno	83	510	145

Ukupno (svi mediji) 738

3.7. КОМУНИКАЦИОНА СТРАТЕГИЈА И КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ

Током 2018. године комуникациона стратегија Туристичке организације Србије се заснивала на уједначеним кампањама које су биле тако конципиране да су се истовремено обраћале и домаћим и иностраним туристима. У фокусу кампања су били моменти, тј. доживљаји које туристи стичу на путовању без обзира за коју врсту одмора су се определили. Током кампања су промовисане планине, реке, језера, села, градови, односно различити садржаји које нуде различите дестинације па самим тим и разноврсност утисака које пружају.

Користећи креативна решења усмерена истовремено на сва тржишта, Туристичка организација Србије је успела да у 2018. години оствари интегрисану комуникацију која је једнако успешно комуницирала и са домаћим и са иностраним туристима.

Посебна пажња је била усмерена на Инстаграм као сајбер простор путника, где су осим поменутог наградног конкурса, као додатне активације које треба да обезбеде нове пратиоце укључени ИГТВ, затим фотографије месеца као и мини тематске кампање као што су – Месец вина и Само у Србији.

Осим Инстаграма, велика пажња је посвећена подизању броја пратилаца на Твитеру, као једној од најбрже растућих друштвених мрежа, где промоција туризма осваја свој простор.

ФБ као најраспрострањенија друштвена мрежа, која одавно није само простор за младу публику већ за све генерације, представља канал комуникације који долази до највећег броја потенцијалних туриста. Српска и енглеска ФБ страница имају заједно 270 хиљада пратилаца, што представља одличну базу за промоцију српског туризма.

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

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

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.

Позитиван тренд из 2017. године се наставио и у 2018. години, тако да је у 2018. години, забележено повећање броја домаћих туриста од 8%, као и повећање броја иностраних туриста од 14%.

На интернет страници ТОС-а у 2018. години постављено је преко 630 информација у рубрику „Вести“, која прати активности Туристичке организације Србије, локалних туристичких организација, туристичке привреде, институција културе и других организација са којима ТОС сарађује, у промоцији туризма Србије.

3.8. ГЛОБАЛНА МАРКЕТИНШКА КАМПАЊА

3.8.1. Оглашавање на Travel Channel-у, 01-31. март

Са Travel Channel-ом је спроведен други део ТВ кампање - 280 пута су емитоване вињете од 60 секунди и 140 пута спот од 30 секунди. Вињете су се емитовале у Европи, укључујући и Велику Британију, на Блиском истоку и у Африци.

3.8.2. National Geographic Travel, 16. април – 17. јун

- ТВ кампања: 675 емитовања спота од 30 секунди, на тржиштима: Немачка, Италија, Турска, Велика Британија и Француска (135 спотова по тржишту)
- Дигитална кампања: 666.000 импресија - банери на сајту National Geographic Travel – сегменти Travel, Adventure, History, Animal (4 величине банера) и pre-roll спота од 30 секунди, линк ка подсајту Serbia – The Place to Be

3.8.3. CNN International, 08. мај – 01. јул

- ТВ кампања: 68 емитовања, 08. мај – 03. јун, спот од 30 секунди (производња ТОС)
- ТВ кампања: 68 емитовања, 11. јун – 01. јул, вињете од 60 секунди (производња CNN)
- Дигитална кампања: 650.000 импресија на сајту CNN International (десктоп, мобил и таблет), pre-roll спота од 30 секунди, линк ка подсајту Serbia – The Place to Be
- Чланак о Србији на сајту CNN International

3.8.4. Euronews, 30. април – 22. јун

- ТВ кампања: City Tour of Belgrade, 14-20. мај и 16-22. јун (две недеље): 25 секунди у виду фотографија Београда, 40 емитовања, производња ТОС и Euronews
- ТВ кампања: Metropolitans Serbia, 08-14. Јун, 6 минута репортаже о Београду – 15 емитовања, плус најава – промо репортаже о Београду – 20 емитовања
- ТВ кампања: 30. април – 10. јун, спот од 30 секунди, 115 емитовања
- Дигитална кампања: Спонзорство на Metropolitan секцији – 7 дана, репортажа на Metropolitan страници, банери (4 врсте)

3.8.5. Оглашавање на TV5 Monde

За потребе кампање са TV5 Monde уговорено је снимање 13-минутне репортаже о Србији у оквиру серијала Embaquetement, који има 21 милион гледалаца годишње. Теме серијала су култура, историја, архитектура и културно-историјско наслеђе. Снимање емисија организовано је у периоду од 4. до 9. маја, а продуцентска кућа из Португалије, са телевизијском екипом из Белгије, снимала је на следећим локалитетима у Србији: Београд, Нови Сад са околином, Топола/Опленац, Крњево.

Емисија о Србији је премијерно емитована 4. јула на TV5 Monde Europe, а до краја године емитована је још 7 пута на TV5 Monde у Европи, Азији у Северној и Јужној Америци и Пацифику. Биће емитована пет пута годишње и током наредне две године.

Поред ове репортаже, урађени су и троминутни спот „Clin d’œil sur le Monde - Serbie“ на тему гастрономије и винских путева Србије, као и спот од 60 секунди „Le Danube vu de Belgrade“, који су на TV5 Monde били емитовани 25 секунди, односно 4 пута у 2018. години.

Све снимљене емисије ТОС ће моћи да користи за потребе својих промотивних активности.

4. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ДОМАЋЕМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

4.1. САЈМОВИ

4.1.1. Међународни сајам туризма IFT, Београд, 22 -25. фебруар

40. Међународни сајам туризма 2018. године, одржан је под мотом „Одмор те чека“. Манифестација је традиционално окупила највеће туристичке организације, агенције, туроператоре, хотеле, планинске центре, бање, језера, градове, регије и земље са свих континената.

Сајам је организован у шест хала Београдског сајма, на простору од 30.797 м², уз учешће 1.178 излагача из 55 земаља и 74.762 посетилаца, од чега пословних 12.022. Први пут на сајму се представила туристичка понуда Јужноафричке Републике. Број акредитованих новинара био је 1.002. Земља партнер 40. Сајма туризма била је Грчка.

Истовремено са Сајмом туризма организоване су још три манифестације: 14. Међународни сајам опреме за хотелијерство и угоститељство HORECA, 9. Сајам вина ВеоWine и 14. Сајам сувенира.

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

На штанду величине 115м², Туристичка организација Србије представила је целокупну туристичку понуду Србије са акцентом на културно-историјско наслеђе, активан одмор, природна богатства наше земље, као и гастрономску понуду. На штанду су се представили и Министарство трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, ЈП “Скијалишта Србије“, као и Етнографски музеј у Београду.

Туристичка организација Србије у оквиру својих активности ове године представила нове брошуре: „Активан одмор са акцентом на туре пешачења и бициклизма“ и „Руско наслеђе у Србији“. У оквиру промоције туристичке понуде Србије Етнографски музеј у Београду презентовао је „Славу“ и „Коло“ које налазе на UNESCO листи светске културне баштине.

На штанду ТОС-а одржан је низ презентација туристичке понуде, приказивана су 3 спота из кампање на Travel Channel-у , као и видео и дигитал кампање која је била емитована на светској тв мрежи ВВС под слоганом „Serbia, the place to be“

Туристичка организација Србије је представила интерактивну апликацију “Види Србију...на клик до савршеног одмора”, која нуди могућност да посетиоци на карти Србије виде дестинације за које су заинтересовани и о истима се информишу.

ТОС је на штанду имао и “photo booth”, где су посетиоци имали прилику да изаберу фотографију омиљене дестинације, сликају се и понесу кући фотографију.

Организован је и квиз знања “Види Србију...изабери своју омиљену дестинацију”, за који су биле додељиване награде.

У хали 4, ТОС је организовао 14. Сајам сувенира под називом „Види Србију“. На 30 изложбених пултова, посетиоци су могли да виде сувенире и производе из свих делова Србије.

4.1.2. Међународни сајам туризма и активног одмора, Ниш, 29-30. март

19. Међународни сајам туризма и активног одмора Ниш 2018. одржан је уз учешће 130 излагача. Осим активног одмора, као и претходне године на сајму је нагласак био и на гастрономској понуди Србије кроз презентације локалних туристичких организација и удружења.

За ову прилику ТОС је закупио штанд површине 24м² на ком су посетиоци сајма имали прилике да се упознају са туристичком понудом Србије са посебним освртом на активан одмор и кампове.

Посетиоци сајма су имали прилику да се упознају са туристичком понудом градова и региона Србије, Бугарске, Грчке, Републике Српске, Македоније и Мађарске. Своју понуду на сајму су ове године презентовале туристичке агенције, туристичке организације, хотелијери ,

туроператори, клубови адреналинских спортова као и остале гране привреде које учествују у развоју и пласману туристичких производа на домаћем и на иностраном тржишту.

На свечаној вечери, организованој 30. марта у хотелу New city, организатор сајма ТО Ниш доделио је ТОС-у Признање за дугогодишње партнерство и подршку сајму.

Током сајма представници ТОС-а су одржали састанке са:

- представницима туристичке агенције „Nature travel office“ из Ниша о плановима за сезону и могућностима за сарадњу на унапређењу промоције авантуристичког туризма Србије, кроз заједничку сарадњу.

- представницима туристичких организација Ивањице, Сокобање, Ниша, Војводине, Вршца, Параћина, Ћуприје, Бачке Паланке, Лознице, Алексинца и Лесковца и

- председником Привредне коморе Ниша.

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

4.1.3. Сајам омладинског туризма Youth Fair, Нови Сад, 10 -11. јул

Сајам омладинског туризма Youth fair, у организацији ЕХИТ-а и ТО Новог Сада, одржан је у 7. пут у Новом Саду, на Тргу слободе. Ове године концепт OPENS Youth fair-а, да се спајањем музичког програма и промоције дестинација и путовања намењених младима они покрену и инспиришу да упознају Србију, је био измењен. Први пут су се догађаји одржавали истовремено на три локације у центру Новог Сада (на Тргу слободе, у Католичкој порти и у ОПЕНС канцеларији у улици Лазе Телечког). Сајам омладинског туризма OPENS Youth fair је и ове године окупио атрактивне омладинске дестинације Балкана, али и бројне спортске и плесне промотере. Циљ Сајма је био да се кроз забаву, промоцију спорта и плеса, позиционира Нови Сад и регион као једна од најатрактивнијих дестинација за младе на свету.

Програм сајма је обogaћен могућношћу учесника да се опробају у плесу или адреналинским спортовима. Паралелно са сајамским делом манифестације одржана је и ОПЕНС Конференција у оквиру које је одржан низ предавања и панел дискусија на тему омладинског предузетништва.

Туристичка организација Србије је на позив организатора представила туристичку понуду младима из Србије, али и страним гостима Новог Сада, посетиоцима ЕХИТ фестивала. У брендираној кућици ТОС је делио туристичке брошуре и сувенире Србије. За потребе промоције била су ангажована и два волонтера Волонтерске мреже из Новог Сада. На сајму су дељене брошуре: Туристичка карта Србије, 52 викенда у Србији, Реке и језера, Мапа манастира, SERBIA – Highlights.

4.1.4. Међународни сајам туризма, Нови Сад, 04-07. октобар

На 51. Међународном сајму туризма у Новом Саду понуду и програме представило је 170 излагача из девет земаља. На Сајму туризма је представљена обједињена понуда Дунавског региона, са акцентом на рецептивном туризму.

Паралелно са сајмом туризма одржан је и Сајам лова и риболова „ЛОРИСТ“, као и Сајам спорта и Сајам екологије. Процена је да је сајам посетило око 30.000 посетилаца.

51. Сајам је отворио државни секретар у МТТТ.

На штанду ТОС величине 24м² представљена је туристичка понуда Србије, са посебним акцентом на производ активног одмора и авантуристичког туризма. Поред ТОС-а на штанду су се представиле и туристичке организације Сокобања, Лозница, Врњачка Бања, Пролом и Луковска бања.

Успешнијој и бољој понуди Сајма туризма допринеле су стручне међународне конференције, дегустације вина и гастрономских специјалитета, представљање туристичких понуда из

иностранства, као и изложба „Активни одмор у Србији“ коју је уредила Туристичка организација Србије са Новосадским сајмом.

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 такмичења "Гастро изазова" и "Гастро куп Србије", на којима се 12 познатих куvara опробало у припреми рибље чорбе.

Представници ТОС-а су искористили присуство бројних излагача из ЛТО и туристичке привреде да са њима разговарају и позову их да се пријаве на конкурс за „Туристички цвет 2018.“ у организацији Туристичке организације Србије.

4.1.5. Међународни сајам туризма и сеоског туризма, Крагујевац, 23-25. новембар

10. Међународни сајам туризма и сеоског туризма 2018. одржан је уз учешће 100 излагача из 4 земље и 10.000 посетилаца.

На штанду ТОС величине 24м² представљена је туристичка понуда Србије, док је посебна пажња била посвећена промоцији кампање „Види Србију,...које моменте ћеш памтити ове зиме“, као главне теме у оквиру промотивних активности ТОС у 2018. години. Изглед штанда наишао је на похвале излагача на сајму, али и посетилаца сајма.

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.

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

На сајму је премијерно приказан нови филм о шумадијској шљивовици и нови туристички производ Ракијске руте. Осим посете дестилеријама и дегустације, нови туристички производ ће подразумевати и посету културно-историјским знаменитостима, природним амбијенталним целинама и свим туристичким локалитетима у Централној Србији.

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

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

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

У оквиру Сајма туризма и сеоског туризма, одржан је и 6. Сајам зимнице на којем је око 40 произвођача здраве хране и пића излагало своје локалне домаће производе.

Представник ТОС-а, менаџер за тржиште Србије, дала је изјаву за „Жикину шареницу“, ТВ Пинк, „Србију коју волим“, ТВ града Крагујевца и ТОП Србију.

4.2. ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ И ПРОМОТИВНИ ДОГАЂАЈИ

4.2.1. Промотивна кампања „Види Србију - савршен одмор ти је надохват руке“ у Београду и Врњачкој Бањи, 02. и 08. јун

Кампањом „Види Србију - које моменте ћеш памтити овог лета?“, 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 online 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 „Види Србију - које моменте ћеш памтити овог лета?“, одржана су два промотивна догађаја од планирана три по следећем распореду:

1. Авала, Београд 02. јун

2. Врњачка Бања 06. јун,

док је догађај на Тргу Републике у Београду, заказан за 22. јун, отказан је услед временских непогода.

ТОС је за промотивне догађаје обезбедио бину и 25 пултова брендираних у складу са визуелним решењем кампање „Види Србију - које моменте ћеш памтити овог лета?“, затим ЛЕД екран и озвучење, као и програм у сарадњи са ТО регија, градова и општина Србије. Дата 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 оба догађаја своју туристичку понуду што кроз промотивни материјал, што кроз промотивни филм или програм представило је 65 туристичких организација и учествовало у програму преко 200 учесника.

ТОС је на сваком од догађаја, организовао квиз знања за посетиоце „52 викенда - Колико познајеш Србију?“, уз награде најуспешнијима (одмор на некој од туристичких дестинација у Србији, промотивни лет изнад неке туристичке дестинације и сл.).

Догађаји су били посећени како од стране колега из туристичких организација, тако и од туристичке привреде. Разноврстан и садржајан програм је привукао велики број посетилаца.

Догађаје у оквиру кампање „Види Србију - које моменте ћеш памтити овог лета?“ су пратиле:

РТС– Шареница, РТС – Информативни програм – Јутарњи програм и Дневник РТС, РТ Војводине –Дневник, ТВ Н1 – Дневник, ТВ Прва – Репортажа, ТВ Пинк – Жикина шареница, Јутарњи програм, Студио Б, ТВ КСН – Дневник + репортажа, Инфобиро – Репортажа, Србија коју волим – 80 локалних ТВ + ТВ Наша, Радио Play, часопис Грација, дневне новине „Политика“, Дневне новине „Ало“ и „Вечерње новости“, Туристичке новине, BelGuest, као и велики број портала.

Два дана пре сваког промотивног догађаја вршена је најава догађаја на различитим платформама – Facebook, Instagram и Twitter.

На Facebook-у је за сваки догађај креиран “event” у коме су корисници могли да означе да ли ће присуствовати том промотивном догађају, као и заинтересованост за промотивни догађај.

Број корисника који су на Facebook-у видели најаву догађаја, по градовима, је следећи:

- Авала – 79 600, најбројнију публику чиниле су жене од 35-44 године
- Врњачка Бања – 81 800, најбројнију публику чиниле су жене од 35-44 године
- Београд – 272 000, некомплетна статистика због отказивања догађаја

На Twitter-у су догађаји најављени путем промовисаног твита. Резултати су следећи:

- Врњачка Бања - 42,219 импресија
- Авала - 48,842 импресија

- Београд - 14,202 импресија (отказано)

Догађај у Врњачкој Бањи на друштвеним мрежама Facebook и Instagram испраћен је live укључењима са лица места. Уживо укључења из Врњачке Бање на Facebook-у и Instagram-у испратило је укупно 18.300 корисника са укупним бројем импресија од 41.395. Већинску публику чиниле су жене од 35-44 године. Највише корисника који су пратили live укључења било је из Републике Српске, Босне и Херцеговине, Подгорице, Беча... Корисници су се активно укључивали коментаришући позитивно догађања. У live-ovima су учествовале и колеге из локалних туристичких организација.

Током догађаја на Авали на друштвеној мрежи Instagram у реалном времену емитоване су Instagram приче што у видео формату, што као статичне објаве и постигле су укупно 45.513 прегледа. Креирани су и стандардни постови на Facebook-у и Twitter-у са фотографијама са самог догађаја.

4.2.2. Ноћ музеја, Београд 19. мај

Изложба „Пишем ти из Србије“ је осмишљена тако да се кроз „картолине“ (слободно стојећи картони у простору) на маштовит начин представи свет туристичких лепота Србије. Ови призори су позивали посетиоце да се фотографишу и тиме је изложба уклопљена у тему овогодишње кампање „Које моменте ћеш памтити овог лета? # vidisrbiju“. Феноменална природа, богата историја, одлична храна, забавне активности – све су то утисци који су представљени посетиоцима изложбе.

Посетиоци су били позвани да своје фотографије и коментаре поставе на Instagram и тиме освоје награде. Уз кутак за децу за изложбу су биле припремљене тематске оловке и разгледнице које су дељене посетиоцима.

Реакције посетилаца су биле позитивне, а многима је изложба у ТОС-у већ уобичајена „станица“ у оквиру Ноћи музеја.

И ове године се ангажовано приступило промоцији изложбе на друштвеним мрежама. Активности су се одвијале на два начина: први је био промоција самог догађаја кроз оглашавање на друштвеним мрежама, а други кроз активности на друштвеним мрежама у току самог догађаја.

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

Онлине кампања на Facebook -у је спроведена кроз две спонзорисане објаве.

Такође, једна од промотивних активности пре самог догађаја биле су и три објаве путем Instagram story-ја, које је погледало скоро 15,5 хиљада корисника.

Промотивне активности у току самог догађаја:

- 3 twitt-а са фототографијама догађаја, укупан број импресија ових објава био је 6,083
- 6 Instagram story -ја са укупно 22,979 прегледа (view)
- Број фотографија са #pišemtiizsrbiје је 188

Након догађаја су објављена и имена учесника у активацији #pišemtiizsrbiје који су добили ТОС поклон пакете путем Инстаграма.

4.2.3. Београдски манифест, Београд, 25-27. мај

Туристичка организација Србије је у оквиру летње промотивне кампање „Које моменте ћеш памтити овог лета? # vidisrbiju“ учествовала на манифестацији Београдски манифест која је одржана на Београдској тврђави.

Као и већина других учесника, и Туристичка организација Србије се представила у типској брендираној пагоди. Брендинг пагоде је био у духу летње промотивне кампање „Које моменте

ћеш памтити овог лета? # vidisrbiju“. Како се приликом учествовања на Београдском манифесту претходних година показало изузетно атрактивним, и ове године су за посетиоце манифестације биле организоване креативне радионице.

У организацији више удружења која се баве очувањем и неговањем старих и традиционалних српских заната организоване су следеће радионице и презентације: презентација калиграфије - уметности лепог писања, са употребном ћириличног писма; презентација традиционалне вештине израде украсних предмета и сувенира од керамике, који се често могу користити и као сувенири, и презентација старог заната и радионица прављења и осликавања лицидерских колача мотивом ћириличних слова „Србија је љубав“.

У реализацији радионица учествовали су: Национална асоцијација за старе и уметничке занате и домаћу радиност „Наше руке“, „Атеље за израду керамике и афирмацију старих заната Равно“ и „Сувенири Србије“.

На информативном пулту су били дељени промотивни материјали Туристичке организације Србије.

4.2.4. СЕРБИКА – Српска гастрономска авантура, Београд, 23-24. јун

Фестивал СЕРБИКА, под покровитељством Града Београда, Туристичке организације Србије и Привредне коморе Србије, одржан је на Сава Променади.

Циљ фестивала је био да се Београђани, домаћи и страни гости на занимљив и интерактиван начин упознају са гастрономском културом и туристичком понудом Србије.

У оквиру манифестације представили су се произвођачи традиционалних специјалитета и деликатеса, занатске пиваре, ресторани, винске туре, а одржавале су се гастрономске и едукативне радионице са различитим темама прилагођене свим узрастима.

Фестивал је организован у програмским целинама где су се кроз посебно дизајнирану сценографију посетиоци могли упознати са понудом Војводине коју је организовала ТО Војводина, најбољим дунавским аласима кроз дегустације рибљих специјалитета, а за љубитеље деликатеса од меса посебну целину су имали роштиљнице јужне Србије.

Наши познати шефови и мајстори гастрономије Милош Јовановић и Дејан Станковић приредили су гастрономски времеплов „Србија кроз векове“.

Туристичка организација Србије је на свом штанду представила туристичку понуду Србије са посебним акцентом на гастрономију и вински туризам.

4.2.5. Изложба „Активни одмор у Србији“, Београд, 27. септембар - 03. октобар

Изложба „Активни одмор у Србији“, била је постављена 27. септембра у Кнез Михајловој улици, испред Културног центра Београда.

Посетиоци изложбе су имали прилику да кроз изложбу фотографија доживе богату понуду туристичких дестинација за активни одмор. Изложба која промовише активни одмор додатно је допринела анимацији туриста да се опробају у некој од активности или да једноставно открију и посете део Србије.

Авантуристички туризам у свету представља једну од најбрже растућих ниша туристичке индустрије а такав тренд се може видети и у Србији, сваке године све већи број иностраних и домаћих туриста одлучује се на овај вид одмора што додатно говори о потенцијалу авантуристичког туризма.

Србија се као дестинација увелико позиционирала када је овај вид туризма у питању, чему је увелико допринела богата туристичка понуда; очувана природа, локална култура са очуваним обичајима и разноврсна гастрономска понуда.

Изложба “Активан одмор у Србији” у Београду је завршена 03. октобра да би изложбена поставка била представљена и на Међународном сајму туризма у Новом Саду.

Иностранци туристи наводе као мотив активан одмор за посету Србији у 42,8% где посебан нагласак стављају на природне атракције, док 11,9% као мотив наводи спортске активности.

Када су домаћи гости у питању 52% наводи као мотив путовања природне атракције, док 8% наводи спортске активности.

Поред Туристичке организације Србије изложба „Активан одмор у Србији“ организована је уз сарадњу са Туристичком организацијом Београда и локалних туристичких организација.

4.2.6. Изложба „Водено благо Србије“, Београд, 19. новембар 2018 -01. март 2019.

Изложба „Водено благо Србије“ на Сава Променади у Београду дала је могућност да посетиоци шеталишта поред Саве уживају у јединственим пејзажима река и језера наше земље, приказаним на преко 40 фотографија домаћих аутора.

Изложба „Водено благо Србије“ реализована је у сарадњи са Компанијом Belgrade Waterfront, а сви посетиоци Сава Променаде имали су прилику да разгледају најлепше фотографије Дунава, Саве, Нишаве, Дрине, Увца, Газивода, Палића и бројних других природних драгуља.

Порука посетиоцима изложбе је да потраже инспирацију за следеће путовање и упознају се са природним лепотама Србије од којих заостаје дах, и све то, симболично, под отвореним небом крај једне од две велике београдске реке. Ова изложба је подсетник на чињеницу да су водене површине посебно драгоцене за туристичку понуду једне земље, као и на бројна прелепа, а некад и скривена туристичка одређишта са великим потенцијалом.

4.3. ОСТАЛЕ АКТИВНОСТИ

4.3.1. „9. ТУРИСТИЧКИ ФОРУМ СРБИЈЕ“, Палић, Суботица, 9-12. мај

Туристичка организација Србије организовала је од 9-12. маја 2018. године, 9. Туристички форум на Палићу. Домаћин је била Туристичка организација града Суботице.

Кроз серију предавања и примера из праксе представници локалних туристичких организација имали су прилике да се упознају са креирањем, развојем и промоцијом туристичког производа, као и медијском комуникацијом туристичке дестинације.

Први дан Форума у конгресном делу Велике терасе на Палићу организовано је свечано отварање. 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. Нешо Радуловић, директор ГТО Суботица поздравио је све присутне колеге, као и Далибор Секулић, директор хотела „Elite Palić doo“. Испред града Суботице све учеснике форума је поздравио Срђан Самарџић, члан градског већа, а испред АП Војводине Иван Ђоковић, потпредседник Покрајинске владе. Расим Љајић, потпредседник Владе и министар трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије је након анализе постигнутих резултата у сектору туризма и најаве планова у предстојећем периоду званично и отворио 9. Туристички форум Србије.

Након свечаног отварања форума уводно предавање на тему креирања, развоја и промоције туристичког производа одржао је Игор Ковачевић из Туристичке организације Србије.

У уметничком делу програма пре свечаног коктела наступио је Гудачки квартет професора Милоша Николића из Суботице.

Други дан Форума, започео је презентацијама „Формирање и промоција руралног туристичког производа у Србији“, Др Предрага Вуковића са Института за економику пољопривреде и „Кораци у креирању, развоју и пласману туристичког производа“, Др Мирослава Ивановића из Регионалне развојне агенције Златибор. Након предавања одржана је веома интересантна радионица као развити и промовисати три туристичка производа (активни одмор, гастрономија и културно наслеђе).

Трећи дан форума је започео са предавањем „ Медијско представљање и како комуницирати властита тржишта“, Бојана Јелачина из агенције Pristor, Београд, као и презентацијом „Шта данас савременог туристу интересује из угла блогера“, Ане Јелачин, CSi Marketing and Consulting agency. Веома практичну и корисну презентацију за туристичке организације одржала је Олга Балетић из Туристичке организације Србије на тему „Основе медијског оглашавања/Позиције и важност медија у Србији“. Трећи дан форума, што се тиче едукативног дела, завршен је презентацијом „Представљање постојећег Самита планинских центара Централне Европе MoReSCE“, Милана Тулића из Центра за истраживања и студије туризма, Нови Сад.

Спортски такмичења су спроведена на спортским теренима Палића уз професионалну подршку колега из спортског друштва са којима сарађујемо неколико година.

Упознавање са туристичком понудом краја у коме се 9. Туристички форум Србије 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. Град Суботица, као и Палић и Келебија оставили су јак утисак на учеснике форума.

- Укупан број пријављених туристичких организација: 67 (укључујући и Туристичку организацију Републике Српске и Агенцију за промоцију и подршку туризму Републике Македоније)

- Укупан број делегата: 210

- Укупан број новинара: 20

Представници ТОСа дали су велики број изјава за медије.

Домаћин 10. Туристичког форума Србије је ТО Лозница (Бања Ковиљача).

Након одржаног 9. 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.

4.3.2. Истраживање тржишта

4.3.2.1. Истраживање дестинација о летњој туристичкој сезони 2018. године

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 2018. 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 20. До 28 августа и обухватило је следеће туристичке дестинације: Београд, Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Суботица, Копаоник, Златибор, Дивчибаре, Врњачка бања, Сокобања, Пролом бања (ТОО Куршумлија је послала податке за Луковску бању и 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) и Велико Градиште.

Наведене дестинације, мерено оствареним прометом (бројем туриста) у летњим месецима током 2017. године, остварили су преко 63% укупног туристичког промета у Србији, те се може сматрати да су наведена места представљала одговарајући репрезентативни узорак.

Истраживање је обухватило информације о следећим оценама/проценама:

- како се генерално оцењује летња туристичка сезона 2018. (боља, иста, слабија)?
- како се процењује укупан број туриста у односу на летњу сезону у 2017. години
- колико је домаћих, а колико иностраних туриста посетило дестинацију током летње сезоне
- да ли су током летње сезоне дестинацију у већем броју посетили туристи са неких нових ино тржишта (Иран, Индија, Белорусија или нека друга)?
- чиме су туристи били задовољни на дестинацији (шта највише хвале)?
- чиме туристи нису били задовољни (на шта имају највеће замерке)?
- остале чињенице од значаја за летњу туристичку сезону у дестинацији.

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.

4.3.2.2. Истраживање ставова и понашања иностраних туриста у Београду у периоду крај августа/почетак септембра 2018. године

Туристичка организација Србије у сарадњи са истраживачком агенцијом „Про Позитив доо“ у Београду спровела је „Истраживање ставова и понашања иностраних туриста у Београду током краја августа/почетком септембра 2018. године“.

Истраживање је обухватило информације о:

- земљи порекла, пол, старости иностраних туриста који су одмор провели у Београду
- путовању и боравку (организација путовања-преко агенције, самостално и сл., превозно средство, врста смештаја и др.)
- мотивима за одабир Београда као дестинације за одмор
- начину на који су дошли до информација о Београду као изабраној дестинацији за одмор
- додатним услугама које су коришћене изван основних (спорт, спа и велнес, медицински третмани, обилазак културно-историјских споменика, винских подрума и сл.)
- примедбама и сугестијама у вези са туристичком понудом на дестинацији.

Узорак и циљна група:

- јединица посматрања био је инострани туриста (+18) са лицима која са њим путују, бораве и заједнички сnose трошкове путовања и одмора.
- инострани туриста је онај туриста који борави у Београду и чији смештај укључује најмање једно плаћено ноћење у неком угоститељском објекту за смештај (хотел, hostel, собе за издавање и др.)
- анкетом се обухватају искључиво инострани туристи који крајем августа/почетком септембра 2018. године бораве у Београду.
- укупан узорак био је минимум 1.000 попуњених упитника
- истраживање је спроведено у периоду од 22.08.2018. до 20.09.2018. године

Главни циљ овог истраживања био је добијање података о демографско-економским карактеристикама иностраних туриста и карактеристикама њиховог одмора у Београду. Резултати овог истраживања коришћени су ради сагледавања најважнијих карактеристика иностраних туриста који су летњи одмор провели у Србији, а инострани туристи у Београду учествују са више од 50% у укупном броју иностраних туриста у Србији. Такође, резултати наведеног истраживања стављени су на располагање свим заинтересованим представницима туристичке провредне Србије ради планирања одговарајућих промотивних активности.

4.3.3. Активности поводом награде „ТУРИСТИЧКИ ЦВЕТ 2018“

Конкурс за награду Туристички цвет за 2018. годину био је отворен од 27. септембра до 26. октобра 2018. године, и током тог периода локалне туристичке организације, рецептивне туристичке агенције, представници хотелске индустрије, Привредна комора Србије и удружења из области туризма периодично су обавештавани о конкурсима (укупно 3 пута). Оглас за награду Туристички цвет био је објављиван у више штампаних медија („Политика“, „Данас“, „Блиц“) као и током on-line кампање. Конкурс о додели награде Туристички цвет био је промовисан на друштвеним мрежама.

Представници жирија за доделу награде ове године били су: проф. др Слободан Черовић декан Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум - председник жирија и чланови жирија господин др Миодраг Копривица, генерални директор РТВ Војводина, Петар Стефоски, члан Управног одбора Туристичке организације Србије, Љубинко Миленковић, директор Туристичке организације Сокобања, мр Зорица Јованов, руководилац Службе промоције на тржиштима Туристичке организације Србије.

На конкурс су стигле пријаве за 56 кандидата.

Добитници награде Туристички цвет 2018. су:

1. Туристичка организација: Туристичка организација града Новог Сада
 2. Туристичка манифестација: Љубичевске коњичке игре
 3. Рецептивна туристичка агенција: Robinson Adventure Team
 4. Угоститељски објекат за смештај – подкатегорија хотел: Хотел Премијер Аква
 5. Угоститељски објекат за смештај – подкатегорија остали угоститељски објекти за смештај: сеоско туристичко домаћинство Ивањички конаци
 6. Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга: Београдски сајам
 7. Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга: Радован Раичевић
- Специјално признање је добио Проф.др Слободан Унковић, емеритус

Награда Туристички цвет је додељена 11. децембра 2018. године у простору Југословенске кинотеке, установи културе од националног значаја. Значај институције Југословенске кинотеке као и величанствен простор Музеја допринели су успеху доделе награде Туристички цвет 2018. Додељујући награду присуствовало је десет телевизија и петнаест штампаних медија.

4.3.4. 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;
- Субвенције ЛТО, Бела Црква (Туристички форум), Врњачка Бања (Летња туристичка промотивна кампања);
- Координација активности са ЛТО поводом наградне игре одржане на „Play” радију
- Прикупљање информација од ЛТО о новим туристичким садржајима на њиховим дестинацијама;
- Прикупљање информација од ЛТО за припрему брошуре „Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији“;
- Прикупљање информација од ЛТО за ажурирано издање „52 викенда у Србији“;
- Прикупљање информација о пројектима ЛТО;
- Учешће у пројекту Министарства трговине, туризма и телекомуникација и РРА Златибор, на унапређењу транзитног туризма кроз пројектовање одговарајуће туристичке сигнализације, који се налазе у широј гравитационој зони Подриња: Лозница, Мали Зворник, Крупањ, Осећина, Љубовија, Бајна Башта, Прибој и Пријепоље;
- Активно учешће у Радној групи Министарства за државну управу и локалну самоуправу у изради Каталога занимања у туризму;
- Сарадња са Хостелским савезом Србије у циљу да се хостели у Србији (укључујући и омладинске и студентске домове) уносе у постојећу базу података РЗЗС. Активност је била спроведена у сарадњи и са Београдским заводом за статистику и мрежом ЛТО;
- Сарадња са представницима Народне банке Србије у циљу добијања реалније слике о девизном приливу од туризма и усклађивање методологије НБС са методологијом РЗЗС. Наставак сарадње у 2018. остварен је у сталном месечном праћењу остварених резултата девизног прилива;
- Савез организација подводних активности - подршка организацији 20. Светског сениорског првенства у роњењу и брзом пливању;
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима;
- Сарадња са музејима и галеријама на месечном нивоу о актуелним изложбама и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а;
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика у активностима промоције пута културе Трансроманика у Србији;

- Учешће на округлом столу на тему: „Културно наслеђе и урбана култура у оквиру израде Стратегије одрживог и интегралног урбаног развоја у Републици Србији до 2030. године;
- Састанак у Новом Саду са организаторима поводом активности око проглашења Новог Сада за омладинску престоницу Европе 2019;
- Сарадња са Привредном комором Војводине и асистенција у успостављању комуникације са винарима из Србије поводом одласка на сајам вина VINITALY;
- Подршка организацији Новембар вино фест;
- Гостујуће предавање у Средњој економској школи „Јосиф Панчић“ у Панчеву на тему: Промоција туризма Србије;
- Учешће у раду Конференције о могућностима развоја агротуризма одржаној у Високој туристичкој школи у Београду;
- Присуство семинару „Унапређење и развој услуга одрживих видова мобилности“ у оквиру пројекта Transdanube.Pearls 08.05. у Кладову;
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима;
- Учешће у раду одбора ПКС за туризам (посебно групација за манифестациони туризам, сеоски туризам, бањских и климатских места Србије и наутички туризам);
- Учешће у раду Скупштине „Тврђава Голубачки град“ д.о.о.;
- Учешће у раду Скупштине „Лепенски вир“ д.о.о.;
- 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;
- Посета манифестацији „Дани јагода“ Вила Албеда, Варна;
- Подршка пројекту "Serbia's CraftBeat", који је реализовао фотограф Илмар Кокнаев а који је представљен изложбом фотографија у Руском дому;
- Учешће у промоцији новог туристичког програма „Чаробни туристички прстен“;
- Учешће на округлом столу „Сеоски туризам данас“ у организацији Туристичке организације Краљево у селу Рудно на Голији 27-28. Јули 2018;
- Подршка организацији финалног избора MISS TOURISM WORLD FINAL SERBIA
- Сарадња са Одбором за туризам Кајакашког савеза Србије и подршка ТИД регати кроз Србију;
- Учешће на округлом столу „потенцијали предузетништва у сеоском туризму“ у организацији Ин центра у Београду;
- Припрема текста за ЕТС-ов Europe Magazine Wine Heritage;
- Сарадња са ТО Стара Пазова на промоцији туристичко гастрономске манифестације Гастро Срем;
- Посета манифестацији Дани пива у организацији Туристичке организације града Зрењанина и обилазак ТО Жабал уз упознавање са пројектом „Пут меда и сира“;
- Консултативни састанак и посета ТО Ковачица у циљу креирања сувенирске понуде и покретања рада сувенирнице;
- Подршка удружењу Меридијан у припреми и организацији манифестације „Српска трпеца“;
- Подршка удружењу „Чувари огњишта“ у организацији манифестације „Српска трпеца“;
- Радни састанак са представницима удружења туристичких домаћинстава из Словеније у организацији Еколошког друштва из Драгачева;
- Учешће у промотивном обиласку НП „Ђердап“ са посебном промоцијом видиковца Плоче;

- Посета манифестацији „Вурдијада 2018“ у организацији ТО Бабушница;
- Подршка Одсеку за привреду ГО Земун у организацији догађаја „Укуси Земуна“;
- Учешће у припреми предлога пројекта EDEN 2019 „Health and wellbeing tourism“ који је одобрен од стране Савета Европе;
- Подршка Регионалној агенцији за развој источне Србије на подизању видљивости туристичке понуде источне Србије;
- Припрема и достава материјала Амбасади Републике Србије у Руској Федерацији за учешће у Дипломатском базару;
- Сарадња са порталом Агромедиа у припреми информација о стању у агро туризму;
- Сарадња са представницима ЕNEСА на пројекту „South Serbia delicatess basket” ;
- Учешће на седници Групаације за рурални туризам Привредне коморе Србије;
- Посета манифестацији „Манић 2018.“ У Новом Бечеју;
- Учешће на тематском скупу“Салаша и сеоска туристичка домаћинства као значајан сегмент туристичке понуде“ у организацији Привредне коморе Војводине и часописа „Пољопривредник“ из Новог Сада;
- Присуство свечаном обележавању завршетка туристичке године у организацији Туристичке организације Војводине;
- Консултације са Центром за развој Јабланичког и Пчињског округа и представницима ТО Сурдулица на валоризацији потенцијала за бициклички и пешачки туризам на Власинском језеру;
- Прикупљање информација од ЛТО о новим туристичким садржајима на њиховим дестинацијама;
- Прикупљање информација за припрему брошуре „Календар природби“;
- 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 за припрему брошуре „Авантуре духа“;
- Прикупљање информација од ЛТО о посећености споменика културе и новитетима у туристичкој понуди на истим;
- Сарадња ЛТО, ТОС и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Настављен је пројекат праћења туристичког промета у сеоским домаћинствима Србије;
- Сарадња са Министарством иностраних послова и мрежом ДКП која обухвата 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 музејима и галеријама на месечном нивоу о актуелним изложбама и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а;
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика у активностима промоције пута културе Трансроманика у Србији;

- Сарадња са Министарством културе и информисања;
- Учешће у раду Комисије за избор пројеката по Конкурсу из области дигитализације културног наслеђа и савременог стваралаштва за финансирање или суфинансирање пројеката из области имплементације дигиталних мултимедијалних водича за промоцију културног наслеђа у Републици Србији у 2018. године;
- Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу - „Tripple P Tourism“ пројекта за повећање атрактивности туристичких производа региона. Пројекат " Tripple P Tourism " фокусиран је на стварање заједничке понуде производа за подстицање регионалне интеграције у циљу диверсификације туристичке понуде региона;
- Пројекат " Tripple P Tourism " фокусиран је на стварање заједничке понуде производа за подстицање регионалне интеграције у циљу диверсификације туристичке понуде региона. Активности земаља у региону ће бити усмерене на развој заједничких регионалних тематских туристичких рута са акцентом на авантуристичке и историјске културне руте у Југоисточној Европи на основу учешћа 3+ економија. Тема будуће културно туристичке руте би могла бити везана за три цивилизацијска периода: археолошка налазишта и споменици културе из римског и античког периода, споменици културе из Другог светског рада и тврђаве. Комплементарни производи наведених рута су производи авантуристичког туризма на рути „Via Dinarica“. Трасе које обухватају наведену руту, а које пролазе кроз посматране економије Регионалног савета за сарадњу су: „Via Dinarica“, „Peaks of the Balkans“ и „Trans Dinarica“;
- У току активности Регионалног савета за сарадњу у току 2018. године били су одржани састанци у Сарајеву и Београду, као и Инфо дан у Београду на којем су били презентовани услови за конкурисање за финансирање пројеката у оквиру мапираних рута за сваку од економија;
- Учешће на Округлом столу „Стратегија одрживог и интегралног урбаног развоја у Републици Србији до 2030. године“ у организацији Министарства грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре РС 29.03.2018.;
- Учешће на Конференцији / радионици у оквиру пројекта DECRA, програм Ersamus и Савет Европе. Тема конференције /радионице у Пули је била: Фаро конвенција / Валоризација локалног наслеђа (као европског наслеђа) / Повезаност са организаторима путовања. Пула, Хрватска, 17 – 19. 04. 2018. године;
- Учешће на Округлом столу Народног музеја: „Музеј се отворио, шта сад?“ са темом размишљања о савременим начинима презентације културног наслеђа, приступу савременом посетиоцу 17.07.2018.;
- Учешће члана Националног комитета за Унеско програм „Човек и биосфера“ – у току 2018. године одржана је Оснивачка скупштина Националног комитета на којој су постављени основни задаци комитета и планови за наредни период 20.12.2018.;
- Учешће на конференцији Bitco 2018. на Високој туристичкој школи струковних студија у Београду 23.03.2018.;
- Ажурирање текстова за израду нове интернет странице ТОС-а;
- Сарадња и промоција институција културе;
- Учешће у изради плана објава на Facebook-у са конкретним информацијама и фотографијама;
- Припрема информација за реализацију ТВ емисија, интервјуа директора ТОС-а;
- Обезбеђивање текстова и фотографија за мобилну апликацију ТОС-а ;

- Учешће у раду Организационог одбора манифестације Дани европске баштине;
- 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;
- Учешће у активностима Координационог тима за реализацију Пројекта ЕДЕН (инфо дани, инспекција дестинација, организација доделе награде, припрема и реализација брошуре);
- Сарадња са Републичким заводом за заштиту споменика културе, појединачним манастирима и другим институцијама у реализацији снимања више телевизијских екипа ангажованих од стране ТОС-а;
- Потписан протокол о сарадњи са Једриличарским савезом Србије, којим је настављена подршка учешћу репрезентативаца у једрењу на међународним такмичењима;
- Подршка Савезу ронилаца Србије у организацији Светског првенства у пливању перајима и брзинском роњењу од 14.07.-23.07.2018.;
- Подршка Триатлон савезу Србије у организацији 11ТРИ Белграде триатлон трке 23.9.2018.;
- Припрема информација о бициклизму у Србији за прилог у емисији САТ;
- Подршка Савезу атлетских ветерана Србије, за наступ на Балканијади у Цељу 21.09.-23.09.2018;
- Подршка организацији такмичења Светски куп у веслању одржаном у Београду , на Ади Циганлији од 01.06. до 03.06.2018.;
- Потписивање Протокола о сарадњи са Српском скајраинг асоцијацијом. Протокол подразумева заједничке активности на промоцији планина и планинског туризма у Србији. ТОС је подржао планинску трку „Ултра траил Стара планина“;
- Потписивање Протокола о Сарадњи са Савезом извиђача Београда и подршка акцијама које су организовали у Београду;
- Бициклически савез Србије- организација 2 конференције за новинаре, поводом трке Београд-Бањалука и поводом „Трке кроз Србију“;
- Мачевалачки савез Србије- подршка организацији Европског првенства у мачевању, одржаном у Новом Саду од 16.06. до 21.06.2018.;
- Кајакашки савез Србије- подршка организацији Сениорског европског првенства одржаног од 08.06. до 10.06.2018. године у Београду;
- Организација едукативне радионице у сарадњи са Скајраинг асоцијацијом Србије на тему промоције планинског туризма. Радионица је одржана у просторијама ТОС-а, 06.03.2018 године;
- Сарадња са „Hello магазином“ у вези израде посебног издања овог магазина посвећеног активном одмору у Србији. ТОС је дао предлог дестинација и активности на самим дестинацијама и урадио финално читање текстова;
- Прикупљање информација од стране туристичке привреде која се бави организовањем авантуристичког туризма са циљем унапређења производа активног одмора и авантуристичког туризма.;
- Припрема информација и одговора на питања различитих новинских редакција и портала у вези авантуристичког туризма у Србији;
- Подршка одржавању 11. меморијалног међународног турнира „Драгиша Сарић“ у организацији Савеза кошаркашких ветерана Србије;
- Сарадња са фондацијом WWF Adria на промоцији нових програма посматрања животиња у Националном парку „Тара“;

- Припрема брошуре „Авантуре духа“ о културно-историјском наслеђу Србије;
- Учешће директора ТОС-а у раду Комисије за утврђивање предлога о стављању на располагање средстава за пројекте развоја туризма у складу са Програмом распореда и коришћења субвенција, трансфера и дотација намењених за пројекте развоја туризма у 2019. години;
- Учешће директора ТОС-а у раду Националног савета за развој туризма Републике Србије;
- Учешће представника ТОС-а, приликом израде Нацрта Закона о туризму;
- ТОС је у сарадњи са агенцијом Danube Tourist Consulting (DTC) организовао 23. међународну конференцију о Дунаву и туризму под слоганом „Београд – традиција са визијом“, Београд, хотел Crowne Plaza, 3-5. децембар;
- ТОС је оформио Радну групу за израду Стратегијског маркетинг плана туризма Републике Србије и организовао састанке.

4.4. ПОСЕБНЕ ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ И ДОГАЂАЈИ КОЈИМА СУ ПРИСУСТВОВАЛИ ПРЕДСТАВНИЦИ ТОС

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.
- Субвенције ЛТО, Бела Црква(Туристички форум), Врњачка Бања (Летња туристичка промотивна кампања).
- Координација активности са ЛТО поводом наградне игре одржане на „Play” радију.
- Прикупљање информација од ЛТО о новим туристичким садржајима на њиховим дестинацијама.
- Прикупљање информација од ЛТО за припрему брошуре „Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији“.
- Прикупљање информација од ЛТО за ажурирано издање „52 викенда у Србији“
- Прикупљање информација о пројектима ЛТО.
- Учешће у пројекту Министарства трговине, туризма и телекомуникација и РРА Златибор, на унапређењу транзитног туризма кроз пројектовање одговарајуће туристичке сигнализације, који се налазе у широј гравитационој зони Подриња: Лозница, Мали Зворник, Крупањ, Осећина, Љубовија, Бајна Башта, Прибој и Пријепоље.

- Активно учешће у Радној групи Министарства за државну управу и локалну самоуправу у изради Каталога занимања у туризму.
- Сарадња са Хостелским савезом Србије у циљу да се хостели у Србији (укључујући и омладинске и студентске домове) уносе у постојећу базу података РЗЗС. Активност је била спроведена у сарадњи и са Београдским заводом за статистику и мрежом ЛТО.
- Сарадња са представницима Народне банке Србије у циљу добијања реалније слике о девизном приливу од туризма и усклађивање методологије НБС са методологијом РЗЗС. Наставак сарадње у 2018. остварен је у сталном месечном праћењу остварених резултата девизног прилива.
- Савез организација подводних активности- подршка организацији 20. Светског сениорског првенства у рођењу и брзом пливању.
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије, поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима.
- Сарадња са музејима и галеријама на месечном нивоу о актуелним изложбама и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а.
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика у активностима промоције пута културе Трансроманика у Србији.
- Учешће на округлом столу на тему: „Културно наслеђе и урбана култура у оквиру израде Стратегије одрживог и интегралног урбаног развоја у Републици Србији до 2030. године.
- Састанак у Новом Саду са организаторима поводом активности око проглашења Новог Сада за омладинску престоницу Европе 2019.
- Сарадња са Привредном комором Војводине и асистенција у успостављању комуникације са винарима из Србије поводом одласка на сајам вина VINITALY.
- Подршка организацији Новембар вино фест.
- Гостујуће предавање у Средњој економској школи „Јосиф Панчић“ у Панчеву на тему: Промоција туризма Србије.
- Учешће у раду Конференције о могућностима развоја агротуризма одржаној у Високој туристичкој школи у Београду.
- Присуство семинару „Унапређење и развој услуга одрживих видова мобилности“ у оквиру пројекта Transdanube.Pearls 08.05. у Кладову.
- Сарадња са Једриличарским савезом Србије поводом њиховог учешћа на међународним такмичењима.
- Учешће у раду одбора ПКС за туризам (посебно групација за манифестациони туризам, сеоски туризам, бањских и климатских места Србије и наутички туризам).
- Учешће у раду Скупштине „Тврђава Голубачки град“ д.о.о.
- Учешће у раду Скупштине „Лепенски вир“ д.о.о
- 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.
- Посета манифестацији „Дани јагода“ Вила Албедо, Варна.
- Подршка пројекту "Serbia's CraftBeat", који је реализовао фотограф Илмар Кокнаев а који је представљен изложбом фотографија у Руском дому.
- Учешће у промоцији новог туристичког програма „Чаробни туристички прстен“.
- Учешће на округлом столу „Сеоски туризам данас“ у организацији Туристичке организације Краљево у селу Рудно на Голији 27-28. Јули 2018.
- Подршка организацији финалног избора MISS TOURISM WORLD FINAL SERBIA .

- Сарадња са Одбором за туризам Кајакашког савеза Србије и подршка ТИД регати кроз Србију.
- Учешће на округлом столу „потенцијали предузетништва у сеоском туризму“ у организацији Ин центра у Београду.
- Припрема текста за ЕТС-ов Europe Magazine Wine Heritage.
- Сарадња са ТО Стара Пазова на промоцији туристичко гастрономске манифестације Гастро Срем.
- Посета манифестацији Дани пива у организацији Туристичке организације града Зрењанина и обилазак ТО Жабал уз упознавање са пројектом „Пут меда и сира“.
- Консултативни састанак и посета ТО Ковачица у циљу креирања сувенирске понуде и покретања рада сувенирнице.
- Подршка удружењу Меридијан у припреми и организацији манифестације „Српска трпеза2“.
- Подршка удружењу „Чувари огњишта“ у организацији манифестације „Српска трпеза“.
- Радни састанак са представницима удружења туристичких домаћинстава из Словеније у организацији Еколошког друштва из Драгачева.
- Учешће у промотивном обиласку НП „Ђердап“ са посебном промоцијом видиковца Плоче.
- Посета манифестацији „Вурдијада 2018“ у организацији ТО Бабушница.
- Подршка Одсеку за привреду ГО Земун у организацији догађаја „Укуси Земуна“.
- Учешће у припреми предлога пројекта EDEN 2019 „Health and wellbeang tourism“ који је одобрен од стране Савета Европе.
- Подршка Регионалној агенцији за развој источне Србије на подизању видљивости туристичке понуде источне србије.
- Припрема и достава материјала Амбасади Републике Србије у Руској Федерацији за учешће у Дипломатском базару.
- Сарадња са порталом Агромедиа у припреми информација о стању у агро туризму.
- Сарадња са представницима ENECA на пројекту „South Serbia delicates basket“.
- Учешће на седници Групације за рурални туризам Привредне коморе Србије.
- Посета манифестацији „Манић 2018.“ У Новом Бечеју.
- Учешће на тематском скупу“Салаша и сеоска туристичка домаћинства као значајан сегмент туристичке понуде“ у организацији Привредне коморе Војводине и часописа „Пољопривредник“ из Новог Сада.
- Присуство свечаном обележавању завршетка туристичке године у организацији Туристичке организације Војводине.
- Консултације са Центром за развој Јабланичког и Пчињског округа и представницима ТО Сурдулица на валоризацији потенцијала за бициклически и пешачки туризам на Власинском језеру.
- 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 за припрему брошуре „Авантуре духа“.

- Прикупљање информација од ЛТО о посећености споменика културе и новитетима у туристичкој понуди на истим.
- Сарадња ЛТО, ТОС и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Настављен је пројекат праћења туристичког промета у сеоским домаћинствима Србије.
- Сарадња са Министарством иностраних послова и мрежом ДКП која обухвата 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 музејима и галеријама на месечном нивоу о актуелним изложбама и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а.
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика у активностима промоције пута културе Трансроманика у Србији.
- Сарадња са Министарством културе и информисања.
- Учешће у раду Комисије за избор пројеката по Конкурсу из области дигитализације културног наслеђа и савременог стваралаштва за финансирање или суфинансирање пројеката из области имплементације дигиталних мултимедијалних водича за промоцију културног наслеђа у Републици Србији у 2018. године.
- Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу - „Tripple P Tourism“ пројекта за повећање атрактивности туристичких производа региона. Пројекат " Tripple P Tourism " фокусиран је на стварање заједничке понуде производа за подстицање регионалне интеграције у циљу диверсификације туристичке понуде региона. Пројекат " Tripple P Tourism " фокусиран је на стварање заједничке понуде производа за подстицање регионалне интеграције у циљу диверсификације туристичке понуде региона. Активности земаља у региону ће бити усмерене на развој заједничких регионалних, тематских, туристичких рута са акцентом на авантуристичке и историјске културне руте у Југоисточној Европи на основу учешћа 3+ економија. Тема будуће културно туристичке руте би могла бити везана за три цивилизацијска периода: археолошка налазишта и споменици културе из римског и античког периода, споменици културе из Другог светског рада и тврђаве. Комплементарни производи наведених рута су производи авантуристичког туризма на рути „Via Dinarica“. Трасе које обухватају наведену руту, а које пролазе кроз посматране економије Регионалног савета за сарадњу су: „Via Dinarica“, „Peaks of the Balkans“ и „Trans Dinarica“. У току активности Регионалног савета за сарадњу у току 2018. године били су одржани састанци у Сарајеву и Београду, као и Инфо дан у Београду на којем су били презентовани услови за конкурисање за финансирање пројеката у оквиру мапираних рута за сваку од економија;
- Учешће на Округлом столу „Стратегија одрживог и интегралног урбаног развоја у Републици Србији до 2030. године“ у организацији Министарства грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре РС 29.03.2018.
- Учешће на Конференцији / радионици у оквиру пројекта DECRA, програм Ersamus и Савет Европе. Тема конференције /радионице у Пули је била: Фаро конвенција /

Валоризација локалног наслеђа (као европског наслеђа) / Повезаност са организаторима путовања. Пула, Хрватска, 17 – 19. 04. 2018. године.

- Учешће на Округлом столу Народног музеја: „Музеј се отворио, шта сад?“ са темом размишљања о савременим начинима презентације културног наслеђа, приступу савременом посетиоцу 17.07.2018.
- Учешће члана Националног комитета за Унеско програм „Човек и биосфера“ – у току 2018. године одржана је Оснивачка скупштина Националног комитета на којој су постављени основни задаци комитета и планови за наредни период 20.12.2018.
- Учешће на конференцији Bitco 2018. на Високој туристичкој школи струковних студија у Београду 23.03.2018.
- Ажурирање текстова за израду нове интернет странице ТОС-а.
- Сарадња и промоција институција културе .
- Учешће у изради плана објава на Facebook-у са конкретним информацијама и фотографијама.
- Припрема информација за реализацију ТВ емисија, интервјуа директора ТОС-а.
- обезбеђивање текстова и фотографија за мобилну апликацију ТОС-а .
- Учешће у раду Организационог одбора манифестације Дани европске баштине.
- 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.
- Учешће у активностима Координационог тима за реализацију Пројекта ЕДЕН (инфо дани, инспекција дестинација, организација доделе награде, припрема и реализација брошуре).
- Сарадња са Републичким заводом за заштиту споменика културе, појединачним манастирима и другим институцијама у реализацији снимања више телевизијских екипа ангажованих од стране ТОС-а.
- Потписан протокол о сарадњи са Једриличарским савезом Србије којим је настављена подршка учешћу репрезентативаца у једрењу на међународним такмичењима.
- Подршка Савезу ронилаца Србије у организацији Светског првенства у пливању перајима и брзинском роњењу. 14.07.-23.07.2018.
- Подршка Триатлон савезу Србије у организацији 11ТРИ Белграде триатлон трке 23.9.2018.
- Припрема информација о бициклизму у Србији за прилог у емисији САТ.
- Подршка Савезу атлетских ветерана Србије за наступ на Балканијади у Цељу 21.09.-23.09.2018.
- Подршка организацији такмичења Светски куп у веслању одржаном у Београду , на Ади Циганлији од 01.06. до 03.06.2018 године.
- Потписивање Протокола о сарадњи са Српском скајраинг асоцијацијом. Протокол подразумева заједничке активности на промоцији планина и планинског туризма у Србији. ТОС је подржао планинску трку „Ултра траил Стара планина“.
- Потписивање Протокола о Сарадњи са Савезом извиђача Београда и подршка акцијама које су организовали у Београду.
- Бициклически савез Србије- организација 2 конференције за новинаре, поводом трке Београд-Бањалука и поводом „Трке кроз Србију“.
- Мачевалачки савез Србије- подршка организацији Европског првенства у мачевању, одржаном у Новом Саду од 16.06. до 21.06.2018.

- Кајакашки савез Србије- подршка организацији Сениорског европског првенства одржаног од 08.06. до 10.06.2018. године у Београду.
- Организација едукативне радионице у сарадњи са Скајранинг асоцијацијом Србије на тему промоције планинског туризма. Радионица је одржана у просторијама ТОС-а, 06.03.2018 године.
- Сарадња са „Hello магазином“ у вези израде посебног издања овог магазина посвећеног активном одмору у Србији. ТОС је дао предлог дестинација и активности на самим дестинацијама и урадио финално читање текстова.
- Прикупљање информација од стране туристичке привреде која се бави организовањем авантуристичког туризма са циљем унапређења производа активног одмора и авантуристичког туризма.
- Припрема информација и одговора на питања различитих новинских редакција и портала у вези авантуристичког туризма у Србији.
- Подршка одржавању 11. меморијалног међународног турнира „Драгиша Сарић“ у организацији Савеза кошаркашких ветерана Србије.
- Сарадња са фондацијом WWF Adria на промоцији нових програма посматрања животиња у Националном парку „Тара“.
- Припрема брошуре „Авантуре духа“ о културно-историјском наслеђу Србије.
- Присуство свечаној академији поводом прославе јубилеја 125 година организованог туризма на Златибору, 20. август 2018.
- Учешће директора ТОС-а на конференцији Adria Media Group у хотелу Crowne Plaza, 26. септембар
- Учешће директора ТОС-а на 5. састанку Заједничког консултативног одбора у Нишу, 17. октобар 2018.
- Учешће директора ТОС-а на Међународном конгресу Хотел План у Високој хотелијерској школи, 2. новембар 2018.
- Учешће директора ТОС-а на панелу „Bed, breakfast and much more: Perspektive razvoja turizma u 2019.“ у оквиру конференције „The Economist – Svet u 2019.“, Дом Народне скупштине, 13. децембар 2018.

5. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ

5.1. Учешће у пројектима

ТОС је током 2018. године започео спровођење ЕДЕН пројекта GRO-SME-17-C-095 – EDEN 2017 – Promotion, који има за циљ промоцију до сада изабраних ЕДЕН дестинација. У овом издању ЕДЕН пројекта Србија учествује по први пут, чиме се врши додатна промоција изабраних дестинација, јача свест о самом ЕДЕН бренду и афирмише одрживи развој туристичких дестинација. Пројекат званично треба да траје од 1. септембра 2018. закључно са 31. јануаром 2020. године. У 2018. години обављен је низ консултативних састанака и припремљен је концепт реализације. Главни део активности биће спроведен током 2019. године, и оне обухватају: промотивне активности на Међународном сајму туризма у Београду, учешће на по једном регионалном сајму туризма за ЕДЕН победничке дестинације у Србији (Књажевац, Пирот и Нови Пазар), организацију састанка ЕДЕН мреже Србије и тура упознавања за медије/агенције, развој посебне ЕДЕН Србија интернет презентације, израду промотивних

материјала (брошура, сувенира и пратећег материјала), промоцију ЕДЕН дестинација у класичним медијима и на друштвеним мрежама, организовање радионице са локалним туристичким организацијама и туристичком привредом у циљу прављења и промоције тематских програма на ЕДЕН дестинацијама у Србији. Укупна максимална вредност средстава која по основу овог пројекта могу да се добију од Европске комисије је 29.000 евра, а у спровођењу учествује укупно 12 земаља чланица и кандидата за чланство у ЕУ.

Европска комисија, тј. Извршна агенција за мала и средња предузећа (EASME) расписала је 16. јула 2018. позив за достављање предлога пројекта за GRO/SME/18/C/065 – EDEN 2018 – Selection, тј. за организацију националног избора за „Изузетне дестинације Европе“ на тему „здравствени и велнес туризам“/„health and well-being tourism“. Предлог је благовремено поднет и, након евалуације од стране администрације у Бриселу, одобрен 26. новембра 2018. По потписивању споразума о додели гранта у првом кварталу 2019, очекивани почетак пројектних активности је 1. април 2019. године. Максимална вредност средстава која по основу овог пројекта могу да се добију од Европске комисије је 26.000 евра, а у спровођењу ће учествовати укупно 16 земаља чланица и кандидата за чланство у ЕУ.

6. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНОМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

У 2018. години Служба за промоцију је на иностраном тржишту имала укупно следеће активности:

- Број сајмова на којима је ТОС био носилац наступа: 13
- Број сајмова на којима је ТОС био учесник на штанду: 10
- Број сајмова које су представници ТОС-а посетили: 3
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 25
- Број новинара у студијској посети: 94
- Број ТВ екипа у студијској посети: 5
- Број блогера у студијској посети: 48
- Број организатора путовања у студијској посети: 66

I Велика Британија и Ирска

1. Сајмови и презентације

1.1. Destinations, Лондон, 01-04. фебруар

Сајам Destinations представља један од највећих сајмова туризма у Великој Британији намењен широкој публици, са више од 50.000 посетилаца и забележеним растом од 11% ове године. 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, који имају на располагању високе буџете за путовања. Заинтересовани су, на првом месту, за обилазак градова и за културно наслеђе – ово су два главна мотива путовања, а Европа је још увек дестинација број један.

ТОС је на сајму Destinations представио туристичку понуду Србије, посебно оне туристичке дестинације и производе који привлаче највећи број британских туриста.

На штанду Србије (12м²), поред ТОС-а, своју понуду је представила и Туристичка организација Новог Сада.

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. Састанци су такође одржани и са представницима следећих медија: Wanderlust Magazine, National Geographic, Bradt Travel Guides, TTG Insights, Sidetracked, Travel Channel, Globetrotter TV/SKY, Outdoor Plus, JC Decaux, Great Rail Journeys, као и са блогерима.

Штанд ТОС-а је посетила отправник послова у Амбасади Републике Србије у Лондону.

1.2. World Travel Market (WTM), Лондон, 05 - 07. новембар

За потребе представљања туризма Србије, ТОС је закупио изложбени простор величине 94,5м². 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, Европској престоници младих 2019 и топ десет дестинацији за 2019. у избору водича Lonely Planet, активни одмор у природи - скијање, и култура – манастир Студеница. 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 спотови и вињете ТОС-а који су се током ове године емитовали на глобалним ТВ мрежама.

Поред Туристичке организације Србије, на штанду туризма Србије представиле су се туристичке организације Београда, Војводине и Новог Сада, организатори путовања из Србије Fogg Travel Club, Serbian Tour Operator и Omniturs, смештајни објекти Хотел Life Design, МК Resorts Копаноник, Prezident хотели и хотел Falkensteiner као добитник Туристичког цвета, као и Air Serbia.

Представљање Србије на овом сајму пратили су и представници медија из Србије, и то екипа РТС- Информативни програм и новинарка Вечерњих новости и добитник Туристичког цвета.

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 2019. години, састанке са новинарима 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: Eurosport, TV France 24 и Selling Travel.

Чланци о Србији и ТОС-у објављени су у дневном издању В2В магазина TTG 06. новембра, а огласи на пола стране у дневним издањима TTG 05. и 06. новембра.

2. Студијска путовања

2.1. Фотограф, National Geographic, 03-06. март

Фотограф David Tett је боравио у Београду како би направио фотографије потребне за чланак у National Geographic, што је резултат индивидуалне посете новинарке у 2017. години.

2.2. Новинар за Mail on Sunday, 23-26. април

Новинар Martin Dunford је један од аутора водича Rough Guides с почетка деведесетих година прошлог века. Тема ове посете је упознавање са новинама у понуди и развојем туризма у међувремену. Посетио је Београд и Нови Сад.

2.3. ТВ екипа Globetrotter из Велике Британије, 27. април – 12. мај

Трочлана ТВ екипа у претњи ангажованог ПР-а из Велике Британије посетила је локалитете широм Србије са циљем снимања документарног серијала о туризму Србије који ће се емитовати на каналима британске SKY TV. Програм ће обухватати шест епизода о туризму Србије, уз емитовање промотивног спота од 30 секунди такође у продукцији Globetrotter. Део програма реализован је у сарадњи са локалним туристичким организацијама.

2.4. Организатор путовања Regent Holidays из Велике Британије, у сарадњи са агенцијом Rapasotr, 28. април - 04. мај

Посета је реализована у сарадњи са агенцијом Rapasotr. Овај организатор путовања већ дуги низ година има Србију у својим програмима, а циљ ове посете је био упознавање са новинама у понуди и проширење понуде туристичких аранжмана за провођење одмора у Србији.

2.5. Новинар и фоторепортер, за Telegraph и Independent, 23-29. мај

Циљ посете је објављивање текстова о Београду и новим хотелима у Београду у британским дневним новинама Telegraph и Independent. Реализовано у сарадњи са Туристичком организацијом Београда.

2.6. Студијска посета групе новинара, 10-16. јул

Тема посете је био музички фестивал EXIT у Новом Саду, уз упознавање са туристичком понудом Београда, Фрушке Горе, Сремских Карловаца, Новог Сада. У посети су били новинари који пишу за следеће медије: East Anglian Daily Press, Manchester Evening News, Liverpool Echo, Newcastle Chronicle, Evening Express, Irish News – икупно 4 новинара, два предсатвника (редитељ и сниматељ) продукцијске куће Globetrotter који су снимали полусатни програм о фестивалу за SKY TV, и предсатвник ПР агенције.

2.7. Студијска посета групе новинара, 05-09. септембар

У студијској посети је било седам новинара и представник ПР агенције. Новинари пишу за следеће медије: The People, Trinity, Daily Records, Yorkshire Post, Scottish Sun, Chukker Magazine, BBC radio, Sunday World Ireland, Irish Mail, Sunday Business Post, Sunday Independent. Програм посете обухватао је Београд и Нови Сад.

3. Оглашавања и промотивне кампање

3.1. Оглашавање у специјализованом B2B туристичком магазину Selling Travel, март

Оглашавање у оквиру чланка о туристичкој понуди Србије.

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

Оглашавање у оквиру чланка о туристичкој понуди земаља Балкана, 27. април

3.3. Два бесплатна огласа у дигиталном издању TTG WTM Insights, март и јун

3.4. Оглашавање у специјализованом туристичком магазину TTG (Travel Trade Gazette), у два издања дневних специјала повезаних са сајмом WTM, 05. и 06. новембар

4. Прес клипинг

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

5. Остале активности

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

II Бенелукс

1. Сајмови и презентације

1.1. Fiets en Wandelbeurs, Гент, Белгија, 10-11. фебруар

Туристичка организација Србије (ТОС) наступила на специјализованом сајму Fiets en Wandelbeurs у оквиру штанда Дунавског центра за Компетенцију (DCC) величине 6м².

Сајам Fiets en Wandelbeurs је специјализован за бициклизам и пешачење, намењен љубитељима активног одмора који су веома бројни и земљама Бенелукса. На сајму је било 427 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 15.528.

Поред ТОС-а на штанду DCC -а представила се и Туристичка организација Братиславе.

Представљена је бицикличка рута Euro Velo 6, а посебно делови ове руте кроз Србију, као и 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, тематским брошурама везаним за Дунав, постојећим апликацијама, GPS координатама и слично.

Штанд је посетила представница амбасаде Републике Србије у Белгији.

1.2. Fiets en Wandelbeurs, Утрехт, Холандија, 02-04. март

Туристичка организација Србије (ТОС) наступила на специјализованом сајму Fiets en Wandelbeurs у оквиру штанда Дунавског центра за Компетенцију (DCC) величине 6м².

Сајам Fiets en Wandelbeurs је специјализован за бициклизам и пешачење, намењен љубитељима активног одмора који су веома бројни и земљама Бенелукса. На сајму је било 507 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 22.804. Ове године је по први пут трајање сајма продужено за један дан.

Поред ТОС-а на штанду DCC -а представила се и Туристичка организација Братиславе, као и специјализована агенција из Србије iVike Belgrade.

Интересовање публике било је велико пре свега за дунавску бицикличку руту Euro Velo 6 Већина заинтересованих посетилаца прошла је већ неке деонице ове руте, посебно у горњем току, те је ово била прилика да им се предложи делови руте кроз Србију, као и стазе за планински бициклизам и пешачење широм земље.

Штанд је посетила Први секретар амбасаде Републике Србије у Холандији.

2. Студијска путовања

2.1. Студијско путовање групе новинара из Холандије, Белгије и Француске, 11-13. јул

У сарадњи са Exit-ом, у периоду одржавања овог музичког фестивала организован је боравак и разгледање Београда за представнике медија из Холандије, Белгије и Француске.

У посети Београду били су представници холандског медија Reisholger (Martijn Huizer, Mirte Voorend), белгијског медија Humo (Simon De Graef, Michiel Geluykens) и француског медија Yonder (Mathieu Belay).

У оквиру боравка, за представнике холандског медија организовано је додатно и разгледање града на бициклима. Наведени медији ће осим чланака о Exit-у, направити чланке и о Београду, његовој културно-историјској понуди, могућностима за активан одмор и забаву, о гастрономској понуди.

2.2. Студијско путовање новинара из Белгије, 17-21. август

Туристичка организација Србије (ТОС), организовала је студијску посету за новинаре белгијских медија Пасар и Ас. У циљу промоције туристичких потенцијала Србије као атрактивне туристичке дестинације, новинари су се упознали са културно историјским знаменитостима, сакралним и архитектонским наслеђем као и гастрономском понудом Београда. Током боравка медијима су представљени Београдска тврђава и парк Калемегдан, Скадарлија, Дорћол, Косанчићев венац, Земун, Савамала, храм Св.Саве, Музеј савремене уметности, Музеј Николе Тесле. Такође, уприличени су разговори са представницима гастрономске и бициклическе понуде, дизајнером и кустосом музеја.

Месечни магазин Пасар је референтни часопис за оне који воле путовања и баве се пешачењем, бициклизмом и камповањем. Из тог разлога у класичан туристички програм је укључено и разгледање града бициклом као и боравак на Ади Циганлији.

AS Magazine је квартални магазин, који читаоцима представља град из угла странца који живи у Београду и дистрибуира се на неколика језика, између осталог и холандском и француском.

III Француска

1. Сајмови и презентације

1.1. Промотивни догађај у хотелу Mama Shelter, Париз, Француска, 24. мај

У хотелу Mama Shelter у Паризу организован је промотивни догађај намењен француским новинарима и организаторима путовања.

У првом делу догађаја на rooftop-у овог хотела (најбољег rooftop-а у Паризу за 2017. годину, према избору часописа Vogue) организовани су B2B сусрети домаћих рецептивних агенција (6 агенција из Србије) и представника националне авио-компаније Air Serbia са француским организаторима путовања. Француски новинари су за то време имали прилику да посматрају уживо перформанс осликавања street art техником познате београдске уметнице TkV.

У другом делу, у сали за састанке хотела, након презентације представника ТОС-а о потенцијалима Србије као дестинације од интереса за француске туристе, чувени архитекта и дизајнер ентеријера г. Amor Jalil, који је дизајнирао и београдски Mama Shelter, је говорио о томе како га је Београд као град инспирисао у раду, а присутнима се на крају обратио и директор за продају и дистрибуцију хотела Mama Shelter, г. Henri-François Tiberi. Француска група бутик хотела Mama Shelter (део Асог групе) је отварањем хотела у Београду, нашу престоницу као прву у низу у Европи, ван Француске, придружила групи дестинација на којима послује (Париз, Марсеј, Бордо, Лион, Лос Анђелес, Рио де Жанеиро).

У сали је приређена изложба фотографија уличне уметности Београда, одабраних из књиге "Street art Belgrade" аутора Александра Ђорђевића (преведене на француски језик), као и краћи наступ познатог српског музичара, композитора, певача и мулти-инструменталисте Слободана

Тркуље. На екранима су емитовани ТОС-ови промотивни видео спотови. Коктел који је након тога уследио био је прилика за наставак разговора са представницима медија и организаторима путовања.

Присутни организатори путовања били су: Amslav, Step Travel, Bemextours, Parfums du Monde, Clio, Prodintour.

Присутни медији били су: Le Monde, Biba, Le Figaro, The Good life, Ateliers d'Art, Femme Magazine, Maison Creative, La Semaine de l'Île de France, Men's Up TV, Oui.sncf, Konbini.fr, блогери: mademoisellebonplan.fr, allaroundthegirl.com.

Главну награду – викенд у Београду, коју су обезбедили Air Serbia и хотел Mama Shelter, освојио је туроператер Clio.

2. Студијска путовања

2.1. Посета француског новинара Le Monde-а Београду, 01-05. март

Новинар француског дневног листа Le Monde (2,7 милиона читалаца, 100 милиона месечних прегледа електронског издања) боравио је у студијској посети Београду у циљу објављивања туристичке репортаже о главном граду под називом „48 сати у Београду“. Чланак је објављен у марту месецу.

2.2. Француски блогер Bien voyager, 03-07. септембар

Француски блогер специјализован за активни одмор у природи упознао се са атракцијама Западне Србије (НП Тара, Златибор, Мокра Гора, Увац, Злакуса, Сирогојно, рафтинг Дрином), као и са туристичком понудом Београда.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. Дигитална кампања на порталу France.tv, 21. јун – 14. август

Од 21. јуна почело је емитовање видео спота ТОС-а у продукцији Travel Channel-а у pre-roll формату на интернет сајту France.tv (28,1 милиона јединствених посетилаца месечно). Закључно са 14. августом спот је емитован 24.352 пута на РС уређајима (CTR је био: 3,88) и 226.072 пута на мобилним уређајима (CTR је био: 1,63). Кампања је циљала појединце заинтересоване за путовања и особе које, према подацима о посетиоцима France.tv, често путују.

4. Остале активности

ТОС-ова Facebook страна на француском језику броји на крају јуна 2018. године 8.320 пратилаца. У просеку су објављивана 2-3 поста недељно.

IV Словенија, Хрватска, Црна Гора и БиХ и Северна Македонија

1. Словенија

1. Сајмови и презентације

1.1. Промоција туристичке понуде Србије у Љубљани, 10. јун

У склопу летње регионалне кампање, Туристичка организација Србије представила је туристичку понуду Србије у оквиру манифестације „Чаробни дан“. Манифестација је организована у парку Тиволи и представља највећи породични догађај у Словенији који је ове године посетило више од 10.000 људи. Током манифестације породице су могле да прате и учествују у занимљивим креативним едукативним и спортским, радионицама осмишљеним за децу и родитеље.

Акцент представљања Туристичке организације Србије био је на породичном туризму, а поред ТОС-а учесници су били и Туристичка организација Војводине, Туристичка организација Београда, Viminacium Adventure и Природњачки центар Свилајнац. Организоване су и две радионице за децу: израда предмета од керамике и осликавање цртежа са дестинацијама из Србије.

У званичном делу програма, на централној бини, наступила је група Луна.

Одржани су следећи састанци:

- Удружење „Маме Bloggerke“ на тему студијског путовања у Србију које би се реализовало за 3-4 породице крајем августа
- Медијска кућа „TS Media“ која послује у оквиру Телекома Словенија, а имају најчитанији портал www.siol.net, да делегирају новинара за студијско путовање
- MGM Media optima о организовању два студијска путовања за новинаре из Хрватске и Словеније

Изјава је дата за ТВ Пинк-емисија „Жикина шареница“.

1.2. Сајам привреде МОС, Цеље, 11-16. септембар

Сајам је ове године одржан 51. пут и то у 13 хала. Био је подељен у пет области: МОС Дом – изградња и рестаурација кућа, МОС Тур – кампинг, караванинг, туризам и гастрономија; МОС Техника и материјали за занатство и индустрију, МОС Биз – пословне услуге и пословне могућности у иностранству, МОС Плус – роба широке потрошње. На Сајму су учествовала 1.417 излагача из 32 земље, а према подацима организатора за 6 дана било је 100.000 посетилаца.

Туристичка организација Србије се први пут представила на овом Сајму, на ком је Република Србија била земља партнер. Министарство трговине, туризма и телекомуникација је било носилац пројекта, док је Привредна комора Србије била задужена за организацију наступа излагача и анимирање привредних субјеката да учествују на Сајму.

Туристичка организација Србије, након званичног отварања, на коме је говорио Потпредседник Владе Републике Србије, министар трговине, туризма и телекомуникација, организовала је коктел и наступ културно – уметничког друштва на штанду.

Висока делегација на челу са Председником Републике Словеније посетила је павиљон Србије. Српско хуманитарно културно друштво „Десанка Максимовић“ из Цеља и Културно уметничко друштво „Свети Сава“ из Бања Луке играма из Србије пренели су званичницима и гостима део српске културе и традиције.

У суботу 15. септембра ТОС је организовао „Туристички дан“, где су поред наступа наведених културних друштава своју понуду представиле туристичке организације Златибора и Крагујевца. Национална асоцијација „Наше руке“ посетиоцима Сајма одржала је презентацију традиционалних заната – ткање, опанчарство, калиграфија и дуборез. Организована је и наградна игра где су додељене три награде: продужени викенди у Београду, Крагујевцу и на Златибору.

Изјаве су дате за РТВ Словенија и дневне новине Вечер.

Сајам се може оценити као веома добар и то са аспекта и броја посетилаца и заинтересованости публике за Србију као туристичку дестинацију. На основу разговора са посетиоцима може се закључити да туристи из Словеније све више у Србију долазе индивидуално.

2. Студијска путовања

2.1. Група новинара из Словеније, Хрватске, Босне и Херцеговине и Црне Горе, 13-16. април

Студијско организовано је у сарадњи са туристичком агенцијом „Тара турс“. Путовање је реализовано према следећем програму: долазак у Бајину Башту, обилазак дестилерије ББ Клека, обилазак Дрвенграда, вожња Шарганском осмицом до Вишеграда, вожња бродом од Вишеграда до Перућца.

На студијском путовању били су представници медија из Хрватске: Нова ТВ, 24 сата, Јутарњи и Hanzamedia; из Словеније: Дело, Media24.si, Adria media; из Црне Горе: ТВ Вијести; из Босне и Херцеговине: Пинк БиХ.

2.2. Удружење „Маме блогерке“ из Словеније, 15-20. август

Удружење „Маме блогерке“ из Словеније представља веома значајан портал који својим саветима у сфери породичног живота помаже и приликом препорука за одмор. Током путовања у оквиру понуде породичног туризма гости су посетили: Природњачки центар Свилајнац, Тополу, Крагујевац и Београд.

Приликом обиласка Опленца организована је посета Маузолеју српске краљевске породице Карађорђевић и туристичком домаћинству „Капетанови виногради“.

Током боравка у Крагујевцу представљена је богата туристичка понуда, организована је посета Спомен-парку „Крагујевачки октобар“, Спомен музеју „21. октобар“, Великом парку, Акваријуму „ПМФ КГ“, Авантура парку Крагујевац, као и посета сеоском домаћинству „Јанин рај“ итд.

Посета Београду укључила је обилазак Музеја Николе Тесле, Зоолошког врта, Београдске тврђаве и Калемегдана, Аде Циганлије и Аде Сафари, а у оквиру посете организована је и вожња бродом.

2.3. Група новинара из Словеније и Хрватске, 26-30. септембар

Студијско путовања на коме је било девет новинара из Словеније и Хрватске организовано је у циљу представљања туристичке понуде источне Србије, са акцентом на Дунав, културно историјско наслеђе, као и гастрономију и вино.

Новинари су обишли: Виминацијум, Голубац, Лепенски вир, Кладово, Неготин и Зајечар.

Из Словеније су били представници медија: Мој малџек, micna.si/Slovenske novice Ringaraja, Aktivni.si и Cosmopolitan; а из Хрватске: Gastro.hr, Freelancer, Dnevnik.hr и Путовање за двоје.

3. Ogлашавање и промотивне кампање

3.1. Друштвене мреже

- Промоција преко Facebook-а, Instagramа, Twitter-а и Google-а.

3.2. Билборд кампања и кампања на лед екранима

- 11 дигиталних билборда у Љубљани, од 15. до 29. маја

4. Прес клипинг

У Словенији је објављено 7 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима.

2. Хрватска

1. Оглашавање и промотивне кампање

1.1. Телевизија

CAS MEDIA, од 15. маја до 30. јуна, спотови од 15 и 30 секунди: Спорт клуб

1.2. Друштвене мреже

Промоција преко Facebook-а, Instagramа, Twitter-а и Google-а.

2. Прес клипинг

У Хрватској је објављено 6 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима.

3. Црна Гора

1. Сајмови и презентације

1.1. Презентација туристичке понуде Србије, Подгорица, 05. јун

У оквиру летње регионалне кампање, Туристичка организација Србије организовала је презентацију у Подгорици у хотелу Хилтон.

Црногорским медијима и туристичким агенцијама представљена је туристичка понуда Србије, са акцентом на породични туризам.

На вечери су били присутни:

- агенције: Марко Поло, Гранд, EastWest voyage, OKI Air, Guliver

- медији: ФОС медиа, С радио, Антена М радио, Елмаг, Дан, Грација, МНЕ Магазин, Café Montenegro Exclusive

Током самог догађаја, Туристичка организација Србије организовала је наградну игру а добитник је освојио наградно путовање у Београд, са укљученим авио превозом.

Изјаве су дате за РТЦГ, ТВ Вијести и Елмаг радио.

2. Оглашавање и промотивне кампање

2.1. Штампани медији

- Грација, репортажа на две стране, 22.06.

2.2. Билборд кампања

- 13 билборда (9 Подгорица, 1 Аеродром Тиват, 1 Будва, 1 Бар и гратис 1 Аеродром Подгорица), од 15. маја до 15. јуна.

2.3. Телевизија

CAS MEDIA, од 15. маја до 30. јуна, спотови од 15 и 30 секунди : Спорт клуб, TLC, Diva, Cinemania.

2.4. Друштвене мреже

- Промоција преко Facebook-a, Instagrama, Twitter-a i Google-a.

3. Прес клипинг

У Црној Гори је објављен 1 текст о туризму Србије на интернет страници.

4. Босна и Херцеговина

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам gospodarstva, Мостар, 10- 14. април

На овом сајму привреде Србија је била земља партнер. На позив Привредне коморе Србије тим поводом представници ТОС-а су присуствовали свечаном пријему који је организован у хотелу „Мепас“ 09. Априла, као и отварању 21. Међународног сајма gospodarstva 10. априла. Званично је сајам отворио председник Србије који је са представницима домаћина и званичницима из региона посетио штанд Србије.

У оквиру заједничког наступа привреде Србије на штанду привредне коморе Србије ТОС је делио пулт са Туристичком организацијом Београд где је и изложен промотивни материјал Туристичке организације Србије.

2. Оглашавање и промотивне кампање

2.1. Телевизија

- Телевизија БН

- CAS MEDIA, од 15. маја до 30. јуна, спотови од 15 и 30 секунди :Спорт клуб, TL, Diva и Discovery.

2.2. Билборд кампања и кампања на лед екранима

- 7 лед екрана – Бања Лука, Бијељина, Брчко, Тузла, Мостар, Добој, Сарајево, од 28. маја до 24. јуна

2.3. Друштвене мреже

- Промоција преко Facebook-a, Instagrama, Twitter-a i Google-a.

3. Прес клипинг

У Босни и Херцеговини је била једна репортажа на Пинк БиХ.

5. Северна Македонија

1. Оглашавање и промотивне кампање

1.1. Телевизија

CAS MEDIA, од 15. маја до 30. јуна, спотови од 15 и 30 секунди: Спорт клуб, TLC, Diva, Cinemania и Discovery.

1.2. Друштвене мреже

- Промоција преко Facebook-a, Instagrama, Twitter-a и Google-a.

V Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка

1. Сајмови и презентације

1.1 Промоција туристичких потенцијала Србије, Будимпешта, Мађарска, 31. јануар

Промоција туристичких потенцијала Србије одржана је у сарадњи са туристичком агенцијом Alpha travel из Суботице у престижном Акваријум клубу у Будимпешти. Поред туристичке понуде Србије представљен је и туристички портал [Szerbia Magyarul \(www.szerbiamagyarul.com\)](http://www.szerbiamagyarul.com), што у преводу значи Србија на мађарском и на ком ће потенцијални туристи моћи да добију све информације везане за путовање у Србију као и могућност резервисања аранжмана. Презентацији је присуствовао велики број медија као и туристичких агенција из Мађарске које су заинтересоване да у своје програме уврсте Србију. На крају промоције су се служили специјалитети и вина из Србије које је обезбедила туристичка агенција Alpha travel. Презентацији је присуствовао представник Амбасаде Србије у Будимпешти.

1.2. Сајам туризма Holiday&Spa, Софија, Бугарска, 14-16. фебруар

Туристичка организација Србије се по седми пут представила на овом сајму, овај пут као земља партнер. ТОС је закупио штанд величине 120м², на ком се представио рекордан број од 27 представника туристичке привреде Србије : ТО Војводина, ТО Београд, ТО Нови Сад, ТО Ниш, ТО Златибор, ТО Соко Бања, ТО Општине Бабушница, Спортско-туристички центар Димитровград, ТО Бољевац, ТО Драгачево, ТО Крагујевац, ТО Бела Паланка, ТО Пирот, ТО Лесковац, ТО Пожаревац, ТО Крушевац, ТО Врање, Хотел Алфа, Хотел Петрус, Хотели Цептер, Belgrade City Hotel & Омнитурс, Туристичка агенција Spa Travel & Хотел Маркур, Скијалишта Србије, Атомска Бања, Пролом Бања.

ТОС је представила комплетну туристичку понуду са акцентом на бањски и планински туризам, као и на city break понуду. Током наступа на штанду су пуштани филмови Дунав-588 утисака, Soulfood, Једно путовање безброј доживљаја, као и промотивни филмови локалних туристичких организација.

Првог дана сајма одржана је конференција у Panorama Hall која се налази у Inter Expo Center-у. Један од говорника била је министарка туризма Бугарске. Она је истакла да су заинтересовани да са Србијом креирају заједничку туристичку понуду и да се тако обједињени пробијемо на далека тржишта као што су Кина, Јапан Јужна Кореја.

Поред ње на конференцији су се присутнима обратили: помоћница министра у МТТТ, директорка ТОС-а, заменик директора ТОБ-а и директорка сајма Prim Expo. На конференцији је организован пригодан културно уметнички програм као и коктел за присутне. На конференцији,

као и на штанду у посети су били представници Амбасаде Србије у Софији на челу са амбасадором.

Истог дана на церемонији свечаног отварања, поред министарке туризма Бугарске, говорила је и помоћница министра у МТТТ. Такође, делегација је обишла и штанд Србије где је министарке туризма Бугарске дала изјаву за РТС. Присутни су имали прилику да виде и старе занате Србије које су представили чланови Националне асоцијације за старе и уметничке занате "Наше руке". Поред њих, на штанду се представила и позната сликарка Зузана Верески из Ковачице. Она је овом приликом поклонила једну слику министарки туризма Бугарске.

Трећег дана сајма у свечаној сали Хотела Маринела додељене су награде најуспешнијим учесницима сајма. Туристичка организација Србије добила награду за најинвентивнији штанд.

Сва три дана трајања сајма на штанду Србије организован је богат културно-уметнички програм, а посетиоци су могли да уживају и у гастрономским специјалитетима из разних крајева наше земље. Презентација гастро специјалитета са Златибора, српског специјалитета пеглане кобасице, затим манифестације „Роштиљијада“, лесковачке скаре, туристичке руте „Шумадијски путеви ракије“, сукане банице и паприке „Вртке“, дале су посебан печат овогодишњем наступу Србије.

Наступом фолклорног ансамбла Св. Ђорђе, презентацијом староградске музике „Српски бисери“, наступом хармоникаша Душана Комненовића, трубача и фолклора „Ремизијана“, играма из Обреновца и презентацијом српске музике из различитих делова земље, пренео се само део духа српске културе.

На Сајму Holiday&Spa 2018 је учествовало 360 туристичких компанија из 22 земље а посетило га је више од 23.000 посетилаца.

1.3. Сајам туризма *Greek Travel Show, Атина, Грчка, 04-06. мај*

ТОС је од организатора добио 12м² гратис излагачког простора, као и коришћење сале за презентације са комплетном опремом.

Сајам је био отворен само за публику, а улаз је био слободан.

Првог дана сајам организована је презентација Србије и манастирских тура по Србији. Презентацију је водио отац Стаматис који је између осталог студирао историју уметности и постдипломске студије из теологије на Универзитету у Београду. Отац Стаматис је акценат дао везама између Грчке и Србије, нарочито јер су манастирске туре су веома интересантне за одређени број туриста у Грчкој. Презентацији су присуствовали представници Амбасаде Србије у Атини, који су пружили подршку и помоћ у реализацији представљања Србије на овом сајму. Са Амбасадором је разговарано о Туристичком форуму који је планиран за новембар месец 2018. године у Солуну. Амбасадор је најавио и свој долазак на овај Форум.

Другог дана сајма одржан је састанак са градоначелником општине Ламија и делегацијом ове општине, а тема је била повезивање општином Пирот јер желе да са овим градом постану град побратим. Такође је одржан састанак са замеником градоначелника општине Серес, који је предложио да се заједно са њиховом општином направи посебну промоцију имајући у виду да је 1345. године ту област освојио Стефан Душан где се прогласио и царем. Ту је и довршен Душанов законик. Иначе, општина Серес је од ове године град побратим са градом Нишем.

Размењени су контакти са десетак агенција које би желеле да раде програме за Србију или да прошире понуду када је у питању Србија. Они ће бити позвани на Форум у новембру, како би се сусрели са српским туристичким агенцијама..

Од стране уреднице Шаренице на РТС-у добијен је предлог да за време Форума направи уживо емисија из Грчке јер се ове године, тачније 30. септембра обележава 100 година од пробоја Солунског фронта.

1.4. Српско-мађарски туристички форум, Будимпешта, 14. септембар

Амбасада Р. Србије је у својим просторијама, у оквиру спортско-туристичке манифестације „Национални галоп“, организовала Српско-мађарски туристички форум и изложбу српских брендова. Са мађарске стране учествовале су водеће туристичке агенције и студенти одељења за туризам са Будимпештанског економског факултета као и мађарски медији који се баве туризмом.

Форум је отворио амбасадор Р. Србије у Будимпешти. На стручном делу форума презентације су одржали: Туристичка организација Србије, Привредна Комора Војводине, Трговинска и индустријска комора Будимпеште, Регионална привредна комора Расинског управног округа (РПК Крушевац), Специјална болница Рибарска Бања, Хотел Јуниор Брзеће, Центер Хотели, Туристичка агенција „Alpha Travel SEE“. На Форуму је такође говорила менаџер Централно европске логистичке и кооперативне зоне (CECZ Co. Ltd.), која је одржала предавање на тему сарадње са кинеским туристичким агенцијама.

На Форуму је организована изложба старих заната где су се представиле: Ана Илић-Пањковић, власница Занатско уметничке радионице Рустикана из Сомбора, која је представила вунене тканице клечаном техником ћилима, са мотивима из села Стапар и бездански свилени дамаст јединствен у Европи; Снежана Јовановић и Јованка Шљовански из удружења Етно Мрежа представиле су пуствовање вуне, вез, ћирилицу и уметничке слике.

1.5. Манифестација Национални галоп и Дани Србије у Културном центру Србије, Будимпешта, 15. и 16. септембар

„Национални галоп“, спортско-туристичка манифестација, је поред коњских трка, где су учествовали и такмичари из наше земље, имала веома богат културно-туристички програм. Место одржавања Националног галопа је, као и сваке године, на Тргу хероја, а културни и туристички програм, под називом „Улични корзо“, одржавао се у непосредној близини Трга хероја и Амбасаде Србије.

На „Уличном корзоу“ је велики број мађарских локалних самоуправа приказао своје карактеристичне производе, обичаје, гастрономске специјалитете, вина, ракије и туристичке потенцијале посетиоцима из Мађарске и читавог света. Поред њих, своје производе и туристичке потенцијале су приказале и земље које имају своје такмичаре на коњским тркама, међу њима и Србија. Организатор Националног галопа сваке године обезбеђује два шатора за представнике из Србије, на којима смо имали прилике да прикажемо нашу богату гастрономску и туристичку понуду.

Поменуто манифестацију сваке године посети више десетина хиљада Мађара и туриста из читавог света. Пролазници су имали прилику да се упознају са богатом туристичком и гастрономском понудом и квалитетним винским сортама из Војводине, Расинског округа, уз интересантан играчки и певачки програм фолклорног ансамбла.

У исто време, Српски Културни Центар и агенција Alpha Travel SEE организовали су представљање Србије у просторијама Културног Центра под називом Дани Србије у Будимпешти. У оквиру дводневног престављања, посетиоци су могли да се упознају са туристичком понудом Србије, гастрономијом, винима и многобројним интересантним радионицама, где су мађарски посетиоци могли да науче неке кулинарск трикове у припреми српских специјалитета, опробају се у изради старих заната и, што је било најинтересантније да науче да плешу коло.

Представљен је и портал под називом Србија на мађарском www.szerbiamagyarul.com, који даје информације о путовањима у Србију и онлине подршку за потенцијалне госте са територије Мађарске.

1.6. Посета сајму туризма Philoxenia 2018, Солун, Грчка, 09-11. новембар

Посета сајму је обављена ради упознавања са његовим квалитетом и доношења одлуке о учешћу на сајму у наредној години. У питању је највећи сајам туризма у Грчкој. Ове године имао је рекордан број излагача као и посетилаца (615 излагача из 22 земље). Поред Србије, односно Београда, ове године представиле су се Република Српска, Бугарска, Турска, Албанија, Русија, Пољска, Кипар.

На штанду Туристичке организације Београда представиле су се туристичке организације ГО Савски венац и ГО Чукарица, Привредна комора Србије, Привредна комора Војводине, ТО Војводине, ТО Ниша, хотели и туристичке агенције из Србије.

2. Студијска путовања

2.1. Посета грчке новинарке portala Newpost, 11-14. фебруар

У Београду је боравила грчка новинарка популарног портала Newpost која је посетила најзначајнија и најинтересантнија места у Београду и објавила чланак са свим детаљима. Чланак се може погледати на

<http://newpost.gr/entertainment/taksidi/656226/beligradi-h-eyxaristh-ekplhksh-twn-balkaniwn-h-filoksenh-polh-me-ta-xilia-proswpa>

2.2. Посета румунских новинара Националне румунске телевизије, 12-16. јун

Два румунска новинара и позната водитељка са Националне румунске телевизије 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 Садам, Сремским Карловцима, Нишем, Новим Пазаром и винаријама из Србије. Емитовање ових емисија планирано је за септембар месец.

3. Оглашавање и промотивне кампање

3.1. Бугарска

Outdoor: Билборд кампања Софија: 10 билборда, 05-19. фебруар

4. Остало

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

ТОС је ове године помогла да се и други излог испред Амбасаде Србије у Будимпешти украси колажним фотографијама из Србије.

VI Норвешка, Шведска и Данска

1. Сајмови и презентације

5.4. Учесће на Б2Б догађају Travel News Market, Стокхолм, 08. новембар

У Стокхолму је у просторијама Waterfront конгресног центра одржан пословни сајам Travel News Market. Ово је водећа сајамска манифестација у Скандинавији и усмерена је на организаторе путовања, туристичке агенције, новинаре, блогере Стокхолма и Шведске. Своју понуду је ове године имало прилику да представи 170 излагача.

Ова Б2Б радионица је прилика за успостављање пословних контаката и представљање туристичке понуде земље пословним купцима, новинарима и блогерима.

Догађај је посетио амбасадор Р Србије у Стокхолму и задржао се у дугом разговору са представником ТОС на тему потенцијалног развоја туристичких посета шведских туриста Србији. Кроз разговор се искристалисало да би, с обзиром на директне авио линије националног превозника и low cost компанија, пласман туристичке понуде Србије могао ићи у правцу city break понуда, укључујући сегмент културе, манифестација за млађе генерације, сеоског туризма, активног одмора, али и сениор и медицинског туризма,

Такође, присутна је и идеја о увезивању са догађајима у Шведској као што је Фестивал Балканског филма, догађајем који је у великој мери посећен од стране шведске публике и који би био прилика да се представи туристичка понуда Србије, као и другим сличним догађајима. Препорука је уједно, али то је у већој мери скопчано са финансијским средствима, бити медијски присутан и визуелно комуницирати са потенцијалним посетиоцима са овог тржишта, као што су outdoor и оглашавања у средствима превоза.

Одржани су састанци са представником Swedavia airports; АНТОР-Асоцијација националних туристичких организација земаља које имају представништва у Шведској; туристичке агенције из Хрватске, Zelu tours; представницима медија, као и са неколико саветника у бизнис и стратешком пословању.

Посебно је одржан састанак са Ethnos Travel туристичком агенцијом која је у последње 4 године довела 400 путника из Шведске у Србију, од чега је једно путовање било team building у Београду, а остало регионалне туре – Србија и Црна Гора. Закључак је свакако да што се тиче агенцијског пословања, МИСЕ је кључан. Договорена је подршка и сарадња у наредној години.

2. Студијска путовања

2.1. Посета шведске блогерке, 23-27. јануар

У оквиру промоције породичног и зимског туризма шведска блогерка и новинарка Lina Sjölund Gröndahl (<http://liniztravel.com>) је са породицом у јануару месецу боравила на Копаонику. Новинарка је допутовала директим летом од Стокхолма до Ниша. Поред низа објава на блогу и друштвеним мрежама, она је изузетно позитивне утиске о нашем највећем зимском центру пренела и приликом гостовања у јутарњем програму „Aftonbladet TV“ - највеће web-TV у Скандинавији, коју просечно прати 6,5 милиона гледалаца.

2.2. Посета шведског организатора путовања, 30. јануар - 03. фебруар

Шведски организатор путовања специјализован за градске одморе, Airtours, упознао се пре свега са хотелском понудом Београда, у циљу увођења наше престонице у понуду.

2.3. Студијско путовање Шведска, 05 - 08. јул

У студијској посети Србији боравили су представници шведског медија Allers. Aller Media је издавачка кућа из Шведске која издаје светски познате часописе Elle, Cafe, Familie Journalen, Femina, Allers and Se og Hor. У посети су били новинар Lotta Hellman и фотограф Ingvar Matsson.

Магазин Allers је недељно издање, читаоци овог часописа претежно су женске популације, и у складу са тим репортажом о Београду и Србији поред културно-историјских знаменитости, представљене су им и гастрономија, мода и култура.

У тродневном обиласку Београда, новинарима су представљени културно историјско наслеђе и архитектура града – Калемегдан, Дорћол, храм Св Саве, Музеј савремене уметности, Музеј Југославије; Земун; лепоте Аде Циганлије; концепт - сторе амбијенти, као и гастрономија престонице.

2.4. Студијско путовање норвешке блогерке, 27 -31. август

ТОС је организовала студијско путовање за блогера из Норвешке, Tove Taalsen (<http://travelqueenorway.blogg.no>). Пратиоци блога су углавном жене, 28-40 година, које воле да читају о путовањима, храни, пићу, уметности, култури, трендовима. Такође, ти прикази су из угла одрживог и активног путовања – путовање возом, бициклом, и здравог живота – спорт, релаксација, slow food, боравак у природи.

У складу са тим, гошћи из Норвешке су представљени Београд, Сремски Карловци и Нови Сад, укључујући културно-историјске знаменитости и гастрономију ових градова, модне и дизајнерске трендове, спортске активности и стил живота,

Пре доласка у посету, блогерка је на страници свог блога најавила тизерима (teasers) своје путовање у Србију - <http://travelqueenorway.blogg.no/serbia.html>.

Tove Taalsen је уједно и бренд амбасадор KLM који је и обезбедио карте за путовање у Србију. У фебруару 2018 је покренула страницу у Кини на WeChat платформи што је додатно прилика за брендирање туристичких производа Србије на овом великом тржишту share-овањем постова и фотографија.

2.5. Студијско путовање за норвешког новинара, 07 -12. новембар

Туристичка организација Србије је, у сарадњи са ТО Београд, организовала студијску посету новинара норвешког online магазина ABC Nyheter (www.abcnyheter.no) чоје је име Ole Peder Giæver.

Поред презентоване опште понуде, историје, најзначајнијих знаменитости и атмосфере града, новинару су уприличени разговори са обичним људима на улици, у продавницама, галеријама, кустосом музеја.

Планирано је да се из ове посете објаве 3-4 чланка, од којих би један био посвећен како музеју тако и самој личности Николе Тесле и његовом доприносу човечанству.

Током студијског путовања новинар се посебно заинтересовао за период турске владавине у нашој историји и заоставштину која се огледа кроз остатке отоманске архитектуре у Београду, као и улогу православне цркве за време турског периода.

ABC Nyheter (www.abcnyheter.no), су једине норвешке online-only новине, са око 350.000 посетилаца (читалаца) дневно.

3. Ogлашавање и промотивне кампање

3.1. Ogлашавање са шведским организатором путовања Airtours

Након увођења Београда као нове дестинације за градски одмор средином марта, у циљу подршке промоцији овог програма шведског организатора путовања, Airtours, ТОС је учествовао у кампањи која је подразумевала слање тематског newsletter-a, на 120.000 адреса клијената Airtours-a, као и тематске Facebook постове и видео у мају и септембру (40.000 појединачних прегледа).

4. Остало

4.1. Чланство у асоцијацији туристичких агенција ANTOR Шведска

4.2. Чланство у асоцијацији туристичких агенција ANTOR Норвешка

4.3. Подришка изложби „KUKS 2018 International Exhibition of National Parks“, Копенхаген, 24-30.октобар

Изложба је одржана на иницијативу Културног удружења страних друштава (Cultural Confederation of Foreign Societies) и Градске скупштине у Копенхагену, Данска.

Српски национални паркови представљени су у Градској скупштини у Копенхагену, у оквиру изложбе о националним парковима света, где су амбасаде у Данској имале прилику да представе своје националне паркове.

У координацији са представницима националних паркова и Заводом за заштиту природе обезбеђен је пригодан пропагандни материјал - брошуре, монографије, као и припрема за постере, за 5 националних паркова - Ђердап, Копоник, Тара, Шар планина и Фрушка Гора. На постере је додат лого ТОС-а.

Изложба је успешно реализована и данска јавност је показала велико интересовање за природне лепоте Србије.

4.4. Подришка представљању Србије у оквиру Интернационалне културне мреже, Ставангер, Норвешка, 17. новембар

У оквиру Интернационалне културне мреже у Ставангеру, Норвешка, Удружења Срба у Рогаланду "Иво Андрић" организовало је Културни кафе са темом "Храна из Србије".

Главна идеја организатора овог догађаја је да користи културну разноликост као начин да повеже људе из различитих земаља са Норвешком. Ово је била одлична прилика за промоцију Србије и српске заједнице у Ставангеру.

У оквиру културног садржаја Културног кафеа посетиоцима су понуђене информације о Србији и одржана је изложба експоната из Србије (ношња, преслица, опанци, шајкача, миљеи). Поред наступа најмлађих фолклораша и омладинске фолклорне секције, одржан је и краћи концерт камерне музике. Представљени су специјалитети српске кухиње, ајвар, мармелада, гибаница, погача, пите. Током догађаја приказивани су промотивни филмови о Србији са акцентом на Soulfood, и дељене су брошуре ТОС.

4.5. Квартална достава newsletter за Антор Норвешка

- Национални музеј, дочек Нове године-Београд

4.6 FB постови

– Шведска, Норвешка, Холандија. Теме Национални музеј, Београд, Нова година

VII Немачка, Аустрија и Швајцарска

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма СМТ, Штутгарт, Немачка, 13 - 21. јануар

У Штутгарту је одржан 50. сајам Urlaubsmesse СМТ, најпосећенији европски сајам туризма намењен искључиво општој публици, који је ове године забележио посећеност од преко 250.000 људи. Србија је учествовала осми пут и представила се на штанду величине 49 м² 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.

На штанду су се представиле туристичке организације Новог Сада, Златибора, Војводине и Београда.

Током трајања сајма на штанду је свакодневно организована радионица под називом „Србија је природа“. Викендима је била намењена деци, а током 5 радних дана одраслима. Радионица за одрасле је омогућила посетиоцима да науче нешто о традиционалним чајевима из Србије и на крају понесу оригинални сувенир.

Првог викенда сајма (14. и 15. јануар 2018.) у хали 10 – „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, 07 -11. март

За потребе представљања закупљен је штанд величине 161 м² 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: туристичке организације Београда, Чачка, Златибора, Новог Сада, Краљева, Ниша, Суботице и Војводине, Луковска и Пролом бања, Национална авио компанија Ер Србија, туристичке агенције Serbia tour operator, Magelan, Luna Travel, Luminallis, Авенија Путovanja, хотел Life Design и туристичка агенција Sabra Company (добитник Туристичког цвета).

Поред редовних, додатне активности на сајму су обухватале:

- 08. марта је одржан је догађај за новинаре и туристичку привреду на штанду Србије коме је присуствовало око 60 гостију.
- ТОС је учествовала у програму Дунавског центра за компетенцију - ДЦЦ који се по седми пут организује у оквиру сајма ИТВ под називом **Danube@ИТВ**. Програм обухвата ИТВ Convention – панел дискусију под називом „Европа позива – Дунав повезује“ где је активно учествовало око 70 учесника. Србија је учествовала и у Danube Passport Game, а на штанду ДЦЦ је био изложен и пропагандни материјал Србије (*Туристичка карта, Пешачење и бициклизам у Србији* и брошура *Дунав у Србији – 588 утисака*).
- Истог дана после сајма је одржано је и шесто издање „Дунавског салона“ у представништву покрајине Баден-Виртемберг, ове године је Босна и Херцеговина била партнер земља. Тема овогодишњег Салона је била „Култура као мотор туризма“.

Дунавски салон је посетио више од 500 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 је одржана презентација интерактивне апликација „Види Србију... на клик од савршеног одмора“ – Интерактивна апликација нудила је могућност да на „touch screen“ посетиоци на карти Србије виде дестинације за које су заинтересовани и о истим се информишу.

1.3. Учесће на догађају Дунавски фестивал 2018, Улм, Немачка, 09 -12. јул

Дунавски фестивал је манифестација која се традиционално одржава у Улму у Немачкој сваке друге године већ више од две деценије. На фестивалу који је трајао од 6-15. јула 2018. године, организације „Наше руке“ представило је занате и занатске производе Србије. Српске занатлије су се представили по трећи пут на овом значајном фестивалу.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета аустријских блогера, 21-26. (28.) фебруар

Туристичка организација Србије је организовала студијску посету „Зима у Србији“ за групу од три аустријска туристичка блогера који воде следеће блогове: Blog creative elena, Cityseacountry и Imprint My Travel, а у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као зимске дестинације.

2.2. Студијска посета аустријских новинара, 28. мај – 02. јун

Туристичка организација Србије је уз подршку локалних туристичких организација градова Новог Сада и Ниша организовала студијску посету под називом „Откриј разноврсност Србије“ за групу аустријских новинара у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као атрактивне туристичке дестинације, представљањем богатог културно-историјског наслеђа и природних богатстава наше земље. У посети је било седам представника следећих медија: Regional Rundschau, Lust auf Leben, Pannonien TV, Samerberger Nachrichten, time4you, Monatsmagazin, Granatapfel, Niederösterreichische Nachrichten и Donautourismus.eu.

2.3. Студијска посета немачких новинара, 06-10. јун

Туристичка организација Србије је уз подршку локалне туристичке организације града Чачка организовала студијску посету под називом „Авантура звана Србија: Идемо!“ за групу од девет немачких новинара у циљу промоције Србије као атрактивне и активне туристичке дестинације. У посети су били представници ових медија: Traveller, DIE LOKALE Zeitung, Reutlinger General Anzeiger, Neues Deutschland, Ruhr Nachrichten, Märkische Oderzeitung, Badische Neueste Nachrichten, Wandermagazin/ Outdoormagazin и Passauer Neue Presse.

2.4. Студијска посета немачких новинара, 15-19. септембар

Туристичка организација Србије је уз подршку Туристичке организације Војводине организовала студијску посету под називом „Север Србије: 6 језика Војводине“ за групу од осам немачких новинара у циљу промоције Србије као мултикултуралне туристичке дестинације. У посети су били представници ових медија: taz, Welt, Schwäbische Zeitung, Neue Osnabrücker Zeitung, Tagesspiegel, Reisefieber, Reise Stories, Oberösterreichische Nachrichten.

3. Интернет презентација и друштвени медији

3.1. Фејсбук (Facebook)

Недељно одржаваће немачке фејсбук-странице од стране ПР агенције и 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. Остало

5.1. Чланство у Удружењу немачких аутобусера RDA

5.2. Чланство у аустријској асоцијацији туристичких агенција ÖRV

VIII Русија и Белорусија

1. Сајмови и презентације

1.1. Конференцији за новинаре, Москва, Русија, 12. март

Конференција за новинаре туризма Србије одржана је у националном српском ресторану Никола Тесла у Москви. Поред редовне презентације ТОС-а којом се презентују новине туристичке понуде Србије, представљен је сепарат брошуре Културног наслеђа Србије под називом Руско наслеђе у Србији.

Скупу су се обратили директорка Туристичке организације Србије и представник Амбасаде Републике Србије у Руској Федерацији, након чега је одржана презентација.

За око 60 присутних новинара припремљени су српски специјалитети и организована дегустација српских вина. На конференцији је такође било представљено вино Бројаница којим је уједно промовисана гастрономија и винске туре Србије. Присутним новинарима подељен је за ову прилику специјално припремљен материјал (press kit) са информацијама за новинаре, одабране брошуре и сувенири.

1.2. Сајам туризма МИТТ, Москва, Русија, 13-15. март

Међународни сајам туризма МИТТ 2018 окупио је више од 3.000 излагача из преко 100 земаља. Сајам је посетило око 35.000 посетилаца из свих региона Русије.

Туристичка организација Србије објединила је представљање туризма Србије на изложбеном простору од 100 м². На штанду су се поред ТОС представили и туристичке организације

Београда, Ниша, Војводине и Златибора. Атомска Бања „Горња Трепча“, Пролом и Луковска Бања.

На штанду ТОС-а своју понуду представиле су руској публици агенције из Србије и Русије, оне које у својим програмима имају аранжмане за Србију: Р-Турс, Апелсин, Омнитурс и Луна травел.

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

Од медија из Србије представљање ТОС-а на МИТТ 2018 пратила је екипа Јутарњег програма РТС-а и Новости.

На штанду Србије је одржана презентација интерактивне апликација „Види Србију... на клик од савршеног одмора“ – Интерактивна апликација нудила је могућност да на „touch screen“ посетиоци на карти Србије виде дестинације за које су заинтересовани и о истим се информишу. Туристичка организација Србије, на водећем сајму туризма МИТТ, Москва освојила је престижну награду за целокупан наступ излагача. Сајам МИТТ остаје кључни индустријски форум за туристичке професионалце што додатно даје важност чињеници да се награда односи на оцену целокупног наступа излагача, организацију штанда, представљање туристичких производа и маркетиншки приступ и додељује се за све сегменте наступа.

На овогодишњем представљању туристичке понуде посебан акценат стављен је на промоцију здравственог туризма Србије што показује колика заинтересованост влада на руском тржишту о овом сегменту. У склопу представљања туристичке привреде и туристичких организација из наше земље одржани су бројни састанци као и контакти са медијима са највећим тиражима у Русији попут Комсомољскаја правда, National Geographic и Гео..

На штанду туризма Србије првог дана сајма је организован пријем за новинаре и пословне партнере.

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

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

1.3. Међународни туристички форум, Санкт Петербург, Русија, 12-13. април

Туристичка организација Србије, први пут је учествовала на међународном World Travel Biznis Forum у Санкт Петербургу, где је поред Србије, узело учешће преко 200 организатора путовања из 30 земаља: Чешка, Малта, Финска, Мађарска, Турска, Швајцарска, Холандија...

Форум World Travel Biznis, презентације и радионице, одржане су 12. и 13. априла у хотелу Амбасадор у Санкт Петербургу. Представница ТОС-а одржала је презентацију са акцентом на здравствени и бањски туризам у Србији. Подељен је промотивни материјал. Такође је био организован упитник на тему презентације, где су подељене и симболичне награде.

1.4 Учешће у припреми проширеног издања водича на руском језику, у издању Полиглот и промоција туристичког водича у Москви, 05. јун

У просторијама Некрасов библиотеке одржана је презентација другог, проширеног издања туристичког водича на руском језику. У присуству око 30 новинара и љубитеља књиге, одржана је презентација туристичке понуде Србије, подељен је промотивни материјал и симболични промотивни поклони Туристичке организације Србије.

Присутни су имали прилике да дегустирају српска вина винарије Бројаница

1.5. Промоција туризма Србије поводом увођења нове авио линије Москва- Београд авио компаније Red Wings, 21. јун

ТОС је узео учешће, у својству партнера у организацији и спровођењу конференције за новинаре у Амбасади Републике Србије у Москви.

У присуству Амбасадора, који је одржао поздравни говор и преко 50 страних новинара, одржана је презентација туризма Србије.

Генерални директор компаније Red Wings, најавио је три лета недељно из Москве за Београд. Важан моменат овог догађаја је то да ће се путници од сада превозити по знатно повољнијим ценама, што ће омогућити бољу и економски прихватљивију понуду туристичких аранжмана за Србију.

ТОС је обезбедио простор и техничке услове за одржавање конференције (у договору са Амбасадом Републике Србије у Москви), присуство новинара преко ПР агенције која заступа ТОС у Руској Федерацији, презентацију туристичке понуде Србије на конференцији за новинаре.

1.6. Сајам туризма Leisure, Москва, Русија, 11-13. септембар

У Москви је, под покровитељством Министарства културе и туризма Руске федерације, одржан међународни сајам туризма Leisure. Ова манифестација претежно је намењена општој публици. Ове године сајам је забележио посећеност од преко 100.000 људи. Србија је учествовала осми пут и представила се на штанду величине 80 м².

На штанду су се представиле туристичке организације Суботице, Новог Пазара, Жабља, Пожаревца и Републике Српске. Институт Нишка Банја, хотел Crowne Plaza, Луна Травел и Природњачки музеј-Свилајнац.

Током одржавања сајма, на штанду је организована радионица уз учешће организатора путовања и агената из Москве и региона Русије. Одржане су и презентације туристичке понуде Србије а посебно у форми презентација „Малих градова“.

1.7. Промоција туризма Србије на конференцији за новинаре у Минску, Белорусија, 13. децембар

Конференција за новинаре, одржана је у у сарадњи са Амбасадом Републике Србије у Минску у просторијама Амбасаде.

Пред више од 60 представника еминентних медијских кућа из Минска и Белорусије, званицама се обратио амбасадор, који је истако изузетно добре односе између две земље и одличне услове за развој туризма, с обзиром на директну авио линију и одсуство виза.

У наставку програма, одржана је презентација туристичке понуде Србије.

Организована је анимација у виду наградне игре, а подељене су и вредне награде.

На крају конференције, гости су имали прилике да дегустирају српска вина и српске специјалитете, којим је уједно промовисана гастрономија и винске туре Србије. Присутним новинарима подељен је за ову прилику специјално припремљен материјал (press kit) са информацијама за новинаре, одабране брошуре и сувенири.

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета руских блогера и новинара, 21-26. фебруар

Туристичка организација Србије је организовала студијску посету „Зима у Србији“ за групу од пет руских туристичка новинара и блогера из следећих медија: L'Officiel Voyage, Гео, Метропол, Ski.ru и блогер Mark, а у циљу промоције туристичких потенцијала Србије као зимске дестинације.

2.2. Студијска посета руских организатора путовања, 02-06. април

Туристичка организација Србије у сарадњи са Ер Србијом помогла је логистички и финансијски организацију студијског путовања за руске организаторе путовања. У Србији су боравили представници 7 организатора путовања из Москве и Московске области: Aeroclub, Demlink, Space Travel, СВТС, Veditur, Click Voyage, Europe-tours.

2.3. Студијска посета руских организатора путовања, 10-14. мај

Планирана студијска посета, за руске организаторе путовања, у организацији Туристичке организације Србије, реализована је за 6 организатора путовања из Русије. У посети су били представници следећих компанија: Вокруг Света, Танаис, Lakata travel, Lucky Tour, Тајм Тревл, Центр Туризма. Промоција се односила првенствено на бањска лечилишта.

2.4. Студијска посета руских организатора путовања, 28. новембар -02. децембар

Студијска посета за руске организаторе путовања, представнике компанија: Ванд, Свои, Розалмед груп, АСТ спа травел, односно реализована је студијска тура за 5 организатора путовања. Упознали су се са понудом Бање Ковиљаче, Соко Бање, Буковичке и Врњачке Бање.

3. Оглашавање

3.1. Оглашавање на радију Ехо Москва, 22. јун - 15. јул

У наведеном периоду емитовао се рекламни спот о Србији на једном од најслушајнијих руских радио станица Ехо Москва каналу, у емисији туристичког садржала Куда подаљше, од по 6 секунди у емисији туристичког садржаја Куда подаљше,, као и две петоминутне тематске емисије са учешћем блогера и новинара који су боравили у студијским посетама Србији.

4. Интернет презентација и друштвени медији

4.1. Фејсбук (Facebook)

Недељно одржавање руске фејсбук и инстаграм странице.

4.2. В контакте , руска друштвена мрежа

Креирање садржаја и одржавање на дневној бази налога ТОС-а на руској друштвеној мрежи „В контакте“. Максималан број дневних посета на страници ТОС-а В Контакте износио је 25.500 посетилаца.

5. Саопштења за новинаре

Од почетка године је послата 5 редовних саопштења за новинаре и 4 ванредна.

6. Прес клипинг

У Русији је објављено преко 220 текстова о туризму Србије у дневним новинама, на интернет страницама и магацинима.

7. Остало

7.1. Издаваштво: Сепарат брошуре Културно наслеђе Србије

У оквиру брошуре Културно наслеђе Србије, издат је сепарат под називом Руско културно наслеђе у Србији.

7.2. Издаваштво: Ново проширено издање водича на руском језику

У издању издавача штампаних туристичких водича у мају месецу издато је ново проширено издање штампаног водича за Србију на руском језику.

IX 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. На сајму је најзначајнији састанак био са „I Viaggi di Maurizio Levi“, великим организатором путовања који има Србију у свом каталогу и са којим је договорена заједничка промоција Србије у Милану у априлу месецу.

1.2. Промоција Србије у сарадњи са организатором путовања I Viaggi di Maurizio Levi из Италије, Милано, 17. април

У Милану у просторијама агенције је уприличен представљање Србије за суб-агенте у циљу приближавања дестинације. Аутор водича Lonely Planet о Србији је говорио о својим искуствима и утисцима. Било је уприличено послужење српских специјалитета.

1.3. TTG Incontri, Римини, 10-12. октобар

TTG Travel Experience је најзначајнији сајам туризма у Италији са приметним растом како у броју излагача тако и по броју посетилаца. Ово је искључиво пословни сајам, који је за три дана посетио велики број посетилаца а сам сајам чине три догађаја у једном: 55. издање TTG Travel Experience, 67. издање SIA hospitality design и 36. издање SUN Beach&Outdoor Style.

Ова манифестација из области туризма је апсолутни лидер у Италији са више од 1.500 buyer-а из чак 90 земаља који су пажљиво пратили понуду 150 земаља које су биле присутне на сајму. Сајам у Риминију прати преко 700 представника медија што додатно говори о важности

представљања туризма Србије. Такође on line комуникација и 11 милиона утисака говоре колико не само туристичка привреда већ и корисници туристичких аранжмана вреднују овај важан сајам. Кроз пословне мреже, TTG Rimini ствара пословне могућности које су од великог значаја за презентацију туристичке понуде Србије, остварење веома квалитетних контаката и укључивање туристичких дестинација у итинерере туроператера Италије као и за склапање других важних пословних договора.

На овом сајму ТОС је закупио штанд од 24м². Представиле су се 4 агенције и 3 хотела: Glob Metropoliteno Tours, Intertours, Talas Travel, Uniline, Life Design Hotel, Zepter Hotels и Belgrade Hotel Group.

1.4. Радионица ADUTEI, Милано, 13. новембар

У Милану је одржана радионица удужења представника Националних туристичких организација са организаторима путовања. На самом догађају у име ТОС-а присутни су били представници ангазоване ПР агенције у Италији. Учесће је било значајно прилике да се прикупе додатни контакти и да се селектују организатори путовања за туру по Србији током 2019. године.

2. Студијска путовања

2.1. Индивидуална посета новинара , 23-25. јун

Боравак италијанског новинара и фотографа Panizza Raffaele и Bernasconi Alberto, који пишу чланак о Београду за реномирани месечни часопис „ICON“. Планирано је да у току године изађе репортажа о Београду на четири стране, а за ту прилику обилазили су нова места у Београду.

2.2. Индивидуална посета новинара часописа Sale e Pepe, 21-24. јун

За најпопуларни часопис о гастрономији у Италији, новинар Enrico Saravalle и фотограф Spinelli Laura правили су репортажу о спремању српских јела. Остварена је сарадња са рестораном Мануфактура.

2.3. Индивидуална посета блогера, 23-28. децембар

Чувена блогерка из Италије, Кјара Марки тј. Miss Claire, боравила је у Београду и направила бројне постове о Београду и о припремама за прославу Нове године у Београду.

2.4. Индивидуална посета организатора путовања, 30. децембар-02. јануар

Представници агенције која у својим програмима има Србију и која почиње са серијалима од пролећа 2019. године искористили су ову посету да обиђу дестинације у Србији и да измене неке тачке програма. ТОС им је помогао саветима, водичем, брошурама, ради лакше продаје аранжмана.

2.5. Посета новинара Републике и Радио Капитала, 31. децембар-03. јануар

Новинари Cristina Nadotti из најчитанијег дневно листа у Италији, Repubblica и Gianni Faluomo из Radio Capital боравили су у Београду да би извештавали о прослави Нове године у Београду и о музичкој сцени Србије.

3. Прес клипинг

У овом периоду објављено је 37 чланака-репортажа, у писаним медијима, на радију и online, укупне вредности (AVE) 420.000 евра,

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.

5. Интернет презентације и друштвени медији

5.1. Facebook - Serbia Travel it

Од 2011. године ангажована агенција „Mailander“ одржава facebook званичну страницу ТОС-а на италијанском. Сваке недеље се постављају разне информације и ове године хаштагови су били: #culture, #glamour, #news, #trade, #travel, постављају се фотографије из разних крајева Србије, новости о манифестацијама и догађајима и све што је актуелно у понуди. Уз помоћ овог друштвеног медија прати се кретање блогера из Италије и укрштају информације и њихови постови.

5.2. Morellini Editore заједно са ТОС-ом: Наградна игра „Пошаљи фотографију из Србије“

ТОС је заједно са чувеним издавачем водича из Италије Morellini Editore организовао наградну игру уз помоћ FB Италија, Instagram и Pinterest, у периоду 26. фебруар - 25. март. Циљ је био промоција новог водича о Србији, где је ТОС допринео контактима и сугестијама аутору током боравка у нашој земљи, а тражено је путем друштвених мрежа да се пошаљу добре фотографије о Србији. Награда је била водич. Одзив је био добар и издавач је прикупио најбоље фотографије које су нашле своје место у новом водичу.

X Кина

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам СОТТМ, Пекинг, 29-31. март

Туристичка организација Србије, заједно са Туристичком организацијом Војводине и Туристичком организацијом Београда, објединила је наступ туристичке привреде на 14. по реду сајму туризма СОТТМ. Закупљен је штанд од 60м² који је већим делом финансиран од стране ТО Војводине која је објединила представљање осам градова из Војводине. На штанду Србије су се такође представиле и агенције: S Tours, Glob Metropoten Tours, Travel to Balkans, Omnitours и Talas Travel, као и Атомска бања из Горње Трепче.

Организовани су бројни састанци са привредом као и са новинарима. Директорка ТОС-а дала изјаве за бројне телевизије, Радио Кина и Радио Пекинг, као и за бројне традиционалне и онлине медије, а најзначајнији су: China National Travel Magazine, Net ease News Net, Tripvivid Media, CNBS.

Првог дана сајма ТОС је одржао конференцију за медије на сајму.

На сајму је уприличено и свечано потписивање споразума о сарадњи између ТОС-а и Tongcheng International Travel Service. У питању је једна од највећих онлине туристичких агенција у Кини са преко 12.000 запослених. Као међународна туристичка платформа Тонг Ченг омогућује разна решења за домаћи и ино туризам. Они се од скоро баве outgoing-ом и Србија је једна од првих дестинација са којима су потписали протокол јер сматрају да је тренутно најбрже растућа на

кинеском тржишту. Обавеза ТОС-а је да им доставља потребне информације и помаже у креирању производа. Овај догађај је протекао веома свечано, а сала за конференције је била тесна да прими све заинтересоване посетиоце.

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

Туристичка организација Србије је наступила на сајму ITB China у оквиру штанда Европске туристичке комисије. С обзиром да је година Европе у Кини ТОС-у је било у интересу да се Србија представи на заједничком штанду. Већина земаља чланица ЕТК се представила на исти начин, брендирањем дела штанда, организовањем састанака, а ангажована ПР агенција је присуствовала састанцима. Закључак је да је сајам био много боље организован и да је било много озбиљнијих контаката него прошле године када је било тек прво издање. Контакти прикупљени на сајму су достављени агенцијама које традиционално прате ТОС на сајмовима у Кини.

1.3. Презентација за организаторе путовања у сарадњи са Hainan Airlines-ом у Шангају, 19. април

Након наступа на сајму туризма организована је радионица за организаторе путовања, у сарадњи са кинеском авио компанијом Hainan Airlines која је од септембра прошле године отворила прву директну линију Београд - Пекинг. Колико је Hainan Airlines озбиљно прихватио да учествује на овој радионици говори податак да је присутан био и директор међународног сектора ове авио компаније. Он је говорио о томе колико наде полажу у ову руту и да се надају да ће ова линија ускоро постати директна, тј без сервиснос слетања у Праг. ТОС је припремио, у сарадњи са партнерима из земље који су били присутни на радионици, бројне поклоне а Hainan Airlines је обезбедио карте у бизнис и економској класи до Србије. Ова радионица је била веома значајна и за бројне представнике привреде који су били присутни и имали могућност да разговарају са више од 70 кинеских партнера.

1.4. Форум у Зенгзоу и Нингбоу, Кина, 26. мај - 10. јун

На позив и у организацији представника удружења привредника из Кине у Србији, представник Туристичке организације Србије боравио је у Кини у Зенгзоу у периоду од 26. до 31. маја на Интернационалном форуму градоначелника у туризму, као и на Међународном форуму туризма 16+1 земаља у Нингбоу од 05. до 10. јуна. Србија се на ова два форума представила презентацијама туристичке понуде и могућностима регионалне сарадње са околним земљама, што је пропраћено великим интересовањем кинеске туристичке привреде. Договори око представљања Туристичке организације Србије и презентација туристичке понуде Србије, реализовано је у сарадњи са ПР агенцијом а трошкове пута и боравка представника ТОС-а сносила је кинеска страна.

1.5. Промотивни догађаји у Пекингу, Гуангџоу и Шангају као део пројекта Европске туристичке комисије који се односи на регионалну сарадњу, 09-15. новембар

Уз подршку Европске туристичке комисије, Србија се представила на промотивним догађајима у Кини заједно са Дунавским центром за компетенцију, Националним туристичким организацијама Мађарске и Немачке, и то у Пекингу, Гуангџоу и Шангају. На овим догађајима био је присутан велики број најзначајнијих представника привреде и медија из тих градова.

Туристичка понуда земаља учесница и Дунав као веза међу њима је била веома атрактивна Кинезима, тако да се тражило место више на презентацијама а интервјуи са новинарима су трајали до касних сати. Потписани су бројни меморандуми о сарадњи између земаља учесница и најзначајнијих кинеских туристичких агенција, међу којима су Caissa, China Bamboo, Beijing Global Tour, Shanghai Ctrip Commerce Co, Shanghai U Tour, China International Travel Service.

1.6. Сајам турзма China International Import Expo, Шангај, 16-18. новембар

China International Import Expo (ЦИЕ) је први сајам овакве врсте који је одржан у Кини и према тврдњама организатора представља највећи економски и сајамски догађај не само у Кини већ и у свету. На Сајму се представило 80 држава у Националном павиљону међу којима и Србија. Истовремено, у оквиру привредног дела сајамске поставке, учествовали су излагачи из 130 земаља, међу којима је била и Привредна комора Србије.

ЦИЕ је отворио председник НР Кине Си Ђинпинг, уз присуство бројних премијера и председника држава, организатор Сајма је било Министарво трговине НР Кине, а манифестацију су подржали Светска трговинска организација, Конференција Уједињених нација о трговини и развоју и Организација Уједињених нација за индустријски развој.

Републику Србију су на Националном павиљону, поред Министарства трговине, туризма и телекомуникација, представљали и Туристичка организација Србије, Научно-технолошки парк Београд, Развојна агенција Србије и Министарство просвете, науке и технолошког развоја кроз пројекат Темпус, односно кроз програм интернационализације високошколског образовања „Study in Serbia“.

1.7. Сајам турзма СИТМ, Шангај, 16-18. новембар

Туристичка организација Србије објединила је представљање туристичке привреде из Србије на најзначајнијем сајму туризма у Шангају. У складу са потписаним меморандумом о сарадњи, ТОС на сајмовима у Кини наступа заједно са Националном туристичком организацијом Црне Горе, под слоганом Wild Soul of Europe. Туризам Србије на овом сајму уз ТОС представила је и Туристичка организација Београда, туристичке агенције Glob Metropolis Tours, TIM travel, Travel to Balkan и Омнитурс, као и хотели Hilton, Hyatt, Crown Plaza и Holiday Inn.

1.8. Chengdu Christmas Event, Ченгду, 30. новембар - 02. децембар

У сарадњи са Европском туристичком комисијом ТОС је имао прилику да учествује на Божићном маркету, где је ангажована ПР агенција представила празничну понуду и обичаје у

Србији. То је била одлична прилика да се туризам Србије представи у веома значајном граду у Кини пред великим бројем грађана с обзиром да је сајам био одржан на главном градском тргу.

2. Студијска путовања

2.1. Посета националне телевизије CCTV из Кине, 22. децембар -15. јануар

На препоруку Амбасаде Народне Републике Кине, ТОС је помогао организацију боравка бројне екипе телевизије CCTV која је снимала материјал за емисију Glamorous Serbia.

2.2. Групна посета организатора путовања у сарадњи са Европском туристичком комисијом, 09-15. март

У сарадњи са ЕТК, а у циљу промоције 2018 EU-China Year of Tourism, године туризма ЕУ-Кина, група организатора путовања је посетила Црну Гору и Србију. Авио карте је финансирала ЕК. Гости су имали прилику да упознају колеге из Србије и да од њих чују предлоге тура по земљи и региону. Током пет дана боравка обишли су Пријепоље, Манасију, Златибор и Мокру Гору, Тополу, Београд, Сремске Карловце и Нови Сад. У посети су били представници следећих 10 агенција: Zhejiang Everbright Galaxy Travel Co, China Travel Service Of Shenyang, Shanghai Bravo International Travel Service Co. Ltd, BEIJING BEIQI TRAVEL SERVICE, Country Holidays Beijing International Travel Service Incorporated CO. LTD, China International Travel Service BeiJing, Travel Service Co. Ltd. Shanghai Branch, HUANA INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE (SHANDONG) CO. LTD, Tongcheng International Travel Service Co., Ltd., Shanghai Wanda International Travel Service Co.Ltd, Beijing Xintu International Travel

2.3. Групна посета организатора путовања у сарадњи са Qatar Airways-ом, 14-17. март

У сарадњи са Qatar Airways-ом организована је посета групе организатора путовања из Ченгдуа – главног града провинције Сечуан, на западу Кине. Такође је организована радионица са организаторима путовања из Србије, а гости су имали прилику да обиђу Војводину, Београд, Тополу, Златибор и Мокру Гору пре него су своје путовање наставили у БиХ. Особе присутне на тури: Azure Global Co.,Ltd (Tourist Bureau), Qatar Airways, Chongqing New Trunk Travel Co. Ltd, LIYOU (Let Travel Intl Travel Agency Co.Ltd), Chengdu Joy Tour International Travel agency Co. Ltd, China Bamboo Garden Intl Travel Service CO. Ltd, Phoenix Travel Worldwide Co. Ltd, Sichuan Peace International Travel agency Co. Ltd, Sichuan Utour International Travel Service Co. Ltd, SYTC, Chengdu Starry Intl Travel Service Co. Ltd, D-LUX.

2.4. Групна посета новинара у сарадњи са Etihad-ом, 20-29. март

У Кини је данас веома популарна активност да самостално возе по дестинацијама, за разлику од пређашње праксе где је већина Кинеза путовала организовано у великим групама. У сарадњи са авио компанијом Etihad и великом rent-a-car компанијом из Кине, UCAR организовано је путовање за девет гостију: Visual Effects China, Skyxmedia Visual Effects, Board Chairman, FM103.9 "Aviation & Travel Program", WeMedia / Blogger, Sky Post / Model / Actress / Writer, TMAG Communications, Freelancer journalist / Travel Writer, UCAR, Azure Global, по Србији и Црној Гори. Обишли су Копаоник, Пролом Бању, Војводину, Тополу, Златибор, Мокру Гору, Манасију и Студеницу.

2.5. Посета новинара Travel Channel-а из Кине, 31. март -05. април

ТОС је помогао организацију боравка новинару престижног Travel Channel-а Arthur Chance-у, на препоруку Амбасаде Републике Србије у Кини. У току боравка обишао је Нови Сад, Фрушку Гору, Карловце, Тополу, Златибор, Мокру Гору, Нови Пазар и манастире на Косову.

2.6. Групна посета блогера, 03-05. јун

Група од шест блогерки из Кине је боравила три дана у Србији и имале су прилику да посете Београд, Нови Сад, Фрушку Гору, Карловце, Тополу и Оплепац. Укупно су чланци прочитани преко 100.000 пута.

2.7. Групна посета инфлуенсера из Кине, 01-03. јун

Група од 25 инфлуенсера на путу по Европи провела је два дана у Србији где су са представником ТОС-а имали разговор и вечеру у Геозаводу.

2.8. Индивидуална посета новинара за EXIT, Mr Ah Jian, 09-15. јул

Посета значајног инфлуенсера и новинара, који је писао о овом фестивалу, Новом Саду и Београду. Убрзо су објављени текстови о његовом боравку у нашој земљи.

2.9. Индивидуална посета новинара Gourme Travel-а из Хонг Конг-а, 09-21. октобар

Новинарка Liu Wing Zse из Хонг Конга је боравила у Србији на позив ТОС-а и Turkish Airlines-а. Током свог боравка обишла је: Београд, Нови Сад, Златибор, Сирогојно, Мокру Гору, Тару, Оплепац. Тема је била гастрономија различитих крајева Србије.

2.10. Групна посета новинара Traveler Magazin-а, 22-29. октобар

Четири новинара и фотографа овог значајног туристичког часописа су боравили у Србији са циљем прављења репортаже о Србији. Током свог боравка обишли су Србију од Суботице до Новог Пазара.

2.11. Групна посета новинара у сарадњи са Европском туристичком комисијом, 25-28. октобар

Посета 11 организатора путовања који су током свог путовања посетили Румунију, Србију и Црну Гору. У просторијама ТОСа је одржана радионица са локалним агенцијама. Учесници са кинеске стране били су: JSBC International Tour Service; Co.,Ltd., CITIC Travel Shanghai Co., Ltd., SHENZHEN COMFORT TRAVEL SERVICE CO.,LTD, Deluxe Mice Tour & Luxury Travel, Beijing Longway International Service Co., Ltd., Shanghai Jinjiang Travel Holding Co., Ltd, Beijing WANDA Global Tour Travel Service CO.,LTD, Shanghai Wanda International Tourism Service Co., Ltd., Beijing Grand Vision Travel Service Corp.,LTD (Shanghai Branch).

2.12. Групна посета новинара Traveler Magazin-а, 22-29. октобар

Четири новинара и фотографа овог значајног туристичког часописа су боравили у Србији са циљем прављења репортаже о Србији. Током свог боравка обишли су Србију од Суботице до Новог Пазара.

2.13. Групна посета инфлуенсера окупљених око Chen Chng-а, 01-06. новембар

Чувени блогер, инфлуенсер и КОЛ (Key Opinion Leader) Chen Cheng који има 80.000,00 пратилаца, снимео је филм о Србији који је захваљујући њему био приказан на кинеској националној телевизији CCTV2 и изазвао је велику заинтересованост и бројне позитивне утиске у Кини. Обилазио Дунавску руту до Кладова, Београд, Тару, Бајину Башту.

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

У овом периоду било је укупно 144 чланка у новинама, 1.258 објава online и блогова, 33 објаве на ТВ и радију, 98 објава на Weibo, укупне вредности 3.219.517 евра.

5. Остало

5.1. Прослава Кинеске Нове године у Србије, 09. фебруар

ТОС је подржао иницијативу Европске туристичке комисије и заједно са градом Београдом укључио се у обележавање кинеских празника и Нове године на начин што су сви значајни објекти у граду били осветљени црвеном бојом.

5.2. Пословни састанци у Берлину са кинеском привредом, 06-07. марта

У сусрет години туризма Кина-ЕУ, у Берлину су 06. и 07. марта организоване радионица и конференција са организаторима путовања из Кине. Представник ТОС је присуствовао, заједно са још две агенције из Србије. Одржани су састанци са 10 организатора путовања.

5.3. Састанак са представницима туристичке организације града Шангаја, 23. април

У посети ТОС-у била је делегација туристичке организације града Шангаја. Састанак је одржан на тему промоције у Београду и Шангају и модалитете сарадње две туристичке организације.

5.4. Дани Шангаја у Београду, 13. јун

Централна манифестација прославе „Дана Шангаја“ у Београду уприличено је у Павиљону Цвијете Зузорић на Калемегдану. ТОС је био укључен у прославу и у осмишљавање говорника и програма, заједно са Мадам Чен

5.5. Објава путописне књиге Мадаме Чен

У издању „Просвете“ изашла је путописна књига кинеске ауторке и туристичког амбасадора Србије у Кини. ТОС је дао велики допринос у посредовању и сарадњи са ауторком и ово дело ће сигурно дати значајан допринос приближавања институција и појединаца из области културе НР Кине и Србије

5.6. Креирање брошуре и видеа у сарадњи са Дунавским центром за компетенцију

Ради промоције заједничког пројекта Немачка, Мађарска и Србија уз подршку ДЦЦ-а направљена заједничка брошура за кинеско тржиште као и кратак спот.

XI Уједињени Арапски Емирати

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма Arabian Travel Market, Дубаи, 22-25. април

Туристичка организација Србије се четврту годину заредом представила на овом водећем пословном сајму и глобалном догађају намењеном туристичкој привреди на Блиском истоку.

На овогодишњем сајму, 25. по реду, одржаном у Dubai World Trade Centre, представило се 2.500 излагача из 65 земаља. Забележено је стотину нових излагача, а по први пут су се представиле националне туристичке организације Финске, Мађарске, Пољске, Босне и Херцеговине и Курдистана. 20% изложбеног простора закупили су хотели који имају велика очекивања од предстојећег Ехро 2020 који ће бити одржан у Дубаију, а током којег се очекује генерисање пораста броја посетилаца за више од 5 милиона.

ТОС је за потребе представљања туризма Србије закупио изложбени простор и штанд величине 50м². Поред ТОС-а, на заједничком штанду представиле су се и Туристичка организација Београда, Туристичка организација Републике Српске као и туристичка привреда Србије: туристичке агенције Balkan Holidays, Omnitours, Glob Metropolitен, Serbia tour operator, Alpha

travel SEE, хотели Crowne Plaza и Mujen Lux Копаник као и бање Србије: Пролом и Луковска, Атомска и Меркур – Врњачка бања.

На штанду је представљена целина туристичке понуде Србије, посебно градски туризам, активни одмор у природи и могућности за породични туризам у складу са интересовањима туриста из УАЕ.

Трећег дана сајма штанд ТОС-а посетио је отправник послова амбасаде Р. Србије у УАЕ који је изразио наду у интензивирање промотивних активности на овом тржишту.

Током сајма одржани су бројни састанци са туристичким порталима, дигиталним платформама, представницима авио-компанија, инфлуенсерима, маркетинг агенцијама из Индије и Емирата као и организаторима путовања (из Емирата, али и из других Заливских земаља, као и из Индије и Либана) који су упућивани на присутне рецептивне агенције из Србије, које су са своје стране изразиле велико задовољство бројем и квалитетом остварених контаката на сајму.

Повезаност УАЕ са Србијом је веома добра са дневним летовима из Дубаија (Fly Dubai) и Абу Дабија (Etihad), а у најави је и повећање ових последњих на 10 летова недељно.

Током трајања сајма изјава и позив да посете Србију дате су за Радио Дубаи.

XII САД и Канада

1. Сајмови и презентације

1.2. Промоција туризма Србије, Њујорк, 24. јануар

Пре учешћа на сајму New York Times Travel Show, у ресторану наше традиционалне кухиње „Кафана“ у Њујорку, ТОС је организовала презентацију Србије као туристичке дестинације, уз дегустацију српских специјалитета. Презентација је организована у сарадњи са представником AirSERBIA у Њујорку, који се, као и у претходним заједничким активностима, показао као одличан партнер и сарадник.

Догађају су присуствовали утицајни новинари који извештавају за Elle, Good Housekeeping, Real Simple Online, InStyle, Martha Stewart Living и друге медије који имају вишемилионске тираже, као и организатори путовања који нуде путне аранжмане за Србију (Gate 1, Ovation travel, Besera travel и др.)

Директор ТОС-а у уводном говору је напоменула да је интензивирани промотивна туристичка активност на тржишту САД од када су уведени директни летови Београд-Њујорк и да је организован низ заједничких активности са AirSERBIA са циљем позиционирања Србије као туристичке дестинације. С тим у вези медији у САД (CNN и New York Times) су препознали могући туристички потенцијал Србије, те је Србија проглашена за једну од 10 дестинација које треба посетити у 2018. години. Томе су додатно допринеле и промотивне активности ТОС-а током 2017. године посебно блогерска кампања која је освојила награду „Golden Adrian Award“ за најутицајнију кампању прошле године.

1.2. New York Times Travel Show, Њујорк, 26-28. јануар

Туристичка организација Србије представила је туристичку понуду Србије у склопу штанда Европске туристичке комисије (ETC), заједно са Републиком Словенијом, Чешком, Словачком и представницима „Eurogail“ групе. Позиција штанда је била централна и била је добра атмосфера и сарадња међу колегама из различитих институција које су делиле овај штанд.

Заједно са ТОС-ом је наступила и „AirSERBIA“ која је промовисала директан лет између Њујорка и Београда као и аранжмане за посету Београду као стоп-овер дестинацији.

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

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

Сајам је био много посећенији него прошле године, а препорука за наредна издања је да се понесе још више промотивног материјала. Иначе сајам New York Times Travel Show окупља 9.000 туристичких професионалаца, 30.000 „ready to book” посетилаца а на сајму и непосредно након ове манифестације очекује се просечна продаја туристичких аранжмана у вредности од 7.5 милиона долара.

Директорка ТОС-а је дала изјаву за РТС која се емитовала у дневнику 30. јануара..

2. Студијска путовања

2.1. Студијска посета групе новинара, 17- 22. септембар

Србију су посетила четири новинара која између осталог пишу и за ове медије: Amuse, Shermans Travel, Fodors, Matador Network, Oyster, Culture Trip, Texas Lifestyle Magazine, Men’s Journal, а у пратњи представника ПР агенције. Током посете посетили су Београд, Суботицу и манастир Ковиљ.

2.2. Студијска посета новинарке Architectural Digest, 11-14. новембар

Новинарка овог веома читаног магазина посетила је Београд и упознала се са разноврсношћу архитектуре која се у њему може наћи.

XIII Јапан

1. Остало

1.1. Активно учешће ТОС-а у прављењу регионалне стратегије

У сарадњи са ЈСА и Horvat consulting, ТОС је активно приступио изради прве регионалне стратегије и акционог плана промоције на далеком тржишту, у овом случају у Јапану. Три националне организације региона: Албанија, Црна Гора и Србија су удружиле искуство и идеје наступа и направљен је акциони план деловања у Јапану, а све уз подршку Јапанске развојне агенције.

1.2. Регионални састанак на београдском сајму, 24. фебруар

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

1.3. Регионални састанак у Скопљу, 17. и 18. мај

Састанку су присуствовали представници туристичких организација Србије, Црне Горе и Македоније а главна тема разговора је била регионална сарадња и наступи на трећим тржиштима. Закључак састанка је да је могућа још интензивнија сарадња кроз заједничке туре за

новинаре и организаторе путовања, заједничке наступе на трећим тржиштима, као и размену искуства и контаката.

1.4. Споразум са Пословном асоцијацијом Јапана и Југоисточне Европе (JSEEBA)

Туристичка организација Србије и Пословна асоцијација Јапана и Југоисточне Европе су 19. марта у просторијама ТОС-а потписале Споразум о сарадњи, који се односи на представљање Србије на тржишту Јапана и промотивне активности које се у вези са тим спроводе.

XIV Пољска, Чешка и Словачка

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам ITF SlovakiaTour 2018, Братислава, Словачка, 25 - 28. јануар

Туристичка организација Србије је по други пут учествовала на сајму ITF SlovakiaTour 2018 на штанду Туристичке организације Војводине (који су на овом сајму присутни већ десет година) и уз подршку Туристичке организације Београда. На штанду су се представиле војвођанске општине и туристичке организације Новог Сада, Ковачице, Бечеја, Новог Бечеја, Сенте и Бачког Петровца са аквапарком Petroland, као и ТО Ниш, а гост штанда је била ТОС.

1.2. Посета сајму TT Warsaw 2018, Варшава, Пољска, 22 -24. новембар

Travel Show TT Warsaw је једно од главних места у Пољској где се састаје међународна и пољска туристичка индустрија. Први дан сајма намењен је искључиво пословним партнерима и састанцима. Други и трећи дан су отворени и за посетиоце. ТОС је учествовала на овом сајму у 2013 – 2015. години, где је представљена обједињена туристичка понуда наше земље. Сајам је посећен са циљем да се потенцијално уврстио у редовне активности ТОС на пољском тржишту.

XV Иран

1.Остало

1.1. XV Заседање мешовите комисије за трговину између Републике Србије и ИР Иран, 20. и 21. јун

ТОС је активно учествовао у заседању мешовите комисије када је туризам у питању и закључено да је неопходно јачање промотивних активности ради представљања туристичке понуде и постојећих туристичких програма потенцијалним туристима у обе земље. Значајна је и чињеница да је после 27 година поново уведен директан лет између Техерана и Београда што оставља простора за интензивнију сарадњу.

Обострано је оцењено да културна баштина две земље представља драгоцен туристички потенцијал који треба да се стави у функцију унапређења туристичког промета а да посебну пажњу треба посветити сарадњи у области инвестиција у туризам.

XVI Израел

1. Сајмови и презентације

1.1. Сајам туризма ИМТМ 2018, Тел Авив, 06.-07. фебруар

Највећи годишњи ИМТМ професионални сајам туризма ове врсте у источном Медитерану промовише туризам, како рецептивни тако и иницијативни. Окупља професионалце из више од 36 држава, 1.135 учесника на 358 штандова и преко 23.500 посетилаца.

Израелска јавност бележи преко 4 милиона путовања у иностранство годишње. Израелци путују често, са просечним боравком од 4-10 ноћења. То је више од свих других путника у региону, па чак и неких европских туриста. У последње три године бележе велики раст броја посета Србији.

На штанду ТОС-а који је ове године, због интересовања домаће привреде, повећан на 42м², представили су се подизлагачи: ТОБ, ТО Суботица, Специјална болница Горња Треча, Омнитурс, S-Travel DMC и Serbia Tour Operator.

Поред учешћа на сајму организоване су додатне промотивне активности у виду презентације туристичке понуде Србије и Београда на конференцији за новинаре, која се одржала у Хотелу Hilton – Tel Aviv 07. фебруара

Конференцији је присуствовало преко 50 званица, углавном новинара и представника авио компанија и туристичких компанија које активно раде на довођењу туриста у Србију.

Поздравни говор, одржао је амбасадор Републике Србије у Израелу, а директорка ТОС-а одржала је презентацију туристичке понуде Србије. Презентацију Туристичке организације Београда, одржала је представница ТОБ-а.

Туристичка организација Србије, заједно са Туристичком организацијом Београда, обезбедила је рекламни материјал и прес кит за учеснике конференције. По завршетку званичног дела програма, организовано је послужење.

XVII Индија

1. Студијска путовања

1.1. Група индијских новинара 17- 21. јул

Посета је организована у сарадњи са авио-компанијом Turksih која је обезбедила авио-карте за свих 8 новинара различитих медијских кућа (Travel + Leisure, India Outbound, Lonely Planet, The Economic Times, Mail Today, Outlook Splurge, Millennium Post, The Quint). У оквиру прве организоване посете (од стране ТОС-а) индијских новинара Србији, гости су се упознали са туристичком понудом Београда, Сремских Карловаца, Новог Сада и околине и Тополе/Опленца. Уприличен им је и сусрет са Министром спољних послова РС. Објаве у штампаним и дигиталним медијима као резултат ове посете достигле су вредност од преко 700.000 долара (у смислу цене еквивалентног огласног простора).

1.2. Индијски организатор путовања Lenul Global

Индијски организатор путовања са седиштем у Индији и представништвом у Швајцарској, заинтересован је за промоцију Србије као туристичке дестинације за индивидуална путовања, као и за венчања. ТОС је покрио само трошкове смештаја.

1.2. Индијска блогерка Archana Singh (Travel See Write) 30. август - 6. септембар

Утицајна индијска блогерка и бренд менаџмент експерт са преко 250.000 пратилаца на друштвеним мрежама и блогу, у оквиру регионалног путовања, упознала се и са туристичком

понудом Србије: Београда, Источне Србије (крстарење Дунавом до Кладова) и Западне Србије (НП Тара, Златибор, Мокра Гора, Увац)

2. Оглашавање

2.1. Заједничко оглашавање са организаторима путовања Thomas Cook India и SOTC

У периоду од марта до јуна 2018. реализована је кампања заједничког оглашавања са индијским организаторима путовања Thomas Cook India (оглашавање у штампаним медијима: Times of India и Hindu Metro Plus и дигитална кампања: Facebook, банери) и са SOTC (дигитална кампања: блог постови, банери, мејлинзи, Facebook, Yahoo огласи итд.) у циљу промоције програма у Србији и регионалних тура које укључују Србију. Кампања је генерисала близу 300 упита за Србију и једну организовану групу индијских туриста у посету Србији.

XVIII Турска

1. Сајмови и презентације

1.1 Сајам ЕМИТТ, Истанбул, 25-28. јануар

На штанду величине 62м², у организација ТОБ-а, наступали су: Туристичка организација Србије, Туристичка организација Војводине, Туристичка организација Нови Пазар, Туристичка организација Републике Српске и бројне агенције и хотели.

У организацији ТОС-а на сајам у Истанбул ишли су и новинари РТС-а, ТВ Пинка и Политике. Сајам ЕМИТТ је један од 5 највећих сајмова туризма што је и потврђено јер је 60.000м² простора наступило 1.065 излагача из 85 земаља. Током 4 дана сајма укупно је било скоро 55.000 посетилаца. Сајам је свечано отворио Министар културе и туризма Турске, уз присуство Генералног секретара UNWTO.

1.2 Сајам 87th Izmir International fair, Измир, 07-11.септембар

Србија земља партнер 87.-тог Међународног сајма „Izmir International Fair” који је одржан у Измиру, Турска од 7. до 11. септембра 2018. године. Овај веома значајан сајам отворио је Потпредседник владе РС, Министар трговине, туризма и телекомуникација г-дин Расим Љајић, са високим званичницима гђа. Рухсар Пекцан, министарка трговине Турске, г-дин Младен Шарчевић, министром образовања, науке и технолошког развоја, г-дин Азиз Коцаоглу, градоначелником Измира, и г-дин Ерол Аиилдиз, гувернером Измира. Отварању сајма присуствовао је и Председник Народне Скупштине Турске Мр. Х.Е. Бинали Јилдрим.

Учешће на сајму „Измир Интернационал Фаир“ пружио је Србији јединствену прилику да се представи као земља партнер, прошири партнерску мрежу, као и мрежу клијената и уприличи веома важне пословне састанке. Министарство трговине, туризма и телекомуникација организовало је наступ на овом значајном сајму, а Туристичка организација Србије, ТО Београд, ТО Војводине као и туристичка агенција „2044 травел“ испуниле су сва очекивања када је туристичка понуда Србије у питању.

2. Студијска путовања

2.1. Посета еконе TRT World из Турске, 28. јун-04. јул

Продуцентска компанија из Истанбула је боравила у Београду и Србији да би направила емисију о културно-историјском наслеђу у нашој земљи и приказала то турској популацији широм света у емисији "Evliya Çelebi Guide to World Cities" за TRT World Channel.

Сем Београда где су провели највећи број дана, посетили су и Виминацијум, Голубац, Лепенски Вир као и Национални парк Ђердап.

XIX Малта

1. Студијска путовања

1.1. Студијска посета организатора путовања,

У сарадњи са Туристичком организацијом Београда и Air Serbia-ом организован је долазак четири највећа организатора путовања са Малте, јер постоји директан лет а и становници Малте доста путују. Сем што су имали прилику да посете Београд, Војводину и Тополу, омогућен им је и састанак са локалним агенцијама. Састанци су били у ТОС-у и бројна српска привреда је показала интересовање да се сусретне са гостима. Са Малтешке стране били су: Britannia, FCM Travel, SMS Mondial и Europa Tours.

XX Либан

1. Сајмови и презентације

1.1. Презентација и пословна радионица, Бејрут, 3. октобар

У сарадњи са националним авио-превозником Ер Србија и њиховим заступником продаје у Либану организована је презентација туристичке понуде Србије у Бејруту. Након презентације одржани су пословни састанци између представника 6 рецептивних агенција из Србије и представника 44 либанских организатора путовања и туристичких агенција.

Ер Србија има 4-6 директних летова недељно на релацији Бејрут-Београд, и циљ догађаја био је да се либански туристи који су углавном транзити путници на овим летовима заинтересују за Србију као туристичку дестинацију.

Присутне је на почетку догађаја који је одржан у конференцијској сали хотела Radisson Blu, поздравио амбасадор Р. Србије у Либану, који се осврнуо на олакшице у визном режиму са овом земљом. У фокусу презентације Туристичке организације Србије, била је „city break“ понуда, природно богатство и културно-историјско наслеђе наше земље, а истакнута је и висока позиција Београда и Србије као дестинација за пословне догађаје и конференције. Након В2В сусрета уприличена је и коктел вечера за учеснике.

Амбасади Р.Србије у Бејруту је овом приликом достављена већа количина ТОС-ових промотивних брошура на француском и енглеском језику за потребе даље промоције земље.

XXI Бразил

1. Сајмови и презентације

1.1. Србија заједно са Црном Гором спонзорисала награду најбољим туристичким новинарима, Сао Паоло, 25. Октобар

Европска туристичка комисија традиционално уручује признање за најбољи текст о Европи који се током године објави у бразилским медијима. С тим у вези, ове године ТОС и колеге из Црне Горе одлучили смо да се укључимо у манифестацију и да добитнике наградимо путовањем у наше две земље. То је била прилика да се прича о нама и да учествујемо на самом чину доделе награде. На самој церемонији, испред наших земаља, награду је доделио почасни конзул Републике Србије у Бразилу, господин Josse Guilermi de Godoy Pinhero и том приликом бројним окупљеним новинарима одржао презентацију наше земље. Награђени новинари ће боравити у Србију од 16-20. Јануара наредне године и имаће прилику да се упознају са бројним културно историјским споменицима и дестинацијама као што су Златибор, Мокра Гора, Београд и Нови Сад.
<https://www.premioeuropa.com.br/>

7. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ

У извештајном периоду Конгресни биро је имао следеће активности:

Број организованих догађаја у земљи за партнере из привреде и академије:	5
Број сајмова на којима је КБ учествовао:	3
Број посебних презентација и радионица из области конгресног туризма:	9
Број студијских посета за организаторе конгреса:	46
Број организатора конгреса у студијској посети:	193 организатора
Број кандидатура које су у процесу:	29
Број потврђених кандидатура:	12
Број презентација дестинације у иностранству:	15

7.1. Промоција на домаћем тржишту

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

- У оквиру Међународног сајма туризма у Београду, представници Бироа су имали активно учешће током прва два дана сајма, када је сајам окренут пословним посетиоцима. Током трајања сајма представници Бироа су учествовали на годишњој скупштини ХОРЕСа, а обављена је и серија састанака са представницима конгресне индустрије који су имали своје штандове на сајму, као што је МК групација, МНМ (Mona Hotel Management), Premier Aqua Врдник, као и локалним туристичким организацијама које су показале интерес, као што су ТО Суботица, ТО Нови Сад, ТО Ниш и слично. На овогодишњем сајму остварени су и контакти са хотелима и дестинацијама које настоје да се позиционирају на овом тржишту и својим капацитетима задовоље сегмент домаћег клијента, као што је Чачак.

- Дана 20. фебруара у Новом Саду је одржан Састанак конгресне индустрије Војводине. Теме састанка су се односиле на активности унапређења промоције и маркетинга Новог Сада и Војводине усмерене ка регионалним и међународним конгресним организаторима. Имајућу у виду да је конгресни туризам комплексан производ који захтева одличну сарадњу приватног и јавног сектора, неопходно је да све стране од интереса узму своје учешће. На састанку су поред приватног сектора конгресне индустрије учествоали и представници локалних удружења, факултета и лекарских установа.
- Дана 22. марта представник Бироа је учествовао у раду конференције намењене хотелијерству Hotel Summit. Одржао је презентацију на тему активности ТОСа и Бироа у домену конгресног туризма, као и о начинима сарадње јавног и приватног сектора.
- Дана 09. маја представници Бироа су учествовали на првом дану рада Туристичког форума. Представник Бироа је након уводних обраћања, одржао уводно предавање на тему Креирање и промоција туристичког производа.
- Дана 31. маја представник Бироа је боравио у Новом Саду из следећих разлога: Састанак у Мастер центру са њиховим тимом око даљих оперативних корака сарадње, кандидовања и сервисирања добијених догађаја; Састанак у Клиничком центру Војводине са 24 начелиника појединачних клиника са циљем представљања активности Конгресног бироа, програмом амбасадора, и могућим платформама даље сарадње; Састанак са Удружењем водича поводом истицања кандидатуре за Светски конгрес водича WFTGA; Састанак са представницима Туристичке призме поводом њиховог догађаја WESTM који сваке године организују; Отварање хотела Sheraton.
- Дана 25. јуна Конгресни биро је организовао Летње дружење конгресне индустрије Србије у хотелу Mama Shelter, који је уједно био и партнер у организацији догађаја у смислу покривања трошкова простора, хране и пића и озвучења. На догађају је учествовало 53 представника приватног сектора конгресне индустрије из сектора хотела, конгресних PCO (Professional Congress Organiser) агенција и дестинацијских менаџмент организација. Окупљенима се прво обратила директорка ТОСа, затим директор хотела и на крају представник Бироа. Овакви догађаји служе за креирање мреже контаката и заједништва између носилаца конгресне понуде.
- У петак 03. августа представник Бироа је боравио у Новом Саду како би реализовао неколико састанака, а у склопу редовних активности. Пре свега, одржан је састанак са Мастер конгресним центром око припремања кандидатуре за ISF (International Seed Federation) за који је рок за предају 20. август. Теме су се односиле на расподелу конгресног простора и буџетирање трошкова конференције а који се тичу конгресног простора и друштвених дешавања. Након тога одржан је састанак са организаторима WESTM конференције која се у октобру реализује у Београду на тему структуре програма обилазака за стране клијенте и око структуре едукативног програма. Након тога обављен је састанак са ТО Нови Сад на тему функционисања конгресних бироа на нивоу секундарних градова у Европи, јер им је намера да, уколико буду имали довољно простора поред редовних активности, повећају своје активности у домену конгресног

туризма. И коначно, одржан састанак и са представницима Sheraton хотела како би сумирали првих неколико месеци операција и остварених резултата.

- Конгресни биро је у понедељак, 03. децембра 2018., организовао доделу признања Конгресним амбасадорима у хотелу Hilton у Београду. На овом важном скупу присуствовали су и обратили се високи званичници Владе Републике Србије, Туристичке организације Србије као и директор за Европу најпрестижније конгресне асоцијације на свету ICSSA. Посебно су истакнути до сада постигнути резултати и перспективе даљег развоја конгресне индустрије имајући у виду да индустрија пословних путовања пружа услуге високо платежним гостима. На гала вечери је присуствовало 250 гостију, од чега 125 су били представници домаћих удружења, професори, доктори и стручњаци, а остало су били представници конгресне индустрије и посебне званице.
- 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. Теме су биле и стратешке и оперативне. У склопу редовних обилазака представници Биро активно су позивани и на пријеме и коктеле који организују представници конгресне индустрије, на које су се и одазвали.
- У периоду 27-28. септембра представник Бироа је боравио на Палићу како би учествовао у раду конференције „Дестинација као бренд“ коју је организовало Балканска асоцијација хотелијера и ресторатера – БАХА. Конференција је имала 3 кључна панела. Први и уводни панел је имао тему Репозиционирање бренда дестинације и на панелу су говорили Покрајински секретар за привреду и туризам, Државни секретар у МТТТ и директор хрватског удружења хотелијера. Други панел је имао за тему Нелојална конкуренција у хотелијерству. Имао сам прилику да модерирам радом овог панела где су учествовали Помоћник министра МТТТ, саветник за туризам у Министарству привреде Македоније, оперативни директор МНМ као и проф Ђорђе Кривокапић са ФОНа. Панел се највећим делом усмерио на односе и регулисање пословања у сектору приватног и нерегистрованих капацитета као и на аспект креирања политике цена. Током фаза било је прилике да се разговара и са представницима Новосадског Сајма, са колегама из Парка Палић, директором хотела Prezident на Палићу, као и са колегама из Бугарске и Македоније. Ради максимизирања ефеката овог службеног пута у четвртак 27. септембра у Новом Саду организован је састанак са представницима Удружења за контролу бола са којима улазимо у процес кандидовања за Европски конгрес који потенцијално у Србију може донети преко 4.000 делегата, као и са представницима SHO са којима је потврђено светско такмичење за Нови Сад 2021/2022. који ће окупити око 3.000 делегата.
- У петак 05.10. представник Бироа је боравио у Нишу како би присуствовао Међународном конгресу спиналне хирургије. Реч је о догађају који је имао око 400

делегата, од којих готово половина је из иностранства. Конгрес је организован од стране Српског и Руског удружења неурохирурга, а под покровитељством Европске и Светске федерације. Иначе, следеће године Београд је домаћин Светског симпозијума са око 1.000 делегата, а 2020. Европског конгреса са око 3.000 делегата

- У периоду 16-18.11. представник Бироа је боравио на Златибору како би узео учешће у раду конференције која се по други пут одржава у Србији а под насловом Hotel Sales and Marketing Weekend. Дакле, реч је о конференцији која се бави изазовима маркетинга и продаје у сфери хотелијерства, а овогодишња укупна тема конференције је била подељена на две јако битне ствари које се тичу операција у хотелима. Прва се односи на процес revenue management-а и начин формирања цена како би се параметри хотелских перформанси као што су ADR (Average Daily Rate), RevPar (Revenue Per Available Room) и OCC (Occupancy) и слични, могли и боље планирати али и остваривати на вишем нивоу. У пракси постоји велики број изазова на ову тему јер Србија је растуће тржиште и најбоља светска пракса мерења и праћења, као што су USALI (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry) системи, односно online системи подршке и управљања попут Opera-e и IdeaS-a (IdeaS Pricing System), није баш у потпуности могућа за примену. Интересантна дискусија током предавања као и током панела показала је јако пасиван приступ хотелског тржишта стратегији ценовног кишобрана. Други аспект конференције је стављен на процес емоционалног брендирања у хотелијерству и начину креирања искуства за госте и клијенте. Поред учешћа у раду као слушалац на свим сесијама и панелима, сврха мог учешћа је и модерирање првог панела конференције на тему Емоционалног брендирања у креирању USP (Unique Selling Proposition) дестинације и хотела, где сам имао прилике да модерирам панелистима који су представљали хотеле, PCO и DMC (Destination Management Company) компаније. Панел је трајао непланирано дуже 20ак минута јер је било и доста питања из публике.

7.1.2. Оглашавање и промоција у домаћим медијима

- У 2018. години Биро није имао плаћене активности оглашавања и промоције у домаћим медијима.
- Дато је неколико интервјуа о конгресном туризму, а 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. Учесће на сајмовима конгресног туризма

- **Conventa, 23-25 јануар 2016. године, Љубљана, Словенија**
Конгресни биро Туристичке организације Србије учествовао је девети пут на конгресној берзи Conventa (23–25. јануар), највећем пословном сајму конгресне индустрије у

региону југоисточне Европе, који се одржава од 2009. године у Љубљани. Сајам је ове године привукао 180 клијента из 38 земаља, заинтересованих за регион Југоисточне Европе, и укупно 121 излагача из укупно 17 земаља.

Поред Конгресни биро ТОС-а, који је закупио опремљен типски штанд величине 4 м², остали учесници из наше земље (са бројем заказаних састанака у загради) били су представници хотела Crowne Plaza & Holiday Inn Belgrade (24), МК Mountain Resort (25) и Radisson Blu Old Mill (30). Они су на појединачним састанцима представили своје капацитете за одржавање конгреса и различитих типова пословних догађаја. Током два дана трајања сајма, имали смо као и сваке године до сада попуњен дневник састанака (32), са представницима агенција, корпорација и асоцијација, а разговори су обављени и са једним бројем потенцијалних клијената који су долазили ван унапред утврђене агенде, од којих поједини већ имају потврђене догађаје у Србији за 2018. годину. Након завршетка сајма организована је студијска посета за корпоративне клијенте у Београду.

- **IMEX, 15–17. мај, Франкфурт, Немачка**

У периоду од 15 – 17. маја, Конгресни биро Туристичке организације Србије учествовао је на једном најзначајнијих сајмова конгресне индустрије IMEX. Конгресни сајмови су искључиво предвиђени за организовање састанака stakeholder-а на страни понуде и на страни тражње. У односу на претходну годину структура састанака је остала углавном иста, где је доминантан број био са представницима асоцијација, корпорација и агенција које организују подстицајна путовања. Напредак у смислу и квалитета упита и квантитета клијената је примећен у домену групних састанака који су били организовани од стране глобалних хотелских брендова – Hilton, Marriott, Hyatt, Radisson, а којег су чинили представници међународних корпоративних клијената. У односу на претходну годину закупљен је штанд исте величине, чиме је настављен континуитет постојања више квалитетног простора за састанке и радни део, а реакције клијената на уређеност, дизајн и организованост штанда су биле одличне и овог пута. Неколико пута су и клијенти и колеге са осталих штандова рекли да штанд у смислу визуала и дизајна је заиста изгледао одлично. На простору величине 68м², поред Конгресног бироа, суизлагачи на штанду Србије су били и водећи хотели у нашој земљи: Hyatt Regency, Metropol Palace, Crowne Plaza, Falkensteiner, Holiday Inn, МК Mountain Resort, Radisson Blu и Hilton, као и агенције које се баве корпоративним тржиштем: DMC Vekol, Balkan Adriatic, Serbia Incoming DMC, Miross, Talas-S, Fogg Travel, iSerbia као и Туристичка организација Београда. Сви учесници на штанду су део Програма партнерства Бироа и индустрије. Наступу на сајму претходила су 2 припремна састанака. Током три дана трајања сајма, на штанду Србије одржано је преко 350 састанака. Поред индивидуалних састанака, сваког дана сајма одржане су и презентације дестинације (укупно 5) 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 MCI, KIT group, Ovation Global DMC, CRG Events, и другим стратешким партнерима. 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: учествовање у раду EduMonday, учествовање на Association

Reception Evening, присуство и ангажовање током ICCA CEC (Central European Chapter), присуство и ангажовање током ICCA General Assembly, активности на ICCA Destination Marketing, ICCA

Buisness Exchange као и на радионици GE Leads Exchange и ICCA date base training. Такође представник бироа је у среду 16.05. био и један од гостију на IMEX Gala Dinner која је одржана у хотелу Sheraton Airport, а након тога представници бироа су учествовали и на пријему коју је организовала Carslon Residor групација у хотелу Radisson.

- **IBTM, 27-30. новембар, Барселона, Шпанија**

У периоду 27-30. новембра одржан је сајам конгресног туризма IBTM. Србија се представила на штанду величине 30 квадрата, и поред Конгресног бироа, појавило се још 10 коизлагача, и то: Туристичка организација Београда, DMC Vekol, Fogg Travel Club, Balkan-Adriatic DMC, iSerbia, Serbia Incoming, Talas S, MK Resort, Radisson, Air Serbia. Током три дана трајања сајма одржано је преко 400 pre-schedule састанака, као и 4 групне презентације где је присуствовало још 50 страних клијената. Поред тога, кроз процес networking-а урађен је и значајан број састанака изван планираних. У том смислу, штанд Србије је константно био пун, и добра координација коизлагача и међусобно помагање су учинили да се оперативно превазиђе недостатак величине штанда. Из године у годину бележи се повећање квалитета састанака, што је и ове било приметно. Фокус смо кроз процес анимирања клијената ставили на кључна тржишта, а то су Скандинавија, Бенелукс и Русија. Након тога, анимирали смо и нова тржишта, претежно са немачког говорног подручја као и Француску. Одржан је одређени број састанака и са клијентима из Америке који су до сада били прилично резервисани, али коначно показују реално интересовање. Имајући у виду да је реч о пословном сајму, као вид анимације гостију организовали смо бармена који је служио српске коктеле, и као и до сада, и ово је био пун погодак. Списак састанака који су унапред заказани је доступан канцеларији бироа. Такође, представник бироа је у понедељак имао прилику да присуствује invitation only догађају Meeting Industry Leadership Summit, који је окупио 100 највиђенијих људи конгресне индустрије света. Реч је о netwroking догађају који је битан за даље позиционирање Србије као и ради размене контаката.

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

- **Europa Asia Event Forum (EFEA), 17-20.01.2018, Ст Петербург, Русија**

У дефинисаном термину представник Бироа је борави у Русији са сврхом учествовања у раду Евроазијског форума о конгресном туризму, и то као уводничар и панелиста на два панале. Први панел је носио назив „Креирање конкурентског националног брэнда. Улога догађаја у промоцији дестинације“. Тема уводног излагања имала је за циљ да укаже да конгресни туризам креира значајне финансијске и друге економске ефекте који су заиста важни, али да догађаји у дугом року имају и улогу развоја друштва и земље и да су платформа друштва базираног на знању (knowledge based society). Поред мене на панелу су учествовали директор Конгресног

бироа Русије, директор Дирекције за стратешки развој и маркетинг Минска, генерални секретар италијанског удружења сајмова, председник развоја покрајине Уфа у Русији, као и помоћник директора Конгресог бироа Тајланда. Актуелна тема, о којој сам причао, је креирала интересантну расправу међу панелистима као и са публиком, који су доминантно дошли из сектора организатора конгреса, хотела и конгресних центара. Други панел је носио назив „Евент менаџмент код међународних конгреса из сфере медицине“. Тема обраћања је имала за циљ да покаже начине на које је могуће комуницирати са међународним медицинским асоцијацијама, на кључне основе од којих морамо поћи пре него се дестинација усмери на процес кандидовања, и на који начин реаговати на неке нове изазове које тржиште намеће. Поред мене на панелу су учествовали и представник највећег руског медицинско-истраживачког центра, један од најугледнијих професора из области офтамологије у Русији и свету, као и три представника професионалних конгресних организатора. Боравак на конференцији сам искористио и за успостављање контаката са конгресним агенцијама које су јако заинтересоване да своје корпоративне клијенте доведу у Србију, а договорени су и конкретни кораци. Све трошкове пута је сносио организатор.

- **European CVBS Alliance Meetings, 31.1-01.2, Талин, Естонија**

У поменутиим терминима представник Бироа је борвио у Талину како би присуствовао зимском састанку Алијансе националних конгресних бироа Европе. Како је прошле године на летњем састанку одржаном у септембру месецу у Београду одржана стратешка радионица о свим даљим корацима развоја и заједничких активности, састанак у Талину је имао за циљ усвајање првог званичног извештаја рада Алијансе. Поред тога теме састанка су покриле и друге аспекте рада. Пре свега, гост је био представник европског чаптера РСМА (Professional Congress Management Association) који је кроз своје излагање представио циљ ове асоцијације за активности у Европи. Неопходно је истаћи да је реч о северноамаричкој асоцијацији професионалаца у конгресном туризму која окупља око 4.500 чланова, од којих половина представљају америчке компаније и светске асоцијације са седиштем у САД. У том смислу, како је један од циљева Алијансе управо јачање позиције Европе као конгресне дестинације, договорени су даљи правци развоја који ће за почетак имати циљ едуковање клијената у Америци о пословању са националним бироима у Европи, али са друге стране које ће омогућити бироима у Европи да прилагоде своје активности према овом лукративном тржишту. Након тога задужене особе у Алијанси су представиле резултате активности које су спровеле, пре свега у комуникацији са организаторима IMEX и IBTM, али су у разговору са представницима консалтинг агенција које ће имати за циљ спремање и истраживање тржишта у домену европских пројеката на које би Алијанса или тимови националних конгресних бироа могли да се пријаве, како би се поједине активности које су капитално и радно интезивне финансирале од стране Европе. Договорено је да се у наредних месец дана ангажује консталинг агенција и да се затим организује радионица са њима како би се дефинисале области у којима се Алијанса може јавити као водећи партнер. Оно што је реално очекивати, јер област туризма или конгресног туризма никада није директно заступљена као област интересовања европских фондова, је да ће активности Алијансе кроз ове пројекте бити усмерене на подизање капацитета локалних асоцијација у стратешким доменима, размени знања и креирању даље платформе размене информација и креирања друштва базираног на знању. Након тога, поједини директори националних конгресних бироа су представили изазове са којима се суочавају у пословању и договорено је да ће Алијанса подржавати официјелно у предлагању решења. Једна од битних тема се односила и на

дефинисање оперативних активности подршке развоја националних конгресних бироа и то пре свега кроз размену запослених кроз Алијансу. Очекује се да се први заинтересовани јаве у наредних 2 месеца и да се спреми програм од 40 радних сати који би поједини запосленим кроз систем job-rotation, прошли у неком од националних конгресних бироа који имају исту или сличну пословну културу. Такође, расправљало се и о могућем нивоу чланарина које би ступиле на снагу од наредне године, имајући у виду да мора постојати базичан ниво средстава за рад Алијансе, у смислу покривања оперативних трошкова, који укључују сајт, news letter, поркивање дела трошкова пута гостујућих говорника.

- **Састанак сајамске и конгресне индустрије Русије и едукативни форум, 6-8 јун, Москва, Русија**

У поменутом периоду боравио сам у Москви на позив The Roscongress Foundation (највеће PCO агенције у Русији) и Russian Convention Bureau (Конгресног бироа Русије) како би као говорник и панелиста учествовао на серији предавања намењених конгресној индустрији, а који је одржан у оквиру биануелног сајма сајамске индустрије Русије. Идеја догађаја је била да се представи значај конгресног туризма и активности конгресног бироа. Имајући у виду да се Русија спрема да за пар дана угости Светско првенство у фудбалу, неколико студија случајева је показало и начин припреме и реализације појединих захтева овог мега догађаја. Такође, у разговорима након сесија отвориле су се и могућности даљих кооперација. Тема мог уводног излагања на овом догађају је била "Значај конгреса - изван финансијских ефеката", док се панел водио на тему структурирања активности бироа и сарадња са домаћим stakeholder-ima.

- **ICCA Central European Chapter Summer Meeting, 20-22. јун, Висбаден, Немачка**

У поменутом термину представник Бироа је боравио у Висбадену, Немачка, како би учествовао у раду ICCA Central European Chapter Summer Meeting. Овај чаптер окупља занимљиву комбинацију земаља немачког говорног подручја, али и земаља попут Србије, Грузије и слично, тако да је као и увек био одлична платформа за размену искустава, знања и најбољих случајева праксе. Тема овогодишњег састанка је била "креирање новог радног простора – new work - у смислу на који начин различити носиоци услуге у конгресном туризму креирају нове процесе и системе рада редовних и стратешких активности. Такође, овогодишњи ICCA CEC је организован заједно са Конгресом немачких професионалца у конгресном туризму, тако да је била одлична прилика за организовање састанака са највећим PCO компанијама на свету као што су CPO Hanser Service, MCI, KIT Group и слично. Са KIT group-ом смо настојали да сравнимо искуства организовања Европског конгреса цистичне фиброзе у Београду пре пар недеља, који је окупио 2.200 делегата, а за који је Биро истакао кандидатуру пре 2 године. CPO Hanser Service након организовања Европског конгреса патолога није радио веће конгресе, па је започета тема поновног враћања у Београд, док MCI до сада није уопште користио Београд. У наредним месецима очекује се нови изборни процес за председавајућег и копредседавајућег ICCA CEC (волонтерске функције) као и отварање кандидатуре (Bid) за организовање 2019 ICCA CEC састанка.

- **ICCA Client Supplier Workshop, 28-30. јун, Монако**

У периоду од 28.06 - 30.06.2018. представник Бироа је учествовао на ICCA Client Supplier Workshop радионици за Европу, организованој од стране Међународне асоцијације за конгресе и конвенције ICCA и Конгресног бироа Монака, са циљем упознавања 17 конгресних бироа и исто толико представника - доносиоца одлука међународних асоцијација, омогућавајући размену информација како о асоцијацијама које представљају и њиховим релевантним конгресима тако и о дестинацијама и расположивим конгресним капацитетима. Ова радионица се односи на категорију великих догађаја (500+ делегата) и за догађаје који се ротирају само у Европи.

Учешће на радионици се обезбеђује тако што сваки биро мора да поведе једног свог клијента, тј. асоцијацију са којом је у претходном периоду сарађивао, како би се та асоцијација сада упознала са новим дестинацијама, а за то време представник конгресног бироа има састанке са свим осталим клијентима. Ово значи да клијент представља одређени тип улазнице на радионицу, и постоји одређен сет критеријума за прихватање сваког од клијената за учешће у радионици.

Клијент којег је Конгресни биро Србије анимирао је Европска Федерација Паразитолога EFP (1.000 делегата у просеку) са којом смо у току предходних година прошли кроз целокупан процес кандидовања и успели да осигурамо овај догађај за Београд 2020. године.

Радионица се састојала од 16 унапред заказаних В2В састанака са следећим међународним асоцијацијама:

1. European Association of Research Managers and Administrators -EARMA-
2. Drug Information Association -DIA-
3. European Association for Haematopathology -EAHP-
4. European Association of Nuclear Medicine -EANM-
5. European Federation of National Associations of Orthopaedics and Traumatology
6. European College of Sport Science
7. European Society of Pathology -ESP-
8. International Confederation for Printing and Allied Industries -INTERGRAF-
9. EuroSpine, the Spine Society of Europe
10. Heart Failure Association -HFA-
11. ERA/EDTA-European Renal Association/European Dialysis Transplant Association
12. European Society of Neuroradiology -ESNR- Central Office
13. World Congress on Vascular Access -WoCoVA-
14. European Society of Cataract and Refractive Surgeons -ESCRS-
15. European Federation of Corrosion -EFC-
16. European Association for Palliative Care -EAPC-

У наредном периоду ће следити пригодан follow up сваком од горе наведених клијената како би се на одговарајући начин одговорило на њихове конгресне захтеве и кренуло у процес кандидовања.

- **Global Silk Road - Cities Mayors forum, 01-02 јул, Астана, Казакхстан**

Дана 2. јула представник Бироа је учествовао на догађају одржаном у главном граду Казакхстана, Астани под називом Global Silk Road - Cities Mayors forum, који је одржан под покровитељством председника Кине и Казакхстана. Првог дана овог догађаја одржан је панел на тему Улога и значај конгресног туризма, где је представник Бироа имао улогу уводничара и модератора панела. Поред представника Бироа на панелу су учествовали и директор развоја конгресног центра ЕХРО из Варшаве која је уједно и председавајући ICCA СЕС, затим директор ЕАЕФ са седиштем у Санкт Петербургу, директор Конгресног бироа Астане, заменик директора Националне туристичке организације Казакхстана, директор водеће DMC агенције у Астани као члан борда IFC Астана. Теме које су обрађене током панела су се односиле на облике и начине организовања конгресне индустрије и различити примери, финансијски и остали ефекти од конгресног туризма, улога конгресног туризма у развоју дестинације, начине изградње јавног приватног партнерства као платформе унапређења конгресног туризма, начини проактивне продаје у конгресном туризму и слично. Учешће на оваквим догађајима је значајно представљања резултата рада, али и ради упознавања са колегама из читавог света ради размене контаката и информација о потенцијалним клијентима.

- **ICCA Association Meetings Programme, 09-11 јул, Љубљана, Словенија**

У термину од 09. - 11. јула 2018.године, представници Конгресног биро Србије учествовали су на ICCA AMP догађају, под покровитељством конгресних бироа Љубљане и Словеније и Међународне организације за конгресе и конвенције – ICCA. Главни циљ овог програма је стицање употребљивог знања и унапређивање вештина пружања услуга члановима асоцијација као и развијање што бољих односа са њима као потенцијалним клијентима.

Асоцијације са којима је остварен контакт као и оне са којима је обновљен су:

1. European Association of Machine Tool Merchants -EAMTM-
2. European Society for Radiotherapy & Oncology -ESTRO-
3. European Society for Hemapheresis -ESFH-
4. World Federation of Tourist Guide Associations -WFTGA-
5. International Association of Public Transport -UITP-
6. European Health Management Association -EHMA-
7. International Association for Computational Mechanics -IACM-
8. International Society for Professional Innovation Management -ISPIM-
9. European Association for Osseointegration –EAO-

Оно што је већ устаљена пракса након завршетка оваквих и сличних догађаја је адекватан follow up горе наведеним асоцијацијама, како би пробали да што боље одговоримо њиховим конгресним захтевима и одмах затим истакнемо кандидатуру за добијање конгреса.

- **World Mice Day, 22-27.10, Кингдао, Кина**

У наведеном периоду представник Бироа је боравио у граду Кингдао, Кина, са сврхом учествовања у раду конференције као модератор и учесник на панелу током конгреса World Mice Day, који је један од догађаја који Кина организује на тему Пута свиле. Овај догађај се организује други пут по реду. Имао сам прилике да будем панелиста на панелу који је окупио представнике конгресних бироа из Азије и Европе првог дана конгреса, након уводних обраћања, а другог дана конгреса сам био модератор током поподневног дешавања на тему Future of Mice Industry in China. Осим учествовања у раду на панелима, време сам искористио и за обнављање контактата односно стицања нових. Што се тиче потенцијалних клијената из Кине, њихове групе и даље, уколико се одлуче да иду ван саме Кине, циљају веће градове Европе, али изазов са којима ћемо се суочити су величина групе и стандарди у погледу исхране. Трошкове пута авионом и смештаја је сносио организатор.

- **57th ICCA Congress, 09-15.novembar, Dubai, UAE**

ИССА је глобално најпризнатија асоцијација у домену конгресног туризма, и самим тим Светски конгрес је један од најбитнијих догађаја на тржишту конгресног туризма који окупља руководиоце конгресних бироа, конгресних центара, хотела и РСО агенција. Ове године конгрес је организован у Дубаију у поменутим терминима, а базична основа је у комбинацији business development – networking – strategic education. У том смислу, учешће на конгресу је и било реализовано, а истакао бих следећих неколико ствари. У суботу 10.11. сам учествовао у раду сесије Business Exchange, чији је циљ умрежавање међу колегама ради размене lead-ova (показивања интересовања за одређени догађај) за организовање европских и светских догађаја. Укупно 156 колега је учествовало са исто толико lead-ova. Да би се неко квалификовао за учествовање неопходно је да је прошао процес кандидатуре са међународном асоцијацијом која испуњава ИССА критеријуме. У том смислу, а након разговара са великим бројем колега, током готово 5х сесије, као најреалнији су се истакли следећи лидови за које у наредном периоду можемо да започнемо процес истицања кандидатуре: General Assembly of the International Astronomical Union, Congress of the International Academy of Legal Medicine, Organization for Human Brain Mapping Annual Meeting, International Congress for Conservation Biology, Annual Congress of the European College of Sport Science, Conference of the International Association of Mathematical Physics, Nuclear Science Symposium and Medical Imaging Conference, European Conference of Junior Chamber International, Royal Congress of Obstetricians & Gynaec Njorld Congress i International Symposium of Pediatric Neuro-Oncology. Независно од ове сесије обавио сам и разговор са извршним директором Светске асоцијације за менаџмент иновација, која на годишњем нивоу има 4 конференције, од којих је једна увек у Европи. Договорено је да Београд буде домаћин 2021. или 2022. године, и очекујемо око 450 делегата, а имајући у виду структуру делегата реални приход који можемо да очекујемо је око 450.000 евра. Извршни директор ће доћи у фебруару у посету око финалних договора и детаља. Недеља је дан када се организују радни састанци на нивоу сектора и чаптера. Ми смо члан Destination Marketing сектора и Central European Chapter (СЕС). Истакао бих да смо ове године имали прилику да будемо модератор читавог панела СЕС састанка. Тема панела се односила на систематизацију процеса истицања кандидатуре и комуникације кључних stakeholder-а. Остали учесници су били глобални директор једног од највећих РСО-а на свету, директор развоја посла конгресног центра из Варшаве, и извршни директор конгресног бироа Берлина. Теме које смо покрили у разговору од

око сат времена су се односиле на теме попут: начина проналаска и изазова анимирања локалних конгресних амбасадора, на који начин PCO агенције селектирају дестинацију, да ли Venue (место одржавања неког догађаја) може да замени улогу CVB (Kongresni biro) и да ли се конгресни простори често противе учешћу конгресних бироа у процесима кандидовања, која је улога PCO у процесу, да ли је и колико битан legacy (наслеђе) конгреса, да ли се велике конгресне дестинације осећају угроженим од стране мањих конгресних дестинација, на који начин тачно разумети потребе асоцијација, да ли дестинације примењују систем финансијских и осталих подстицаја и слично. Панелу је присуствовало преко 220 делегата, што је оцењено као веома успешно. Такође, имао сам прилику и да представим Србију као домаћина ICCA SEC летњег састанка следеће године, и имамо велику подршку делегата, тако да очекујемо и значајно учешће и добар састанак следеће године код нас. У уторак 13.11. имао сам прилику да представим пројекат који је Биро радио прошле године на тему истицања кандидатуре за конгрес пчелара Apimondia. Наиме, наш пројекат је сврстан у топ 3 пројекта у свету у области дестинацијског маркетинга – односно, „shortlisted“ смо за ICCA Best Marketing Award. Ова награда је најпрестижнија награда у свету конгресног туризма, и сама чињеница да смо ушли у трку за њу, представља огроман успех за Србију. Поред Србије, кандидати су били Конгресни биро Шкотске и Конгресни биро Хага. Сва три пројекта су била потпуно различита. Након гласања, Шкотска је однела награду, што наравно никако не умањује успех представљања. Неопходно је истаћи да у разговору са водећим људима конгресне индустрије у свету, презентација оцењена као јако квалитетна, те да је садржај који је ишао у правцу промоције интелектуалног капитала и креирања legacy-ја за саме чланове локалних асоцијација комплексна, и да је као таква јако напредна.

- **Дан Конгресних амбасадора града Лвива, 21-23.11. Лвив, Украјна**

У дефинисаним терминима представник Бироа је боравио у граду Лвив, са сврхом учествовања у раду Дана Конгресних амбасадора. На молбу конгресног бироа Лвив, имао сам keynote предавање на тему "Интелектуални капитал као покретачка снага дестинације". Предавању је присуствовало око 60 делегата, од којих је 30% било из редова професора, доктора и стручњака који су део програма Амбасадора, а остали су били представници конгресне индустрије. Након сесије било је заиста доста питања, што је показало да је садржај предавања био адекватан. Овакав вид учествовања на конференцијама показује да је студија случаја коју имамо у Србији заиста репрезентативна. Увече сам учествовао и на свечаној церемонији доделе признања. Трошак пута и смештаја је сносио организатор.

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

Организовање студијских тура је имало за циљ представљање конгресних капацитета и доживљаја за конгресе асоцијација као и корпоративне догађаје . Следи списак студијских група, а детаљне туре као и програми пута се могу добити у канцеларији Бироа.

	Датум	Назив групе	Број људи	Тржиште
1	18-20.01.2018	EANM ESMPIT	2	Европа
2	16-17.01.2018	Kjentfolk	2	Скандинавија

3	25-27.01.2018	Conventa	9	Европа
4	18.01.2018	South East EnDM Congress	2	SEE Европа
5	20-21.02.2018	WFNS	8	Свет
6	08-10.02.2018	ECRM	2	Европа
7	11-14.03.2018	Korporativne agencije	8	VB, Austria
8	22-24.05.2018	USA Korp	2	USA
9	6-7.03.2018	FENS	6	Европа
10	21.03.2018	ECI	6	Европа
11	15-16.03.2018	Danube Shipping Conference	2	Европа
12	21-23.03.2018	Europe MIME Congress	9	Европа
13	23-25.03.2018	Hungarian corporate agencije	14	Madjarska
14	13-15.04.2018	France corporate agencije	9	Francuska
15	22-24.03.2018	Turksa korporativna agencija	1	Turska
16	03-06.05.2018	TTC Skandinavija	12	Skandinavija
17	05-08.05.2018	WCRM	4	Европа
18	09-11.05.2018	EAPM	3	Европа
19	05-06.06.2018	Italy corporate	2	Italija
20	21-23.06.2018	EUSEM	6	Европа
21	23-25.05.2018	ESRM	1	Европа
23	11-13.07.2018	Europe Theatre Research Congress	1	Европа
24	02-05.07.2018	ECI	3	Европа
25	30.07-01.08.2018	MENSA	3	World
26	26-29.07.2018	World Aikido Federation	1	World
27	27 – 29.09.2018	EANM	5	Europe
28	21-23.09.2018	Eupsa colorectal	1	Europe
29	07-10.06.2018	EWGBS Pathology	1	Europe
30	05-14.02.2018	IFTR	1	World
31	11-12.07.2018	Scoop corporate	1	USA
32	07-14.05.2018	EFPP	5	Europe
33	06-09.12.2018	Scandinavian incentive agencies	3	Scandinavia
34	22-25.10.2018	Europe based corporate agencies	7	Europe
35	19-21.08.2018	FENS	2	Europe
36	19-21.10.2018	German agencies	11	Germany
37	30.08-01.09.2018	Portugal incentive agency	1	Portugal
38	22-24.09.2018	SICOT	2	World
39	03-07.10.2018	IALM	2	World
40	03-04.10.2018	Corporate Germany agency	1	Germany
41	27-30.09.2018	SFRR	2	Europe
42	25.10.2018	MFA	1	USA
43	19-21.10.2018	IARU	2	World
44	02-04.10.2018	ICCA accociations and members	5	Europe
45	23-26.11.2018	Marriott Russian corp sales trip	6	Russia
46	14-17.12.2018	Falkenstainder Russian corpo	16	Russia

7.2.4. Ogлашавање и промоција у иностраним часописима и медијима

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

Укупни трошкови 7.2.4.: По основу реализованих активности нема насталих посебних трошкова.

7.3. Информисање и односи с јавношћу

- Биро наставља активности које су фокусиране на одржавање и ажурирање базе података. База података служи за праћење комуникације са клијентима. На једном месту су смештени сви неопходни подаци.

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 о кандидатурама за 29. конгрес који би потенцијално у земљу довео 35.550 делегата и генерисао профит од приближно 35 милиона евра. У наредном периоду Биро ће интензивирати активности око ових кандидатура како би се издејствовала победа за Србију.

Назив конгреса	Акроним	Бр делегата	Година
1. European Conference for AeroSpace Sciences	EUCASS	550	2021
2. European Association of Urology Course	ESU	300	2019
3. European Society of Anaesthesiology	ESA	1,500	2021
4. The Woodpreservation Industry	WEI	100	2020
5. Reach to Recovery International Breast Cancer	RRI	500	2021
6. European Breast Cancer Conference	EBCC	4,000	2022
7. International Congress on Parasitology	ICOPA	2,000	2022
8. European Society of Surgical Oncology	ESSA	1,200	2019
9. World Federation of tourist guide association	WFTGA	350	2021
10. European Congress on Perinatal Medicine	EAPM	2,000	2020
11. European Congress of Otorhinolaryngology	EAORL	2,200	2023

12. European Conference for Social Work Research	ESWRA	500	2020
13. World Seed Congress 2021	WSC	1,200	2021
14. General Assembly of the European Aikido Federation	EAF	200	2020
15. European Rhinologic Society Congress	EERS	1,000	2024
16. European Society for domestic Animal Reproduction	ESDAR	350	2022
17. Annual Congress of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies	EABCT	800	2023
18. World Chambers Congress	WCC	1,000	2023
19. Presidents' Conference of the European Triathlon Union	ETU	100	2021
20. European Society of Pediatric Otorhinolaryngology	ESPO	1,000	2022
21. World Chambers Congress	WCC	1,000	2023
22. European Cardio Attack Congress	EACS	6,000	2023
23. Bass Europe	Bass	1,000	2020
24. Congress of the International Biathlon Union	IBU	230	2020
25. European Association of Geoscientists and Engineers	EAGE	500	2020
26. Black Sea Association of Food Science Technology	BFOST	200	2020
27. International Brain Research Congress	IBRU	3,500	2023
28. International Academy of Legal Medicine	IALM	800	2024
29. European Society for Gastroenterology	ESGE	7,000	2021

- Биро је у сарадњи са домаћим стручњацима, докторима и локалним асоцијацијама кроз процес истицања кандидатуре за међународне догађаје (махом је реч о европским догађајима али у неколико наврата и о светским) успео да потврди 12 конгреса за Србију. Укупно посматрано, на овим догађајима према званичној међународној ИССА статистици, очекује се 8.900 делегата, који ће остварити око 28.800 ноћења а објективно процењен директан приход је око 8 милиона евра.

Назив конгреса	Акроним	Бр делегата	Година	Статус
1. World Soybean Research Conference	WSRC	1,500	2020	Добијено
2. European Convention of Rotaract Europe	EUCO	500	2019	Добијено
3. World Union of Wholesale Markets	WUWM	250	2019	Добијено
4. Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information & Engineering Systems	KES	250	2018	Добијено
5. European Congress of Immunology	ECI	3,500	2021	Добијено
6. International Community of Submariners Associations	ICSA	400	2019	Добијено
7. Federation of Snowboard Convention	FSC	70	2019	Добијено
8. European Association of Endoscopic Surgery	EAES	1,200	2023	Добијено
9. Meeting on Forensic Medicine	IMF Alpe Adria	200	2019	Добијено

10. CIVICUS World Assembly	CIVICUS	750	2019	Добијено
11. ICCA CEC Summer Meeting	ICCA	70	2019	Добијено
12. ICCA Client Supplier Workshop	ICCA	30	2019	Добијено

- Биро је у процес кандидовања инвестирао и одређени буџет кроз активности „Презентација дестинације у иностранству“, а који се увек односи на испуњење неколико међусобно повезаних циљева: представљање кандидатуре Србије, промоција Србије као организатора конгреса, повећање броја страних делегата на конгресу у Србији и лична стручна подршка домаћим удружењима приликом презентовања и браћења кандидатуре. Ова подршка се односила на истицање кандидатуре за Заједнички конгрес Америчког и Југоисточно Европског конгреса неурохирурга. Такође, у уторак 29.маја представник Бироа је боравио у Лондону са сврхом презентовања Србије као конгресне дестинације, односно као један од кандидата за организовање Европског конгреса ендоскопских хирурга 2023. године. Српско удружење ендоскопских хирурга је у претходном периоду организовало низ корака који су крунисани иницијативом да се овај престижни догађај по први пут организује на просторима Балкана. Презентација је урађена заједно са председавајућим нашег друштва. Биле су спремљене две презентације, једна као power point и друга у облику филма који је наше удружење направило, а финално је презентација изгледала тако да је председник нашег друштва дао уводну реч након чега је пуштен филм без тона, док је представник Бироа радио презентовање. Након тога одговорано је на серију питања представника Борда европског удружења. Такође, у термину 03-08. јун одржана је презентација кандидатуре и дестинације Србије као организатора Европског конгреса друштва за слободно-радикална истраживања. Презентација дестинације је одржана у Лисабону, Португалија. Такође, у термину 30.мај-02.јун одржавана је презентација дестинације у Риједи, Хрватска, где је потврђено да је Београд домаћин Међународног конгреса судске медицине 2019. године. У термину 18-24. јун представници Универзитетске дечје клинике (Тиршова) биоравили су у Паризу где је представљена Србија као дестинација и потврђени су детаљи Европског конгреса дечје хирургије за 2019. годину у Београду. Такође, у термину 12-16. јуна Српско удружење за хирургију шаке је представило кандидатуру Београда као домаћина Европског конгреса хирургије шаке за 2021. годину. Одобрено је да се до децембра месеца пошаље званичан предлог на бази нових захтева Европске асоцијације, како би се током конгреса наредне године потврдила кандидатура и да би Србија добила организацију. У четвртак 06. септембра у термину 12.00-14.00 организован је састанак извршног борда Европске асоцијације перинаталне медицине са дестинацијама кандидатима, а то су поред Србије и Београда били Беч и Минск. На овој презентацији представљени су квантитативни и инфраструктурни елементи Београда неопходни за организовање конгреса 2022. У петак 07. септембра у термину 12.30-14.30 организована је Генерална скупштина ове асоцијације, где је последња тачка управо била финална презентација за ЕАРМ 2022. конгрес. Имајући у виду да је реч о представницима националних асоцијација којих је било око 30 и да је лимит био постављен на 5 минута, презентација је у фокус ставила доживљај Београда као дестинације. Након презентација Борд на челу са Председником асоцијације је сумирао све три презентације и рекао да саветује да се национални представници одлуче за Беч. И након тајног гласања Беч је добио организацију ЕАРМ конгреса. Београд је био други. Беч је имао освојених 11 гласова а Београд 8 гласова,

Минск није имао гласове. Имајући у виду да се Беч по трећи пут узастопно кандидовао, да је дао огромну финансијску подршку организацији конгреса у вредности од око 80.000 евра, као и да је већина присутних земаља на гласању било из Западне Европе, можемо резултат ипак сматрати добрим, јер смо успели да уђемо у тзв ужи избор дестинација које презентују (укупно је било 5 заинтересованих кандидата) и будемо други иза Беча који је број један конгресна дестинације на свету са веома малом разликом у гласовима. Наравно, кандидатуру ћемо поновити на следећем конгресу и циљамо 2024. годину. Конгрес окупља око 2.000 делегата. У четвртак у поподневним терминима обавио сам заједничке састанке са МСА међународном РСО агенцијом и председником секције за Intrapartum Care. Након састанка и презентације дестинације договорено је да Београд добије организацију ЕСИС конгреса 2021 године. Очекујемо учешће око 1.000 делегата и приход од око 1.000.000 евра за дестинацију. У петак сам у поподневним терминима имао састанак и са представницима DIP конгреса, где су договорени кораци у истицању кандидатуре за International DIP Symposium on Diabetes, Hypertension, Metabolic Syndrome and Pregnancy за 2022. годину. Реч је о симпозијуму који окупља око 300 делегата. У термину 17-19. октобар Биро је учествовао у презентацији дестинације у Москви, како би по ранијем договору са директором глобалне продаје и маркетинга Marriott-а, учествовао са колегама из Marriott хотела на Годишњој продајној конференцији. Наиме, реч је о продајном радионици која се организује на најјачим глобалним тржиштима, и циљ је био, овога пута, да клијентима из Русије а пре свега Москве представи своје хотеле из Европе и света. Радионица је организована по принципу speed dating, где смо имали значајан број заказаних састанака. Наравно, прилику сам искористио и за обављање и великог броја других састанака. Доминантно је било речи о корпоративним агенцијама, од којих одређени број је већ успешно радио у Србији, али било је и састанака са самим корпорацијама директно. Искуства су јако позитивна, и концепт заједничког представљања са хотелима, овим случајем Marriott-ом, је јако добро оцењен. Готово сви клијенти су из домена конгреса и мотивационих путовања, а само пар агенција са којима смо причали ради туристички сегмент.

8. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА

8.1. Активности у оквиру Европске туристичке комисије

8.1.1. Борд директора Европске туристичке комисије, Брисел, Белгија, 15. фебруар

У складу са системом ротације, Србија, односно Туристичка организација Србије – директор Марија Лабовић, ће 2018. и 2019. године бити члан Борда директора ЕТС-а.

8.1.2. Борд директора и Генерална скупштина Европске туристичке комисије, Талин, Естонија, 23-25. мај

8.1.3. Борд директора и Генерална скупштина Европске туристичке комисије, 20-22. новембар, Антверпен, Белгија

8.1.4. Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО

8.1.5. Месечно достављање текстова на задате теме за newsletter

8.2. Активности у оквиру Асоцијације Трансроманика

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

8.3. Чланство у Међународној конгресној асоцијацији ICCA

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

8.4. Чланство у Удружењу немачких аутобуса RDA

8.4. Чланство у аустријској асоцијацији туристичких агенција ÖRV

8.5. Чланство у Дунавском центру за компетенцију DCC

8.6. Чланство у Међународној асоцијацији за конгресе и конвенције ICCA

8.7. Чланство у Асоцијацији националних туристичких организација ANTOR SWEDEN

8.8. Чланство у Асоцијацији националних туристичких организација ANTOR NORWAY

8.9. Чланство у Асоцијацији националних туристичких организација ANTOR UK

8.10. Чланство у Асоцијацији националних туристичких организација ADUTE ITALIJA

**ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ
СРБИЈЕ ЗА ПЕРИОД 01.01.-31.12.2018. ГОДИНЕ**

Приходи

Конто	ОПИС	План 2018.	Извршење 2018.	Индекс
1	2	3	4	4/3
6010	Приходи од продаје робе	7.000.000	5.648.375	80,69
6402	Приходи из буџета-субвенције 451	492.500.000	492.500.000	100,00
6401	Пренети приходи из претходне године	16.993.480	15.945.079	93,83
6420	Приходи од донација	1.680.000	446.128	26,55
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора (конференцијска сала)	300.000	115.000	38,33
6590	Приходи од заједничког наступа на сајмовима у земљи и иностранству	14.800.000	12.224.719	82,60
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	700.000	219.467	31,35
67	Остали приходи	420.000	63.135	15,03
69	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос прихода	200.000	10.000	5,00
	Укупно приходи	534.593.480	527.171.903	98,61

Расходи

Конто	ОПИС	План 2018.	Извршење 2018.	Авансна плаћања (преузете обавезе)	Индекс
1	2	3	4	5	(4+5)/3
50	Набавна вредност продате робе	5.000.000	4.262.171	0,00	85,24
	Трошкови материјала				
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.160.000	1.151.935		99,30
512	Трошкови горива и енергије	2.250.000	1.898.462	36.559	86,00
513	Трошкови резервних делова	100.000	98.835		98,83
514	Трошкови једн.отписа алата и инвентара	200.000	199.592		99,80
51	Укупно трошкови материјала	3.710.000	3.348.824	36.559	91,25
	Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи				
520	Трошкови зарада и накнада – бруто 1	45.350.000	44.252.370		97,58
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	8.118.000	7.894.455		97,25

522	Трошкови накнада по уговорима о делу	4.080.000	4.029.273		98,76
523	Трошкови накнада по ауторским уговорима	600.000	129.236		21,54
524	Трошкови накнада по прив.пов.пословима	300.000	78.975		26,32
525	Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора	5.460.000	5.459.264		99,99
529	Остали лични расходи и накнаде	21.460.000	20.255.778	1.204.222	100,00
52900	Остала лична примања-солидарна помоћ, јубиларне награде и отпремнине	620.000	572.888		92,40
52910	Превоз на посао и са посла	1.850.000	1.617.441	55.674	90,43
52911	Трошкови сл.путовања у земљи и иностр.	13.630.000	12.874.277	1.008.848	101,86
52930	Накаде трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца	5.360.000	5.191.172	139.700	99,46
52	Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи	85.368.000	82.099.351	1.204.222	97,58
Конто	ОПИС	План 2018.	Извршење 2018.	Авансна плаћања (преузете обавезе)	Индекс
1	2	3	4	5	(4+5)/3
	Трошкови производних услуга				
530	Трошкови израде по учинку – издавачка делатност	16.060.000	15.845.200	214.800	100,00
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	4.100.000	3.834.809	52.652	94,82
532	Трошкови услуга одржавања	3.100.000	2.827.165	200.000	97,65
533	Трошкови закупнина	3.010.000	3.003.978		99,80
534	Трошкови сајмова	86.400.000	83.572.398	2.810.863	99,98
5340	Трошкови сајмова у земљи	5.800.000	4.453.510	1.346.000	99,99
5341	Трошкови сајмова у иностранству	80.600.000	79.118.888	1.464.863	99,98
539	Трошкови осталих услуга	273.390.000	261.944.107	7.588.080	98,59
5390	Трошкови манифестација у земљи	4.100.000	2.819.812		68,77
5391	Трошкови услуга за односе са јавношћу	26.850.000	25.596.619	1.212.914	99,85
53922	Трошкови оглашавања у земљи	83.750.000	80.902.679	2.847.321	100,00
53923	Трошкови оглашавања у иностранству	69.540.000	68.588.134	252.723	98,99
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	30.780.000	30.439.273	340.275	99,99
5394	Организовање студијских путовања за новинаре, туроператоре и блогере	25.880.000	25.841.928	1.205	99,86
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	8.000.000	6.308.974	648.848	86,97
5396	Трошкови промотивног материјала	5.000.000	4.236.282	5.200	84,83
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	19.490.000	17.210.406	2.279.594	100,00
53	Укупно трошкови производних услуга	386.060.000	371.027.657	10.866.395	98,92
54	Трошкови амортизације и резервисања	6.000.000	5.405.546		90,09

	Нематеријални трошкови				
550	Трошкови непроизводних услуга	4.540.000	4.453.731	86.269	100,00
551	Трошкови репрезентације	9.470.000	9.226.183	1.500	97,44
552	Трошкови премија осигурања	305.000	268.312	32.288	98,56
553	Трошкови платног промета	1.100.000	946.723		86,06
554	Трошкови чланарина у пословним удужењима и међународним асоцијацијама	4.800.000	4.541.657	258.343	100,00
555	Трошкови пореза	23.643.000	21.940.737		92,80
559	Остали нематеријални трошкови	1.099.000	803.382	282.420	98,80
55	Укупно нематеријални трошкови	44.957.000	42.180.724	660.820	95,29
56	Финансијски расходи	1.448.480	1.181.592		81,57
57	Остали расходи	150.000	135.730		90,49
59	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода	1.900.000	1.849.562		97,34
	Укупно расходи	534.593.480	511.491.157	12.767.996	98,07

Разлику између прихода и расхода у износу од 15.680.746 динара, ТОС је распоредио тако, што је део средстава утрошио за авансна плаћања у текућој пословној години, за наредну 2019. годину, као и за преузимање обавеза које се односе на 2019. годину, у укупном износу од 12.767.996 динара. Нераспоређена средства у износу од 2.912.750 динара из 2018. године, се враћају у буџет.

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

Председник Управног одбора
др Ратка Вушуровић

ЗАВРШНИ РАЧУН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА 2018. ГОДИНУ

Законски основ за усвајање Завршног рачуна Туристичке организације Србије (у даљем тексту: ТОС), садржан је у одредби члана 36. став 3. тачка 4. Закона о туризму („Службени гласник РС“, бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 – др. закон, 93/2012, 84/2015, 83/2018 – др.закон и 17/2019), 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 37. став 2. Закона о туризму је прописано да Надзорни одбор ТОС-а, прегледа Извештај о пословању и завршни рачун и утврђује да ли су сачињени у складу са прописима.

Завршни рачун ТОС-а за 2018. годину, сачињен је у складу са чланом 24. до 28. Закона о рачуноводству („Службени гласник РС“, бр. 62/2013 и 30/2018), који се односе на обавезу састављања Финансијских извештаја и начин њиховог приказивања.

У складу са чланом 32. Закона о туризму, средства за рад ТОС-а 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 2018. 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 31.12.2018. године и 31.12.2017. 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. 2018. године и 31.12.2017. године.

У обрасцу „Биланс успеха“ су исказани приходи и расходи за период 01.01-31.12.2018. 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 31.12.2018. године

У обрасцу Биланс стања су исказани следећи подаци

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		Индекс 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	АКТИВА А. СТАЛНА ИМОВИНА (0002+0003+0009+0010+0011)	0001		27.672	26.807	103,23
01	I. НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002		18.080	14.977	120,72
02	II. НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА ОПРЕМА 0004+0005+0006+0007+0008)	0003		9.592	11.830	81,08
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		9.592	11.830	81,08
024 и део 029	4. Инвестиционе некретнине	0007				
02,осим 020,021,022,0 23,024 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				
	Б. ОБРТНА ИМОВИНА (0013+0018+0019+0020+0021+0022+0023	0012		49.423	71.908	68,73
Класа 1	I. ЗАЛИХЕ	0013		9.362	1.902	492,22
10	1, Залихе материјала	0014				
11 и 12	2, Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0015				
13	3, Роба	0016		3.036	1.807	168,01
15	4, Плаћени аванси за залихе и услуге	0017		6.326	95	6.658,95
20	II. ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0018		1.722	5.989	28,75
22	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0019		370	691	53,55
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0020				
24	V ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ И ГОТОВИНА	0021		31.476	42.937	73,31
27	VI ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0022		51	62	82,26
28	VII АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023		6.442	20.327	31,69

	Б. УКУПНА АКТИВА – ПОСЛОВНА ИМОВИНА (0001+0012)	0024		77.095	98.715	78,10
88	Е. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА	0025		10.161	10.161	100,00

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		Индекс 5/6
				Текућа година	Предходна година	
1	2	3	4	5	6	7
	ПАСИВА					
	А. УЛОЗИ 0402+0403-0406	0401		32.201	32.201	100,00
30	УЛОЗИ СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402		32.201	32.201	100,00
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				
	Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ (0410+0411+0414+0415+0416+0417+0418+0419)	0409		44.894	66.514	67,50
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		57	123	46,34
43	IV ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0415		18.801	27.081	69,43
45 и 46	V ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0416		7.303	4.377	166,85
47	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0417		1.780	10.646	16,72
48	VII ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ, ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0418		243	356	68,26
49	VIII ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0419		16.710	23.931	69,83
	Б.ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ 0409-0024 0402+0403-0406	0420				
	Г. УКУПНА ПАСИВА (0401+0409-0420)S_≥0	0421		77.095	98.715	78,10
89	Д. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА	0422		10.161	10.161	100,00

Образложење уз Биланс стања

I Актива

У Билансу стања у активи су исказани подаци о сталној и обртној имовини која износи 77.095 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2017. године, индекс је 78,09, односно смањење за 21.620 хиљада динара.

Објашњење извршења по свакој позицији се даје у наставку.

На позицији Стална имовина (аоп 0001), у Билансу стања је исказан износ од 27.672 хиљаде динара, а састоји се од аванса за нематеријална улагања и садашње вредности опреме. У односу на претходну годину, индекс је 103,23 односно, повећање у износу од 865 хиљада динара.

На позицији нематеријална имовина (аоп 0002) исказан је износ од 18.080 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 хиљада динара, нематеријалну имовину набављену у претходним годинама у износу од 2.589 хиљада динара, као и улагања у израду новог сајта ТОС-а и промотивне филмове снимљене у току 2018. године у износу од 5.540 хиљада динара. У односу на предходну годину индекс је 120,72

На позицији некретнине постројења и опрема (аоп 0003) је исказан износ од 9.592 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 81,08. У текућој пословној 2018. години, извршена је набавка опреме у износу од 778 хиљада динара и то: набавка компјутерске опреме, клима уређаја и канцеларијског стола.

На позицији Обртна имовина (аоп 0012) у Билансу стања исказан је износ од 49.423 хиљаде динара, а односи се на: залихе робе, плаћених аванса за услуге, потраживања од купаца, 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 9.362 хиљаде 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 3.036 хиљада динара и на плаћене авансе добављачима у земљи у износу од 6.326 хиљада динара. Дати аванси добављачима у земљи у наведеном износу се односе на плаћене услуге оглашавања зимске кампање у електронским медијима, за период јануар-фебруар 2019 године.

На позицији потраживања по основу продаје (аоп 0018) исказан је износ од 1.722 хиљада динара и односи се на:

- потраживања од купаца у земљи у износу од 1.515 хиљада динара,
- потраживања од купаца у иностранству у износу од 207 хиљада динара.

Потраживања у односу на претходну годину су исказана у индексу 28,75 или смањење за 4.267 хиљада динара, а смањење је резултат боље наплате потраживања, односно у целости наплаћено потраживање из ранијих година од Туристичке организације Београда.

Потраживања од купаца у земљи на дан 31.12.2018. године у износу од 1.332 хиљаде динара, односи се највећим делом на потраживања евидентирана крајем текуће године по основу издатих фактура за заједничко учешће на сајмовима у иностранству (IBTM Barselona, WTM London, СITM Šangaj), а мањи износ од 183 хиљаде динара чини потраживање од купаца по основу рефундације расподеле заједничких трошкова за одржавање пословног простора у Чика Љубиној број 8.

Потраживања од купаца из иностранства у износу од 207 хиљада динара настала по основу заједничког учешћа на сајму у Москви и то су: „Геометрија“ Москва 178 хиљада динара и ТА 7-ТУР Москва 29 хиљада динара.

Са свим купцима извршено је усаглашавање стања путем ИОС образаца, а појединим купцима чије је дуговање дуже од 1 године, достављене су и опомене за неизмирене обавезе.

На позицији друга потраживања (аоп 0019) исказан је износ од 370 хиљада динара и чине га потраживања од фондова социјалног осигурања на име рефундације средстава у износу од 42 хиљаде динара за боловање преко 30. дана, потраживања од запослених на име аконтације за службени посао у износу од 2 хиљаде динара, као и друга потраживања у износу од 326 хиљада динара. Смањење у односу на претходну годину износи 321 хиљаду динара или исказано у индексу 53,55.

На позицији готовински еквиваленти и готовина (аоп 0021) исказан је износ од 31.476 хиљада динара и чине га новчана средства на рачунима пословне банке. Износ средстава на рачунима банке искоришћен је почетком јануара 2019. 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 73,31.

На позицији порез на додату вредност (аоп 0022) исказан је износ од 51 хиљаде динара. Овај износ, односи се на потраживања по основу више плаћеног пореза на додату вредност у претходним годинама.

На позицији активна временска разграничења (аоп 0023) исказани износ од 6.442 хиљаде динара, чине обрачунате и преузете, неплаћене обавезе које се односе на 2019. годину, као и разграничени, унапред плаћени трошкови, који ће се евидентирати у наредној 2019. години.

Преузете обрачунате, а неплаћене обавезе у износу од 3.801 хиљаде динара, су обавезе настале у складу са закљученим уговорима крајем 2018. године, и то по основу резервације закупа сајамског простора за сајам туризма у Београду, који се одржава у фебруару 2019. године,

преузете обавезе по уговорима након спроведених поступака јавне набавке на име дигиталног оглашавања на друштвеним мрежама, Google, Facebook, Twitter, као и обавезе по основу извршених резервација за авио превоз и хотелски смештај запослених, који учествују у организацији сајмова у иностранству на којима ТОС наступа у циљу промоције туристичке понуде Србије.

На истој позицији, евидентирају се и унапред плаћене обавезе за трошкове будућег периода, у износу од 2.641 хиљаде динара, односе се на: закуп сајамског простора за сајмове туризма у иностранству (СМТ Štuttgart, NYTC Njujork-SAD, CONVENTA Ljubljana), који се одржавају почетком 2019. године и за које је потребно унапред уплатити резервацију за учешће на сајму, и други трошкови везани за поменуте сајмове као што су путно осигурање запослених и сл. Поред наведеног, унапред плаћене обавезе су извршене и за продужетак лиценци за софтвере, претплату на стручну литературу, превоз запослених на посао и са посла за јануар 2019. године, и друге трошкове везане за редовно пословање ТОС-а.

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 2018. годину, износи 77.095 хиљада динара.

II Пасива

У Билансу стања у пасиви су исказани подаци о капиталу и обавезама по свим основама у износу од 77.095 хиљада динара. У односу на стање 31.12.2017. године, индекс је 78,10 или смањење у износу од 21.620 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, за набавку основних средстава и других улагања у сталну имовину, 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 44.894 хиљаде 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 57 хиљада динара, а односи се на одобрена средства пословне банке по виза бизнис картицама, који доспева увек наредног месеца, у односу на месец када су средства утрошена. У односу на претходну годину индекс је 46,34 односно, смањење од 66 хиљада динара.

На позицији обавезе из пословања (аоп 0415) исказан је износ од 18.801 хиљада динара, а односи се на обавезе према добављачима у земљи 11.406 хиљада динара, обавезе према добављачима у иностранству 4.680 хиљада динара и обавезе за примљене авансе у износу од 2.715 хиљада динара. Примљени аванси се односе на уплаћена средства за реализацију Пројекта ЕДЕН и средства по основу заједничког учешћа на сајмовима у иностранству који се одржавају почетком 2019. године. У односу на претходну годину, индекс је 69,43 односно, смањење у износу од 8.280 хиљада динара.

Неизмирене обавезе према добављачима у земљи, односе се највећим делом за робу и услуге испоручене крајем 2018. године са валутом плаћања у 2019. години, и то:

- Добављачи за испоручене услуге оглашавања у земљи (зимска кампања) у износу од 4.138 хиљада динара;
- Добављачи за испоручене услуге по уговорима закљученим након спроведених поступака јавне набавке и то: оглашавање на друштвеним мрежама (Google, Facebook, Ttwitter), авио превоз и смештај у иностранству за запослене приликом одржавања туристичких сајмова и других промотивних догађаја, као и за стране новинаре и туроператере приликом доласка у Србију, услуге превоза, смештаја и исхране у земљи за новинаре и туроператере из иностранства, штампа брошура и другог промотивног материјала, услуге туристичких водича у земљи за стране новинаре и туроператере, преводилачке услуге, услуге физичко-техничко обезбеђење пословног простора, одржавање хигијене пословног простора, у износу од 6.661 хиљада динара, и
- Добављачи за испоручена добра и услуге за редовно пословање ТОС-а као што су: јавна предузећа за испоруку електричне енергије, топлотне енергије, телекомуникационих услуга, закуп простора за рад сувенирница и Инфо центара, одржавање опреме, едукација запослених и др., у износу од 607 хиљада динара.

Обавезе према добављачима у иностранству су такође, обавезе настале крајем 2018. године, чија валута плаћања доспева у 2019. години, а везане су у највећој мери за ПР услуге у иностранству, након спроведених поступака јавне набавке и закључених уговора крајем 2018. године, у износу од 4.308 хиљаде динара, за закуп простора за промотивни догађај у Минску (Белорусија) у износу од 307 хиљада динара, и оглашавање у иностранству (зимска кампања) у износу од 65 хиљада динара.

Ове обавезе у валути су на дан 31.12.2018. године, исказане у динарској противвредности по средњем курсу НБС од 118,1946 динара.

На позицији остале краткорочне обавезе (аоп 0416) исказан је износ од 7.303 хиљаде динара, од чега се на бруто 2 -плате запослених односи 4.547 хиљада динара, за нето накнаде члановима Управног и Надзорног одбора 282 хиљаде динара, обавезе за нето накнаде по уговорима о делу 121 хиљада динара, обавезе за исплату превоза на посао и са посла у износу од

91 хиљада динара, и остале обавезе у износу од 2.262 хиљаде динара, у оквиру којих су евидентиране обавезе по основу резервисаних средстава из 2018. године.

У односу на претходну годину, индекс је 166,85, односно повећање за 2.926 хиљада динара. Ово повећање условљено је, највећим делом, књиговодственим евидентирањем обавеза по добављачима на конту 469 - за преузете обавезе у 2018. години, а које ће се реализовати у 2019. години.

На позицији обавезе за порез на додату вредност (аоп 0417) исказани износ од 1.780 хиљада динара, односи се на обавезу по основу обрачунатог пореза на додату вредност у последњем кварталу 2018. године, чији је рок измирења јануар 2019. године. Наведени износ по кварталном обрачуну за период октобар-децембар 2018. године, укључује обрачунати порез на додату вредност по основу услуга извршених у иностранству, а то су у конкретном случају, услуге ПР и услуге оглашавања у писаним и електронским медијима, као и обрачунати пдв из редовног пословања ТОС-а.

На позицији обавезе за порезе, доприносе и друге дажбине (аоп 0418) исказани износ од 243 хиљаде динара, чине обавезе по основу пореза и доприноса за месец децембар 2018. године, и то за накнаде члановима Управног и Надзорног, износ од 173 хиљаде динара и по уговору о делу износ од 70 хиљада динара. Индекс извршења у односу на 2017.годину је 68,26, односно смањење за 113 хиљада динара, а условљено је ангажовањем мањег броја лица по уговору о делу.

На позицији пасивна временска разграничења (аоп 0419) исказан је износ од 16.710 хиљада динара и чине средства по основу вишка прихода над расходима у 2018. години. Исти се распоређује на групу 28 – активна временска разграничења у износу од 6.442 хиљаде динара, дате авансе, група 15- плаћени аванси за залихе и услуге, у износу од 6.326 хиљада динара и обавезе према буџету у износу од 3.942 хиљаде динара. У односу на претходну годину, на овој позицији исказано је смањење у износу од 7.221 хиљада динара, а умањење је резултат благовремено обрачунатих трошкова у 2018. години и самим тим смањење износа по основу резервисања на активним временским разграничењима.

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 2018. године

У обрасцу Биланс успеха исказани су следећи подаци:

У хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Напомена број	Износ		
				Текућа година	Предходна година	Индекс 5/6
1	2	3	4	5	6	7
	ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА					
60 до 65, осим 61 и 62	А. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ (1002+1003+1004 +1005+1006)	1001		511.199	477.271	107,11
60	ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002		5.649	4.230	133,55
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		493.210	459.807	107,26
65	ПРИХОДИ ОД НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	1006		12.340	13.234	93,24
	І. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ (1008-1009- 1010+1011+1012+1013+1014+1015+1016+1017+1018)	1007		508.325	449.337	113,13
50	1. НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1008		4.262	3.210	132,77
61	2. ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1009				
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		3.349	3.615	92,64
52	ТРОШКОВИ ЗАРАДА, НАКНАДА ЗАРАДА, И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013		82.099	70.867	115,85
53	ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014		371.028	339.931	109,15
540	ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015		5.406	5.225	103,46
541	ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016				
557	ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017			273	0,00
55, осим 557	НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	1018		42.181	26.216	160,90
	В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК 1001 - 1007	1019		2.874	27.934	10,29
	Г. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК 1007-1001	1020				
66	ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ 1022+1023+1024+1025+1026	1021		219	864	25,35

660	Приходи од финансијске имовине од матичних, зависних и осталих повезаних лица	1022				
661	Приходи од камата	1023		19	20	95,00
662 и 663	Позитивне курсне разлике и приходи по основу ефеката валутне клаузуле осталих ефеката заштите од ризика	1024		200	837	23,89
664	Приходи од дивиденди	1025				
669	5. Остали приходи од финансијске имовине	1026			7	0,00
56	ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ 1028 +1029+1030+1031	1027		1.181	13.390	8,82
560	1. Финансијски расходи из односа са матичним, зависним и осталим повезаним лицима	1028				
562	3. Расходи камата	1029		476	12.778	3,73
563,564 и 566	4. Негативне курсне разлике и расходи по основу ефеката валутне клаузуле и осталих ефеката заштите од ризика	1030		705	612	115,20
569	Остали финансијски расходи	1031				
	ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА 1021-1027	1032				
	ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА 1027- 1021	1033		962	12.526	7,68
683 и 685	ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА	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		63	218	28,90
57 и 58, осим 583 и 585	ОСТАЛИ РАСХОДИ	1039		135	15.481	0,87
	ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1019-1020+1032-1033+1036-1037+1038-1039	1040		1.840	145	1.268,97
	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		1.840	145	1.268,97
	Д. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1040-1041+1042-1043	1044		/	/	

	Ђ. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА 1041-1040+1043-1042	1045		/	/	
	Е. ПОРЕЗ НА РАЗЛИКУ ПРИХОДА И РАСХОДА					
721	1. ПОРЕСКИ РАСХОД ПЕРИОДА	1046				
	Ж. НЕТО ВИЂАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА 1044-1045-1046	1047		/	/	
	З. НЕТО ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА 1045-1044+1046	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 2018. годину, у расходима су исказани сви настали трошкови који се односе на пословање за 2018. 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 2018. годину.

І Приходи

Укупни приходи остварени у 2018. години, износе 511.491 хиљада динара, а распоређени су на следећим позицијама:

Пословни приходи (аоп 1001) у износу од 511.199 хиљада динара, састоје се из прихода од продаје робе (аоп 1002), у износу од 5.649 хиљада динара, прихода од донација, дотација, субвенција и сл. (аоп 1005), у износу од 493.210 хиљада 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 12.340 хиљада динара.

На позицији приходи од продаје робе, производа и услуга (аоп 1002), исказани износ од 5.649 хиљада динара, чини приход од продаје трговачке робе-сувенира, реализован у два малопродајна објекта, сувенирници на тргу Републике бр.5 и сувенирници на Авали.

У хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
601	Приходи од продаје робе-сувенира	1002	7.000	5.649	80,70
	Укупно		7.000	5.649	80,70

На позицији приходи од донација, дотација, субвенција (аоп 1005) исказан је износ од 493.210 хиљада динара, и чине га приходи по основу субвенција из буџета, пренети приходи из претходне године и приходи од донација по пројекту ЕДЕН започетом у 2017. години, а на позицији (аоп 1006) приходи од нефинансијске имовине, исказан је износ од 12.340 хиљада динара, и чине га приходи остварени од изнајмљивања пословног простора у оквиру ТОС-а и заједничког учешћа на сајмовима у земљи и иностранству.

Преглед наведених прихода дат је у табели:

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
6400	Приходи од субвенција из буџета	1005	492.500	476.819	96,82
6401	Пренети приходи из претход.год.	1005	16.993	15.945	93,83
6410	Приходи од донација	1005	1.680	446	26,55
6510	Приходи од изнајмљивања пословног простора	1006	300	115	38,33
6590	Приходи од заједничког наступа на сајмовима у земљи иностр.	1006	14.800	12.225	82,60
	Укупно		526.273	505.550	96,06

Планирани приходи из буџета за 2018. годину, у износу од 492.500 хиљада динара, ТОС-у су дозначени од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација. Од овог износа, у завршном рачуну за 2018. годину, је као остварени приход од субвенција из буџета, исказано 476.819 хиљада динара, а преостали износ добијених средстава од 15.681 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 2017. године у износу од 1.029 хиљада динара.

ТОС је у 2018. години остварио приходе од донација међународних организација по основу финансирања пројекта European Destinations of Excellence-Promotion-EDEN -2017. у износу од 446 хиљада динара, по основу реализације наведеног пројекта, који је имао за циљ промоцију изабраних дестинација у Србији. Реализација је извршена са индексом 26,55.

Такође, ТОС остварује и приход по основу изнајмљивања модерно опремљене конференцијске сале, која се налази у склопу пословног простора у Чика Љубиној бр 8, и то правним лицима и удружењима, ради организовања конференција, презентација и сл. По том основу је исказао приход од изнајмљивања пословног простора у износу од 115 хиљада динара. У односу на план индекс је 38,33 или, остварени приходи су мањи за 185 хиљада динара.

Остварени приходи од заједничког наступа на сајмовима у земљи и иностранству исказани су у износу од 12.225 хиљада динара. У односу на план, индекс је 82,60.

На позицији Финансијски приходи (аоп 1021), износ од 219 хиљада динара чине: приходи по основу курсних разлика при плаћању добављачима у иностранству у износу од 200 хиљада динара и приходи од камата на новчана средства која се налазе на пословном рачуну ТОС-а код Комерцијалне банке у износу од 19 хиљада динара. У односу на план, индекс је 31,28.

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
661 и 663	Приходи од камата Позитивне курсне разлике по основу ефеката валутне клаузуле	1021	700	219	31,28
	Укупно		700	219	31,28

На позицији остали приходи (аоп 1038) исказан је износ од 63 хиљаде динара, а чине га приходи по основу рефакцију ПДВ-а из иностранства, корекције обавеза на бази књижних одобрења и усклађивања са повериоцима, исправке безначајних грешака по почетном стању из ранијих година. Такође, у књиговодству у оквиру групе 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих периода, исказан је износ од 10 хиљада динара, а у обрасцу Биланс успеха тај износ је приказан у пребијеном салду са групом 59- исправке грешака ранијих периода на аоп 1043.

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
67	Остали приходи	1038	420	63	15,00
69	Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих година	1042	200	10	0,00
	Укупно		620	73	11,77

II Расходи

У Завршном рачуну, укупни расходи за 2018. годину, исказани су у износу од 511.491 хиљада динара, а састоје се од пословних расхода (аоп 1007) у износу од 508.325 хиљада динара, финансијских расхода (аоп 1027) у износу од 1.181 хиљада динара, осталих расхода (аоп 1039) у износу од 135 хиљада динара и на позицији расходи по основу ефеката промена рачуноводствених политика и исправке грешака из ранијих година (аоп 1043) у износу од 1.850 хиљада динара, а као резултат умањења са позицијом 69- Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих година, у Билансу успеха на наведеној позицији исказан је износ од 1.840 хиљада динара.

У хиљадама динара

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 5/4
1	2	3	4	5	6
50	Набавна вредност продате робе	1008	5.000	4.262	85,24
51	Трошкови материјала	1012	3.710	3.349	90,27
52	Трошкови зарада, накнада и остали лични расходи	1013	85.368	82.099	96,17
53	Трошкови производних услуга	1014	386.060	371.028	96,11
54	Трошкови амортизације	1015	6.000	5.406	90,10
55	Нематеријални трошкови	1018	44.957	42.181	93,82
56	Финансијски расходи	1027	1.448	1.181	81,56
57	Остали расходи	1039	150	135	90,00
59	Исправка грешака ранијих периода	1043	1.900	1.850	97,37
	Укупно		534.593	511.491	95,68

У расходима су исказани трошкови настали у 2018. години, без обзира да ли су плаћени до краја године. У расходима нису исказана плаћања по авансним рачунима у 2018. години, за трошкове који се односе на 2019. годину. Ови износи су исказани на конту датих аванса, као и на активним временским разграничењима у обрасцу Биланс стања.

У наставку је табеларни приказ аналитичких података за позицију пословни расходи (аоп 1007) у износу од 508.325 хиљада динара, ради праћења извршења Финансијског плана ТОС-а, за 2018 годину:

У хиљадама динара

Група рачуна	ОПИС	План 2018	Извршење 2018	Индекс 4/3
1	2	3	4	5
50	Набавна вредност трговачке робе	5.000	4.262	85,24
	Трошкови материјала			
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.160	1.152	99,31
512	Трошкови горива и енергије	2.250	1.898	84,35
513	Трошкови резервних делова	100	99	99,00
514	Трошкови једнократног отписа алата и инвентара	200	200	100,00
51	Укупно трошкови материјала	3.710	3.349	90,27
	Трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи			
520	Трошкови зарада – бруто 1	45.350	44.252	97,58
521	Трошкови доприноса на терет послодавца	8.118	7.894	97,24
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	4.080	4.029	98,75
523	Трошкови накнада по ауторским уговорима	600	129	21,50
524	Трошкови накнада по уг. о прив.повр.пословима	300	79	26,33
525	Трошкови накнада за чланове Упр. и Надз. одбора	5.460	5.460	100,00
529	Остали лични расходи и накнаде-службена	21.460	20.256	94,39

	путовања			
52	Укупно трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи	85.368	82.099	96,17
	Трошкови производних услуга			
530	Трошкови израде по учинку- издавачка делатност	16.060	15.845	98,66
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	4.100	3.835	93,54
532	Трошкови услуга одржавања	3.100	2.827	91,19
533	Трошкови закупнина	3.010	3.004	99,80
534	Трошкови сајмова	86.400	83.572	96,73
5390	Трошкови манифестација у земљи	4.100	2.820	68,78
5391	Трошкови ПР агенција за промоцију на иностранству	26.850	25.597	95,33
53922	Оглашавање у домаћим медијима	83.750	80.903	96,60
53923	Оглашавање у иностраним медијима	69.540	68.588	98,63
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	30.780	30.439	98,89
5394	Трошкови организовања студијских путовања новинара и туроператора из иностранства	25.880	25.842	99,85
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	8.000	6.309	78,86
5396	Промотивни материјал	5.000	4.236	84,72
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	19.490	17.211	88,31
53	Укупно трошкови производних услуга	386.060	371.028	96,11
54	Трошкови амортизације и резервисања	6.000	5.406	90,10
	Нематеријални трошкови			
550	Трошкови непроизводних услуга	4.540	4.454	98,10
551	Трошкови репрезентације	9.470	9.226	97,42
552	Трошкови премија осигурања	305	268	87,87
553	Трошкови платног промета	1.100	947	86,09
554	Трошкови чланарина у удружењима, асоцијацијама и др.организацијама у земљи и иностранству	4.800	4.542	94,62
555	Трошкови пореза	23.643	21.941	92,80
559	Остали нематеријални трошкови	1.099	803	73,07
55	Укупно нематеријални трошкови	44.957	42.181	93,82

ТОС је за обрачун плата у 2018. години применио Закон о платама државних службеника и намештеника, Закон о буџету Републике Србије за 2018. годину (којим је утврђена нето основица за обрачун и исплату плата у износу од 17.956,35 динара, са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање) и Правилник о раду којим је дефинисано да се основна плата одређује множењем коефицијента радног места са основицом за обрачун и исплату плата, која се утврђује за сваку буџетску годину Законом о буџету Републике Србије.

Реализација плана на позицији трошкови зарада, накнада зарада и остали лични расходи остварена је у индексу 96,17.

На позицији финансијски расходи (аоп 1027), исказан је износ 1.181 хиљада динара, а односи се на негативне курсне разлике и расходе по основу ефеката валутне клаузуле у износу од 705 хиљада динара и трошкове камата у износу од 476 хиљада динара, насталих по основу обрачуна пдв-а за фактуре из иностранства испостављене након завршеног обрачунског периода у ком је услуга извршена. У односу на Финансијски план ТОС-а, финансијски расходи су исказани у индексу 81,56.

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 6/5
2	3		5	6	8
56	Финансијски расходи	1027	1.448	1.181	81,56
	Укупно финансијски расходи		1.448	1.181	81,56

На позицији остали расходи (аоп 1039) исказан је износ од 135 хиљада динара, а везано за евидентирање расхода након извршеног годишњег пописа. Наведена позиција обухвата отпис дотрајале и неупотребљиве опреме, мањкове робе и обезвређење вредности залиха робе исказано на дан 31.12.2018. године. У односу на Финансијски план ТОС-а, индекс извршења по овом основу је 90,00.

На позицији вишак расхода над приходима, ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака из ранијих периода, књиговодствени износ од 1.850 хиљада динара, у Билансу успеха на наведеној позицији (аоп 1043) исказан је у пребијеном салду са групом 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике и исправка грешака из ранијих периода, у износу од 1.840 хиљада динара. Индекс извршења у односу на план је 97,37.

Група рачуна	Опис	АОП	План 2018	Извршење 2018	Индекс 6/5
2	3		5	6	8
57	Остали расходи	1039	150	135	90,00
59	Вишак расхода над приходима, ефекти промене рачунов.политике, исправке грешака из ранијих периода	1043	1.900	1.850	97,37
	Укупно остали расходи		2.050	1.985	96,83

III Добит/Губитак

У Билансу успеха у 2018. години, исказани су и приходи и расходи у истом износу од 511.491 хиљада динара, тако да није остварена добит.

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

Приходе од заједничког наступа на иностраним сајмовима, остварује на нивоу стварних трошкова закупа и опремања штанда и наступа на сајмовима.

Статистички анекс за 2018. 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	12	12
2. Ознака за власништво(ознака од 1 до 5)	9002	1	1
3. Број страних (правних или физичких) лица која имају учешће у капиталу	9003	-	-
4. Просечан број запослених на основу стања крајем сваког месеца (цео број)	9004	44	36

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	44	0
450	2. Обавезе за нето зараде и накнаде зарада осим накнада зарада које се рефундирају(потражни промет без почетног стања)	9006	31.799	24.605
451	3. Обавезе за порез на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потражни промет без почетног стања)	9007	3.660	2.953
452	4. Обавезе за доприносе на зараде и накнаде зарада на терет запосленог (потраж. промет без почетног стања)	9008	8.809	6.846
462	5. Обавезе према физичким лицима за накнаде по уговорима (потражни промет без почетног стања)	9009	6.061	6.650
	6. Контролни збир (од 9005 до 9009)	9010	50.373	41.054

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	1.898	2.148
520	2. Трошкови зарада и накнада зарада (брutto)	9012	44.252	34.399
521	3. Трошкови пореза и доприноса на зараде и накнаде зарада на терет послодавца	9013	7.894	6.158
522, 523 524 и 525	4. Трошкови накнада физичким лицима (брutto) по основу уговора	9014	9.697	10.893
529	5. Остали лични расходи и накнаде	9015	20.256	19.417
533 део 540 и део 525	6. Трошкови закупнина	9016	3.004	1.416
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	268	232
553	10. Трошкови платног промета	9020	947	1.010
554	11. Трошкови чланарина	9021	4.542	5.653
555	12. Трошкови пореза	9022	21.941	2.485
556	13. Трошкови доприноса	9023		
Део 560 и 562	14. Расходи камата и део финансијских расхода	9024	477	12.778
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	17 Остали непоменути расходи	9031		15.408
	15. Контролни збир (од 9011 до 9031)	9032	115.176	111.997

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	492.764	458.168
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	19	20
Део 660 Део 661 и Део 662	5. Приходи од камата по рачунима и депозитима у банкама и осталим финансијским организацијама	9037	19	20
Део 660 Део 661 и део 669	6. Приходи од дивиденди	9038		
	7. Контролни збир (од 9033 до 9039)	9039	492.802	458.208

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 натура од иностраних правних и физичких лица	9045	446	1.642
7. Контролни број (од 9040 до 9045)	9046	446	1.642

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		

Председник Управног одбора
Др Ратка Вушуровић