

**ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ**

**ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ  
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ  
ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2024. ГОДИНЕ**

**БЕОГРАД  
Март 2025. године**

## САДРЖАЈ

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| ОСНОВНИ ПОДАЦИ.....                                                  | 5  |
| ДЕЛАТНОСТ.....                                                       | 5  |
| ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА.....                                            | 5  |
| СТАТИСТИЧКИ ПОДАЦИ.....                                              | 6  |
| ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА.....                                             | 7  |
| ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2024. ГОДИНЕ..... | 8  |
| 1. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ.....                                          | 8  |
| Табела промотивног материјала реализованог у штампи.....             | 8  |
| 2. ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ.....                                          | 10 |
| 3. МАРКЕТИНГ.....                                                    | 11 |
| 3.1. Дигитални медији.....                                           | 11 |
| 3.2. Промотивне кампање.....                                         | 11 |
| 3.3. Промоција постова на друштвеним мрежама ТОС-а.....              | 17 |
| 3.4. Фото и видео конкурс „ЗИМА СТВАРА УСПОМЕНЕ“.....                | 18 |
| 3.5. Промотивна кампања са олимпијцима Србије.....                   | 19 |
| 3.6. Постигнути резултати у 2024. години.....                        | 20 |
| 3.7. Аудио и видео продукција.....                                   | 26 |
| Промо аудио цинглови.....                                            | 26 |
| 3.8. Летња кампања.....                                              | 26 |
| Летња кампања – ТВ.....                                              | 26 |
| Летња кампања – Радио.....                                           | 27 |
| Летња кампања – Веб портали.....                                     | 27 |
| Летња кампања – ЛЕД ГСП (Outdoor).....                               | 32 |
| 3.9. Зимска кампања.....                                             | 32 |
| Зимска кампања – ТВ.....                                             | 32 |
| Зимска кампања – Радио.....                                          | 33 |
| Зимска кампања – ЛЕД дисплеји у јавном градском превозу.....         | 33 |
| Пројекција промо спота на згради БДП-а (Outdoor).....                | 34 |
| Остале активности.....                                               | 35 |
| 3.10. Веб сајт ТОС-а serbia.travel.....                              | 35 |
| 3.10.1. Израда новог дизајна сајта.....                              | 35 |
| 3.10.2. Увођење „Chatbot“-а.....                                     | 36 |
| 3.10.3. Newsletter.....                                              | 37 |
| 3.10.4. Остало.....                                                  | 37 |
| 3.10.5. Сајт turistickiforum.rs.....                                 | 38 |
| 3.10.6. Сајт scb.travel.....                                         | 38 |
| 3.10.7. Сајт turistickicvet.rs.....                                  | 38 |
| 3.11. Комуникација са медијима.....                                  | 39 |
| 3.11.1. Саопштења.....                                               | 39 |
| 3.11.2. Интервјуи и изјаве.....                                      | 39 |
| 3.12. Конференције за новинаре.....                                  | 40 |
| 3.13. Србија у туристичким и гастрономским водичима.....             | 40 |
| 3.13.1. GAULT & MILLAU Србија 2024, 24. април.....                   | 40 |
| 3.13.2. MICHELIN Masterclass, 16. јануар.....                        | 41 |
| 3.13.3. MICHELIN Masterclass, 18. јун.....                           | 42 |
| 3.13.4. MICHELIN Masterclass, 09. октобар.....                       | 43 |
| 3.13.5. MICHELIN селекција за 2025. годину, 17. децембар.....        | 43 |

|                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ, МАНИФЕСТАЦИЈЕ И ДОГАЂАЛИ НА ДОМАЋЕМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ .....                                                                         | 44  |
| 4.1. Међународни сајам туризма у Београду .....                                                                                                                 | 44  |
| 4.2. Међународни сајам туризма у Новом Саду .....                                                                                                               | 46  |
| 4.3. Међународни сајам туризма и сеоског туризма у Крагујевцу .....                                                                                             | 47  |
| 4.4. Учесће туристичке организације Србије у пројекта Српска кућа током трајања Олимпијских игара у Призу .....                                                 | 48  |
| 4.5. Трећи међународни сајам вина, хране и туризма “Винска визија Отвореног Балкана” .....                                                                      | 54  |
| 4.6. Туристички форум .....                                                                                                                                     | 64  |
| 4.7. Промотивни догађај „ДОЖИВИ СРБИЈУ“ .....                                                                                                                   | 66  |
| 4.8. Туристички цвет .....                                                                                                                                      | 66  |
| 4.9. Посебне презентације и догађаји, којима су присуствовали представници ТОС-а .....                                                                          | 67  |
| 4.9.1. Учесће у раду Регионалног савета за сарадњу .....                                                                                                        | 67  |
| 4.9.2. Фестивал „9. београдски манифест“ .....                                                                                                                  | 68  |
| 4.9.3. Beer Fest .....                                                                                                                                          | 69  |
| 5. СТУДИЈСКА ПУТОВАЊА ЗА МЕДИЈЕ ИЗ СРБИЈЕ .....                                                                                                                 | 69  |
| 5.1. ЗЛАТИБОР 5 – 7. фебруар 2024. ....                                                                                                                         | 69  |
| 5.2. Ужице-Тара-Бајина Башта-Дрина 18.06.-20.06.2024. ....                                                                                                      | 70  |
| 6. ЕДУКАЦИЈА ЗАПОСЛЕНИХ У ТУРИЗМУ .....                                                                                                                         | 71  |
| 7. САРАДЊА СА ЛОКАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА И ДРУГИМ СУБЈЕКТИМА У ТУРИЗМУ .....                                                                           | 72  |
| 8. ОСТАЛЕ АКТИВНОСТИ .....                                                                                                                                      | 77  |
| 9. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНOM ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ .....                                                                                                | 78  |
| 9.1. Велика Британија и Ирска .....                                                                                                                             | 78  |
| 9.2. Француска .....                                                                                                                                            | 81  |
| 9.3. Републике бивше СФРЈ - Словенија, Хрватска, Црна Гора, Северна Македонија и Босна и Херцеговина .....                                                      | 83  |
| 9.4. Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка, Албанија .....                                                                                                        | 86  |
| 9.5. Бенелукс и Скандинавија .....                                                                                                                              | 90  |
| 9.6. Немачка, Аустрија и Швајцарска .....                                                                                                                       | 94  |
| 9.7. Италија, Шпанија и Португалија .....                                                                                                                       | 98  |
| 9.8. Кина .....                                                                                                                                                 | 99  |
| 9.9. Турска .....                                                                                                                                               | 105 |
| 9.10. Сједињене Америчке Државе .....                                                                                                                           | 106 |
| 9.11. Јерменија .....                                                                                                                                           | 108 |
| 9.12. Русија .....                                                                                                                                              | 109 |
| 10. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС) .....                                                                                                                           | 109 |
| Организација догађаја као елемент маркетинг микса .....                                                                                                         | 109 |
| Оглашавање у медијима .....                                                                                                                                     | 110 |
| 10.2. Маркетинг активности на међународном тржишту .....                                                                                                        | 110 |
| 10.3. Истицање кандидатура за организацију догађаја .....                                                                                                       | 113 |
| 10.4. Инспекцијске посете .....                                                                                                                                 | 116 |
| 10.5. Организација студијских посета организаторима путовања и новинарима .....                                                                                 | 118 |
| 11. Међународна сарадња .....                                                                                                                                   | 119 |
| 11.1. Активности у оквиру Европске туристичке комисије .....                                                                                                    | 119 |
| 11.2. Resilience & Innovation Summit, Сарајево, БиХ, 05-06. јун .....                                                                                           | 121 |
| 11.3. Састанак Радне групе Министарства туризма и омладине Србије и Министарства трговине и туризма Републике Српке, Бања Лука, Република Српска, 17. јун ..... | 122 |
| 11.4. Потписан меморандум о сарадњи са Азербејџаном, 27. август .....                                                                                           | 122 |
| ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА ПЕРИОД 01.01.-31.12.2024. ГОДИНЕ .....                                                            | 123 |
| ЗАВРШНИ РАЧУН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА 2024. ГОДИНУ .....                                                                                              | 127 |

|                                            |     |
|--------------------------------------------|-----|
| БИЛАНС СТАЊА .....                         | 128 |
| БИЛАНС УСПЕХА .....                        | 135 |
| Статистички извештај за 2024. годину ..... | 143 |



## ОСНОВНИ ПОДАЦИ

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

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

## ДЕЛАТНОСТ

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

## ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА

Средства из буџета за рад ТОС-а, у износу од 500 милиона динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2024. годину („Службени гласник РС“, број: 92/2023 и 79/2024), раздео 37 – Министарство туризма и омладине, програм 1507 – уређење и развој у области туризма, функционална класификација 473 – туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

Програмом о изменама и допунама програма рада са финансијским планом Туристичке организације Србије за 2024. годину, на који је Влада дала сагласност Решењем 05 број: 021-11115/2024. од 21. новембра 2024. године, измењена је структура прихода и то у делу пренетих прихода и прихода из буџета по основу других државних додељивања. Коначни износ пренетих прихода, ради реализације започетих уговорних обавеза, утврђен је након израде Финансијског извештаја за 2023. годину у износу од 23.571.356 динара, а приходи по основу осталих државних додељивања из републичког буџета, за реализацију пројекта организације Трећег међународног сајма вина „Винска визија Отворени Балкан“, у складу са Закључком СП 08 Број: 00-80/2024-04 од 5. фебруара 2024. године, у износу од 47.800.000 динара.

Након евидентирања наведених промена, укупно планирани приходи за 2024. годину, износили су 578.371.356 динара.

## СТАТИСТИЧКИ ПОДАЦИ

Према подацима Републичког завода за статистику, у 2024. години у Републици Србији боравило је укупно 4.432.751 туриста, што је за 6% више у односу на 2023. годину, од чега је домаћих било 2.048.016 (на истом нивоу у односу на 2023.) или 46% од укупног броја гостију, а иностраних 2.384.735 (+ 12%), што је 54% од укупног броја гостију. У 2024. години остварено је укупно 12.662.151 ноћења (што је за 2% више у односу на 2023. годину), од чега су домаћи туристи остварили 6.564.402 ноћења (4% мање), што чини 52% од укупног броја остварених ноћења, а инострани 6.097.749 (+ 9%) или 48% од укупног броја остварених ноћења. Мерено бројем остварених ноћења, домаћи туристи у 2024. години највише су боравили на Златибору, затим следе Београд, Врњачка Бања, Копаоник, Сокобања итд. Инострани гости највише су боравили у Београду, затим следе Нови Сад, Златибор, Ниш, Суботица итд.

Према подацима са сајта Народне банке Србије, у 2024. години остварени девизни прилив од туризма износио је 3,065 милијарди \$, што је за 11% више у односу на 2023. годину, односно 2,833 милијарди €, што је за такође 11% више у односу на 2023. годину. Дефицит прилива и одлива од туризма у 2024. години износио је 961 милион €.

У табели која следи приказан је туристички промет у 2024. години са тржишта са којих нам долази највећи број страних туриста.

| Земља               | Ноћења страних туриста | % 2024/2023. |
|---------------------|------------------------|--------------|
| Руска Федерација    | 622.381                | - 6 %        |
| Турска              | 603.787                | + 16 %       |
| Кина                | 404.047                | + 43 %       |
| Босна и Херцеговина | 375.306                | + 7 %        |
| Немачка             | 292.685                | + 4 %        |
| Северна Македонија  | 276.802                | + 6 %        |
| Црна Гора           | 261.567                | + 8 %        |
| Румунија            | 260.001                | + 2 %        |
| Хрватска            | 254.038                | + 13 %       |
| Бугарска            | 247.958                | + 25 %       |

Извор: Републички завод за статистику

Треба истаћи да су укупан број туриста у Србији у 2024. години (4.432.751), као и укупан број остварених ноћења (12.662.151) рекордни резултати остварени у туризму Србије у последњих 30 година. Значајну улогу у остваривању ових рекордних резултата имале су акција Владе Републике Србије, односно надлежног Министарства са бесплатном поделом ваучера за одмор, туристичке субвенције и интензивна туристичка кампања са акцентом да се одмор проводи у Србији.

Србија је са растом од + 12 % броја иностраних туриста у 2024. години на приближно сличном нивоу са просечном светском стопом раста иностраних туриста која је у 2024. години износила + 11 % (извор UNWTO World Tourism Barometar, Фебруар 2025). UNWTO очекује да коначни резултати у 2024. години покажу да ће светски међународни туризам достигнути 99% нивоа пре пандемије, а европски ће порасти за +1% у односу на предпандемијски туристички промет.

## ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА

Туристичка организација Србије је у 2024. години спровела истраживање тржишта са темом “Перцепција Србије као туристичке дестинације од стране домаћих и страних туриста”. Истраживање је имало за сврху да утврди профил туриста, њиховог туристичког понашања, мотивације и спремности да препоруче и шире позитивну реч.

Укупно 5044 упитника прикупљено је теренским истраживањем на 13 дестинација методом „лице у лице“ водећи рачуна да буду заступљени сви типови дестинација – планине, бање и градови и да дестинације спадају у приоритетне према важећој Стратегији развоја туризма Србије.

Поред основних карактеристика испитаника (место боравка, пол, старост, образовање, примања), студија је обухватила и детаљну анализу профила туриста у Србији укључујући њихово туристичко понашање (структура потрошње, тип смештаја, превоза, просечна потрошња), туристичке производе које конзумирају. Такође испитани су канали које туристи користе да би се информисали о туристичким дестинацијама у Србији, њихова оцена тренутних промотивних канала, али и предлог начина промоције који одговара њиховим навикама и потребама. Истраживање је фокусирано на њихову перцепцију предности и недостатака имица туризма Србије кроз испитивање когнитивног и афективног као и укупног имица дестинације. Истражене су и главне вредности бренда Србије - функционалне, емоционалне, рационалне. На основу свега наведеног, креиране су препоруке за унапређење бренда, имица, промоције и осталих важних аспеката конкурентности туристичке дестинације на тржишту.

## ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ОД 1. ЈАНУАРА ДО 31. ДЕЦЕМБРА 2024. ГОДИНЕ

### 1. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

*Табела промотивног материјала реализованог у штампани*

| Назив публикације            | Тираж |
|------------------------------|-------|
| Place to meet                | 1000  |
| Србија Доживи енглески       | 10000 |
| Србија Доживи српски         | 2000  |
| Културни мозаик              | 3000  |
| Дунав у Србији енглески      | 2000  |
| Постери тос српски           | 50    |
| Постери тос енглески         | 50    |
| Обележивач страница          | 2000  |
| заставице ТОС                | 1000  |
| Пешачење и бициклизам енг    | 1000  |
| Пешачење и бициклизам српски | 1000  |
| Туристичка карта шпански     | 1000  |
| Србија Доживи шпански        | 1000  |
| кеса 35*25                   | 500   |
| кеса 23,5*20*9               | 1000  |
| кеса40*35*9                  | 100   |
| Карта манастира енглески     | 5000  |
| Туристичка карта српски      | 20000 |
| Туристичка карта француски   | 5000  |
| Туристичка карта             | 5000  |
| Туристичка карта немачки     | 3000  |
| Туристичка карта руски       | 2000  |
| Карта манастира немачки      | 5000  |
| Кампинг и караванинг         | 3000  |
| Зидна туристичка карта       | 15    |
| Дунав у Србији српски        | 3000  |
| Дворски Комплекс             | 3000  |
| кеса24*36*9 српски           | 5100  |
| кеса 24*36*9 енглески        | 5100  |
| Културни мозаик немачки      | 1000  |
| Дунав у Србији немачки       | 1000  |
| 52 викенда мутација 1        | 1000  |
| Културни мозаик енглески     | 5000  |

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| Дунав у Србији српски             | 3000  |
| Србија Доживи српски              | 1000  |
| Карта манастира мутација 1        | 3000  |
| Туристичка карта енглески         | 20000 |
| Карта манастира српски            | 5000  |
| 52 викенда у србији српски        | 5000  |
| 52 викенда у Србији мутација 2    | 1000  |
| Перфорирани летак српски          | 20000 |
| Перфорирани летак енглески        | 10000 |
| Постер за промоције и догадаје    | 30    |
| Штампана каширана графика 100x70  | 10    |
| Штампана каширана графика 300x140 | 10    |
| Платно за рекламни пано           | 10    |
| Роковник агенда                   | 1500  |
| Стони календар                    | 1500  |

Нове брошура изашле из штампе у 2024. години:

- Винска авантура кроз Србију, реализована је као интерактивни пројекат са видео садржајем који се односи на сваки поменути вински регион. Велики комуникативни изазов приликом дефинисања обухвата брошуре, изражен чињеницом да у Србији постоји 3 винска региона, 22 винска рејона и 77 виногорја, превазиђен је увођењем адекватних критеријума.
- Критеријуми су се пре свега односили на постојање туристичке понуде у винаријама, ознаке географског порекла и квалитет вина.
- Путем QR кода који се налази на почетку сваког поглавља, приступа се видео садржајима на You tube каналу Туристичке организације Србије.
- Упоришта духовности – српски језик
- Туристичка карте Србије измењено и допуњено издање-српски, енглески, руски, кинески, шпански, француски и турски
- Преводи: Карта манастира Србије -на француски и немачки језик
- Доживи Србију! – шпански језик, турски, кинески, српски латиница
- „Camping&Caravaning“-Кампови Србије, тројезична публикација (српски, енглески, немачки), припремљена је и штампана у сарадњи са Кампинг асоцијацијом Србије.
- Доступна је и на сајту ТОС-а одељак „Брошуре“.
- Завршен је концепт и текст за брошуру „Градови Србије“
- У завршној фази измена концепта и текстови за брошуру Одмор на селу / Сеоска туристичка домаћинства – српски језик.

## **Преводи**

Рађена је организација превода у ТОС-у и праћење уговора са преводилачком агенцијом Алкемист.

## **2. ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ**

У оквиру Туристичке организације Србије, раде два инфо центра: Сувенирница - инфо центар у оквиру Авалског торња и инфо центар у Чика Љубиној улици, у централу ТОС-а.

Због радова на реконструкцији и проширењу Аеродрома Никола Тесла, на предлог надлежних на аеродрому, привремено је затворен инфо центар, на Аеродрому Никола Тесла који функционише у сарадњи са Туристичком организацијом Београда.

У оквиру Инфо центра У Чика Љубиној, обавља се редовно и обавезна пракса ученика и студената.

У прошлој, 2024.години стручну праксу су у просторијама ТОС-а, у информативном центру обављали ученици следећих стручних школа.

1. Средња туристичка школа Београд, Отона Жупанчића 4

Ученици из ове школе су долазили током читаве школске године, осим у време трајања распуста. На праксу су долазили ученици од првог до четвртог разреда (40 ученика).

2. Средња стручна школа Васа Пелагић Ковин

Ученици из ове школе су долазили спорадично у току године, обзиром да праксу углавном обављају у Панчеву и Ковину (10 ученика).

3. Економско – трговинска школа Паја Маргановић Панчево

Пракса ове школе предвиђа мало један дан у току недеље и 2 пута годишње блок од 5 радних дана (4 ученика).

Поред средњих школа ТОС има уговоре и са високим школама и факултетима, и то са:

1. Географски факултет Универзитета у Београду

2. Универзитет Сингидунум Београд

3. Универзитет у Крагујевцу – Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи

4. Универзитет уметности у Београду

5. Висока туристичка школа Београд

У прошлој, 2024. години стручну праксу у ТОС-у је обављало три студента Високе туристичке школе и то у различитим секторима, у међународном, конгресном и домаћем сектору. Пракса је трајала десет радних дана.

## **Сувенирница на Авали**

Сувенирница/инфо центар на Авали ради континуирано током целе године. У наставку се налази табеларни приказ продате робе у сувенирници.



| Укупан промет у сувенирници | Најпродаванији сувенири      | Најтраженије брошуре:                                                  | Најчешћа питања туриста:                                            |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 5.976.470,00                | Магнети, керамички производи | -Туристичка карта Србије<br>-Карта манастира<br>-Пешачење и бициклизам | - Ваучери за одмор у Србији<br>-Питања о Авали и туристичкој понуди |

### 3. МАРКЕТИНГ

#### 3.1. Дигитални медији

Комуникациона стратегија Туристичке организације Србије на друштвеним мрежама у 2024. години наставила је да користи популарне хаштагове као што су #experienceSerbia, #dozivisrbiju, #serbiacreatesmementories, #visitserbia, #myserbianmemories, #myserbianexperience, као и специјализоване хаштагове прилагођене конкретним објавама. Поруке објављене на овим платформама биле су усмерене на промоцију стратешки одабраних туристичких производа, као што су активан одмор, боравак у природи, планине, културно-историјско наслеђе, бање, сеоски туризам, кратки градски одмори и гастрономија, као и на конкретне дестинације и локалитете унутар туристичких центара и региона, наглашавајући разлоге зашто посетити ту локацију. Сврха ових активности била је да се повећа видљивост Србије као туристичке дестинације, али и да се створи јасна слика о различитим туристичким понудама које земља нуди. Комуникација је такође била фокусирана на интеракцију са пратиоцима, што је помогло у изградњи везе са потенцијалним туристима и стварању позитивног имиџа. Акценат маркетиншких активности током 2024. године био је и даље усмерен на домаће тржиште и регион, и то кроз реализацију зимске, пролећне, летње и јесење кампање „Србија. Доживи!“. Такође, велики акценат стављен је на креативност и иновацију у кампањама, како би се привукле различите групе туриста, од авантуриста до љубитеља културе и гастрономије.

#### 3.2. Промотивне кампање

Промотивне кампање спроведене су путем друштвених мрежа као што су Facebook, Instagram и Х. Кампање су биле усмерене на тржишта у следећим земљама: Србији, Словенији, Хрватској, Босни и Херцеговини, Црној Гори, Мађарској, Румунији, Бугарској, Северној Македонији, Грчкој и Турској. Ове кампање су имале за циљ да допру до шире публике и повећају свест о туристичким понудама Србије на кључним тржиштима у земљи и региону, а у зависности од доба године, кампање су имале следеће теме: кратки одмори у градовима, култура, активни одмор, сеоски туризам, планине и бање Србије, Дунав.

#### Targetirane teritorije:

- Srbija
- Turska
- Grčka
- Rumunija
- Bugarska
- BiH
- Makedonija
- Crna Gora
- Hrvatska
- Mađarska
- Slovenija



Слика 1. Приказ таргетираних тржишта

За сваку кампању креиране су посебне подстранице на сајту Туристичке организације Србије, прилагођене језицима који одговарају таргетираним тржиштима на која су били усмерени огласи. За комуникацију на овим тржиштима коришћени су различити формати као што су видео, carousel и single post на Facebook и Instagram платформама, док су за Google-ове платформе коришћени Google Display Network и YouTube. Ови формати су били дизајнирани да привуку пажњу публике и стимулишу интеракцију са брендом, чиме су кампање постигле већи домет и ангажовање.

За потребе зимске кампање, која је пласирана у региону, креиране су следеће подстранице на сајту Туристичке организације Србије:

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

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

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

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

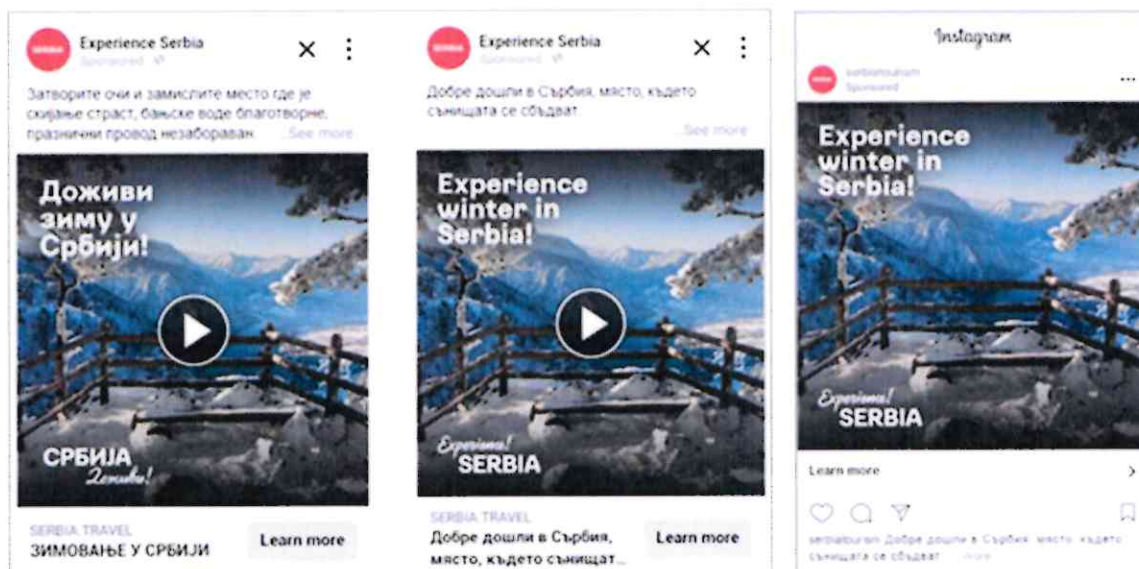
TR [www.serbia.travel/tr/s-rbistan-da-k-tatilleri](http://www.serbia.travel/tr/s-rbistan-da-k-tatilleri)

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

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

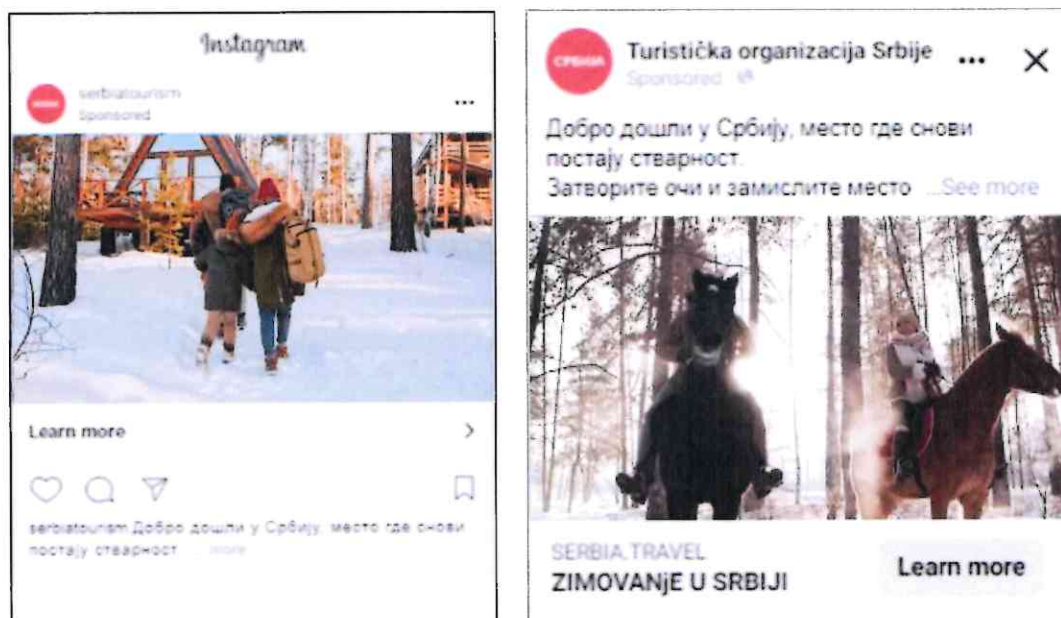
HRV, BIH, CG, SRB [www.serbia.travel/sr/zima-u-srbiji](http://www.serbia.travel/sr/zima-u-srbiji)





Слика 2. Приказ видео кампање за Facebook и Instagram, посвећене промоцији градова, планинских центара и бањског туризма

Такође, током 2024. године, зимски видео спот Туристичке организације Србије, који је направљен на српском и енглеском језику, промовисан је путем друштвених мрежа и YouTube канала. До сада је овај спот достигао 586.000 прегледа. Ова кампања је имала значајан утицај на повећање видљивости зимског туризма у Србији, привлачећи нове посетиоце из региона.



Слика 3. Промоција видео спота Туристичке организације Србије на друштвеним мрежама Facebook и Instagram

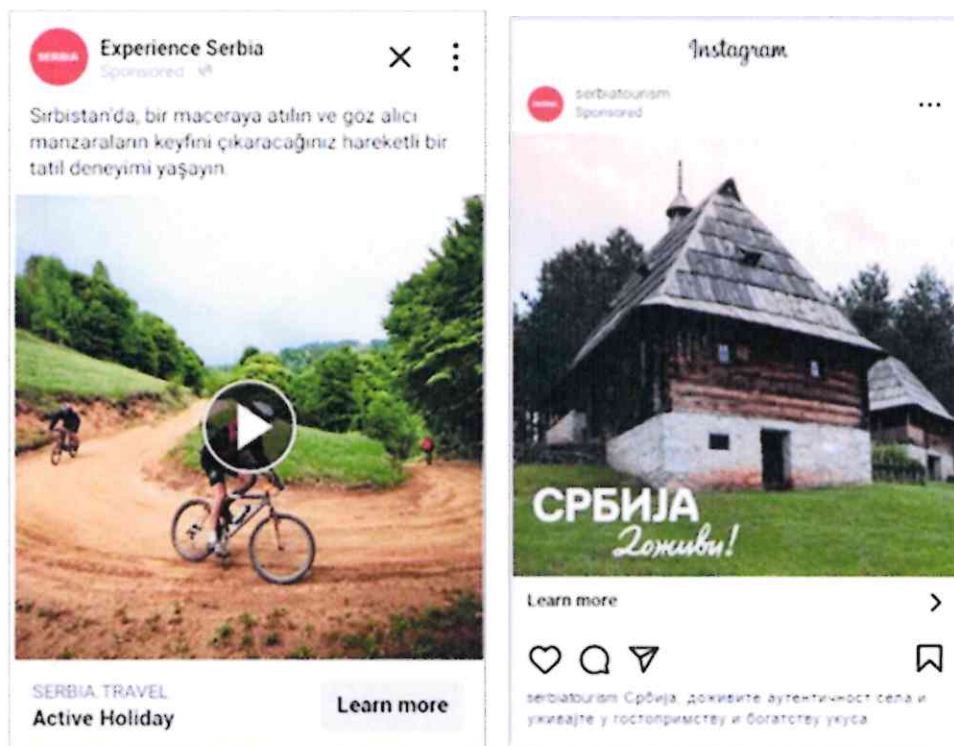
За потребе пролећне, летње и јесење кампање, такође су креиране подстранице на сајту Туристичке организације Србије:

[www.serbia.travel/en/Изживејте-прикључение](http://www.serbia.travel/en/Изживејте-прикључение)

[www.serbia.travel/en/Ζήσε-την-περιπέτεια](http://www.serbia.travel/en/Ζήσε-την-περιπέτεια)

[www.serbia.travel/en/Éld-át-a-kalandot](http://www.serbia.travel/en/Éld-át-a-kalandot)

[www.serbia.travel/en/Bucurați-vă-de-aventură](http://www.serbia.travel/en/Bucurați-vă-de-aventură)  
[www.serbia.travel/tr/Bir-maceraya-buyrun](http://www.serbia.travel/tr/Bir-maceraya-buyrun)  
[www.serbia.travel/en/Doživite-pustolovščino](http://www.serbia.travel/en/Doživite-pustolovščino)  
[www.serbia.travel/en/Доживеј-авантура](http://www.serbia.travel/en/Доживеј-авантура)  
[www.serbia.travel/sr/dozivi-avanturu](http://www.serbia.travel/sr/dozivi-avanturu)  
[www.serbia.travel/dozivi-avanturu](http://www.serbia.travel/dozivi-avanturu)



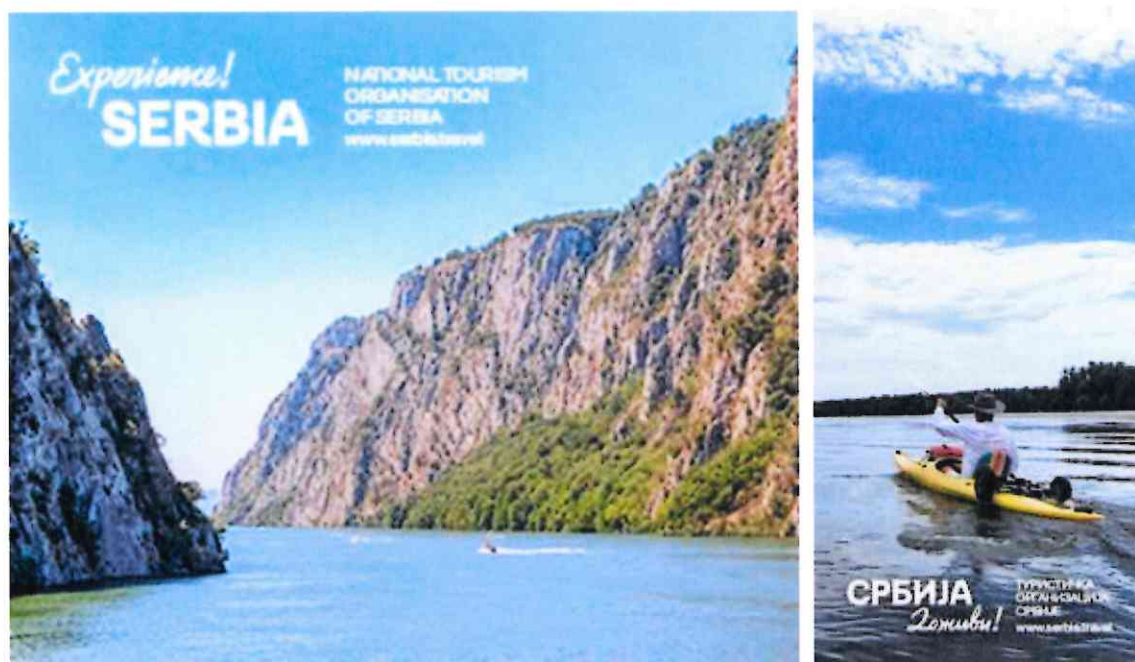
Слика 4. Пример видео кампање за Facebook и Instagram, посвећених промоцији активног одмора и сеоског туризма

Кампање на друштвеним мрежама Туристичке организације Србије биле су праћене и кампањама на Google платформи, које су биле усмерене на исте циљне групе. Ове кампање су, као и кампање на друштвеним мрежама, водиле на подстранице на сајту Туристичке организације Србије, где су посетиоци могли да се упознају са детаљним информацијама о туристичким понудама. Интегрисани приступ у комуникацији помогао је у повећању досега кампања, као и у ефикаснијем привлачењу потенцијалних туриста са различитих дигиталних платформи.





Слика 5. Приказ банера коришћених у пролећној кампањи на Google платформи



Слика 6. Приказ банера коришћених у летњој кампањи на Google платформи



Слика 7. Приказ банера коришћених у јесењој кампањи на Google платформи



Слика 8. Приказ банера коришћених у зимској кампањи на Google платформи

Туристичка организација Србије реализовала је и низ мини кампања на Google Display Network платформи, укључујући кампање за пријаву и гласање за награду „Туристички цвет“. Ове кампање су биле усмерене на подизање свести о значају награде и подстицање активног учешћа публике. Поред тога, кампање су имале за циљ да промовишу квалитет туристичких понуда у Србији, као и да мотивишу пратиоце да активно учествују у вредновању најбољих у туризму Србије.

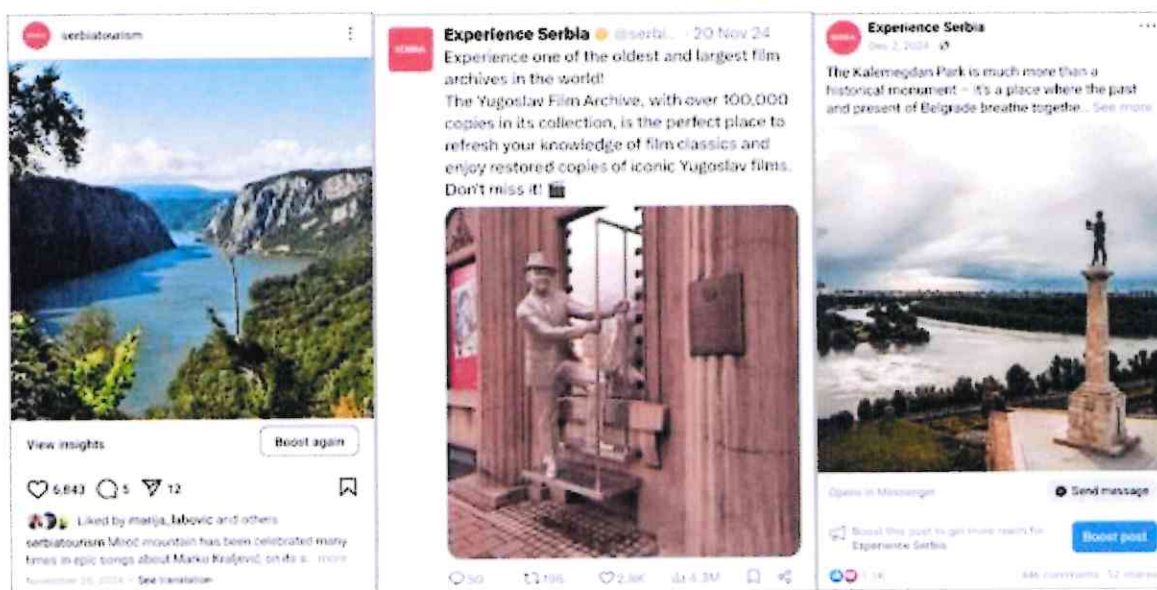




Слика 9. Приказ банера коришћених у мини кампањама “Пријаве за награду Туристички цвет” и „Гласање за награду Туристички цвет“

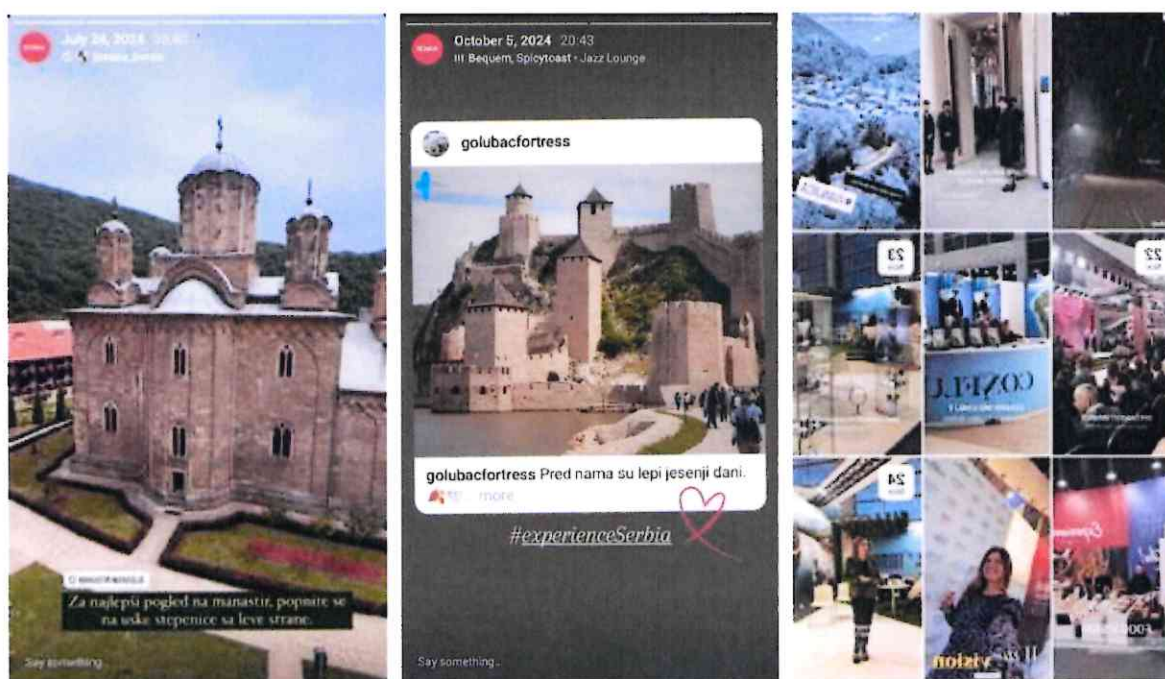
### 3.3. Промоција постова на друштвеним мрежама ТОС-а

Настављена је пракса дневног пласирања постова на друштвеним мрежама Туристичке организације Србије, укључујући Facebook, Instagram и X. План постовања израђује се на месечном нивоу у сарадњи са Службом развоја туристичке понуде, са циљем да се представи што разноврснија понуда и што већи број туристичких производа које Србија може да понуди постојећим и потенцијалним туристима. Истовремено, у сарадњи са Службом промоције, дефинишу се тржишта на којима ће постови бити промовисани, како би се кампање прилагодиле потребама и интересовањима циљне публике. Ова стратегија има за циљ да максимизира видљивост Србије као туристичке дестинације и привуче разноврсне групе туриста са различитих тржишта.



Слика 10. Приказ постова на друштвеним мрежама Facebook, Instagram и X

Туристичка организација Србије је на свом Инстаграм сторију активно пратила све значајне догађаје, манифестације и путовања организоване у 2024. години, као што су Фото и видео конкурс „Зима ствара успомене“, Сајам туризма у Београду, Београдски маратон, Београдски Манифест, Мишелин, ГоМиЈо, Туристички форум, Винска визија отвореног Балкана, као и студијска путовања. Такође, објављивали смо бројне сторије који су представили природне лепоте Србије, и делили велики број објава других корисника Инстаграм-а, како би се ојачала веза са нашим пратиоцима и партнерима. Ова активност је такође допринела садржајнијој промоцији Србије као туристичке дестинације. Током 2024. године, Туристичка организација Србије објавила је укупно 966 сторија, који су омогућили редовну интеракцију са публиком и утицали на већи ангажман и видљивост на друштвеним мрежама. Ове активности су такође подстакле креативност и делотворније деловање у промоцији различитих аспеката туристичке понуде Србије.



Слика 11. Приказ сторија на друштвеној мрежи Instagram

### 3.4. Фото и видео конкурс „ЗИМА СТВАРА УСПОМЕНЕ“

Туристичка организација Србије је на свом Инстаграм профилу организовала фото и видео конкурс „Зима ствара успомене“. У периоду од 30. јануара до 9. фебруара пратиоци Туристичке организације Србије слали су фотографије и видео материјале на тему зиме у Србији, а материјали са највише лајкова публике, у обе категорије, добили су вредне награде. За потребе конкурса креиран је и коришћен нови hashtag #zimastvarauspomene.





Слика 12. Приказ сторија на друштвеној мрежи Instagram

### 3.5. Промотивна кампања са олимпијцима Србије

Туристичка организација Србије организовала је промотивну кампању на друштвеним мрежама Instagram и TikTok са нашим спортистима који су се пласирали на Олимпијске игре у Паризу. Кампања је подразумевала активацију у којој су олимпијци говорили о Србији, као и о разлозима зашто треба посетити нашу земљу. Кампања је трајала током јула и августа.



Слика 13. Приказ кампање на друштвеној мрежи Instagram

### 3.6. Постигнути резултати у 2024. години

Друштвена мрежа **X**: У 2024. години, били смо активни на пет тржишта: Бугарској, Румунији, Словенији, Грчкој и Турској. Током овог периода, генерисано је скоро 252 милиона импресија, више од 2.7 милиона интеракција, преко 1.7 милиона кликова и више од милион прегледа медијских садржаја. Наши постови су добили више од 630.000 лајкова и скоро 15.000 ретвитова. Поред тога, стекли смо 3.629 нових пратилаца и досегли скоро 20 милиона јединствених Twitter корисника. Ови резултати показују високу ефикасност наше комуникације и широку ангажованост публике на овим тржиштима.

| Kanal promocije | Impressions | Engagement | Media Views | Likes   | New Followers | Reach      |
|-----------------|-------------|------------|-------------|---------|---------------|------------|
| X               | 251.790.308 | 2.780.983  | 1.027.918   | 630.785 | 3.629         | 19.670.207 |

Табела 1. Кључни резултати остварени на друштвеној мрежи X током 2024. године

Друштвена мрежа **INSTAGRAM**: Генерисано је преко 14 милиона импресија, преко 1.8 милиона интеракција, скоро 600.000 видео прегледа и 4587 нових пратилаца.

Друштвена мрежа **FACEBOOK**: Генерисано је скоро 19 милиона импресија, преко 2.4 милиона интеракција, преко 1.3 милиона кликова, скоро 900.000 видео прегледа, прикупљено 442 нова пратиоца.

| Kanal promocije | Impressions | Reach     | Engagement | Video Views | Clicks    | New Followers |
|-----------------|-------------|-----------|------------|-------------|-----------|---------------|
| Instagram       | 14.361.463  | 3.697.114 | 1.828.363  | 599.597     | 1.000.358 | 4.587         |
| Facebook        | 18.915.575  | 5.229.231 | 2.476.872  | 876.930     | 1.364.624 | 442           |
| Ukupno          | 33.277.038  | 8.926.345 | 4.305.235  | 1.476.527   | 2.364.982 | 5.029         |

Табела 2. Кључни резултати остварени на друштвеним мрежама Facebook и Instagram током 2024. године

Кампање „Србија. Доживи!“ реализоване путем друштвених мрежа Facebook и Instagram такође су имале одличне резултате, генерисано је скоро 19 милиона импресија, преко 3.1 милиона интеракција, скоро 440.000 кликова на огласе који су водили на посебно креиране подстранице на сајту Туристичке организације Србије.



| Kanal promocije | Impressions       | Reach            | Engagement       | Clicks         | CTR       |
|-----------------|-------------------|------------------|------------------|----------------|-----------|
| Instagram       | 7.856.150         | 2.773.376        | 1.301.768        | 79.326         | 1.96%     |
| Facebook        | 10.960.917        | 4.875.491        | 1.881.359        | 359.162        | 4.05%     |
| <b>Ukupno</b>   | <b>18.817.067</b> | <b>7.648.867</b> | <b>3.183.127</b> | <b>438.488</b> | <b>3%</b> |

Табела 3. Резултати кампања „Србија. Доживи!“ реализованих путем друштвених мрежа Facebook i Instagram током 2024. године

**GOOGLE:** Генерисано је скоро 33 милиона импресија и преко 800.000 кликова на банере који су водили на сајт Туристичке организације Србије.

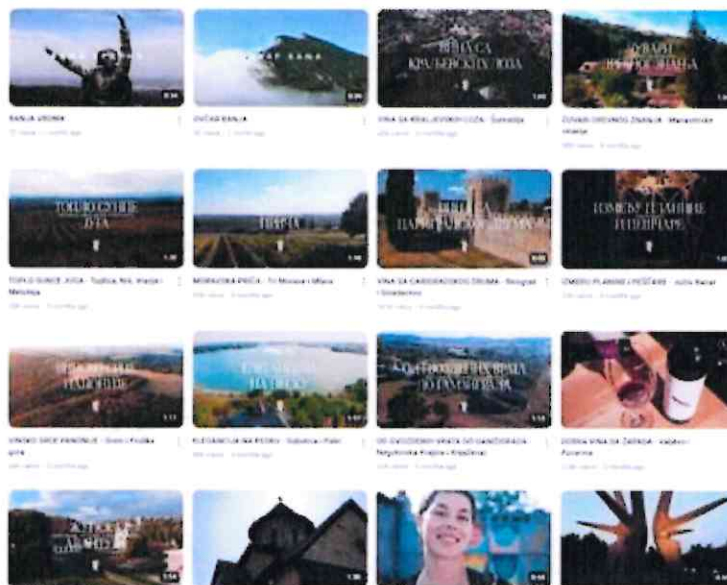
| Kanal promocije | Impressions | Clicks  | CTR   |
|-----------------|-------------|---------|-------|
| Google          | 32.854.910  | 821.020 | 2.17% |

Табела 4. Кључни резултати остварени на Google платформи током 2024. године

**YOUTUBE** канал: Покренута је кампања на YouTube каналу ради промоције 11 видео материјала о винима, направљених у циљу промоције винског туризма Србије, као и нове брошуре Туристичке организације Србије – Винска авантура кроз Србију. Генерисано је скоро 6.5 милиона импресија, преко 1.2 милиона прегледа видео садржаја и скоро 2.000 кликова који су водили на Youtube канал Туристичке организације Србије.

| Kanal promocije | Impressions | Video Views | Clicks |
|-----------------|-------------|-------------|--------|
| YouTube         | 6.464.349   | 1.231.000   | 1.832  |

Табела 5. Кључни резултати остварени на YouTube каналу током 2024. године



Слика 14. Приказ видео садржаја на YouTube каналу Туристичке организације Србије

Друштвена мрежа **LINKEDIN**: Туристичка организација Србије присутна је на пословној друштвеној мрежи LinkedIn са циљем промоције свог пословања и пословних активности, као и за јачање професионалних веза и повезивање са корисницима мреже и правним лицима из туристичке индустрије. Током 2024. године, објавили смо 116 постова који су генерисали 119.258 импресија, 29.133 интеракције и 25.888 кликова на објаве. Такође, број наших пратилаца повећан је за 594. Ови резултати показују да је наша стратегија на LinkedIn-у успешно привукла пажњу и ојачала присутност Туристичке организације Србије у пословном и туристичком окружењу.



Слика 15. Приказ објаве Туристичке организације Србије на друштвеној мрежи LinkedIn

Друштвена мрежа **ВКОНТАКТЕ**: Туристичка организација Србије такође је активна и на специфичним друштвеним мрежама, као што је руски ВКонтакте.





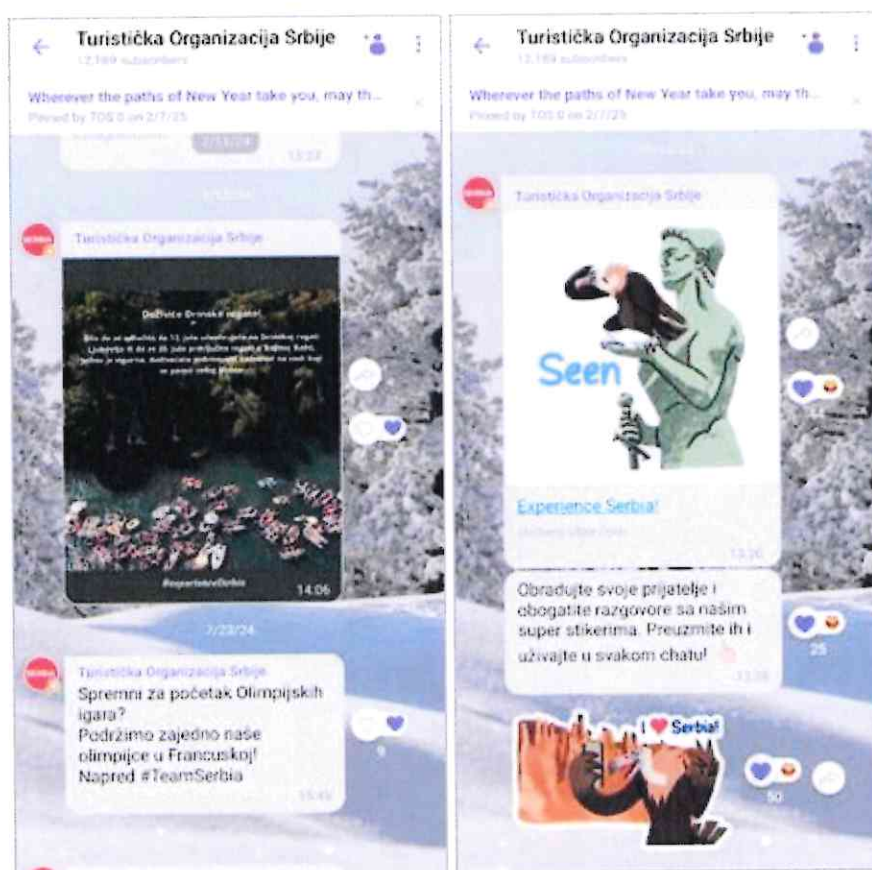
Слика 16. Приказ поста на друштвеној мрежи ВКонтакте

Друштвена мрежа **ТИК ТОК**: Туристичка организација Србије је у 2024. години отворила званичан налог на друштвеној мрежи ТикТок, где се објављују кратки видео снимци који истичу лепоте Србије као туристичке дестинације. У првој фази, фокус је био на објавама на профилу, са планом да се током 2025. године крене са промоцијом садржаја и брэнда @serbiatourism. Промотивне активности ће се углавном базирати на креирању и објављивању кратких видео материјала, са циљем да се Србија представи као атрактивна туристичка дестинација и да се повећа број пратилаца на овом популарном каналу. Ова стратегија има за циљ јачање присутности Србије на друштвеним мрежама и привлачење нових туриста, са акцентом на млађе генерације које су и већински користици ове друштвене мреже.

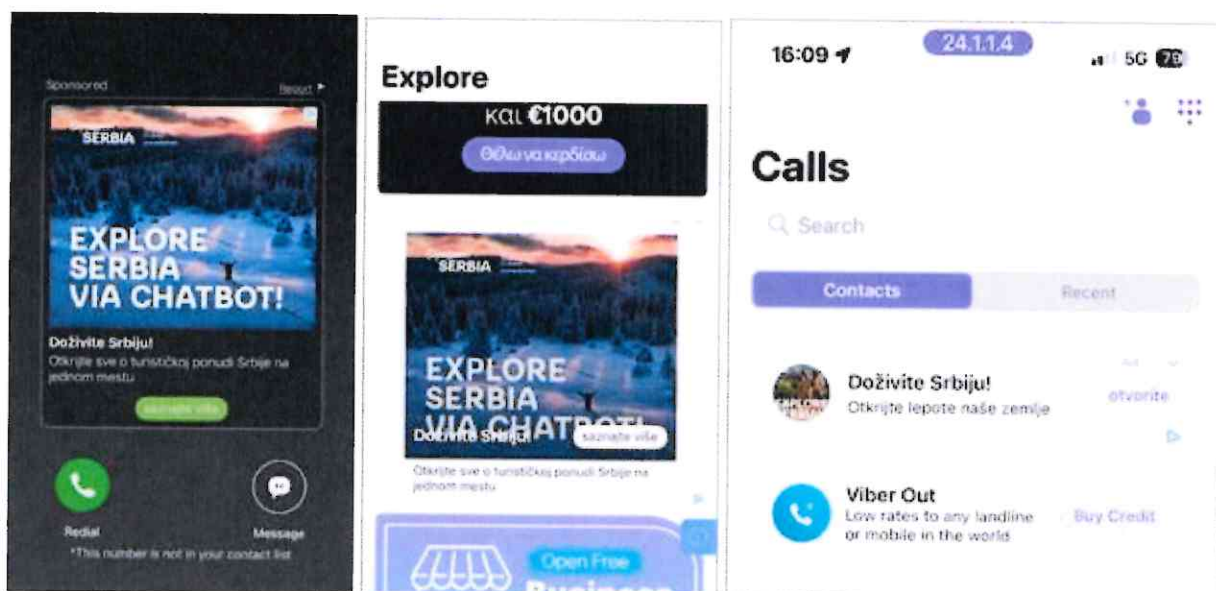


Слика 17. Приказ објава Туристичке организације Србије на друштвеној мрежи Tik Tok

**ВИБЕР:** Током 2024. године отворен је званичан канал Туристичке организације Србије на софтверској платформи за слање порука Вибер, путем ког се промовишу туристички производи и информишу пратиоци о најважнијим дешавањима и манифестацијама које се одржавају у нашој земљи. Уз Вибер канал повезан је и Вибер виртуални асистент који корисницима даје корисне информације о туристичкој понуди Србије, уједно упућујући их на сајт ТОС-а ради добијања додатних информација, а у циљу промоције целокупне туристичке понуде наше земље. Током децембра месеца, покренута је кампања промоције виртуелног асистента на Вибер платформи, која је постигла одличне резултате, 2,913.169 импресија и 48,206 кликова на огласе, што је резултирало са 30.490 корисника Вибер-а који су запратили нашег виртуелног асистента.



Слика 18. Приказ објава Туристичке организације Србије на платформи Viber



Слика 19. Приказ банера коришћених у промоцији виртуелног асистента на Вибер платформи

Такође, Туристичка организација Србије израдила је 14 Вибер стикера на српском и енглеском језику. Главни циљ пројекта била је промоција Србије као културне, традиционалне и туристичке дестинације, а коришћењем карактеристичних животињских врста, белоглави суп и медвед, представили смо је на забаван, модеран и визуелно привлачан начин, повезивањем познатих локација и природних лепота са локалним животињским светом. Вибер стикери су пласирани корисницима путем стикер маркета, преузело их је преко 12.000 корисника, који су уједно постали и пратиоци нашег канала.



Слика 20. Приказ стикера Туристичке организације Србије на платформи Вибер



### **3.7. Аудио и видео продукција**

#### ***Промо аудио цинглови***

Израђена су два радио цингла од по 20 секунди. Ови цинглови су се истакли као кључни елементи у промоцији током летњих и зимских месеци, обухватајући широк досег циљане публике путем радио емитовања. Летњи цингл одише весељем, позитивном енергијом и упечатљивим ритмом, преносећи дух безбрижности и уживања у летњим активностима. Са друге стране, зимски цингл дочарава чаролију зиме, празнично расположење и топлину дома, истичући зимску идилу и разнолике зимске активности.

### **3.8. Летња кампања**

#### ***Летња кампања – ТВ***

У периоду од 15. маја до 20. јула пласирана је летња кампања кроз ТВ станице у Србији пуштањем летњег видео спота у рекламним блоковима. Носећа порука у оквиру летње кампање је „СРБИЈА Доживи!“. Промоција туристичке понуде Србије путем летњег видео спота је промовисана у рекламним блоковима телевизијских станица РТС, РТВ, ТВ ПРВА, ТВ ПИНК, ТВ К1 и ТВ МОСТ.



Слика 20. Промо спот „Лето“

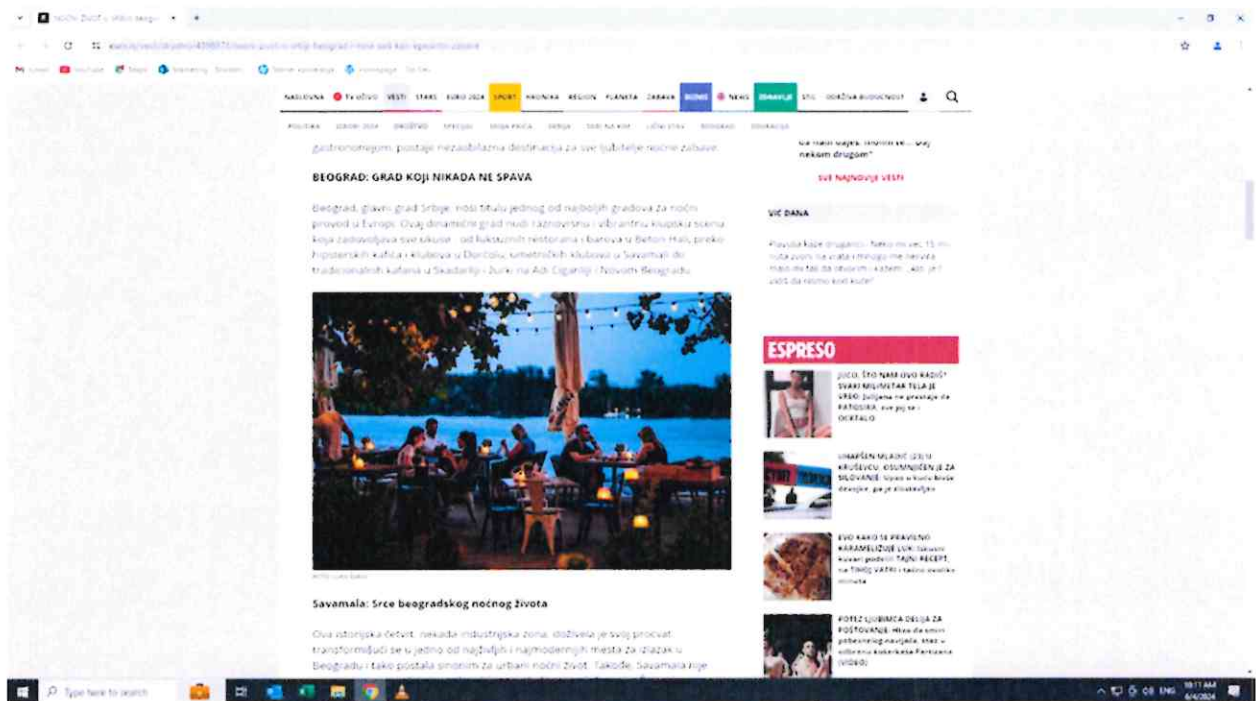
## Летња кампања – Радио

Током периода од 10. маја до 20. јуна на радио станицама у Србији је у рекламним блоковима промовисан туризам у Србији путем летњег аудио спота. Као и код видео кампање, носећа порука је била „СРБИЈА Доживи!“ са позивом да се летњи одмор проведе у туристичким дестинацијама Србије. Радио станице које су пуштале радио спот су Радио С1, Накси радио, Радио Хит ФМ, Радио Антена 037, Радио Рок, Радио Бел Ами и Радио Грачаница.

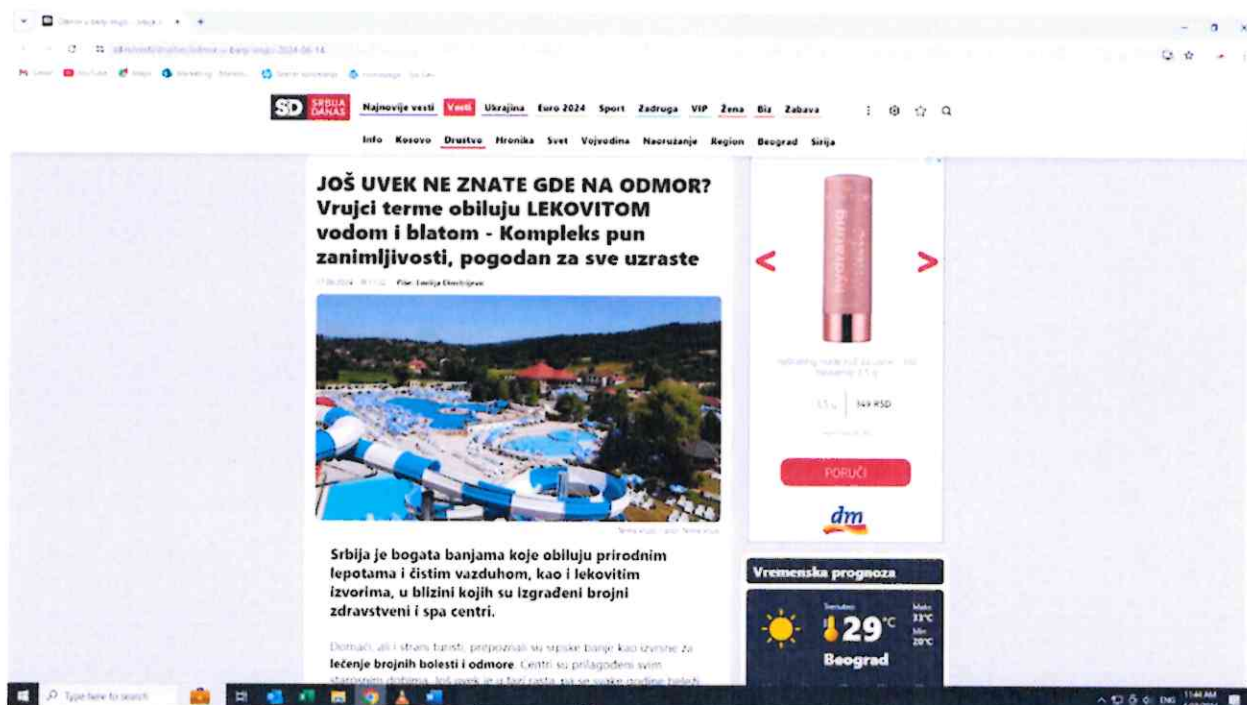
## Летња кампања – Веб портали

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

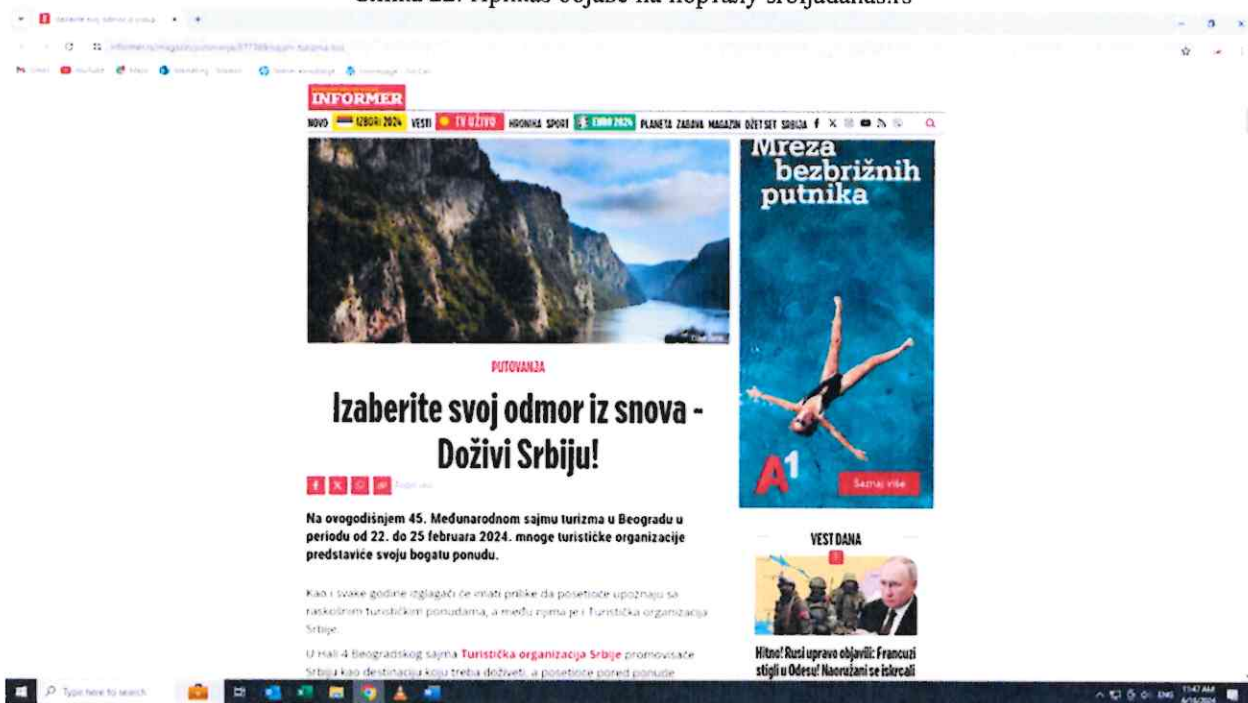
Током целе 2024. године мали смо објаве на следећим порталима: alo.rs - 6 објава, b92.net - 6 објава, blic.rs - 4 објаве, informer.rs - 5 објава, kurir.rs - 5 објава, mondo.rs - 7 објава, novosti.rs - 6 објава, republika.rs - 6 објава и srbijadanas.rs - 6 објава.



Слика 21. Приказ објаве на порталу kurir.rs



Слика 22. Приказ објаве на порталу srbijadanas.rs

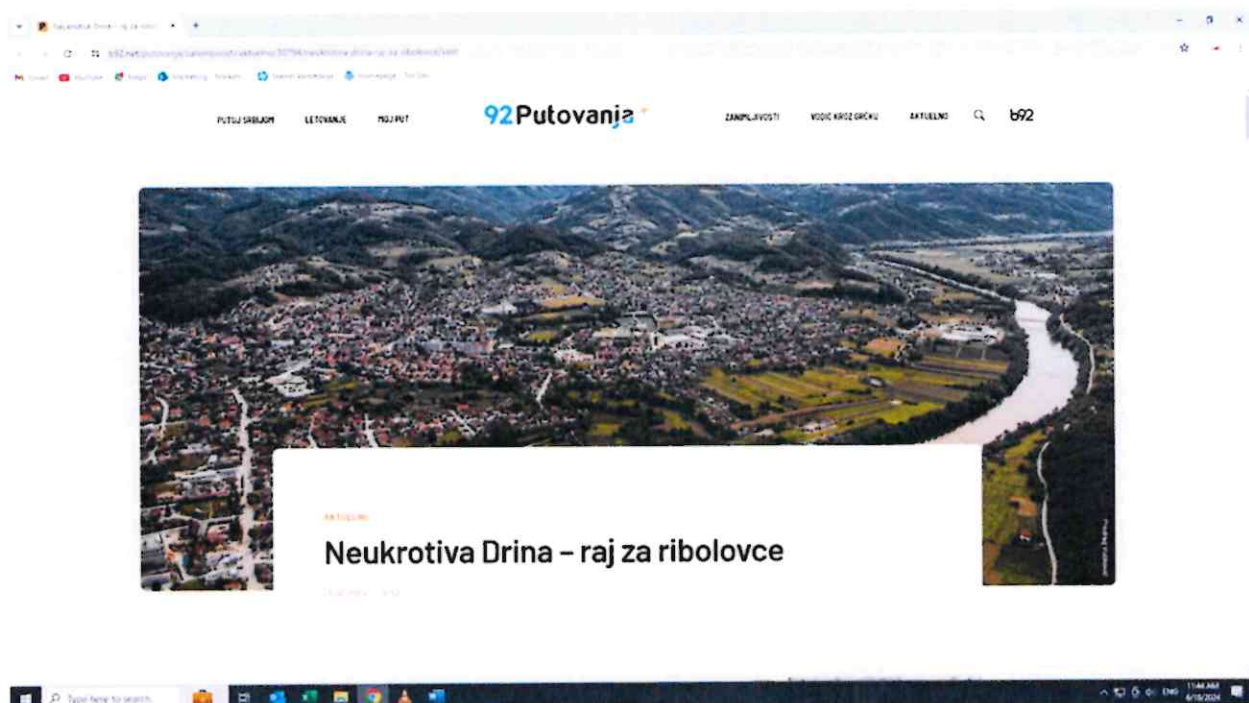


Слика 23. Приказ објаве на порталу informer.rs

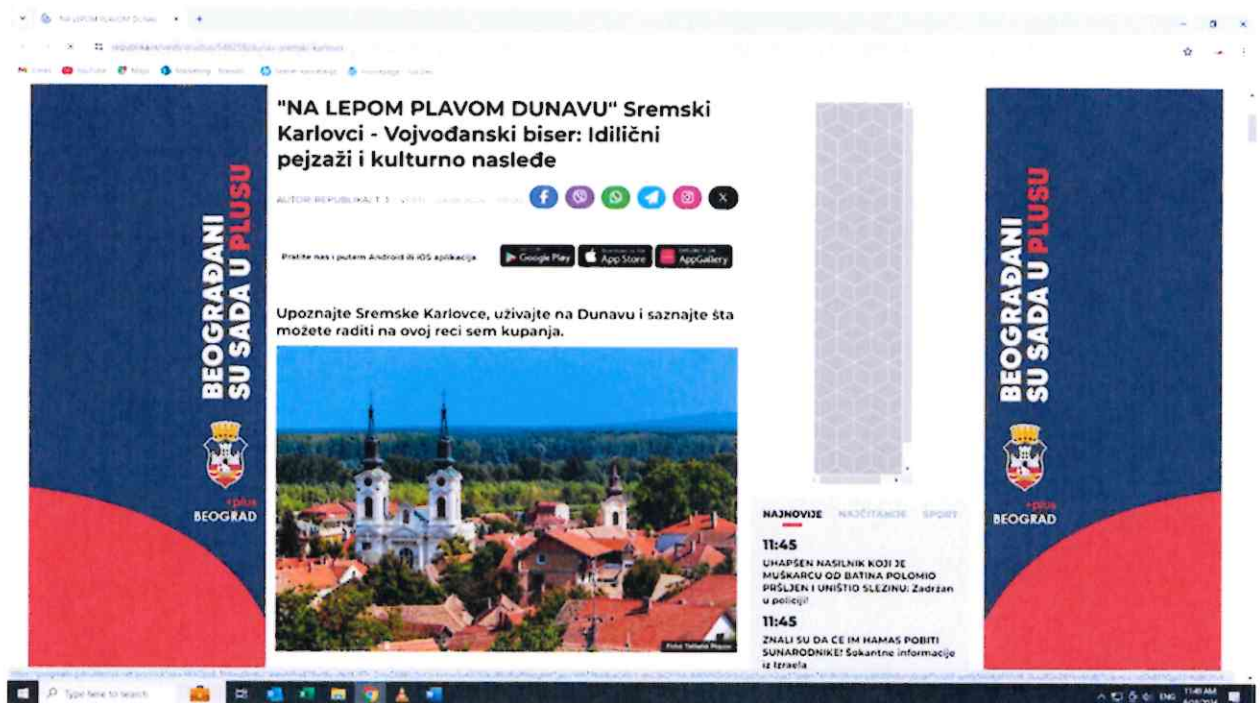




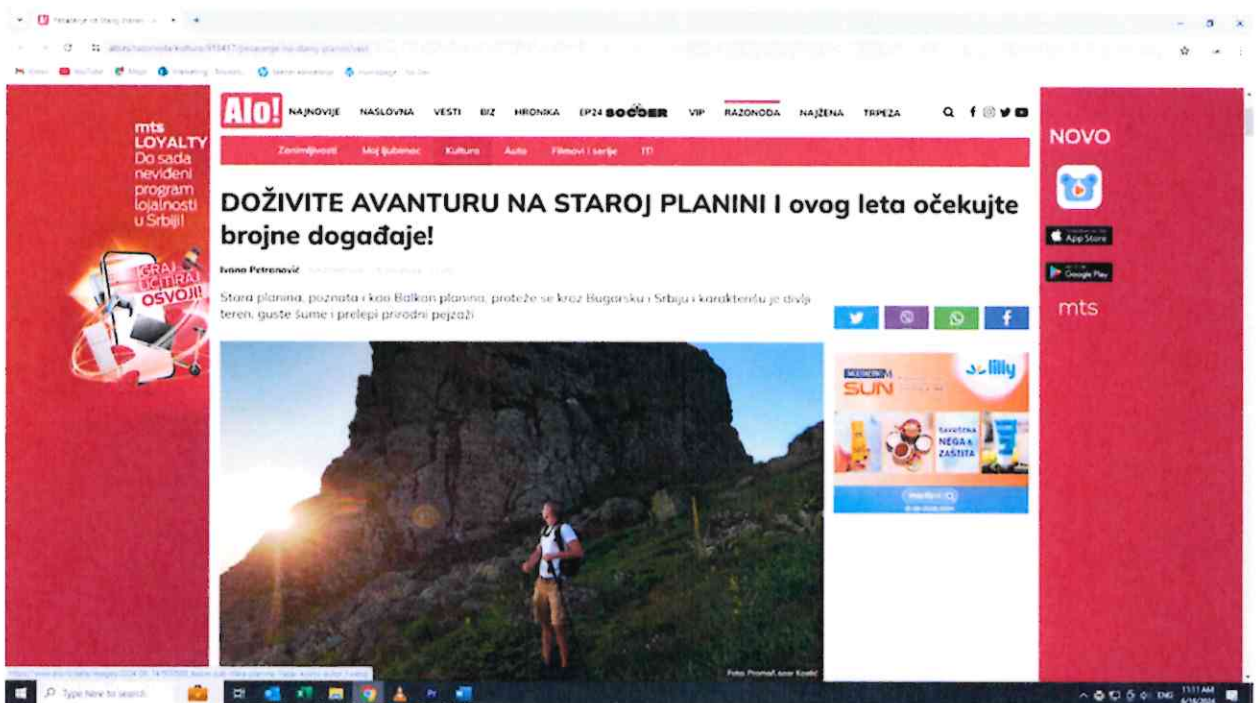
Слика 24. Приказ објаве на порталу novosti.rs



Слика 25. Приказ објаве на порталу b92.net



Слика 26. Приказ објаве на порталу republika.rs

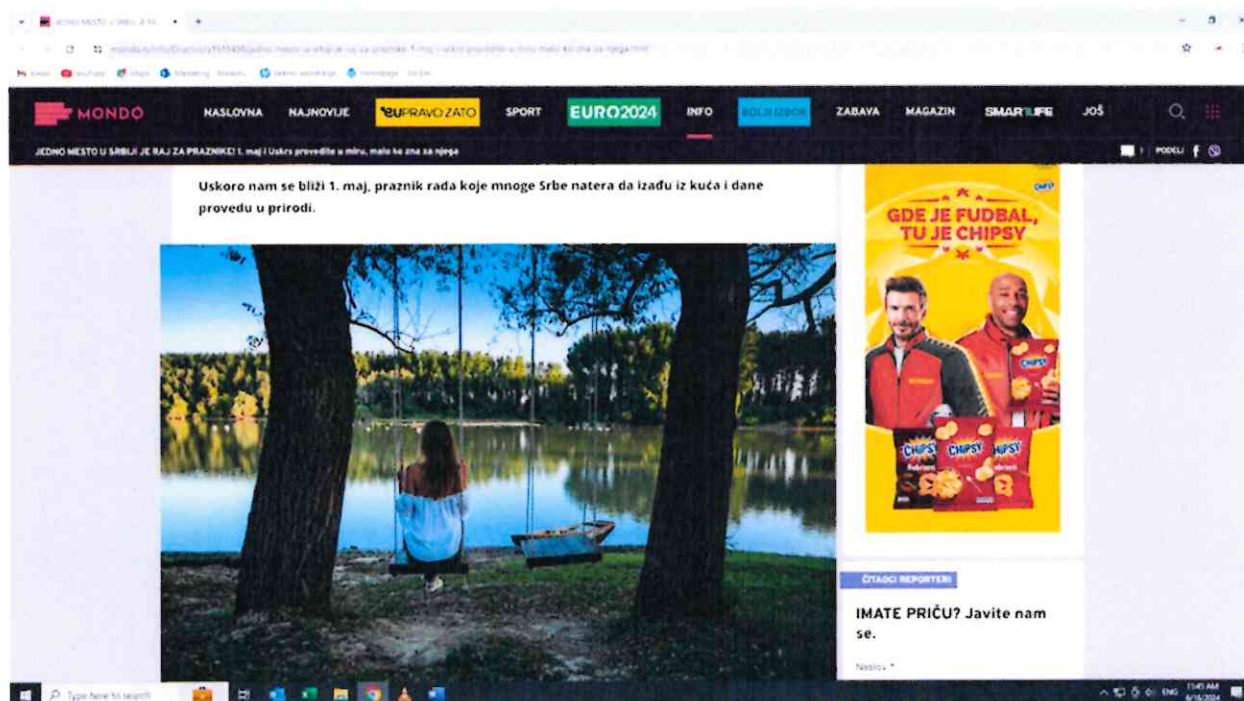


Слика 27. Приказ објаве на порталу alo.rs





Слика 28. Приказ објаве на порталу blic.rs



Слика 29. Приказ објаве на порталу mondo.rs

Туристички портал [srbijuvolimo.rs](http://srbijuvolimo.rs) је пратио нашу кампању променом банера на свом сајту који је графички дизајнер ТОС унапред припремио.



### ***Летња кампања – ЛЕД ГСП (Outdoor)***

У оквиру јавног градског превоза у градовима Београд, Крушевац, Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Краљево и Лесковац, на лед дисплејима пуштан је летњи промо видео спот са поруком „Доживи летњу авантуру у Србији“. Кампања је трајала од 15. маја до 15.јула.

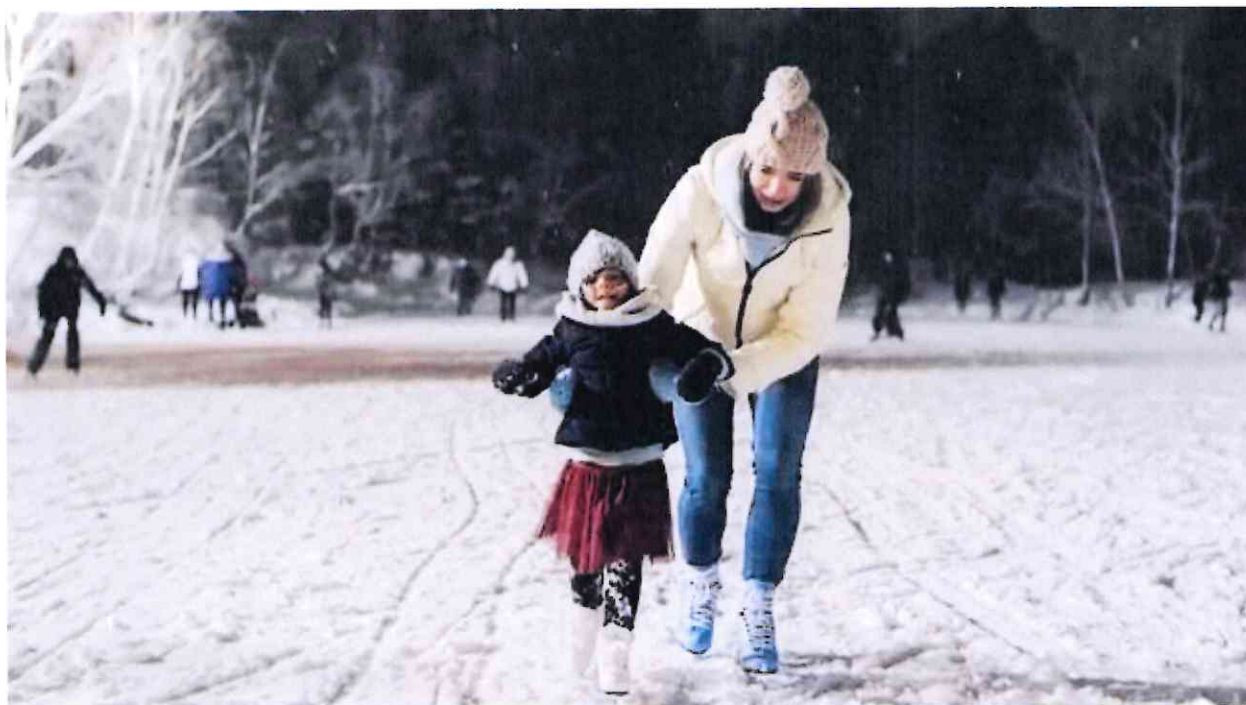


### ***3.9. Зимска кампања***

#### ***Зимска кампања – ТВ***

Зимска кампања на ТВ станицама је организована од 15.11.2024. до 31.12.2024. емитовањем зимског спота. У оквиру рекламних блокова, са акцентом на „прајм тајм“ термине, порука кампање је била “Доживети Србију” током зиме, у планинским и спа центрима.

ТВ станице на којима је кампања ишла су ТВ Прва, РТС, ТВ Хепи, РТВ Војводина и ТВ Мост.



### ***Зимска кампања – Радио***

Радио станице у Србији које су промовисале туризам у Србији током зиме, пратећи главни бренд „СРБИЈА Доживи!“, биле су С1, Накси, Радио Београд “202”, Рок радио, радио Грачаница и радио Импулс из Лепосавића. Радио кампања је реализована од 15.11.2024. до 31.12.2024.

### ***Зимска кампања – ЛЕД дисплеји у јавном градском превозу***

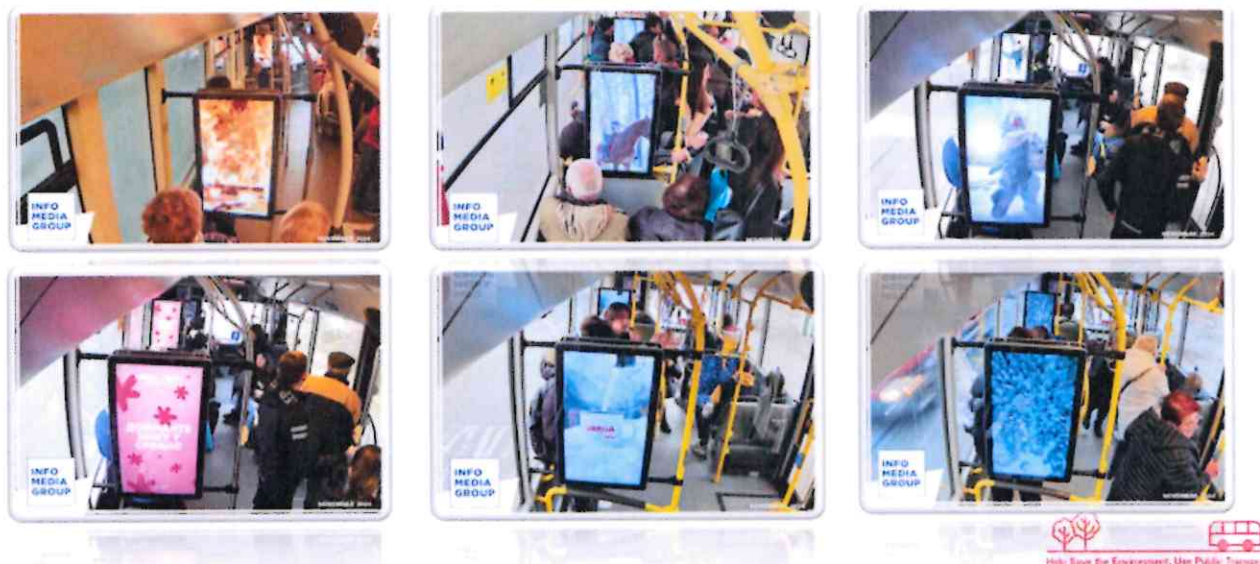
У оквиру јавног градског превоза у седам градова у Србији (Београд, Нови Сад, Ниш, Крушевац, Крагујевац, Краљево и Лесковац) промовисана је зимска авантура у Србији кроз ЛЕД дисплеје постављене унутар градског превоза. Кампања промоције путем ЛЕД дисплеја је трајала од 15.11.2024. до 31.12.2024.



## DIGITAL (Beograd, Novi Sad i Niš)



## DIGITAL (Kruševac, Kragujevac, Kraljevo i Leskovac)



### Пројекција промо спота на згради БДП-а (Outdoor)

Реализована је промотивна кампања која је садржала континуирану пројекцију промо спота „Србија ДОЖИВИ!“ на зиду зграде Београдског драмског позоришта, свакога дана у периоду од 19:00ч до 07:00ч у трајању од 2 месеца.





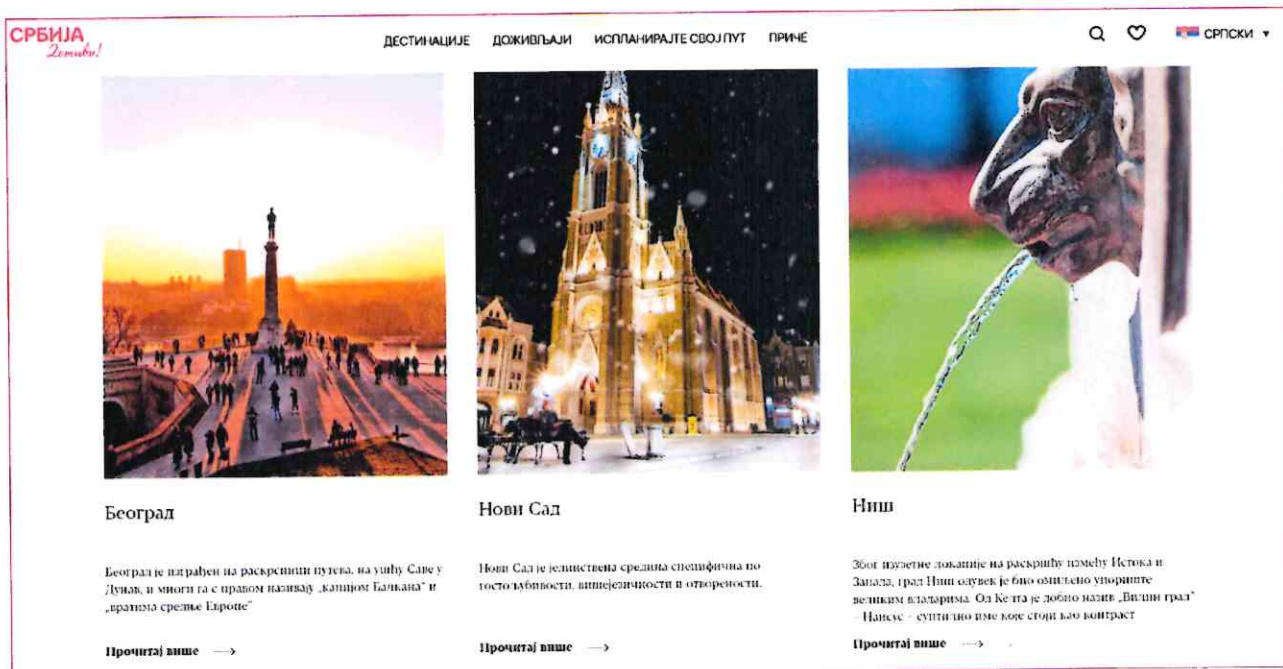
### ***Остале активности***

Служба за маркетинг у оквиру својих надлежности учествује у организацији и реализацији свих догађаја на којима је ТОС присутан, било као учесник или организатор.

## ***3.10. Веб сајт ТОС-а serbia.travel***

### ***3.10.1. Израда новог дизајна сајта***

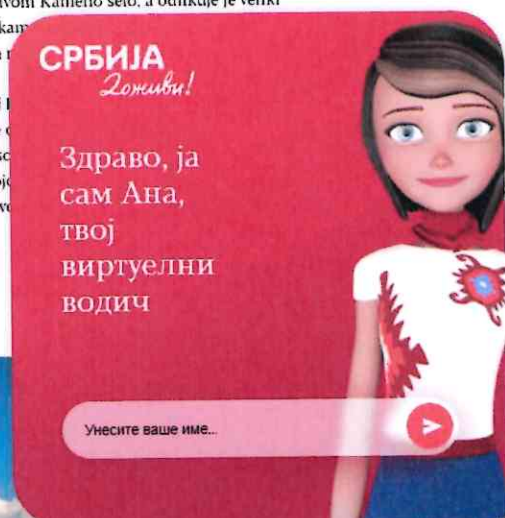
Током целе 2024. године рађено је на унапређењу веб сајта Туристичке организације Србије. Поред визуелног решења уведене су новине попут приказа посебних Прича, издвајања Омиљених страница, побољшање изгледа код Смештаја са увођењем опција претраге приступачности смештају за особе са инвалидитетом, као и могућност довођења кућних љубимаца “petfriendly”. Садржај је обogaћен новим текстовима и новим фотографијама.



### 3.10.2. Увођење „Chatbot“-а

Нова побољшана верзија „Chatbot“ технологије је покренута током 2024. Године и завршетак фазе имплементације се очекује наредне године. Побољшана верзија ВИ ће поред унапред осмишљених сценарија користити и базе података које се налазе на сајту и ван њега како би корисницима пружали адекватне податке и понуде у вези туристичких понуда Србије. Овим је направљен још један искорак и побољшана комуникација са даљим корисницима.

... можете издати и аутентичном амбијенту и гостопримству домаћина али и испробати специјалитете овога краја –  
 ukusnu staroplaninsku jagnjetinu, bobove pihtije, sir i kačkavalj...  
**Gostuša** је несумњиво најзанимљивије село овог краја. Позната је и под nazivom Kameno selo, a odlikuje је велики broj starih kuća izgrađenih u kamenu od temelja do dimnjaka i okruženih kam...  
 smešteno је и **selo Ravna**, где можете обичи arheološko nalazište s ostacima...  
**minus** koji datira iz I. veka naše ere.  
 U Donjoj Kamenici posetite malu **crkvu od kamena posvećenu Presvetoj**...  
 da је podignuta početkom 14. veka. Sačuvani živopisi fresaka i ikona govore o...  
 doba. Ne propustite priliku da posetite Crkvu Svetog Petra i Pavla u selu Rsc...  
 pećini unutar stene, zbog čega је nazivaju još i Pećinska crkva. Osim po svojo...  
 poznata је i po fresci koja prikazuje celavog Isusa Hrista, jedinstvenoj u prav...



### 3.10.3. Newsletter

Сваког месеца писано је шест различитих тема из области туристичких понуда Србије, а према актуелном периоду године и врсти промоције. Садржај је пажљиво одабран у кореспонденцији са службом Производа, пажећи притом да се сви туристички производи подједнако заступе. Њузлетер је слат једанпут месечно на око 7500 адреса на српском језику и на око 500 адреса на енглеском језику.



### 3.10.4. Остало

У оквиру сајта, налази се сегмент "Календар догађаја", где се могу пратити сва актуелна дешавање из области туризма, културе, спорта, промоција, сајмова. Ажурирана је страница „Календар догађаја“, тако да је у 2024. години постављено око 1.100 догађаја на српском језику и око 180 на енглеском језику, уз континуиране провере датума на веб сајтовима организатора, односно ЛТО као суорганизатора или организације која промовише догађаје.

У 2024. години, настављено је ажурирање сајта ТОС-а. У рубрику „Вести“ (информације о туризму, култури, саобраћају, занимљивости и др.) на сајт ТОС-а постављено је 720 вести или око 20% више него претходне, 2023. године.

Поред тога, на месечном нивоу ажурирају се секције „Смештај“, односно „Адресар локалних туристичких организација“.



### 3.10.5. *Cajm turistickiforum.rs*

Направљен је нови дизајн сајта за Туристички форум који је прилагођен бољем прегледу и функционалностима, као и најавама и пријављивањима за догађај Туристички форум.

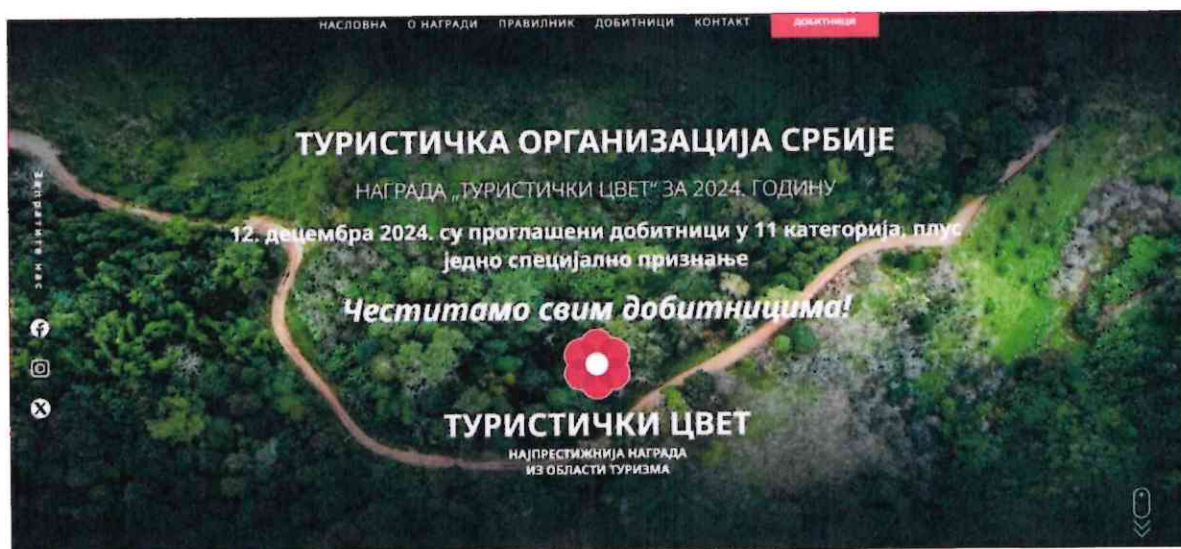
### 3.10.6. *Cajm scb.travel*

Израђен је нови дизајн сајта који промовише конгресни туризам у Србији. Нови дизајн је обogaђен и новим секцијама за одрживи туризам, као и едукативни простор. Током године су објављиване вести из области конгресног туризма.

### 3.10.7. *Cajm turistickicvet.rs*

Израђен је нови дизајн сајта путем кога су се, за награду Туристички Цвет, пријављивали кандидати, вршило јавно гласање и објављени резултати.

Организација за награду Туристички цвет за 2024. годину је захтевала више пажње усмерене ка сајту који промовише награду, пратећи пријаве кандидата и онлајн гласање. Сајт је био ажуриран са свим подацима за почетак пријаве кандидата и као такав промовисан кроз све канале комуникација (веб портали, новине, друштвене мреже, саопштеља за медије и друго). Након пријава кандидата, сва документација, писани текстови, и линкови ка фото и видео материјалима су сређени и постављени за гласање искључиво преко сајта turistickicvet.rs. Након затварања гласања и након званичне свечане промоције добитника сајт је ажуриран са именима добитника.



### **3.11. Комуникација са медијима**

#### **3.11.1. Саопштења**

Током целе године за све значајне догађаје, активности и месечне пресеке са статистичким подацима о туристичком промету, Маркетинг тим је слао обавештења новинарима кроз имејл листу Пресс, обавештавајући их о свим актуелним дешавањима у домену Туристичке организације Србије.

#### **3.11.2. Интервјуи и изјаве**

Реализована су, током целе године, бројна гостовања у ТВ студијима телевизијских станица где се говорило о актуелним темама са акцентом на промоцији туристичких дестинација, манифестација, културних добара, гастрономије, а у домену српског туризма. На ТВ гостовањима, у већини случајева је учествовала директорка Туристичке организације Србије, али и друге колеге.

Осим гостовања, често су тражене и појединачне изјаве за ТВ и радио станице у Србији, које су реализоване у просторијама ТОС-а, на студијским путовањима, сајмовима, туристичком форуму, приликом доделе награде Туристички цвет, као и на другим манифестацијама. Кроз те изјаве су најављиване и манифестације, пласиране су информације о броју туриста и ноћењима у Србији, као и рекордима које је туризам у Србији остварио током године. Такође, директорка Туристичке организације Србије интервјуисана је за бројне портале, магazine и дневне новине.







### ***3.12. Конференције за новинаре***

Просторије ТОС-а биле су домаћин бројним конференцијама за новинаре које су покривале различите теме у вези с туризмом. Ове конференције су представљале платформу за стручне дискусије, размену идеја и информација између представника медија и представника туристичке индустрије. Кроз ове догађаје, Тристичка организација Србије је наставила да промовише туристичке атракције, догађаје и могућности које Србија пружа својим посетиоцима, истовремено јачајући сарадњу са новинарском заједницом.

Маркетинг служба је комуницирала са новинарима у вези са доласком на конференцију и касније промовисањем садржаја презентованог на конференцијама.

### ***3.13. Србија у туристичким и гастрономским водичима***

#### ***3.13.1. GAULT & MILLAU Србија 2024, 24. април***

Свечана промоција трећег издања гастрономског водича GAULT & MILLAU Србија 2024. одржана је у Кристалној дворани хотела Hyatt Regency у Београду. Додељена су признања у више категорија најуспешнијима у угоститељству у 2024. Догађају је присуствовало више од 300 званица, које су након званичног дела уживале у укусима пажљиво одабраних специјалитета српске кухиње и у најбољим винима.



Gault&Millau Србија представља водич кроз изузетну кулинарску понуду, а „капе“ су додељиване у различитим категоријама и истичу ванредне таленте и врхунске ресторане.

На самом почетку промоције гастрономског водича присутнима су се обратили директорка „Gault&Millau“ Србија, директорка ТОС-а и државни секретар у Министарству туризма и омладине.

Највиша признања - четири „капе“ додељене су ресторанима: Fleur de Sel, Langouste, Салон 1905, Enso, Нона, JAM – Just A Maestro, La Pista, Project 72 Wine & Deli, Ресторан 27, ГИГ и The Square, који су се истакли својом изванредном креативношћу, квалитетом хране и услуге. Ти ресторани су постали синоним за гастрономску изврсност и углед српске кухиње.

Уз то, награде су додељене и у шест појединачних категорија:

Најбољи сомелијер: Предраг Гавриловић (Legat 1903)

Најбољи ПОП: ПРЕТОП у Земуну.

Најбољи посластичар: Здравко Гавриловић (Хотел Square Nine).

Млади таленат: Анђела Рисимић (Ресторан Салон 5 А)

Шеф традиције: Зорана Мрењица (Салаш код старе дуње)

Шеф будућности: Урош Ивошевић (Ресторан ГИГ).

Шеф године: Никола Стојаковић (Fleur de Sel).



### ***3.13.2. MICHELIN Masterclass, 16. јануар***

Први Michelin Masterclass је одржан у ресторану Twenty Two у хотелу Metropol Palace у Београду. На радионици је учествовало 16 шефова ресторана који имају Michelin препоруке. Радионица је била фокусирана на нулти отпад и еколошку филозофију. За почетак, сви шефови који су учествовали посетили су пијацу Каленић како би набавили сезонско поврће и локалне састојке. Јеловник за Masterclass направљен је од ових свежих састојака, који наглашавају посвећеност одрживости и славе богату кулинарску понуду Србије.

Masterclass су водили прослављени кувари Кјара Паван и Франческо Бруто из Италије, који су своју стручност и страст према гастрономији пренели на српску кулинарску заједницу.



### *3.13.3. MICHELIN Masterclass, 18. јун*

Други по реду Michelin Masterclass је одржан у ресторану The Square у хотелу Square Nine у Београду. На радионици је учествовало 12 шефова ресторана који носе препоруке Michelin-a. Гостујући шеф био је гдин Лука Кошир из ресторана Грич у Словенији, носиоца једне Michelin гастрoномске звезде и једне Michelin еколошке зелене звезде. Тема радионице је била From Nose to Tail – како користити све делове животиње чије се месо користи и кувати без отпада. Након одржане радионице обављено је истраживање о задовољству шефова одржаном радионицом, у коме се показало да су сви присутни били задовољни радионицом.





### 3.13.4. MICHELIN Masterclass, 09. октобар

Трећи овогодишњи Michelin Masterclass је одржан у хотелу Hyatt Regency Belgrade, у ресторану The Metropolitan. Радионици су присуствовали представници десет београдских ресторана који носе Michelin препоруке. Гостујући шеф који је водио радионицу је био гдин Emanuele Scarello из ресторана са две звезде Agli Amici у Италији. Тема је била припрема рибе, салтководне и морске, и цео процес од набавке рибе до сервирања.

### 3.13.5. MICHELIN селекција за 2025. годину, 17. децембар

Београд и Србија званично су доспели на листу најпрестижнијих дестинација када је реч о гастрономији: два наша ресторана – Langouste и Fleur de Sel добила су чувене „Мишленове“ звезде, синоним за врхунски квалитет.

MICHELIN водич је четврту годину заредом објавио је листу препоручених ресторана у Србији, од којих ће поменута два на свом улазу носити престижне звезде.

Ресторани Iva New Balkan Cuisine и Исток и даље носе веома значајну ознаку “Bib Gourmand”. Ознака “Bib Gourmand”, која је добила име по званичној маскоти MICHELIN-а по имену Бибендум, иначе, заслужују ресторани врхунског гастрономског квалитета са одличном храном по приступачним ценама.

У категорији препоручених ресторана и даље су они из прошле и претпрошле године - Салон 1905, Гушти мора, ЈаМ, Enso, Нома, Magellan, The Square, Legat 1903, Ebisu, Comunale Cafè e Cucina, Мезесторан Двориште, Langouste, Бела река, Metropolitan Grill у хотелу Hyatt Regency, Skylounge у хотелу Hilton и Twenty Two и хотелу Metropol Palace, Pinòt, L'adresse, На ћошку и Клуб књижевника, док им се ове године придружио и GiG.

Званичну објаву MICHELIN гастрономског водича са списком ресторана може се видети на линку <https://guide.michelin.com/en/article/michelin-guide-ceremony/michelin-guide-serbia-2025-welcomes-two-new-starred-restaurants>



Experience!  
**SERBIA**

NATIONAL TOURISM  
ORGANISATION  
OF SERBIA

DESTINATION PARTNER



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

### **4.1. Међународни сајам туризма у Београду**

Под слоганом “Авантура почиње овде” у периоду од 22. до 25. фебруара 2024. године одржан је 45. Међународни сајам туризма у Београду. Традиционално, паралелно са Сајмом туризма, одвијао се и 19. Међународни сајам хотелско-угоститељске опреме “HORECA” који је приказао најсавременију опрему за хотелске и угоститељске објекте.

Земља партнер 45. Сајма туризма била је Грчка која је изазвала очекивано велико интересовање посетилаца као убедљиво најтраженије тржиште за грађане Србије који летују у иностранству.

Ове године се на сајму представило преко 400 излагача из више од 27 земаља. Континуирано присутне на сајму и ове године биле су дестинације Турска, Црна Гора, Тунис, Бугарска, Словенија, Босна и Херцеговина, Хрватска, Кипар, као и острвска дестинација Сао Томе и Принципе и афричке земље Камерун, Намибија и Габон.

По први пут на сајму, своје туристичке атракције су представили Камбоџа, Еквадор, Света Луција, Либија, а земље које су се вратиле и поново учествовале су Индонезија и Куба.

Сајам туризма и пратеће манифестације ове године обишло је преко 42 000 посетилаца.

Званично је сајам отворен 21.02.2024. године свечаним програмом који је уприличен на галерији Хале 4. Отворио га је председник Републике Србије Александар Вучић заједно са министарком туризма републике Грчке Олгом Кефалојани.

Председник Вучић је у свом обраћању истакао снажну везу Србије и Грчке, али је говорио и о развоју српског туризма у будућности, инвестиције у развој и хотелске капацитете, као и кључном догађају EXPO 2027, који мења будућност наше земље.

Након свечаног програма, председник Србије Александар Вучић је са делегацијом и министром туризма и омладине Хусеином Мемићем обишао штанд Туристичке организације Србије. Том приликом директорка туристичке организације Марија Лабовић је госте упознала са новим брошурама “Упоришта духовности” и “Мој Дунав” које су премијерно представљене на овогодишњем сајму туризма, а говоре о веома важном туристичком производу, реци Дунав и потенцијалу који има, као и о богатству различитости култура, вера и обичаја која красе Србију. Председник Србије Александар Вучић и директорка туристичке организације Србије Марија Лабовић су захваљујући AI технологији примењеној по први пут у сврху промоције Србије, присуствовали отварању EXPO 2027 у присуству великог броја новинара.

Туристичка организација Србије се на овогодишњем Међународном сајму туризма у Београду представила у хали 4 београдског сајма под слоганом „СРБИЈА. Доживи!“ (eng. „Experience! SERBIA“), на штанду величине 153м2. Са Туристичком организацијом Србије представили су се: Министарство туризма и омладине, ЈП „Скијалишта Србије“, Завод за заштиту природе Србије, Природњачки центар Свилајнац и Агенција за безбедност саобраћаја са Управом саобраћајне полиције. Сајам туризма у Београду, за Туристичку организацију Србије је био прилика да

проценимо колико је порука „доживи“ лако примењива на сваку дестинацију и на сваки туристички производ који промовишемо.

На 45. Сајму туризма, Туристичка организација Србије је промовисала своје нове брошуре “ Мој Дунав ” и “ Упоришта духовности“

Велико интересовање на нашем штанду изазвала је активација Photo booth где су посетиоци имали прилику да на потпуно нов начин, а уз помоћ вештачке интелигенције која је скенирала њихова лица и монтирала у склопу фотографије дестинација у Србији, направе успомену и то да им буде подсетник шта све могу да виде и посете у Србији.

Природњачки центар Свилајнац је посетиоцима сајма показао премијерно интерактивну презентацију ”метахуман“- праисторијског човека који опонаша покрете лица која се нађу испред њега. Интерактивни тотем биће део нове изложбе у Природњачком центру Свилајнац која ће бити отворена на пролеће.

Завод за заштиту природе, уз подршку Туристичке организације Србије, за посетиоце сајма туризма у Београду организовао је едукативне радионице за најмлађе посетиоце сајма.

Агенција за безбедност саобраћаја заједно са Управом саобраћајне полиције упознала је посетиоце са активностима које спроводе током целе године у сарадњи са ТОС-ом а које имају за циљ да све учеснике у саобраћају, било да се ради о страним туристима или српским држављанима, подсети на важност сигурне и безбедне вожње.

Спој традиционалне и модерне Србије приказан је у етно кутку кроз радове уметница које су израђивале, уз помоћ ткања, етно мотиве на модним детаљима.

Уметнице из „Creative Glass Lab“-а презентовале су активности које спроводе на афирмацији и ревитализацији традиције параћинског сликарства. Била је организована изложба као и радионица на којој су посетиоци сајма могли да науче технике ецовања и осликавања стакла.

Целокупан програм Туристичке организације Србије обогатио је **фолклорни ансамбл КУД „ Спасовдански вез“ из Дреновца**. Српском традиционалном ношњом и плесом увеличали су сајамску атмосферу и представили српску културу пред иностраним и домаћим гостима.

Штанд Туристичке организације Србије у данима сајма је био место сусрета, пословних договора, стручних повезивања и потписивања важних меморандума о сарадњи.

Првог дана сајма штанд ТОС-а посетиле су делегације Грчке, Сао Томе и Принципе и Анголе. Директорка Марија Лабовић и министар туризма и омладине Реп. Србије Хусеин Мемич разговарали су са министарком туризма Републике Грчке Олгом Кефалојани о начинима за унапређење сарадње између две земље како би се иначе висок ниво туристичког промета додатно унапредио.

Министар економије Сао Томе и Принципе Дисеј Леите изразио је велико интересовање за продубљивање односа у сектору туризма са Србијом као и министар културе и туризма Анголе Фелипе Зау.

Министар туризма Р. Србије, Хусеин Мемич, и директорка Туристичке организације Србије, Марија Лабовић, са својим сарадницима, су одржали бројне састанке са представницима туристичке индустрије, локалним и регионалним туристичким организацијама како би се сумирали постигнути резултати и направили планови.

На штанду Привредне коморе Србије у хали 1, туристичка организација општине Лебане презентovala је директорки ТОС-а Марији Лабовић и министру туризма и омладине Хусеину Мемичу пројекат “Центар за посетиоце” у Царичином граду, Јустинијана Прима, као један од предвиђених програмом „Србија 2027- Скок у будућност“ и чије се отварање очекује у марту.

Штанд ТОСа био је домаћин многобројним телевизијским екипама. Угостили смо 19 телевизијских и радио станица и агенција. Било је много живих укључења у ТВ програме станица са националном фреквенцијом, а дате су и бројне изјаве за медије.

Након обиласка штандова локалних туристичких организација и великог броја састанака стечен је утисак да је подигнут ниво њихових презентација као излагача, тј. примећен је видан напредак како у естетском аспект штандова, тако и у анимирању посетилаца за дестинације у Србији.

#### ***4.2. Међународни сајам туризма у Новом Саду***

Међународни сајам туризма, који је на Новосадском сајму одржан од 28-30. новембра 2024. окупио је више од 250 излагача из земље и иностранства – Србија, Мађарска, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Хрватска, Словенија, Албанија, Бугарска, Тунис, Северна Македонија, Грчка и Русија). Излагачи су током три дана сајма представили своје понуде – услуге и капацитете, разменили искуства у хали „Мастер“, Конгресном центру „Мастер“, Аули и на отвореном простору Сајмишта. На В2В састанцима пријављено је 79 учесника из 10 земаља (Србија, Мађарска, Црна Гора, БиХ, Хрватска Словенија, Северна Македонија, САД, Белгија, Русија), одржано је 150 састанака.

Током три дана сајма одржана су 42 стручна скупа, промоције и презентације.

На штанду ТОС-а представљена је туристичка понуда Србије, са посебним акцентом на производе гастрономије, активног одмора и културног наслеђа. Исказано је велико интересовање за зимску туристичку понуду у Србији, нарочито у руралним подручјима.

Излагачи су посетиоцима одобравали до 55% попушта, поклањали ваучере, уговарали посебне погодности, организовали пратеће програме и дегустације. Задовољни излагачи истичу да је Сајам испунио њихова очекивања. Многи наглашавају да су успели да остваре контакте значајне за пословање фирми из којих долазе, али и да су задовољни бројем стручних скупова и презентација, као и темама о којима се разговарало. Примећују и да је ове године, у односу на претходне, било више млађих посетилаца. У агенцијама кажу да су класичне туристичке туре и обиласци прошлост и да се данас гост мора анимирати, тражи се доживљај путовања кроз одређену активност.



Земља партнер овогодишњег Сајма туризма у Новом Саду била је Република Мађарска. Велика подршка овом догађају били су Покрајинска Влада, Покрајински секретаријат за привреду и туризам, Град Нови Сад и Туристичка организација Града Новог Сада.

Павиљон Покрајинског секретаријата за привреду и туризам – Покрајински секретаријат је окупио суизлагаче, кориснике средстава и партнере и организовао бројне догађаје као и наступ 16 винарија и винских подрума у Винској кући Војводине. Представили су актуелни пројекат “Најбоље из Војводине” који се односи на туристичку и услужну делатност. Излагачи су били и досадашњи носиоци тог престижног сертификата. Између осталог Секретаријат је уручио и сертификат Геотуриста учесницима програма “Еко тоур” и угостио институције из Војводине које образују кадрове туристичко-угоститељског смера у циљу развоја и унапређења туризма- факултете и средње школе са акредитацијом надлежних органа, које у оквиру наставних програма образују кадрове из области туризма, односно угоститељско, хотелијерско-туристичке техничаре.

Организовано је Вече шампиона 55. међународног сајма туризма на коме су најбољима у квалитету услуга, објеката, организација и институција у туризму уручена врхунска признања Новосадског сајма.

У организацији Природно-математичког факултета Универзитета у Новом Саду, Департмана за географију, туризам и хотелијерство, одржана је 20. конференција посвећена савременим трендовима у туризму и угоститељству, утицају туризма на животну средину и холистички приступ који се развија кроз студијске програме, пројекте и овакве конференције. Транзиција у зеленом туризму као централна тема овогодишње конференције окупила је око сто домаћих и страних предавача.

Туристичка организација Града Новог Сада организовала је радионицу „Новосадска вина и златиборски деликатеси“, а новосадски Центар за истраживање и студије туризма уприличио је скуп посвећен управљању рецензијама и садржајем за максималну промоцију дестинација.

Одржан је и интерактивни панел „Пут ка успеху у туризму и угоститељству” и „Могућности туристичке валоризације нематеријалног културног наслеђа Србије”.

Завршног дана Међународног сајма туризма, одржана је 11. међународна конференција студената туризма и хотелијерства МЕКСТ.

У току сајма организован је **„Гастро куп Србије 2024.”**, међународно такмичење куvara професионалаца (сениора и јуниора) у организацији Удружења Зелена долина, HORECA асоцијација Крагујевац и Новосадски сајам.

Представници ТОС-а су искористили присуство бројних излагача из ЛТО и туристичке привреде да са њима разговарају о плановима и програмима за 2025. годину.

#### ***4.3. Међународни сајам туризма и сеоског туризма у Крагујевцу***

У хали Шумадија сајма, одржан је 15. Међународни сајам туризма и сеоског туризма, од 31.октобра до 02. новембра на којем је учешће узело око 58 излагача из Србије и региона, 20

излагача на Базару домаћих производа (*Сајам зимнице*), агенције са обједињеном понудом за зиму 2023/2024, национална, регионалне и локалне туристичке организације, туристички центри, бањска лечилишта, сеоска домаћинства, винарије и дестилерије, уз посету преко 3000 посетилаца.

Организатори сајма су „Шумадија сајам“ и Градска туристичка организација Крагујевац, под покровитељством Министарства за туризам и омладину и града Крагујевца.

Сајам је свечано отворио државни секретар министра туризма и омладине, Урош Кандић, а поред њега говорили су и Марија Лабовић, директорка Туристичке организације Србије, Дејан Ружић, заменик градоначелника, Мирко Вујновић, директор Шумадија сајма и Мирјана Миленковић, директор ГТО Крагујевац.

На штанду Туристичке организације Србије представљена је комплетна туристичка понуда Србије као и туристичка понуда једне од најпосећенијих бања у Србији, Сокобање, као понуда ТО Алексинац. Посебан нагласак је стављен на предстојећу зимску сезону, богато културно историјско наслеђе, разноврсну гастрономску понуду, као и на могућности за активан одмор у природи.

У оквиру програма сајма могла су се пратити и стручна предавања на следеће теме: „Подстицајна средства за развој сеоског туризма - Министарство туризма и омладине Републике Србије“ „Повезивања локалних туристичких организација и туристичких агенција као предуслов развоја дестинација“ и „Презентација СПА садржаја у Србији“

За новинаре и излагаче организована је посета манифестацији “Шумадијски фестивал ракије”.

Другог дана сајма, традиционално је организована „Шумадијска чајанка“ (*такмичење у припреми куване ракије*).

Руководилац службе развоја туристичке понуде ТОС-а, током трајања сајма дала је изјаву за медиј Б92.

#### ***4.4. Учешће туристичке организације Србије у пројекта Српска кућа током трајања Олимпијских игара у Призу***

Пројекат „Српска кућа“ током Олимпијских игара реализован је са циљем да Србија свету и глобалној публици представи своја културно-историјска богатства, туристичке потенцијале, гастроенологију и економију засновану на новим технологијама и иновацијама.

Носиоци пројекта „Српска кућа“ су Влада Републике Србије и Привредна комора Србије, док су кључни партнери у целој организацији били Туристичка организација Србије, Амбасада РС у Паризу и Олимпијски комитет Србије.

Српска кућа била је стационирана у Парку La Villette, који је током Олимпијаде носио име „Парк Нација“ јер је у њему било смештено чак 15 националних кућа, међу којима су биле Словенија, Чешка, Бразил, Мексико, Индија, Канада, Холандија, али и сама земља домаћин - Француска. Националне куће биле су отворене за јавност од 27. јула до 11. августа, од 10 до 22 часа, а улаз у Српску кућу био је бесплатан за све посетиоце.

Током организације овог пројекта, директорка Лабовић, била је члан Организационог одбора и Извршног комитета, а заменик је била Весна Златић. Присуство свим састанцима је било обавезно и сви чланови су морали имати заменике.

Српска кућа је осмишљена као мултифункционални павиљон где се традиција и модерност сусрећу кроз иновативне мултимедијалне презентације и културне догађаје. Централни део чинила је уметничка инсталација „Корени“, висока 6.5 метара, симболизујући „Дрво живота“, која је дочарала дубоке корене српског народа и његове традиције, културе и историје.



Такође, посетиоци су имали прилику да кроз напредне технолошке алгоритме виде анимације инспирисане нашим спортистима, радовима Надежде Петровић, као и да се упознају са великим српским научницима и иноваторима попут Тесле и Миланковића.

У оквиру павиљона постојао је и веома тражени ресторан са српским специјалитетима.

Задаци ТОС-а у току припреме пројекта Националне куће Србије тј. Српске куће на Олимпијади у Паризу били су:

**Истраживање тржишта сувенира** са традиционалним обележјима који се производе у Србији, са акцентом на утврђивање списка потенцијалних произвођача који су у могућности да испоштују рокове и тражене количине производа. Примери: предмети које промовише и продаје Етно мрежа, стилизоване српске шајкаче, магнети, руком сликани чокањи са ракијом, лицидерска срца, урамљене графике са ликом Николе Тесле, урамљена српска ћирилица, везени пешкири.

**Дефинисање врсте производа** који се брендирају визуелним идентитетом Српске куће, као и



листе потенцијалних произвођача истих, са циљем издвајања две групе производа за бесплатну поделу: за масовно дељење и формирање пакета тзв. ВИП.

Прва група артикала, за масовно дељење, дефинисана је уз учешће Олимпијског комитета Србије, коме су добро познате листе промотивних артикала који се бесплатно деле на олимпијадама и другим планетарним спортским догађајима. То су биле тзв. бам-бам удараљке за навијање, лепезе и пин значке са националним обележјима.



Друга група артикала, намењена ВИП гостима, обухватала је: мајице, качкете, бочице за воду, магнете са фотографијама дестинација у Србији, мини ранчеве.

**Дефинисање листе штампаног промо материјала о Србији:** Доживи Србију, Културни мозаик, Мој Дунав, Туристичка карта Србије, Карта манастира и Place to meet - брошура о конгресним капацитетима Србије. Све брошуре рађене су у тиражу по 2000 комада на две језичке мутације.

Предлози који су формирани према овим критеријумима представљени су у форми презентације пред Извршним комитетом и усвајани гласањем о сваком појединачном производу и количинама. Након усвајања предлога, ТОС је активно учествовао у координацији рада и сарадњи са дизајнерком, чији је предлог визуала усвојен од стране Извршног комитета као визуал Српске куће. У том процесу је активно учествовао и дизајнер ТОС-а ради апликације визуала на различите производе.

Целокупан процес продукције свих артикала, укључујући и завршну логистику око транспорта, припреме целокупне количине произведене робе за предају Министарству спољних послова, које је организовало поштом као дипломатску пошту, као и израду пакинг листа за потребе шпедиције, био је задатак ТОС-а.

Отпрема робе се поклопила са почетком припрема за отварање Српске куће. Представнице ТОС-а, које су учествовале у припреми материјала за отпрему, заједно са представницима ГЕНСЕК-а и ПКС-а отпутовале су у Париз да изврше прихват робе када стигне на одредиште, како би осигурале адекватан третман, пријем и даље руковање свим производима. Ово је био изазован и захтеван посао јер је количина робе и штампаног материјала износила 14 еуро палета.

Током истовара и завршних радова, француске власти су у последњем тренутку мењале режим кретања у парку Ла Вилет због безбедносних потреба. Због тога је коначан пријем и истовар робе у Српску кућу обављен касно увече, после 23 часа. Захваљујући огромном тимском напору представника ТОС-а, колега из ГЕНСЕК-а и чак колега из Junior Chefs Cluba, пошлица је смештена у предвиђени подрумски магацински простор. Свака кутија је морала бити ручно унесена спиралним степеницама.

До отварања Српске куће, сви артикли намењени дељењу, као и ВИП материјал, сортирани су и упаковани у 1000 пакета од стране представника ТОС-а. Ови пакети су пренети у посебну просторију ван главног улаза у Српску кућу. Расподелом ВИП пакета управљао је тим који је водио Српску кућу (директор, заменик, креативни директор).

Такође, комплетан попис робе намењене продаји и примопредаја робе агенцији ангажованој за продају на француском тржишту у оквиру сувенирнице у Српској кући, уз учешће у аранжирању простора, радиле су представнице ТОС-а.

Тим ТОС-а је током рада Српске куће, у свим свакодневним и бројним активностима, био део особља које су делегирали ГЕНСЕК и ПКС. Носили су униформе креиране специјално за ту прилику, као и сви ангажовани од поменутих институција, са прецизним радним временом од 10 часова, најмање до 22 часа, а по потреби и дуже.



ТОС је током трајања Олимпијаде, односно активног функционисања Српске куће, био задужен за функционисање информативног пулта. Представници ТОС-а су давали информације посетиоцима о Србији, туристичке и сервисне информације везане за остале активности и културне програме у Српској кући.

На пулту су били изложени материјали ТОС-а и корпе са пиновима, лепезе и навијачки реквизити,



сви посебно брендирани, као и ТОС-ов штампани материјал. Предвиђени промо материјали и брошуре ТОС-а, упркос брижљивом планирању и дозирању расподеле, буквално су разграбљени и слободно се може рећи да их је могло бити знатно више.

Централни догађај везан за туристичко представљање био је Дан туризма, 01.августа. ТОС је овим поводом ангажовао професионалну ПР агенцију са којом смо сарађивали у претходном периоду и уз њихову асистенцију близу тридесет представника француских медија и двадесет организатора путовања се појавило на догађају. Током презентације тражило се место више.



Окупљенима су се обратили директорка ТОС-а, Марија Лабовић, амбасадорка РС у Француској, Ана Хрустановић, као и директор ЕХРО 2027, Душан Боровчанин. Након њихових поздравних говора, колегиница Јелена Ружић је на француском језику одржала веома запажену презентацију туристичких потенцијала Србије, а за уметнички програм била је задужена оперска дива Наташа Тасић.

Након официјелног дела, уприличен је коктел у делу павиљона који је функционисао као национални ресторан, где су гости могли да уживају у гастрономском специјалитетима инспирисаним традиционалним српским јелима припремљеним на модеран начин од стране најталентованијих младих куvara Србије из Junior Chefs Club.





Такође ово време смо искористили за корисну интеракцију са представницима француске туристичке привреде и договорили бројне будуће активности.

Додатно, ТОС је имао активно учешће у Б2Б догађају који је организовала Привредна Комора Србије као и у догађају организованом од стране предузећа EXPO 2027, што су биле прилике које су такође омогућиле сарадњу са француском привредом.

Српска кућа забележила је око 53.000 посетилаца. Редови испред улаза били су на десетине метара, јер је број посетилаца који у истом тренутку бораве у кући био ограничен на 150. То многе заинтересоване није спречило да стрпљиво чекају и с пажњом прате изложену понуду Српске куће, као и да разговарају са нашим информаторима и врло заинтересовано чују информације о Србији.

Сви трошкови учешћа Туристичке организације Србије на овом догађају били су укључени и реализовани кроз буџет Генералног секретаријата Владе Републике Србије.



#### 4.5. Трећи међународни сајам вина, хране и туризма *“Винска визија Отвореног Балкана”*

Овај сајам, одржан је 22. до 24. новембра 2024. године, као најзначајнији вински догађај у региону.

У току припрема за сајам вина, Туристичка организација Србије, на свим промотивним догађајима у току летње туристичке сезоне, посебну пажњу поклонила је промоцији Трећег сајма Винска Визија.

На Туристичком Манифесту, одржаном 17- 20. маја, Туристичка организација Србије је промовисала „Wine Vision by Open Balkan“, као највећи регионални сајам вина, хране и туризма. Поред брендиране пагоде и пултова, на ЛЦД телевизору, током три дана Манифеста емитован је промотивни спот Винске визије. Промотерке су на пултовима ТОС-а носиле мајице са натписима „Wine Vision by Open Balkan“ и „Србија Доживи“ и делиле промотивну брошуру о сајму.

Том приликом, у сарадњи са ТО Вршац организовано је представљање вршачких винограда и најпознатијих вина овог краја који ће бити промовисани и на сајму „Wine Vision by Open Balkan 2024“.

Многобројни инострани туристи који су у организованим групама посетили Калемегдан имали су прилику да се упознају са винским туризмом Србије као и да дегустирају вина из вршачких подрума. Најбољи познаваоци српских вина награђени су симболично мајицом и ранцем који су брендирани у бојама и натписима Винске визије и ТОС-а.

Кратки промо спотови, тзв. „reels“ снимци са догађаја емитовани су на инстаграм страници ТОС-а @experienceserbia и на званичној инстаграм страници Винске визије @winevisionbyopenbalkan.





У оквиру промотивног догађаја на тему „Доживи Србију“ који је одржан 28. јуна и 21. септембра на платоу испред ТЦ Рајићева, који традиционално означава почетак летње туристичке сезоне, такође је вршена промоција Трећег међународног сајма Винска визија.

Регионалне туристичке организације, локалне туристичке организације и Туристичка организација Србије као домаћин догађаја, представили су туристичке лепоте Србије. Преко 50 туристичких организација промовисало је дестинације кроз брошуре, гастрономију краја, усмене презентације, изложбу сувенира и аутентичних производа локалних малих произвођача, карактеристичних за крај из којег долазе.

Велики број туриста који су посетили квартал „Србија Доживи“ испред ТЦ Рајићева имали су прилику да на једном месту доживе Србију и упознају се са природним лепотама, као и лепотама градова, бања, историјом и културом земље.

ТОС је искористио прилику да туристе упозна и са највећим сајмом вина и хране „Wine Vision by Open Balkan“, који се одржава трећи пут, од 22. до 24. новембра ове године, као најзначајнији вински догађај у региону.



У сарадњи са Туристичком организацијом Београда, на манифестацији Карневал бродова, посетиоцима је такође дељена брошура Трећи међународни сајам вина, хране и туризма “Винска визија”, са позивом и препоруком да га посете.



Трећи међународни сајам вина, хране и туризма “Винска визија Отвореног Балкана”, ове године је окупио 650 излагача из 38 земаља.

Туристичка организација Србије била је носилац заједничког наступа и јединствене промоције туризма земаља Отвореног Балкана и координатор свих активности током припреме сајма. Туристичка организација Србије, са Националном туристичком агенцијом Албаније и Националном агенцијом за промоцију и подршку туризма Северне Македоније, представила се на заједничком штанду од 300 m<sup>2</sup>.

Директорка Туристичке организације Србије Марија Лабовић са колегиницама из Албаније Заном Целом и Северне Македоније Биљаном Стефаноском, разговарала је о досадашњим резултатима, а то је била прилика и да представници три земље прикажу само део своје туристичке понуде, размене искуства и планирају будуће заједничке пројекте.



У име Туристичке организације Србије, Марија Лабовић као директор, потписала је у оквиру трећег међународног сајма вина, хране и туризма „Винска визија отвореног Балкана“ меморандум о разумевању и сарадњи у области туризма са директорком Албанске националне агенције, Заном Целом.



Директорке националних туристичких организација Албаније и Северне Македоније Зана Цела и Биљана Стефаноска потписале су меморандум о сарадњи у области туризма, а том приликом је уприличена и размена протоколарних поклона три директорке – Марије Лабовић, Зане Целе и Биљане Стефаноске.



У оквиру наступа, посебну пажњу изазвале су интерактивне дигиталне поставке особа у националним мушким народним ношњама земаља учесница. Дигитална особа у народној ношњи програмирана је да реагује на близину посматрача и понавља покрете посетилаца и заинтересованих. То је изазивало велику пажњу посетилаца који су се најчешће том приликом и фотографисали.





Током трајања „Винске визије“, осим приказивања дела туристичке промоције Србије, Албаније и Северне Македоније, на заједничком штанду у хали 3 промовисана је нова брошура ТОС-а „Винска авантура кроз Србију“. Презентацију су водили еминентни вински новинари, а публици и гостима су се обраћали директно винари. Дегустација бираних вина, праћена адекватном закуском, додатно је утицала на сјајну интеракцију са публиком.



Марија Лабовић, директор, имала је прилику да председнику Србије господину Александру Вучићу, у току церемоније званичног отварања сајма, скрене пажњу на ово ново издање, чије је објављивање усклађено са почетком трећег међународног сајма вина „Винска визија Отвореног Балкана“.



Специјално за ову прилику креиран је нови заједнички сувенир – тзв. магична коцка са странама које окретањем дају различите мотиве - туристичку понуду културне баштине под заштитом УНЕСКО-а у све три земље.

На штанду Туристичке организације Србије одвијала се презентација традиционалних заната и вештина, уприличена у форми пратећег програма манифестације, за медије, посетиоце и



инфлуенсере, јер остале земље учеснице нису овога пута имале своје представнике у овим областима.

Организована је **Поп-ап изложба у стакленим витринама** - где су приказани историјски примерци чаша за вино из колекција у власништву Института за креативно предузетништво. Изложбу је пратила радионица на којој су уметници демонстрирали технике сликања на стаклу током целог дана, као и тзв. ецовање стакла. Посетиоци су могли да се опробају у техници рада на стакленим плочицама 10x10cm, а затим по овладавању овом техником да се опробају у раду на чашама за вино и шампањац персонализујући на тај начин своју чашу.



Група од 16 водећих кинеских инфлуенсера, који су од 20. до 26. новембра боравили у нашој земљи у студијској посети у организацији Туристичке организације Србије, посетила је, трећег дана међународног сајма вина, хране и туризма „Винска визија Отвореног Балкана“, штанд ТОС-а на Београдском сајму.



Инфлуенсери из Кине, од којих свако има вишемилионске пратиоце широм света и од којих већина долази из највеће кинеске МЦН агенције Вуиоу Медиа, уживали су на нашем штанду у промоцији дела туристичке понуде Србије, а посебну пажњу привукле су им традиционалне рукотворине, као и наступ фолклорне групе, којој су се прикључили у извођењу.



Директорка туристичке организације Србије Марија Лабовић уручила је гостима из Кине захвалнице за велики допринос промоцији наше земље као туристичке дестинације истичући да ТОС континуирано ради на промоцији наше земље на кинеском тржишту, што показују и бројке које су из месеца у месец све фасцинантније. Према подацима за првих девет месеци ове године, Србију је посетило чак око 150.000 кинеских туриста, што је за 71 одсто више него у истом периоду прошле године.

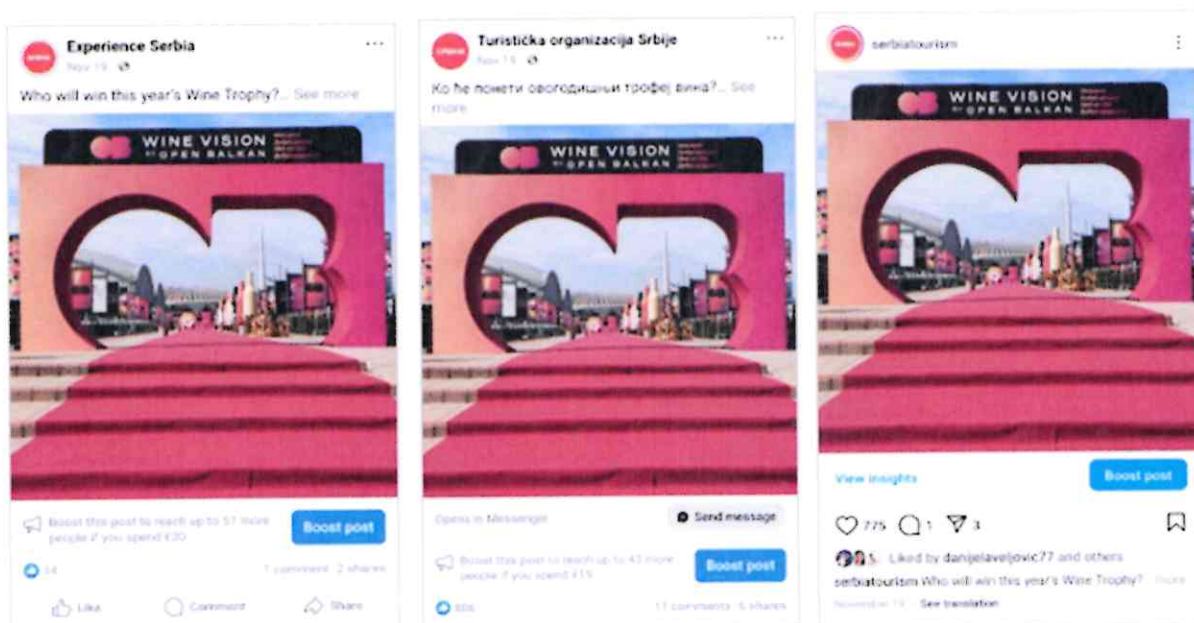




Маркетинг служба је позвала медије и слала саопштења. Током трајања сајма вина био је присутан велики број новинара. Основна комуникација је била на промоцији вина и винских рута кроз Србију, али уједно и сарадња са суседним земљама ка заједничком наступу пред туристима са далеких дестинација.

Туристичка организација Србије је:

Најавила почетак трећег по реду сајма „Винска визија Отвореног Балкана“, 19. новембра, на својим друштвеним мрежама

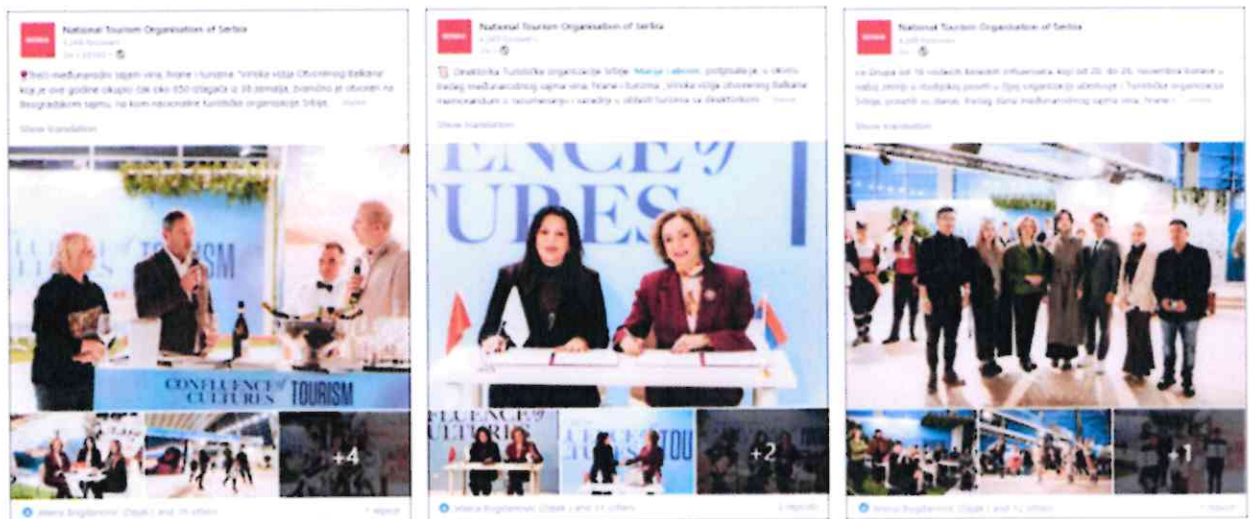


Испратила сва дешавања за време трајања сајма кроз „Instagram Stories“, укупно 7 видео објава.





Направила 3 објаве на пословној мрежи „LinkedIn“ у вези сајма



У оквиру „**Wine Vision by Open Balkan 2024**“ а у периоду од 22.11. до 24.11. организован је у хали 5 „**Food Vision**“, а Туристичка организација Србије је имала свој штанд на којем је представила аутентичне укусе у сарадњи са ТО градова и општина, као и производе локалних произвођача из различитих крајева Србије. Представили су се :

ТО Општине Петровац на Млави, удружење жена које праве специјалитете од брашна добијеног из воденица из краја

ТО Нови Пазар, аутентични слатки и слани специјалитети краја

ТО Ваљево, промоција фестивала дуван чварака, произвођачи дуван чварака из краја

Жабал, произвођач сирева “Фармер сир”

Стара Пазова, произвођач чоколада “Sweetsystem- Srbijanka”

ТО Тара Дрина Бајина Башта, Пољопривредно газдинство Симић, производи од аутохтоних сорти, сокови од дивљих сорти воћа, водњика

ТО Сремски Карловци, војвођански специјалитети, куглоф, штрудле

Колико су ова јела аутентична и важна за промоцију дестинација говоре у прилог гастро манифестације везане за деликатесе који су представљени на штандовима ТОС-а, а са којима су се посетиоци сајма упознали путем брошура које су дељене на штандовима.

Традиционално, Туристичка организација Србије, припремала је сет ВИП поклона за потребе највиших представника и делегација у координацији са Кабинетом председника Републике Србије.

Један од најрепрезентативнијих је била флаша вина из региона Фрушке горе, са сиром у уљу из исте регије и ајваром са тартуфима са Фрушке горе - све упаковано у стилизовану брендирану кутију са визуелним идентитом Винске визије.

Такође, у току сајма, посетиоци су показали велико интересовање, листали су, користили и узимали штампане материјале о целокупној туристичкој понуди Србије, односно брошуре Србија доживи, Мој Дунав, Туристичку карте Србије, Карту манастира, Културни мозаик.

Како је Винска визија специјализовани сајам, очекивано је интересовање за дегустације вина, па овај обим комуникације везан за укупну туристичку и гастрономску понуду охрабрује.

Посетиоцима је дељен и остали промотивни материјал, ранчеви, мајице, боце за воду, нотеси, роковници, заставице са визуелним идентитетом Винске визије, као и заједнички сувенир магична коцка.





#### 4.6. Туристички форум

Туристичка организација Србије организовала је од 26-28. септембра 2024. године, 14. Туристички форум Србије. Овогодишња дестинација домаћин била је Куршумлијска Бања, АД Планинка.

У предивном амбијенту хотела "Планинка" који се након непуне две године рада позицирао као центар спа и велнес туризма на југу, туристички радници су имали прилику да заједно сумирају резултате рада и да разменом искустава и идеја дођу до неких нових иновативних решења и направе планове за будуће успехе.

Ове године тема Светског дана туризма је акценат ставила на мир и поруку да без стабилности, слободе и мира нема ни туризма.

У уводном делу форума, присутне су поздравили Вишња Ракић, в.д. помоћника министра, Војимир Чарапић, председник општине Куршумлија, Бојан Алексић, управник Пролом Бање, и Марија Лабовић, директорка Туристичке организације Србије. Сви говорници су се осврнули на изазове и могућности које се пружају у туристичком сектору, наглашавајући важност сарадње и заједничког рада у постизању мира и стабилности као темеља за просперитетан туризам. Ова порука мира, коју су истакли, представља кључну мисију форума, подстичући окупљене да раде на јачању међусобних односа и сарадње.

Након уводног дела, форум је прешао на панел дискусију на тему "Маркетинг систем у туризму Републике Србије". Дискусију је водио др Мирослав Кнежевић, декан Факултета Сингидунум, који је поставио изазовна питања и подстакао панелисте, директоре најуспешнијих локалних туристичких организација, да поделе своје стратегије и примере добре праксе. Ова интерактивна дискусија пружила је присутнима увид у тренутне трендове у маркетингу и начинима на које се Србија може боље позиционирати на глобалној туристичкој сцени.

Учесници панела били су:

- 1) *г-дин Бранислав Кнежевић директор туристичке организације града Новог Сада.*
- 2) *др Драгана Божич директор туристичке организације града Ниша.*
- 3) *г-дин Љубинко Миленковић директор туристичке организације Сокобања.*
- 4) *г-дин Иван Трифуновић, директор Туристичке организације Врњачка Бања.*
- 5) *г-дин Миодраг Поповић, директор Туристичке организације Београд*

Закључци панел дискусије:

- Потребна синергија између нивоа: Постоји потреба за већом сарадњом између националних, регионалних и локалних туристичких организација како би се осигурала доследна и ефективна маркетиншка стратегија која промовише Србију као целину.



- Фокус на дигитални маркетинг: У светлу савремених трендова, наглашена је важност дигиталног маркетинга, укључујући коришћење друштвених мрежа, SEO стратегије и онлине оглашавање како би се допрло до младих.
- Потреба оснивања регионалних ТО или ДМО ради лакше координације и усклађености, сврсисходности Сагласности на План промотивних активности које ЛТО шаљу ТОС-у због потребе аплицирања за субвенције код ресорног министарства.

У другом делу форума, након краће паузе, г-дин Милан Маглов, истакнути стручњак у домену друштвених мрежа и дигиталног маркетинга, одржао је инспиративна предавања на теме "Креирање успеха у дигиталу" и "Како максимизирати видљивост дестинације на друштвеним мрежама". Његове презентације биле су фокусиране на савремене алате и стратегије које стручњаци у туризму могу користити како би привукли пажњу потенцијалних туриста, истовремено наглашавајући значај аутентичног и ангажованог приступа у комуникацији.

Осим едукативног дела, форум је обезбедио и практичне активности за учеснике, омогућавајући им да истраже локалне атракције. Током посета, учесници су имали прилику да виде јединствене природне лепоте Бавоље Вароши, уживају у благодетима Пролом Бање, као и да се упознају са богатом културном баштином Куршумлије. Обилазак Цркве Свете Тројице, манастира Светог Николе и Пресвете Богородице, као и шетња кроз Парк Топличиног устанка, пружили су учесницима драгоцену искуства и знања о значају очувања културног наслеђа.

Туристички форум 2024. представља значајан корак ка унапређењу туристичког сектора у Србији, пружајући платформу за иновације, сарадњу и развој који ће допринети стварању јачих туристичких заједница



#### **4.7. Промотивни догађај „ДОЖИВИ СРБИЈУ“**

Туристичка организација Србије је била домаћин промотивног догађаја на тему “Доживи Србију”. 28. јуна одржан је први од два заказана догађаја на платоу испред ТЦ Рајићева. Други је одржан 21. септембра на платоу ТЦ Рајићева у трајању од 16 до 22 часа.

Локација је изабрана узимајући у обзир број домаћих и страних туриста којима је, Кнез Михајлова и део око ТЦ Рајићева, незаобилазна путања ка Калемегдану као једном од најважнијих туристичких локалитета и културно историјских места у Београду.

Циљ кампање је да се туристи упознају са дестинацијама које могу посетити у Србији, кроз представљање 25 локалних туристичких организација Србије, 3 регионалне туристичке организације, ТО Војводина, ТО регија Западне Србије, ТО Доње Подунавље и представљање ТОС-а као домаћина догађаја и националне туристичке организације.

Регионалне туристичке организације, локалне туристичке организације и ТОС као домаћин догађаја, представили су лепоте Србије од севера ка југу и од истока ка западу. Преко 50 туристичких организација промовисало је дестинације кроз брошуре, гастрономију краја, усмене презентације, изложбу сувенира и аутентичних производа локалних малих произвођача, карактеристичних за крај из којег долазе. Велики број туриста који су посетили квартал “Србија Доживи” испред ТЦ Рајићева имали су прилику да на једном месту доживе Србију и упознају се са природним лепотама, лепотама градова, бања, историјом и културом земље.

ТОС је искориститио прилику да туристе упозна и са највећим сајмом вина и хране Wine Vision by OB који ће се ове године одржати 3. пут од 22. до 24. новембра као најзначајнији вински догађај у региону.

Програм на платоу ТЦ Рајићева обogaћен је наступом музичког бенда Ел Дуенде који је три сата забављао велики број посетилаца и туриста у делу Кнез Михајлове.

Директорка Марија Лабовић је дала изјаве за велики број медијских кућа, а РТС и ТВ Курир имали су и уживо укључења са догађаја.

#### **4.8. Туристички цвет**

Најзначајнија годишња награда за допринос у промоцији туризма и унапређењу туристичке понуде Србије - „Туристички цвет“, додељена је 39. пут. Туристичка организација Србије, у оквиру свечане церемоније у ивент центру Коперникус, прогласила је победнике за 2024. годину, међу 144 пријављена кандидата распоређена у 8 различитих категорија, као и нових поткатегија.

Ове године уведене су новине када је реч о хотелима, те су престижну награду добила три – у градској средини, бањи и на планини. И када је реч о осталим угоститељским објектима за смештај, награда „Туристички цвет“, према гласовима публике и оценама стручног жирија, додељен је категорисаном сеоском туристичком домаћинству, као и угоститељском објекту за смештај који нема обавезну категоризацију, односно винарији.

Директорка Туристичке организације Србије Марија Лабовић, која је доделила признања овогодишњим победницима, истакла је да посебну драг вечерашњој манифестацији – додели 39. „Туристичког цвета“, даје то што управо њоме сумирамо и на најлепши начин заокружимо одлазећу 2024, нову рекордну годину за српски туризам.

Вишња Ракић, помоћник министра туризма и омладине, поделила је са домаћинима ове манифестације, бројним гостима, као и овогодишњим добитницима престижне награде „Туристички цвет“ сјајне резултате остварене у туризму ове године.

#### **Добитници „Туристичког цвета“ за 2024. су:**

- 1. Туристичка организација Ниш** (категорија: Туристичка организација)
- 2. „Дринска регата“, Бајина Башта** (категорија: Туристичка манифестација)
- 3. Pro Travel DMC, Београд** (категорија: Туристичка агенција)
- 4. Угоститељски објект за смештај – Хотел**
  - а) „Hotel Courtyard by Marriott“, Београд** (категорија: Хотели у градским срединама)
  - б) Хотел „Фонтана“, Врњачка Бања** (категорија: Хотели у бањама)
  - в) Хотел „Рамонда“, Ртањ** (категорија: Планински хотели и остали)
- 5. Остали угоститељски објекти за смештај**
  - а) СТД „Буковички мир“, Аранђеловац** (категорисана сеоска туристичка домаћинства и објекти за смештај у домаћој радиности)
  - б) „Винарија Деспотика“, Смедеревска Паланка** (винарије, виле, ловачке куће, салаши и други)
- 6. „Народни музеј Зајечар“, Зајечар** (категорија: Правни субјект за допринос унапређивању туристичке понуде и промоције туризма)
- 7. Антонис Леивадиотис** (категорија: Инфлуенсери/Блогери)
- 8. „Изазови авантуру“, Балкан трип ТВ** (категорија: Електронски и штампани медији)

Специјално признање, ван категорија, ове године додељено је предузећу „Експо 2027“, које је директору Душану Боровчанину уручила директорка ТОС-а Марија Лабовић.

Београд и Србија, да подсетимо, биће домаћини међународне Специјализоване изложбе Експо од 15. маја до 15. августа 2027, када ће више од 120 земаља, међународних организација и компанија учесница имати прилику да на 25 хектара изложбеног простора одговори на задату тему представљањем кроз различите програме и активности. Експо 2027 биће највећи догађај икада организован у Србији и региону Западног Балкана. Процењује се да ће нашу земљу током трајања изложбе посетити више од 4 милиона домаћих и страних посетилаца.

Осим високих званица, догађају су присуствовали и представници локалних туристичких организација, хотела, туристичких агенција, медија, организатори манифестација и бројни други гости.

#### **4.9. Посебне презентације и догађаји, којима су присуствовали представници ТОС-а**

##### **4.9.1. Учесће у раду Регионалног савета за сарадњу**

Учесће на конференцији Регионалног савета за сарадњу (RCC) у Бару, у Црној Гори 24 -25. октобра. Конференција је била одржана у Бару, у Црној Гори, на којој су представници шест



земаља Западног Балкана: Србија, Црна Гора, Босна и Херцеговина, Северна Македонија, Косово\* и Албанија одржали презентације о институцијама задуженим за развој и промоцију туризма, документима на којима се базира туризам, статистичким подацима и трендовима развоја туризма, као и о документима и позитивним праксама које се односе на одрживи развој туризма. Србија је била представљена презентацијом ТОС-а и учешћем колегинице Министарства туризма и омладине на панел дискусији.

#### **4.9.2. Фестивал „9. београдски манифест“**

Београдски манифест као једна од најпрепознатљивијих манифестација у Београду, одржан је у периоду од 17.маја до 19. маја на Калемегдану, на простору око фонтане “Рибар” све до Савског шеталишта.

За потребе представљања на Београдском манифесту Туристичка организација је закупила простор површине 100 квадратних метара. Брендинг је осмишљен тако да посетиоцима прикаже Србију као праву летњу дестинацију која ће освојити нетакнутом природом, богатом културом, аутентичном гастрономијом и богатом винском понудом. Идејно решење брендинга било је у бојама највећег винског догађаја у региону Винске визије Отвореног Балкана и у бојама Туристичке организације Србије Србија Доживи.

На Манифесту, Туристичка организација Србије је промовисала Wine Vision by OB, највећи регионални сајам вина, хране и туризма. Поред брендинга пагоде и пултова, на ЛЦД телевизору, током три дана Манифеста емитован је промо спот Винске визије. Промо терке су на пултовима ТОС-а носиле брендиране мајице са натписима Wine Vision by OB и Србија Доживи.

Највећи регионални вински сајам за 2024. годину најављен је кроз брошуре које су дељене посетиоцима Београдског манифеста.

У суботу, 18.маја на штанду Туристичке организације Србије, у сарадњи са ТО. Вршац организовано је представљање вршачких винограда и најпознатијих вина овог краја који ће бити промовисани и на сајму Wine Vision by OB 2024.

Многобројни инострани туристи који су у организованим групама посетили Калемегдан имали су прилику да се упознају са винским туризмом Србије као и да дегустирају вина из вршачких подрума. Најбољи познаваоци српских вина награђени су симболично мајицом и ранцем који су брендирани у бојама и натписима Винске визије и ТОС-а.

Кратки промо спотови, тзв.reels снимци са догађаја емитовани су на инстаграм страници ТОС-а @experienceserbia и на званичној инстаграм страници Винске визије @winevisionbyopenbalkan.

Суизлагачи на штанду ТОС-а на 10. Београдском манифесту били су:

- Завод за заштиту природе- организација радионица, еко скакалице и друштвене игре на тему заштићених животињских врста, подела брошура.
- Природњачки музеј – радионице и изложба на тему “Природа Србије”
- Одред извиђача “Вукови са леве обале Дунава”- презентација извиђачких вештина,

чворологија, сигнализација заставицама, оријентација у природи

- ТО Вршац- добитници Цвета за манифестацију “ Грожђебал “- промоција манифестације, презентација вина из вршачких винарија, дегустација вина и хране.

#### **4.9.3. Beer Fest**

На Belgrade Beer Fest-u од 20. до 23. јуна промовисана је летња промотивна кампања ТОСа и бренд Србија Доживи, узимајући у обзир значај фестивала, величину самог догађаја, број посетилаца и домаћих и страних који током трајања фестивала бораве у Београду. Кроз присуство ТОС-а на званичном сајту <https://belgradebeerfest.com/> и емитовањем летњег промо спота Србија Доживи током трајања фестивала, спроводи се летња промотивна кампања путем доступних медија фестивала и Србија као дестинација се промовише на националном нивоу.

Промоција ТОС-а на фестивалу подразумевала је следеће:

- Обезбеђено је присуство логотипа ТОСа у покровитељском сегменту на званичном сајту <https://belgradebeerfest.com/> ;
- Обезбеђено је присуство логотипа на званичним друштвеним мрежама фестивала, као и у обавезним таговима у постовима @serbiatourism #experienceSerbia;
- Присуство током свих дана трајања фестивала кроз емитовање промотивног спота и логотипа ТОСа на видео бимовима фестивала.

## **5. СТУДИЈСКА ПУТОВАЊА ЗА МЕДИЈЕ ИЗ СРБИЈЕ**

### **5.1. ЗЛАТИБОР 5 – 7. фебруар 2024.**

Прво студијско путовање у 2024. години за домаће медије организовано је на Златибору у периоду од 5. до 7. фебруара.

Тема путовања је било упознавање са туристичком понудом Златибора.

Након доласка на Златибор, и пријаве у хотелу Палисад, поздравили су нас представници ТО Златибор и уз мини коктел представљене су планиране инвестиције попут наставка Голд Гондоле преко реке Увац, изградња Златног града уз језеро, нови фудбалски терени, уређење врха Торник, као и пословно стамбени објекти.

У наставку првог дана ишло се у обилазак Краљевог трга, центра Златибора, где је изјаве дао директор ТО Златибор о туристичкој мапи Златибора, главним симболима и планираним инвестицијама. У поподневним часовима је организован турнир у куглању као једне од многобројних активности на Златибору. Турнир је организован у хотелу Златибор.

Други дан је организована возња квадовима кроз природу Златибора, обилазак локалних села и долазак до међустанице Голд Гондоле где је приређена промоција садржаја гондоле и представљено проширење. Том приликом је присуствовао и председник општине Чајетина од кога су медији узимали изјаве.

У наставку другог дана се отишло на скијалиште Торник, које у свом садржају има једну црну стазу и неколико црвених и плавих. Поред скијалишта организован је одлазак у спа центар хотела Торник.

Новоотворени хотели „Queen of Zlatibor“ и „BOR Hotel by Karisma“ су представљени кроз приказ апартмана, конференцијских сала, барова, ресторана и осталих садржаја. Током посете медији су снимили и направили прилоге о садржајима хотела.

Свечана вечера је организована у ресторану „Бакрач“ где се представила и једна од локалних винарија са својим елитним винима. Вина су служена уз вечеру.

Трећег дана након доручка и одјаве из хотела група је кренула назад за Београд.

Новинари су при повратку у Београд након завршеног студијског путовања припремали прилоге који су се касније емитовили на националним ТВ станицама, док је инфлуенсерка све време током посете и након тога објављивала садржаје са фотографијама и видео снимцима на својим каналима.

## **5.2. Ужице-Тара-Бајина Башта-Дрина 18.06.-20.06.2024.**

Током јуна месеца у трајању од 3 дана организовано је студијско путовање за новинаре телевизија ТВ ПРВА, РТС, ТВ КУРИР, ТВ ПИНК, ВИДЕО ПЛУС и РАДИО БЕОГРАД са темом обиласка Ужица, Бајине Баште и Таре.

Током студијске посете, новинари су обишли село Злакуса са посетом грнчарској радионици, Етно парк “Терзића авлија”, споменик природе Потпћека пећина, тврђава Страи град Ужице, клисуру реке Ђетиње, археолошки парк на отвореном - СТАПАРК, посета пекари “Шуљага” где се припрема комплет лепиња, коњички клуб “Гром” на Тари, видиковац Црњесково, планински дом “Митровац”, видиковац “Зеленика”, језеро “Перућац” са активностима на води СУП и кајак, Сплаварска пећина, Музеј ћирилице у Рачи, дестиларија “ББ клековача” и кућица на стени у Бајниој Башти.







## 6. ЕДУКАЦИЈА ЗАПОСЛЕНИХ У ТУРИЗМУ

Туристичка организација Србије је организовала програме едукације за представнике локалних туристичких организација и представнике туристичке привреде из целе земље, а који су имали за циљ да допринесу унапређењу свеукупног маркетинг система туризма Републике Србије, али и имплементацији активности креирања савремених туристичких производа базираних на туристичком доживљају, као и унапређењу маркетиншких и промотивних активности. Представници локалних туристичких организација су били у прилици да се упознају са новим начинима развоја и промоције туристичких производа и дестинација.

Током 2024. године одржане су следеће радионице:

- Сокобања, 18.септембар 2024.  
**Тема „Позиционирање Републике Србије као туристичке дестинације кроз догађаје и фестивале”**
- Куршумлијска бања, 27.септембар 2024.  
**Тема „Операционализација маркетинг система на националном, регионалном и локалном нивоу”**
- Нови Пазар, 09.октобар 2024.  
**Тема „Процес брендирања и имплементације на нивоу дестинације”**
- Нови Сад, 23.октобар 2024.  
**Тема „Повећање продаје и присуства на кључним тржиштима”**
- Београд, 29.октобар 2024.  
**Тема „Конкурентске дестинације и наступи на дигиталним медијима”**

Крајем 2024. године започете су активности у оквиру обуке и едукације запослених у ТОС-у поводом увођења **Финансијског управљања и контроле у Туристичкој организацији Србије.**

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

Сарадња са локалним туристичким организацијама и другим субјектима у туризму подразумева следеће активности ТОС-а:

- Континуирану сарадњу са ЛТО поводом прикупљања података о посећености одређених дестинација, новитета у понуди, обезбеђивања информација о туристичким производима за објаве у рубрици вести на сајту ТОС-а, за објаве на друштвеним мрежама и њузлетеру, припреме студијских путовања Сектора за промоцију на иностраним тржиштима; координација са ЛТО поводом организације студијских путовања у оквиру промотивне летње туристичке кампање;
- Обезбеђивање потребних статистичких информација и других података о туристичкој понуди 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,
- 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 2024.ој години остварен је у сталном месечном праћењу остварених резултата девизног прилива;
- Учешће у раду ФЕЕ Савета „Амбасадори животне средине“ који се тичу активности у додели „Плаве заставе“, „Зеленог кључа“ и еко-школа у Србији;
- Учешће у раду одбора ПКС за туризам (посебно групација за манифестациони туризам, сеоски туризам, бањских и климатских места Србије и научички туризам);
- Сарадња Министарства туризма и омладине-ЕТуриста, ЛТО, ТОС-а и Републичког завода за статистику у циљу унапређења и ажурирања постојеће базе смештајних података. Са ЕТуристом је организован низ активности који има за циљ унапређење овог система и усаглашавање са планираним активностима ТОС-а;
- Припрема информација и одговора на питања, која се односе на промоцију и развој туристичке понуде, као и туристички промет за новинске редакције и портале, Кабинет потпредседника Владе Србије и Министра туризма и омладине и др.;
- Рад на пројекту „Унапређење рада туристичких организација у области спровођења истраживања туристичког тржишта ради унапређења јавних услуга“ чији су организатори Републички секретаријат за јавне политике и Министарство туризма и омладине;
- Сарадња са Министарством културе и информисања поводом добијања сагласности за коришћење фотографија споменика од изузетне важности у промоцији туризма РС, као и у различитим поступцима промоције културно-историјског наслеђа Србије и културних рута Савета Европе; реализација иновираних изложбе „Културне руте у Србији“ која је изложена у Народном музеју Зајечар поводом Свечане церемоније отварања манифестације „Дани европске баштине“;
- Сарадња са Министарством културе и информисања поводом представљања туризма Србије у оквиру инфо кућица у оквиру Ташмајданског парка у Београду, а на иницијативу Амбасаде Азербејџана;

- Сарадња са Министарством културе и информисања и Српском православном црквом на тему добијања сагласности за снимање и фотографисање споменика културно-историјског наслеђа;
- Учешће у раду Скупштине Тврђаве Голубачки град: давање сагласности представника ТОС—а члана Скупштине за програме рада; промоција догађаја у Тврђави на сајту ТОС-а у рубрици вести, на профилима ТОС-а на друштвеним мрежама;
- Учешће у два пројекта #RomansWineDanube и Danube Wood(s) који су подржани кроз Inteeeg програм за Дунавски регион 2021-2027. које реализује Дунавски центар за компетенцију, а у оквиру којих је Туристичка организација Србије прихваћена као придружени стратешки партнер.
- Сарадња са Асоцијацијом Трансроманика на промоцији пута културе, дистрибуцији промотивних материјала пута културе у Србији, као и реализацији нових информативних табли испред манастира који се налазе на путу културе Трансроманика;
- Сарадња са Републичким заводом за заштиту споменика културе Републике Србије, као и регионалним и покрајинским заводима, епархијама Српске православне цркве, рехабилитационим центрима у бањама у Србији поводом добијања сагласности за фотографисање / снимање бања за потребе израде промотивне брошуре, као и за друге облике промоције;
- Припрема промотивних принтова за израду изложбе у оквиру „Дана Србије у Египту“ који су припремљени на позив Министарства културе Републике Србије поред принтова за ову прилику ТОС је обезбедио промотивне спотове као и штампане брошуре.
- Учешће ТОС-а на отварању манифестације „Ужице престоница културе 2024.“ на отварању у Ужицу;
- Сарадња са Агенцијом за управљање лукама у циљу информисања о новинама на лукама дуж Дунава, важним за туризам;
- Обезбеђивање информација о понуди у музејима и галеријама Србије као значајном сегменту туристичке понуде за потребе промоције на интернет страници ТОС-а, у рубрици вести као и у њузлетеру и објавама на друштвеним мрежама ТОС-а;
- Сарадња са Покрајинским заводом за заштиту споменика културе у процесу номинације Бача за упис на листу УНЕСКА;
- Сарадња са Центром за нематријално културно наслеђе на промоцији елемената уписаних у Национални регистар, а који се налазе у понуди туристичких организација или агенција;
- Присуство представника ТОС-а на 11. Тренинг академији културних рута Савета Европе која се одржавала у Бриндизију, у Италији. Овом скупу је присуствовало преко 100 представника културних рута из 22 земље;
- Присуство ТОС-а на презентацији пројекта Радио Београда поводом имплементације савремене мреже предајника DAB – Digital Audio Broadcasting. Радио Београд у овом пројекту као партнере на пројекту види Путеве Србије, ЈП ЕТВ и Туристичку организацију Србије;
- Сарадња са Регионалним саветом за сарадњу – у току периода јануар – јун 2024. године: давање коментара и предлога на Израду стратешког оквира за регионално брендирање; почетне активности за креирање мапе пута за регионално брендирање; давање коментара на израду регистра за агенције које су специјализиране за авантуристички и културни туризам;



- Сарадња са Београдским маратоном на промоцији манифестације и унапређењу будућих заједничких активности
- Сарадња са Министарством културе и информисања Републике Србије, Комисијом Републике Србије за сарадњу са УНЕСКО-м, Националним комитетом за нематеријално културно наслеђе, Градским секретаријатом за туризам и привреду поводом промоције културно-историјског наслеђа;
- Сарадња са Републичким и покрајинским заводима за заштиту споменика културе, манастирима и другим институцијама културе у промоцији културно-историјског наслеђа Србије;
- У оквиру чланства ТОС-а у Европској туристичкој комисији, Служба развоја туристичке понуде сваког месеца припрема текстове за објаву у онлајн издању Магазина ЕТЦ-а према темама које одређује ЕТЦ. Током 2024. године објављени су следећи текстови: The old in a new guise, Serbia on cultural routes, With music through Serbia, Cycling in Serbia, River islands, Serbia's Vegetarian Scene, December in Serbia;
- На позив директорке ТО Вршац Татјане Палковач одржан је радни састанак у Вршцу 10.05.2024. у просторијама ТО Вршца. Разговарало се о туристичкој понуди Вршца, постигнутим резултатима и плановима као и о заједничкој промоцији како на домаћем тржишту тако и на тржишту Румуније, с обзиром да су румунски туристи доминантни. У Градској кући Магистрат одржан је састанак са градоначелницом Вршца Драганом Митровић. Представљени су будући планови туристичког развоја града, а истакнута је и значајна улога ТОС-а у промоцији најзначајнијих манифестација града и целокупне туристичке понуде.
- У просторијама Општине Врњачка Бања, 19.03.2024. одржан је састанак на којем су присуствовали директорка ТОС-а Марија Лабовић са сарадницама, заменик председника општине Иван Џатић и директор ТО Врњачка Бања Иван Трифуновић. Осим осврта на досадашње заједничке активности, циљ састанка је био и договор у вези са наставком сарадње и још јачом промоцијом бање у наредном периоду, када се очекује завршетак велике инвестиције, изградње гондоле. Након састанка са представницима општине и директором туристичке организације, директорка Марија Лабовић је одржала предавање на Факултету за туризам и хотелијерство у Врњачкој Бањи на тему “Улога и активности ТОС-а у промоцији Србије као туристичке дестинације”.
- Служба развоја туристичке понуде сваког месеца даје предлоге тема за објаве на друштвеним мрежама, у њузлетеру и на порталима.
- На позив ТО Војводине, представнице ТОС-а Весна Златић и Данијела Вељовић су присуствовале првом Конгресу руралног туризма Војводине који је отворен 30.06.2024. у бањи Врдник, у хотелу Термал. Конгрес је окупио велики број локалних туристичких организација, туристичких радника, власника салаша и етно домаћинстава, представника медија, а отворио га је Урош Кандић државни секретар у Министарству туризма и омладине.
- Теме о којима се говорило односиле су се на законске оквире руралног туризма, трендове у руралном туризму као и на покретачку снагу ове врсте туризма у развоју руралних подручја
- Прикупљање информација о тренутној попуњености ценама смештајних капацитета најзначајнијих дестинација у Србији, као и новитета у туристичкој понуди дестинације

(Сокобања, Врњачка Бања, Пролом бања, Луковска бања, Копаноник, Златибор, Стара планина, Дивчибаре, Врдник, Нови Сад, Ниш, Крагујевац);

- Сарадња са Одбојкашким савезом Србије поводом прославе 100 година одбојке у Србији
- Припрема информација и фото материјала за месечни њузлетер Туристичке организације Србије;
- Служба за производе током летње промотивне туристичке кампање предложила је велики број итинерера и описа дестинација за медије и студијска путовања;
- Прикупљање фотографија и припрема информација за потребе регионалне кампање
- Учешће у припреми и реализацији свечане промоције G&M гастрономског водича, у хотелу Hyatt у Београду;
- Припреме информација за наступе директорке на конференцијама, панелима и у медијима.
- Сарадња са музејима и галеријама о актуелним изложбама, припрема и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а;
- Промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а;
- Сарадња са Министарством културе и информисања Републике Србије, Комисијом Републике Србије за сарадњу са УНЕСКО-м, Националним комитетом за нематеријално културно наслеђе, Градским секретаријатом за туризам и привреду поводом промоције културно-историјског наслеђа;
- Комуникација и координација са ЛТО поводом слања захтева за добијање сагласности на Програме рада за 2024. и 2025. годину;
- Прикупљање информација од ЛТО и туристичке привреде, за припрему и ажурирање брошура и еброшура;
- Сарадња са Министарством омладине и туризма - ЕТуриста, у циљу унапређења базе смештајних података, као и добијању доступних информација о карактеристикама иностраних туриста (по најважнијим тржиштима) који посећују Србију.
- Припрема информација и одговора на питања, која се односе на промоцију и развој туристичке понуде, као и туристички промет за новинске редакције и портале, Кабинет потпредседника Владе Србије и Министра туризма и омладине и др.;
- На захтев других државних органа и других заинтересованих организација, ТОС је обезбедио промотивне материјале за међународне скупове и делегације;
- Учешће у изради плана објава на друштвеним мрежама ТОС-а, са конкретним информацијама и фотографијама;
- Контакт са Републичким заводом за заштиту природе, поводом активности везаних за важне датуме, којима се обележавају међународни дани заштите природе;
- Сарадња са колегама из Служба промоције туристичке понуде приликом организације посета музеја и галерија у Србији;
- Сарадња са Министарством културе поводом добијања сагласности за снимања културно-историјског наслеђа и добијања сагласности за публикување фотографија културних добара;

- Израда плана и припрема материјала за веб сајт ТОС-а на тему гастрономије и винског туризма.
- Учесће у радној групи Министарства за информисање и телекомуникације у вези са дигитализацијом туристичке понуде Србије;
- Учесће у радној групи Владе Републике Србије поводом пројекта „Ревитализација Овчарско-Кабларске клисуре“
- Расписивање конкурса за избор II Пт Паркова мира са Институтом за мир кроз туризам
- Координација са сектором ТОСа за промоцију на међународном тржишту поводом организације програма студијских путовања
- Писање текстова за гастрономски водич Gault&Millau
- Радни састанак у Куршумлијској бањи је одржан 27.маја 2024. у хотелу “Планинка” поводом договора о организацији XIV Туристичког форума Србије (Славиша Јовановић, Стефан Ђокић, Данијела Вељовић и Олгица Миљковић)
- Учесће у раду Радне групе за давање сагласности на програме промотивних активности локалним туристичким организацијама.
- Учесће у радној групи Министарства за информисање и телекомуникације у вези са дигитализацијом туристичке понуде Србије;
- Асистенција Информативном центру, у вези питања везаних за авантуристички туризам;
- Припрема и реализација наступа ТОС-а на сајму туризма „ИТБ“ у Берлину и „Дунавском салону“ , 05.03.-07.03.2024.;
- Сарадња са Београдским маратоном на промоцији манифестације и унапређењу будућих заједничких активности;
- Сарадња са Одредом извиђача „Вукови са леве обале Дунава“ у вези наступа на штанду ТОС-а на манифестацији „Београдски манифест“
- Припрема текстова, фото и видео материјала за он лајн кампању Дунавског центра за компетенцију под називом „Danube Cycling and Outdoors 2024“. Кампања је започета 16.06.2024.;
- 13.03.2024 године у сарадњи са ТО „Тара-Дрина“, ТО „Златибор“ и НП „Тара“ организована промоција књиге „Златиборе питај Тару“. Конференција је организована у просторијама Туристичке организације Србије.
- 20.03.2024 године у Конференцијској сали ТОС-ау сарадњи са спортским удружењем „Монтанаро“ организована је Конференција за медије поводом одржавања 1. „Beo hiking festa“.
- Туристичка организација Србије је подржала Спортско удружење „Србија епик“ у наступу на сајму бициклизма у Вилингену у Немачкој, током кога је промовисана туристичка понуда бициклистичког туризма у Србији.
- 18.04.2024 године представник ТОС-а је присуствовао конференцији „Прилике за камперски туризам у Србији“ и сајму кампера у Руми.
- 11.06.2024 у просторијама Туристичке организације Србије организовано потписивање споразума о сарадњи поводом трке „Ironman 70.3 Belgrade“ која ће се одржати 15. септембра



у Београду, између Туристичке организације Србије и Организатора трке предузећа „Ironman 70.3 Belgrade“

- Комуникација и сарадња са Министарством пољопривреде, шумарства и водопривреде (*Група за винарство и виноградарство и Групе за производњу и тржиште воћа, поврћа и јаких алкохолних пића*) поводом достављања ажурираних листа регистрованих винарија и дестилерија.
- Комуникација и сарадња са ПКС (*Сектор за пиварство*) и Удружењем малих пивара (*крафт пиваре*) поводом достављања ажурираних листа регистрованих крафт пивара.
- Израда припреме на тему новитета у руралном туризму, категорисаним сеоским туристичким домаћинствима и субвенцијама од стране МТО за развој и унапређење руралног туризма и угоститељства.
- Израда припреме за Конгрес руралног туризма у Врднику.
- Сарадња са Агенцијом за безбедност саобраћаја
- Сарадња са Министарством пољопривреде, водопривреде и шумарства (*група за тржиште воћа, поврћа и јаких алкохолних пића*) поводом добијања ажурираног списка регистрованих произвођача јаких алкохолних пића/дестилерија са контактима, у циљу даље промоције српских дестилерија и ракије као традиционалног српског бренда.
- Сарадња са Привредном комором Србије (*сектор за пиварство у Србији*) поводом добијања ажурираног списка регистрованих занатских пивара са контактима, у циљу даље промоције српских занатских пива.

## 8. ОСТАЛЕ АКТИВНОСТИ

- Сарадња са музејима и галеријама о актуелним изложбама, припрема и поставка информација о истим на интернет страницу ТОС-а;
- Промоција догађаја у институцијама културе широм Србије на интернет страници ТОС-а;
- Учесће у изради плана објава на друштвеним мрежама ТОС-а, са конкретним информацијама и фотографијама;
- Реализација уговора са фирмом „Алкемист д.о.о.“ за услуге превода са страних и на стране језике
- Учесће у раду Скупштине Тврђаве Голубачки град;
- Учесће у раду Управног одбора ТО Регије Западне Србије
- Асистенција Информативном центру, у вези питања везаних за авантуристички туризам;
- На захтев других државних органа и других заинтересованих организација, ТОС је обезбедио промотивне материјале за међународне скупове и делегације;
- Учесће у раду Радне групе за давање сагласности на програме промотивних активности локалним туристичким организацијама.
- Припрема информација и фото материјала за месечни њузлетер Туристичке организације Србије;
- Током летње промотивне туристичке кампање, утврђивање итинерера и описа дестинација за медије и студијска путовања;

- Комуникација и координација са ЛТО поводом слања захтева за добијање сагласности на Програме рада за 2024.
- Припрема тема за објаве на порталима, припрема тема и садржаја за објаве на друштвеним мрежама и у newsletter-у ТОС-а сваког месеца
- Прикупљање фотографија и припрема информација за потребе регионалне кампање
- Припреме информација за наступе директорке на конференцијама, панелима и у медијима.
- Учешће у организације посета музеја и галерија у Србији;
- Израда плана и припрема материјала за веб сајт ТОС-а на тему гастрономије и винског туризма.

## 9. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНОМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ

У 2024. години Служба промоције туристичке понуде је на иностраном тржишту имала укупно следеће активности:

- Број сајмова на којима је ТОС био носилац наступа: 7
- Број сајмова на којима је ТОС био учесник на штанду: 4
- Број посебних презентација и догађаја, промоција и радионица: 14
- Број новинара и блогера у студијској посети: 96
- Број организатора путовања у студијској посети: 117

### 9.1. Велика Британија и Ирска

#### Сајмови и промотивни догађаји

##### **Радионица New Deal Europe Marketplace and Forum, Лондон, Велика Британија, 16. април**

Представници ТОС-а су учествовали на New Deal Europe Market Place and Forum догађају, који је одржан у Конгресном центру у Лондону.

Ово је било четврто узастопно учешће ТОС на овом догађају који окупља понуђаче из балканских земаља (националне туристичке организације, организаторе путовања и хотеле) и купце који су заинтересовани управо за понуду овог региона, и који већ имају или планирају да уврсте програме за балканске земље у своју понуду. Купци су углавном са територије Велике Британије, а програми се осим у Британији продају у САД, Канади, Аустралији, Индији, и сл.

Одржано је 20 састанака са представницима следећих купаца: Expat Explore, Regent Holidays, Undiscovered Balkans, The Travel Corporation, Travelsphere, Leger Shearings, Trotting Soles Travel, Hays Travel, Travel Junction, Inntravel, Contiki Holidays, H2P Travel, Fabulicious Travels, Happy Tours, Walks Worldwide, Globtrotters Travel, lastminute.com, Seven Dragons, Travelzoo и Kayak.

Директорка ТОС је у склопу овог догађаја одржала презентацију туристичке понуде Србије.

Из Србије су, пред ТОС, на овом догађају учествовали Kon Tiki Travel и Удружење НАТАС.

На основу одржаних састанака и изражене заинтересованости за туристичку понуду Србије, ТОС је у октобру 2024. године организовала студијску посету британских организатора путовања.



**Сајам туризма World Travel Market, Лондон, Велика Британија, 05-07. новембар**

ТОС је у оквиру промотивних активности на иностраним тржиштима традиционално организовала обједињено представљање туризма Србије. На штанду је била промовисана туристичка понуда градова, активан одмор у природи – бициклизам и пешачење, туре везане за историјско наслеђе, вино и гастрономију као и најзначајније манифестације у Србији. Посебно је био наглашен Београд као домаћин манифестације ЕХРО 2027.

Поред ТОС-а, на штанду туризма Србије учествовале су туристичке организације Новог Сада, Ниша, Чачка и Новог Пазара, Скијалишта Србије, Air Serbia, организатори путовања Serbia Tour Operator, Pro Travel DMC, Glob Metropolitan Tours и Kon Tiki Travel & Services, и хотели St. Regis Hotel Belgrade, Calisi Beograd и Hilton Belgrade.

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

Штанд је посетио министар туризма и омладине у Влади Републике Србије са сарадницима, као и амбасадор Републике Србије у Лондону са сарадницима.

Представници ТОС-а су одржали низ унапред заказаних састанака са представницима медија, инфлуенсера, организатора путовања и другим субјектима.





## Студијска путовања

### Посета новинара – подршка EXIT фестивалу, 10-15. јул

У оквиру сарадње и подршке EXIT фестивалу, ТОС је организовала и у целости финансирала студијску посету медија из Велике Британије и Шпаније. У посети је било 5 новинара који представљају следеће медије: Daily Express, National World, La Razon, RNE 3 радио.

Поред посете фестивал, гости су обишли Београд, Нови Сад, Фрушку Гору, Сремске Карловце, винарије и салаше у Војводини.

### Посета организатора путовања, 09-13. октобар

У наставку активности започетих на радионици New Deal Europe Market Place, где је ТОС учествовала у априлу месецу, организована је студијска посета за четири представника организатора путовања из Велике Британије: Travelsphere, Expat Explore, Undiscovered Balkans и Trotting Soles Travel.

Гости су посетили Београд, Виминацијум, Голубац, Лепенски Вир, Нови Сад, Сремске Карловце и Фрушку Гору.

У оквиру посете, у просторијама ТОС-а одржана је радионица – сусрет са представницима туристичке привреде – организаторима путовања из Србије.



## 9.2. Француска

### Сајмови и промотивни догађаји

#### Пословна радионица, Лион, 23. јануар

Туристичка понуда Србије, као и директни летови на релацији Београд-Лион националног авио-превозника Air Serbia, промовисани су током пословне радионице, одржане у сали конгресног простора L'Embarcadère у Лиону. Организатор радионице био је аеродром Лион, део групације Vinci airports. Овај аеродром је у 2023. години остварио промет од 10 милиона путника.

Представнице ТОС и Air Serbia учествовале су у раду радионице и састанцима са француским туристичким агентима и организаторима путовања са циљем да их подстакну да у своју понуду укључе Србију као дестинацију или да прошире постојеће програме.

Поред Србије представило се још 7 дестинација (Јапан, Јордан, Малта, Катар, Тајланд, Сејшели, Réunion) и 24 авио-компаније (из региона су присутне биле још и Croatia Airlines и Air Montenegro). Догађај је био прилика да се француским агентима пружи информације о свему ономе што могу да виде и доживе у Србији - укључујући богато културно-историјско наслеђе, разноврсну гастрономску понуду, могућности за активан одмор у природи, као и одличне могућности за пословни туризам.

Одржани су састанци са двадесетак агената (Cadence voyages, Voyamar, Bleu Events, CS Voyage, MisterFly...). Неколицина је већ посетила Србију и иако су се вратили са веома позитивним утисцима, није им лако да дестинацију продају клијентима због недовољне препознатљивости.

### **Презентација туризма Србије у Српској кући током трајања Олимпијских игара 2024, Париз, Француска, 01. август**

ТОС је у Српској кући у Паризу организовала промотивни догађај на којем је одабраној публици представила туристичку понуду наше земље, упознала присутне са најзначајнијим туристичким производима и истакла предности путовања у Србију. Гостима су кроз презентацију такође представљени новитети у туристичкој понуди Србије и приказани најновији промотивни видео материјали.

Догађај је привукао више од педесет представника француских медија и туристичке привреде. Присутнима су се, поред директорке ТОС-а, обратили још и Амбасадорка Републике Србије у Паризу, директор предузећа ЕХРО 2027, који је представио најважнији међународни догађај за који се Србија припрема, као и представница Air Serbia која је представила могућности доласка у Србију летовима нашег националног авио-превозника директно из Париза и Лиона.

Након завршетка званичног дела програма, присутни су се, кроз дегустације традиционалних јела и пића које су припремили млади кувари из "Junior Chef's Club", упознали са српским специјалитетима и осетили аутентичне укусе из наше земље, уз нумере које је за њих извела прослављена оперска дива Наташа Тасић Кнежевић.

### **Студијска путовања**

#### **Посета француских организатора путовања 08-11. октобар**

Путовање је реализовано у сарадњи са националним авио-превозником Air Serbia који је обезбедио бесплатне авио-карте, а са туристичком понудом Београда, Сремских Карловаца, Новог Сада и околине упознали су се представници 6 француских агенција и организатора путовања: Voyageurs Du Monde, AMSLAV Tourism, Perfect Stay, Reed & Mackay, Navas и FCM.

### **Оглашавање и промотивне кампање**

#### **Оглашавање на webzine-у Le Bonbon Lyon, 08-18. јун**

На Инстаграм профилу утицајног webzine-а Le Bonbon Lyon (166.000 пратилаца) организована је промотивна наградна игра током које су учесници имали прилику да освоје две повратне авио-карте на релацији Лион-Београд, комплет карата за ЕХИТ фестивал, као и смештај у ЕХИТ кампу. Трошкове овог оглашавања покрио је аеродром у Лиону, карте за фестивал и смештај у кампу обезбедили су организатори ЕХИТ фестивала, док је трошкове авио-карата по повлашћеној цени коју је у високој сезони одобрила Air Serbia, покрила Туристичка организација Србије. Инстаграм пост и две приче промовисали су Београд, Нови Сад и музички фестивал, а током трајања кампање прегледало их је 58.777 људи.

#### **Оглашавање у каталогу Бијенала „Corso Serbian“ на Корзици**



После Француске 2014, Италије 2016, Јапана 2019 и Малте 2022, у 2024. години Србија је била гост Међународног бијенала керамике у Бонифацију на Корзици. Бонифацио је елитно летовалишту на Корзици у Француској које посети 2 милиона туриста годишње, а изложбу је током њеног трајања обишло 22.000 људи. Пратећа брошура изложбе садржала је огласну страну ТОС-а, а лого ТОС-а био је коришћен и у другим промотивним активностима организатора изложбе (банери, објаве на друштвеним мрежама, постери, саопштења за јавност).

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

#### **Сајмови и промотивни догађаји**

##### **Међународни сајам туризма Place2GO, Загреб, 17-21. јануар**

На овогодишњем, једанаестом по реду, Сајму Place2GO учествовало је више од 200 излагача из 14 земаља, а посетило га је у три дана око 15.000 посетилаца.

ТОС је представила целокупну туристичку понуду Србије. На штанду су се представиле туристичке организације Београда, Сокобање, Сомбора, Суботице, Ваљева, Чачка, Таре – Дрине, као и хотели „Борови“ из Сјенице, „Belgrade City Hotel“ и Омнитурс.

Првог дана Сајма штанд ТОС-а посетила је амбасадорка Србије у Републици Хрватској.

Током Сајма одржани су следећи састанаци:

- са представником Travel Advisor-а Савјетник за путовања – специјализовани медиј за туризам. Портал је веома праћен и активан и на њему се могу наћи путописи инфлуенсера из република бивше СФРЈ;
- са представником агенције Mediator international на тему оглашавања у часописима Grazia, Лепота и здравље, Hello и Травел специјал;
- са представником Air Serbia. Разговарало се на тему студијског путовања за представнике туристичких агенција из Словеније које туристе доводе у јужну Србију, а лете на релацији Љубљана – Ниш. Директор ТО Сокобање изразио је интересовање да учествује заједнички са ТОС-ом у организацији путовања;
- са представником туристичке агенције Обзор путовања на тему укључивања Србије у програм путовања;
- са представником фирме Martic.net која израђује AI генериране видео презентације;
- са представником медијске куће Аваз – рото на тему оглашавања на Аваз телевизији, порталу и штампаном издању.

Као и сваке године, и ове су организовани панели који привуку одређен број посетилаца. Теме су биле: запошљавање у туризму, значај спорта у туристичким производима, зелени туризам, приступачност туризма за особе са инвалидитетом.

Интересовање посетилаца највише је било за Београд, Нови Сад и остатак Војводине, активни туризам, бање.

Изјава запослене у ТОС-у задужене за промоцију на тржишту Хрватске је дата за телевизију Загреб 1, Хину и Нови Лист из Ријеке. Изјаву за Хину пренели су: Фонет, Пословни дневник, See.biz и Задарски лист.

### **Међународни сајам туризма Бања Лука, Република Српска, 10-12. март**

Ове године Сајам се вратио на стару локацију, у спортску дворану „Центар“ у самом центру града. Локација се показала као веома добра, јер је посета била већа него очекивана. Организатор Сајма је била фирма „RS Consulting and Trade“ д.о.о. Бања Лука.

Ове године своју туристичку понуду, смештајне капацитете, културу и обичаје је представило више од 150 директних излагача из бројних земаља у окружењу као што су Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Грчка, Турска и Србија, односно бројне регионалне и туристичке организације, туристичко рекреативни центри, планински и бањски центри, национални паркови, хотелске групације и др.

ТОС је представила целокупну туристичку понуду Србије заједно са 10 локалних туристичких организација. На штанду су се представиле туристичке организације Чачка, Пожаревца, Новог Сада, Рашке, Лознице, Новог Пазара, Ваљева, Голупца, Великог Градишта и President Hotels.

Штанд ТОС-а су одмах после свечаног отварања посетили министар трговине и туризма Републике Српске, градоначелник града Бања Лука, и представници Конзулата Републике Србије у Бања Луци.

За Алтернативну телевизију запослена у ТОС-у задужена за ово тржиште дала је изјаву која се преносила на више других телевизија.

Највише интересовања посетиоци су изразили за посету Источној Србији, бањским и планинским центрима, као и за одмор у природи и активни одмор.

### **Промотивни догађај, Скопље, Северна Македонија, 25. октобар**

ТОС је одржала промотивни догађај у Скопљу, у хотелу „Александар Палас“. На промоцији су говорили: директорка Туристичке организације Србије, амбасадор Републике Србије у Северној Македонији, саветник за туризам у Министарству за културу и туризам Северне Македоније и инфлуенсерка која је била у студијској посети Србији у организацији ТОС-а.

Из Србије су учествовале туристичке организације Војводине, Ниша, Новог Пазара, Рашке, Сокобање, Чачка, Златибора. За учешће се пријавила и Туристичка организација Врњачка Бања која није дошла на сам догађај.

На B2B радионици из Србије је било 35 представника туристичких агенција и хотелијера, док је из Северне Македоније било око 30 представника привреде.

Након завршеног догађаја додатно су анкетирани учесници из Србије. Анкетирани који су одговорили на питања су већином били задовољни својим учешћем. Што се тиче организационог дела сам догађај су оценили као изузетно добро организован, с тим да је у односу на претходну годину био мањи број агенција, чак се нису појавиле ни неке агенције које су потврдиле своје учешће. Догађај је у потпуности испунио очекивања учесника, сви су остварили контакте и склопили неки пословни договор.

### **Студијска путовања**

### **Новинари из Словеније, 23-26. април**

Новинари су боравили у Србији поводом промоције гастрономског водича Gault & Millau 2024. Током боравка поред Београда представљена им је и туристичка понуда Тополе. У посети су били

новинари из следећих медија: ТВ Словенија, Ревивија пет звездица, Словенске новине, Дело/Недело, Premium Media, Vision.si.

### **Инфлуенсери из република бивше СФРЈ, 15-19. мај**

Тема студијског путовања је била wellness and spa. Током боравка посетили су Врњачку Бању, Пролом Бању, Копаоник и Београд. Одабрани су утицајни инфлуенсери који прате и промовишу гастрономију, lifestyle и теме везане за путовања. Током и након боравка укупно је било око 660 објава на Инстаграму и ТикТоку инфлуенсера – 29 на feed-у (уз reels), кроз Инстаграм story-је, на Facebook-у и Инстаграму неких портала.

Учесници су били:

1. ХР Матеа Фрајсбергер, 48,6 к пратилаца
2. ХР Ивана Блажоти, 63,8 к пратилаца
3. Хр Анита Шимуновић, 39,3 к пратилаца
4. МК, Иларија Кирилов, 27,7 к пратилаца
5. МК Ксенија Деспотоска, 32,7 к пратилаца
6. ЦГ Лана Шахбаз, 23,1 к пратилаца
7. БиХ Ивана Мадановић, 123 к пратилаца
8. БиХ Маја Милановић, 55,7 к пратилаца
9. СЛО Ребеса Gliha, 15,6 к пратилаца
10. СЛО Наташа Мерник, 23,4 к пратилаца

### **Медији из република бивше СФРЈ, 18-22. септембар**

Тема студијског путовања је била Западна Србија. Током боравка медији су обишли: Београд, Златибор, Тару, Сјеницу, Увац. Медији који су били у Србији су: Јутарњи лист, Глорија, She.hr, Вечерњи лист, IT GIRL, Савјетник за путовања, Журнал.24, Дневни аваз, Ослобођење, Убавина и здравје, Мотика, МНЕ.

### **Оглашавање и промотивне кампање**

### **Дигитално оглашавање, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Северна Македонија, од 01. маја до 30. јуна и од 01. новембра до 31. децембра**

#### **ХРВАТСКА**

портали: путни кофер, journal, underdreamskies, путохоличари, wall.hr, she.hr, jolie.hr;  
инфлуенсери: Hungry Mile, Анита Шимуновић, Ивана Блажоти, Click2chic

#### **СЛОВЕНИЈА**

портали: 24ur, citylife, cosmopolitan, elle, siol, journal24, slovenskenovice; инфлуенсери: Rebeca Gliha, Наташа Мерник

#### **ЦРНА ГОРА**

портали: CDM, kolektiv.me, analitika, mne magazine, mondo, црногорски портал; инфлуенсери: Lana Šahbaz

#### **БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА**



портали: azra.ba, oslobođenje.ba, bonjour.ba, klix.ba, dnevnik.ba; инфлуенсери: Ивана Мацановић, Маја Милановић

#### **СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

портали: ubavina i zdravje, црно бело, skorje info, женски магазин, motika.mk; инфлуенсери: Ксенија Деспотска, Ларија Кирилов

**ТВ и радио оглашавање, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Северна Македонија, од 01. маја до 30. јуна и од 01. новембра до 31. децембра**

#### **БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА**

телевизија: БН, Алтернативна; радио НЕС, ПОП ФМ, КИСС ФМ, М, БН

#### **ЦРНА ГОРА**

телевизија: Вијести, Адриа; радио: Елмаг, Маг, Ел, Арена, Другачија радио станица

#### **ХРВАТСКА**

радио: Кај

#### **СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

радио: Антена 5, Канал 77

#### **СЛОВЕНИЈА**

радио: City, Aktual, Val, Први

### **9.4. Бугарска, Мађарска, Румунија, Грчка, Албанија**

#### **Сајмови и презентације**

##### **Међународни сајам туризма Holiday & Spa Expo, Софија, Бугарска, 13-15. март**

На 40. јубиларном сајму туризма у "Holiday & Spa" у Софији, највећој туристичкој манифестацији у Бугарској, ТОС се представила заједно са ЛТО и представницима привреде. Учесници на овогодишњем штанду ТОС-а били су: туристичке организације Београда, Новог Сада, Ниша, Суботице, Вршца, Крагујевца, Ваљева, Златибора, Бела Паланке, Пирота, Сокобање, Лесковца, Чачка, Рашке, Пожареваца, Цариброда - Димитровграда, Књажевца и Бабушнице, као и хотели: Тонанти, Слобода, Пролом Бања, Фрушке Терме, Aqua Star.

На иницијативу ТОС и ТОБ одржан је састанак са представницима градова и дестинација из региона ради јачања сарадње у промоцији и наступу на далеким тржиштима, првенствено далеког истока. Састанку су присуствовали представник организатора путовања из Кине, власник највеће туристичке агенције у Бугарској "Бохемија", представници ТОС-а и ТОБ-а. Закључено је да ће повећању броја кинеских туриста у Србији допринети нове најављене линије између Београда и Шангаја, Гуангџоа и Пекинга у овој години.

Значајан је био и састанак са власником ММС Music Media Cluster, где је договорено да се по повлашћеним ценама промовишу филмови ТОС-а на њиховим телевизијама. Такође, ова компанија је са неколико ЛТО договорила промовисање најважнијих манифестација из ових општина. Ова компанија поседује десет својих телевизија које се емитују у неколико земаља региона.

Штанд Србије посетили су и амбасадор Србије у Софији и министарка туризма Бугарске. У разговору са туристичким посленицима Србије и Бугарске, амбасадор је истакао да ће завршетак

инфраструктурних објеката до бугарске границе значајно повећати број бугарских гостију у Србији.

Поред изузетно добре авио повезаности између Београда и Софије директним летовима Air Serbia, и уз чињеницу да је у питању суседна, православна земља, разноврсни културно историјски садржаји, манифестације, вински, бањски и планински туризам су међу главним разлозима великог интересовања бугарских агенција за организацију путовања у нашу земљу.

У фокусу промовисања била је богата културна и гастрономска понуда, пословни и манифестациони туризам, са посебним акцентом на предстојећу изложбу ЕХРО 2027 и ефекте које ће имати на инфраструктуру, хотелско угоститељски сектор и укупну модернизацију наше престонице.

### **Међународни сајам туризма Philoxenia, Солун, Грчка. 14-16. новембар**

ТОС је, заједно са Туристичком организацијом Сокобање као организатором, локалним туристичким организацијама и представницима туристичке привреде из Србије, представила укупну туристичку понуду за предстојеће зимске празнике. Велико интересовање за посету Србији показали су бројни представници туристичке индустрије из целе Грчке. Промоцију су испратили реномирани грчки медији и дипломатски кор.

ТОС је промовисала манифестације током наступајуће зимске сезоне, као и велики потенцијал развоја конгресне индустрије, посебно након отварања Сава Центра као највећег конгресног простора у Србији намењеног за разноврсне мултифункционалне активности.

Заједно са директором ТО Сокобање, одржан је састанак са градоначелником Солуна и директорком Туристичке организације Солуна. Том приликом градоначелник је истакао важност континуиране успешне сарадње две пријатељске земље, као и узајамне подршке у промоцији и развоју туризма, привреде и културе.

Дугогодишње промотивне активности ТОС, заједно са осталим туристичким организацијама, на грчком тржишту доносе одличне статистичке податке који показују константно повећање броја грчких туриста.

Првог дана сајма, који је био намењен искључиво за B2B састанке, представници привреде и ТОС одржали су 9 састанака са представницима агенција.

Поред презентовања понуде Србије многобројним индивидуалним посетиоцима сајма и другог дана сајма туризма у Солуну одржани су B2B састанци са још 6 иностраних организатора путовања.

Други и трећи дан били су отворени и за посетиоце - B2C. Другог и трећег дана сајма на штанду су били присутни и студенти, директори и професори средњих туристичких школа из Србије у организацији Универзитета „Сингидунум“ из Београда.

### **Студијска путовања**

#### **Посета новинарке из Бугарске, 14-18. април**

У студијској посети Србији боравила је бугарска новинарка, уредница дипломатског портала Спектрум. За време свог боравка новинарка је имала прилику да се упозна са природним лепотама и гастрономским специјалитетима Сокобање, и прилику да обиђе културно-историјске знаменитости Београда и Новог Сада о чему је детаљно писала на свом порталу.

### **Посета организатора путовања из Мађарске, 15-19. мај**

ТОС и национални авио превозник Air Serbia организовали су долазак у Србију за представнике десет најутицајнијих организатора путовања из Мађарске.

Обишли су Београд, његове културно-историјске споменике, музеје, Београд на води, Храм Светог Саве, Калемегдан, Нови Сад, Сремске Карловце, Фрушку Гору и Оплењак, Голубац, Доњи Милановац, како би сагледали развој наших дестинација у претходном периоду и креирали ажуран план пута у складу са новим трендовима њихових туриста.

Долазак партнера из Мађарске био је и прилика да се организују Б2Б пословни сусрети представника туристичких агенција Мађарске и бројних агенција из Србије.

Списак агенција:

- Haris Travel, <https://haristravel.hu/>
- Proko Travel, <https://www.prokotravel.hu/>
- Otp Travel, <https://www.otptravel.hu/>
- Top Tours, <https://toptours.hu/>
- Neoline, <https://kalandozas.hu/>
- IBUSZ, <https://www.ibusz.hu/>
- Grosz, <https://groszutazas.hu/>
- Nyakas & Társai Tours, <https://nyakastours.hu/>
- Miskolc Travel 2000, <https://www.miskolctravel.hu/>
- Imola Tours, <https://www.imolatours.com/>

### **Посета блогера и инфлуенсера из Румуније, Малте, Северне Македоније, Републике Српске, Босне и Херцеговине, 03-13. јун**

ТОС је организовала јединствено путовање за осам блогера и инфлуенсера из региона. Овај догађај имао је за циљ да представи Србију као авантуристичку дестинацију и прикаже њене природне лепоте. Учесници са Малте, из Северне Македоније, Босне и Херцеговине, Републике Српске, Румуније и Словеније били су у прилици да упознају град Ниш и његову околину кроз различите адреналинске активности. Караван авантуриста се затим преселио на Стару Планину, у царство водопада и магичне, нетакнуте природе. Уживали су у гостопримству локалног становништва, традиционалној храни и аутентичним природним лепотама, што је ово путовање учинило јединственим искуством за све учеснике.

### **Посета новинара из Румуније, 22-29. јун**

У организацији ТОС боравили су новинари из Румуније. Они су имали прилику да се упознају са природним лепотама Сокобање и околине, Врњачке Бање, Златибора, Таре и Мокре Горе. Такође, обишли су културно-историјске знаменитости Београда. Гости су били: Adrian Boioglu - Journalist - GoNEXT and CD TV, Liliana Boioglu – Journalist BizPLUS, Ovidiu Oprea - Travel photographer, Mitica Raftu – Videographer, и Ghiulfer Predescu - Journalist Europa FM. ТОС ће на поклон уз извештај, добити и велики број фотографија и филмова сниманих дроном за коришћење у сврху промоције.

### **Посета инфлуенсера из Румуније, 20-25. август**



У посети Србији, у организацији ТОС-а и локалних туристичких организација, боравила су два румунска инфлуенсера. Током свог боравка у Србији посетили су Златибор, Тару, Ниш, Сјеницу и Нови Пазар.

### **Посета инфлуенсера из Мађарске, 20-24. септембар**

У организацији ТОС, уз подршку националног авио превозника Air Serbia који је обвезбедио авио карте, у посети Србији боравило је четири најпопуларнија инфлуенсера из Мађарске. Имали су прилике да се упознају са Београдом, Новим Садом, Сремским Карловцима. Акценат је био на гастрономији. Имена инфлуенсера су Peter Szucs, Vagi Edua, Szilagyi Agi и Akos Toth. Један од њих има око 700.000 пратилаца и месечни преглед постова од преко 9 милиона.

## **Оглашавање и промотивне кампање**

### **Дигитална кампања на друштвеним мрежама за тржиште Румуније, април - јун и октобар-децембар**

Кампања је реализована на Facebook и Instagram каналима, WEB порталима Facebook и Instagram каналима који броје око милион пратилаца. Рађене су објаве на порталу, Facebook-у и on-line банери. Банер Experience Serbia био је на насловној страни портала двократно у трајању од 30 дана за пролећну и 30 дана за јесењу кампању. Портали на којима је била кампања су Bizplus.ro, gonext.ro Војо.ро, Oradeturism.ro и Alexandracristian.ro. Кроз све кампање промовисане су следеће дестинације: Београд, Ниш, Нови Пазар, Златибор, Тара, Сјеница, Пештер и Увац. Акценат је био на могућностима авантуристичког туризма, гастрономији као и одмору у природи. Портал BizPlus имао је укупно око 300.000 прегледа за обе кампање, Постови на друштвеној мрежи Facebook достизали су преко 11.000 прегледа.

### **Дигитална кампања на порталима и друштвеним мрежама за тржиште Бугарске, јун-август и октобар-децембар**

Пролећна и јесења кампања у Бугарској реализована је на следећим порталима: travelnews.bg, bgtourism.br, spatourism.bg, destinations.bg, jivkokonstantinov.com који су једни од најчитанијих дигиталних портала у Бугарској када је туризам у питању. Укупан број објављених ПР текстова је 11. ПР текстови су представили Сокобању, Ниш, Нови Сад, Златибор, Тару, Копоник, Београд и Дунав. Имали су укупно на свим порталима скоро милион прегледа. Истакнути банери су били уочљиви читаоцима тако да су досегли скоро два милиона импресија од чега је највише на порталу Travel News. Ови портали имају и своје Facebook странице са око 150.000 пратилаца где су објаве прочитане преко 170.000 пута. Циљ кампање био је промоција Србије као туристичке дестинације на тржишту Бугарске.

### **Дигитална кампања на друштвеним мрежама за тржиште Грчке, април – јун и октобар-децембар**

Пролећна и јесења кампања у Грчкој реализована је на 11 портала на којима су изашли ПР текстови о туристичкој понуди Србије: travelshare.gr, clickatlife.gr, msn.com, haniotika-nea.gr, naftemporiki.gr, ethnos.gr, pafoslive.com, alphanews.live, simerini.sigmalive.com, evrytanika.gr.

Јесења кампања се реализовала на девет портала. Резултати јесење кампање су 2.250.651 посетилаца. Поред ПР текстова на порталима је спроведена и банер кампања и кампања на друштвеним мрежама.

#### **Промотивна дигитална кампања на мађарским on-line медијима и порталима, 01. октобар - 01. децембар**

On-line медији на којима је спроведена дигитална кампања су: MediaWorks Hungary, NetAdClick Hungary. Платформе: Travelo.hu, Origo.hu, Turizmus.hu, Sieloc.hu, Life.hu, Utazasielmenyek.hu, Balkaninfo.hu, Szerbiamagyarul.hu.

Кампања је обухватала следеће: ПР чланци са фото галеријом, display банер кампања, multiscreen банер кампање на поменутих порталима са линком на landing page ТОС-а, друштвене мреже и бустовање, eDM. Теме су биле: национални паркови - Ђердап, Копаоник, Тара, Шар планина, city break - градови у Србији, природне лепоте, авантуристички туризам, историјски туризам, фестивали; објављивање укупно 5 чланака са фото галеријом и бустовање; кампању на друштвеним мрежама (Facebook и Instagram) - укупно 12 постова и додатно бустовање са темом градови (Београд и Суботица) и фестивали.

Укупан број импресија је био 2.990.000, укупан број кликова на банер је 2.800, укупан број отварања ПР чланака 650, укупан број објава пролетње кампање је 71 (укључујући чланке и галерије фотографија, постове на друштвеним мрежама и блоговима и банерима као и eDM резултате).

### **9.5. Бенелукс и Скандинавија**

#### **Сајмови и презентације**

#### **Учесће ТОС на Балкан Трафик фестивалу, Брисел, Белгија, 25-27. април**

ТОС је учествовао на овогодишњем Балкан Трафик фестивалу. у сарадњи са српским удружењем Круг.

Као и претходних година, Србија је имала високо квалитетан штанд, украшен материјалима ТОС-а, као и производима наших уметника, књиге, рукотворине, играчке, керамику, ручне радове, сувенире.

Ове године је, додатно, БТФ покренуо иновативну иницијативу за јачање веза између Брисела, као креативне престонице, и градова Балкана, окупивши личности и стручњаке из институција региона и града Брисела, као и институција из земаља југоисточне Европе, са идејом да поделе своју визију, циљеве, акције искуства у области промоције културе и туризма,

Организована је специјална радионица на заједничком штанду са удружењем Круг - за посетиоце, као и видео презентација и Q&A сесија које су нпр. топ дестинације у Србији.

Трећег дана фестивала организоване су четири радионице уживо и окупио се велики број наших људи као и странаца који се заинтересовао за понуђене теме. Радионице су укључивале сликање на свили са мотивима пиротског ћилима, ускршњу радионицу за децу, час српског језика за странце и читање наше поезије.

Утисци посетилаца су били изузетно позитивни, а видљивост Србије заиста на одличном нивоу.

Последњи подаци организатора су да је фестивал у току дана посетило 7.000 људи. Од наших уметника наступили су Alice in Wonderband, Унза Унза бенд и Фабијан Балкан Брасс бенд. У оквиру фестивала, наша мурал уметница Марија Видовић била је позвана да ослика одабрани зид у центру Брисела и овај догађај је додатно допринео укупној промоцији и презентацији наше земље на овогодишњем фестивалу. Фестивал поред промоције туризма земље остаје битан за српску заједницу у дијаспори као и презентацију наше културне и туристичке понуде у матици.

### **Презентација туристичких потенцијала Србије, Хелсинки, Финска, 27. август**

У амбасади Републике Србије у Хелсинкију одржана је презентација туристичких потенцијала Србије уз подршку Финске асоцијације туристичких агенција (SMAL).

Скупу се прво обратио амбасадор, указавши на традиционално пријатељске односе Србије и Финске, подсетивши да се ове године обележава 95 година од успостављања дипломатских односа. Присутнима је дата информација о припремама за одржавање ЕКСПО 2027 у Београду, као и припремама за одржавање трећег по реду сајма Wine Vision, додатно указујући на бројне потенцијале за сарадњу у области туризма и повећање туристичке размене.

Представница ТОС-а је детаљније представила туристичке потенцијале Србије са посебним освртом на историју, традицију, културу, изванредан географски положај и препознатљиву гастрономију и винску понуду наше земље. При излагању је указано на позицију Србије као најбрже растуће туристичке дестинације у Европи, као и на развој туристичке инфраструктуре у нашој земљи. Истакнуто је да број туристичких посета из Финске бележи константни пораст од 2021. године, мада се не ради о великим бројкама, али да постоји потенцијал да се тај број додатно увећа.

На скупу су излагали и представници компанија ангажованих на туристичком повезивању Финске са Србијом - М. Линдорс (Ati Travel & Incentives), А. Хусконен (Olympia Kaukomatkatoimisto) и М. Радченко (Air Baltik) Они су представили своја искуства из сарадње и пословног ангажмана у Србији у области туризма, указавши још једном на велике потенцијале туристичке понуде Србије, посебно Београда.

По излагању, присутнима је пуштен промотивни филм ТОС.

На скупу је забележена веома добра посећеност, уз присуство тридесетак особа – представника туристичких агенција, новинара/блогера, авио-превозника, дистрибутера вина и др.

Након презентације одржан је пригодан коктел на коме су представљена српска вина и ракије, као и традиционални специјалитети српске кухиње. Познати фински сомелијер Т. Јокинен говорио је о српским винима и њиховом квалитету, тј посебним особеностима, као и значају манифестација, попут сајма вина - Wine Vision.

Током скупа приказани су и други промотивни филмови ТОС о Србији.

Скуп је био прилика и да се са представницима SMAL и осталим учесницима размотре даље активности на представљању туристичких потенцијала Србије у Финској,

На одласку је сваки гост добио ТОС кесу са промотивним материјалом и репрезентативним сувенирима, тако да је од почетка до краја скуп био на потпуни професионални понос, достојанство и задовољство.

### **Студијска путовања**

#### **Студијско путовање за медије из Данске, 16-19. април**



ТОС је организовала студијско путовање за freelance туристичку новинарку из Данске, Karna Bunk-Jensen која пише за нордијске медије, примарно недељне магazine и дневне новине. Ова новинарка сарађује директно са данским магazinима SØNDAG, Femina, Familie Journal i ISABELLAS. Издавач ALLER MEDIA покрива и Шведску, Норвешку и Финску, тако да је доста чланака такође преведено и публиковано широм нордијских земаља.

Новинарка пише о одрживом путовању Европом, користећи воз и аутобус. Храна, култура и традиција, активности у природи и wellness су у фокусу њеног интересовања.

Karna Bunk-Jensen је допутовала аутобусом, изненађена да није могуће доћи возом у Србију, што јој је иницијално био план и што је утицало на даљи програм боравка. Обишла је Београдску тврђаву и Калемегдански парк, Саборну цркву, Кнез Михаилову, Zepter музеј, Скадарлију, Каленић, Храм Св. Саве, Нови Београд, Београд на води и Belgrade Design District, Аду Циганлију, Земун.

### **Студијско путовање представника медија из Холандије, 27. јул - 07. август**

У посету Србији су дошли представници платформе Vakantie met Kinderen (Одмор са децом) - [www.vakantie-met-kinderen.com](http://www.vakantie-met-kinderen.com). Овај сајт је направљен тако да представља извор инспирације за породице које траже пријатан одмор са својом децом, како у Европи тако и широм света. У оквиру тима ове платформе, постоји екипа новинара која путује и на сајту дели приче о местима која посећују.

У Србију је тако допутовао новинар и фотограф Matijas Van de Velde са породицом. За њих је направљен посебан итинерер, према исказаним интересовањима и предлозима обиласка, по коме су онда они, самостално, обилазили локалитете.

Породица Van de Velde је обишла Београд – центар града Кнез Михаилову улицу, Београдску тврђаву, Дино парк на тврђави, музеје Никола Тесла, храм Св Саве, Аду Циганлију, Земун. Такође, на пропутовању кроз Србију видели су Свилајнац и Природњачки музеј, Лисине и манастир Манасију. Поганово. Ниш, Шаренград у Крушевцу, Попина меморијал Ужице – споменик Кадињачу.

Пуну подршку су добили на терену од ТО Златибор која им је омогућила боравак и ноћење у Ел пасо комплексу, вожњу Златном гондолом, обилазак Сирогојна, Дино парка и осталих локалитета. Програм је рађен у интерсекторској сарадњи ТОС и сво време је сектор Дигиталног маркетинга био укључен у програм и објаве на друштвеним мрежама.

### **Студијско путовање представника туристичке привреде из Шведске, 16-18. октобар**

ТОС је организовала, у сарадњи са Air Serbia, студијско путовање за представнике туристичке привреде из Шведске, који су се упознали са туристичком понудом Београда, културним и историјским знаменитостима, туристичким атракцијама, као и богатом гастрономском сценом.

Тродневна посета нашем главном граду, пружила је гостима прилику да обиђу центар Београда, Калемегдан, Косанчићев венац, Скадарлију, Храм Светог Саве, Дворски комплекс на Дедињу, Музеј Николе Тесле и Цеpter музеј, Београд на води, додатно да се упознају са лепотама Земуна и Гардоша, као и Аде Циганлије, да обиђу Каленић пијацу, посете дестилерију, и да открију укусе домаће кухиње.

Долазак представника туристичке привреде из Шведске била је и прилика да се организује Б2Б пословни сусрете са представницима туристичких агенција из Србије, са циљем да се туристичка понуда Србије нађе у њиховим новим програмима, обogaђена и са много широм понудом.

На Б2Б радионици биле су следеће агенције из Србије: Glob Metropoliten Tours, Kompas, Pro Travel DMC, HEDONIC TRAVEL, Turorama, Balkan Holidays, Balkan Roads, Victor tours, Magelan, TALAS TRAVEL, PanaComp.

У посети Србији су дошле следеће агенције из Шведске: HummingBird Travel, Reisebazaar Sweden, Catia Travel, Lotus Travel, као и представник Aviareps.

### **Студијско путовање представника туристичке привреде из Холандије, 22-25. октобар**

ТОС, у сарадњи са Air Serbia, организовала је студијско путовање за представнике туристичке привреде из Холандије који су имали прилику да се упознају са туристичком понудом Београда и Новог Сада.

Прва два дана била су резервисана за упознавање главног града, укључујући његов центар, Калемегдан, Скадарлију, Храм Светог Саве, Музеј Николе Тесле, Музеј Југославије, обишли су Земун и Аду Циганлију, док су, према програму студијског путовања, трећег дана посетили Нови Сад и Петроварадинску тврђаву.

Гости су поред музеја Николе Тесле у Београду, имали прилику да обиђу интерактивну мултимедијалну изложбу „Милева Ми смо стена“, посвећену брилијантном уму и достигнућима Милеве Марић Ајнштајн у Музеју града Новог Сада на Петроварадинској тврђави.

Такође, на овој тврђави у оквиру Атеље 61, установе за израду таписерија имали су прилике да се упознају са умећем ткаља на разбојима.

Студијско разгледање Новог Сада је логистички и презентовањем гастрономије овог краја Србије, подржала туристичка организација Новог Сада.

Долазак представника туристичке привреде из Холандије била је и прилика да се, у просторијама ТОС, организује презентација Србије као туристичке дестинације и наше националне авио компаније Air Serbia, и да се одржи Б2Б пословни сусрет са представницима рецептивних туристичких агенција из Србије. Овој радионици су присуствовале следеће агенције из Србије: HEDONIC TRAVEL, Turorama, Balkan Holidays, Victor tours, TALAS TRAVEL, PanaComp, Serbia tour operator, Fogg Travel Club.

У посету Србији су дошле следеће агенције из Холандије: FOX Reizen, Shoestring/ Koningap, BRIC Travel, Sawadee.

### **Остало**

### **Подришка у објављивању чланка о Копаонику као најјефтинијој ски дестинацији 2024.** **<https://liniztravel.com/2024/03/10/kopaonik/>**

У сарадњи са блогерком и новинарком Lina Sjölund Gröndahl, урађен је чланак о Копаонику, који је поред Закопана, Банско, Брезовице проглашен најјефтинијом ски дестинацијом на свету у овој години. Наиме, сваке године ФОРЕКС платформа која представља једно од најјачих електронских финансијских тржишта, представља свој годишњи индекс који показује која су скијалишта у свету најјефтинија и најскупља. Године 2024. управо је скијалиште Копаоник у Србији било на врху листе најјефтинијих скијалишта на свету, а за њим су остале земље источне Европе које нуде приступачно скијање. ФОРЕКС ски индекс упоређује колико кошта недељни одмор на 30 скијалишта широм света, укључујући карте за жичаре и изнајмљивање опреме. Најјефтинија скијашка дестинација ове године је српско скијалиште Копаоник, где скијашка недеља кошта скоро 40 одсто мање од недеље у шведском Селену.

**Слање промотивног материјала амбасади РС у Копенхагену, Данска, за потребе представљања на Дипломатском базару, 11. мај 2024.**

Дипломатски базар се одржава у Копенхагену, где се представљају амбасаде производима својих земаља. Приход иде у добротворне сврхе, а Амбасада Р Србије је наишла на леп одзив српских привредника и њихову спремност да представе своје производе. Материјал ТОС је био део ове презентације са идејом да све ово буде инспирација Данцима да посете нашу земљу. Амбасада Републике Србије у Данској је на свој сајт поставила ову информацију уз захвалност ТОС-у на подршци.

**Сарадња са Амбасадом Р Србије, Финска**

Након постављења на дужност амбасадора Републике Србије у Финској крајем претходне године, Амбасада РС је интензивирала дописе са информацијама о одржаним састанцима на тему билатералне сарадње од чега највећи део је окренут сарадњи у туризму.

Одржан је низ састанака са Visit Finland са идејом тражења модуса за сарадњу.

У светлу тога да је званично Србија била најбрже растућа туристичка дестинација у 2023. Години, у којој је забележено за петину више гостију него годину дана раније, број туриста из Финске није велики поредећи са неким другим земљама. Међутим, колико год број туриста из Финске био невелики, ипак говоримо о повећању од 24% у односу на прошлу годину гостију са овог тржишта. (3,623).

Став ТОС је да је увек спремна на сарадњу и у потпуности разумевајући пословне околности у којима се тренутно налази исказује наду у могућност директног повезивања и сарадње у неком скоријем периоду, кроз заједничке пројекте и организацију студијских путовања и презентација, а у циљу поспешивања перспективе туристичког развоја и додатног повећања броја туриста.

***9.6. Немачка, Аустрија и Швајцарска***

**Сајмови и презентације**

**Међународна туристичка берза ITB 2024, Берлин, Немачка, 05-07. март**

На штанду туризма Србије, поред ТОС-а, туристичку понуду представиле су туристичке организације Београда, Новог Сада, Војводине, Суботице, Лознице, Новог Пазара, туристичке регије Западне Србије и Доњег Подунавља, Air Serbia, туристичке агенције Kon Tiki Travel, Balkan Roads и Robinson Travel & Adventure, и хотели Mona Plaza Hotels, St. Regis Belgrade Hotel and Residence и Hyatt Regency Belgrade.

Представљање Србије на овом сајму пратили су и представници медија из Србије - екипа РТС, Информативни програм (новинар и сниматељ).

Штанд туризма Србије посетила је амбасадорка Републике Србије у Лондону са сарадницима. Амбасадорка се у разговору са свим суизлагачима на штанду упознала са туристичком понудом која је представљена међународном тржишту на овом сајму.

Током трајања сајма одржани су састанци са представницима националних туристичких организација из региона: са директорком Албанске националне туристичке агенције, директорком



Агенције за туризам Северне Македоније, директорком Туристичке организације Црне Горе, директорком Туристичке организације Словеније и директором Туристичке организације Републике Српске. Разговори су се односили на модалитете даље сарадње у области промотивних активности и размену искустава у области промотивних и других активности.

На штанду су представници ТОС-а одржали велики број састанака са представницима медија и туристичке привреде као што су: dnata Travel, BBC World News, Euronews, eDreams Odigio, PRB Presseburo, Wanderlust, TBO.com, Valati&Savarro, Travel and Tour World, Amadeus Hospitality, Pelican Travel, Tracks and the City, Skyscanner, Disney Corporation, Expedia, An Board Magazine, Bloomberg, New Deal Europe, MMGY Global, Lonely Planet, Holiday Check.

Током трајања сајма, директорка ТОС-а је дала интервјуе за Euronews, Deutsche Welle и РТС.

Директорка ТОС-а изабрана је од стране међународног жирија за добитника глобалне награде “Celebrating Her”, која има за циљ да ода признање истакнутим женама у области путовања, туризма и угоститељства за допринос промоцији мира и разумевања кроз њихов рад. Ову награду додељује, већ традиционално на сајму туризма у Берлину, International Institute for Peace through Tourism (ИИПТ), непрофитна организација посвећена подстицању путовања и туристичких иницијатива које доприносе међународном разумевању, сарадњи међу народима, побољшању квалитета животне средине, унапређењу културе и очувању наслеђа, смањењу сиромаштва, помирењу након сукоба. Ове године награђене су три изузетне жене за њихов значајан допринос туристичкој индустрији, промовишући разноликост и одрживе праксе. Директорка ТОС је награђена за изузетан рад и допринос у области обликовања туристичке политике и праксе. Додела награде “Celebrating Her” први пут је организована на сајму туризма ИТВ Берлин 2016, а данас је ова награда, која се додељује најзаслужнијим појединцима из целог света, једна од најцењенијих награда у области туризма.



#### Дунавски салон, Берлин, 07. март

Након завршетка сајма ИТВ 2024, ТОС је учествовала на Дунавском салону, који се већ традиционално организује у просторијама представништва Баден Виртемберга у Берлину.

У оквиру представљања туристичке понуде свих подунавских земаља, ТОС је у сарадњи са Амбасадом Републике Србије у Берлину остварила запажено учешће, промовишући туристичку понуду кроз брошуре и филмове, као и кроз промоцију ракије, вина и гастрономски специјалитета из наше земље.



#### **Ferien Messe, Беч, Аустрија, 14-17. март**

На заједничком штанду Србије представљени су: туристичке организација Војводине, Србије, Београда, Вршца, Ирига, Сомбора, Великог Градишта, као и Привредна комора Србије, ЕХРО 2027, Агенција за управљања лукама, Гаранцијски фонд Војводине, Развојни фонд Војводине, хотели: Movenpick Resort&Spa Fruške terme и Mona Plaza, туристичка агенција Kontiki и центар за дигиталну трансформацију „Blu Ocean Navigator”.

Током трајања сајма посетиоцима је било најинтересантније да сазнају понуду Србије везану за бициклизам, активни одмор и кампове; такође интересовања је било за путну инфраструктуру и авио везе. Остварени су бројни контакти са новинарима и појединим организаторима путовања из Аустрије. Неке од њих смо анимирали да се прикључе студијској посети планираној за април месец. Било је конкретних питања: када је најбоље време за посетити Србију, винске туре, гастрономија, ауто кампови (често иду на море у Грчку па би хтели мало да се задрже код нас), обиласци манастира итд.

Било је доста упита наших људи који су већ годинама, чак и друга генерација, у Аустрији и који желе да боље упознају Србију мимо делова земље одакле потичу. Бројна дијаспора има изграђене куће/мање хотеле где годинама имају туристе само из Аустрије (углавном источна Србија).

На сајму ове године учествовало је 850 компанија које су изложиле своје понуде, а сајам је посетило 11.000 посетилаца. Од земаља региона биле су присутне Словенија, Хрватска и Република Српска. Следеће године сајам ће се одржати од 16-19. јануара, значи враћа се на свој стандардни период одржавања.



## **Студијска путовања**

### **Посета представника организатора путовања из Аустрије, 05-08. април**

У сарадњи са авио компанијом Air Serbia, ТОС је организовала студијску посету за представнике организатора путовања из Аустрије: Ruffa, Eurotours, Reisement, Retter Reisen, Zuklin Travel.

Током боравка у Србији гости су се упознали са културно-историјским наслеђем, природним богатствима и лепотама Београда, Новог Сада, Фрушке Горе и Сремских Карловаца. Радионица, која је организована у склопу њиховог боравка, окупила је више од десет домаћих организатора путовања.

### **Студијска посета ТВ екипе ARTE-TV из Немачке. 27.април - 02. мај**

ТОС је подржала долазак ТВ екипе популарног серијала „За трпезом“ који је већ 15 година најгледанији серијал на ARTE каналу, са просечним бројем гледалаца око 10 милиона широм Европе. Серијал се такође успешно дистрибуира широм света, у Азији, Америци, Канади, тако да је гледаност и много већа. У овој, припремној фази, продуценти су били у обиласку терена и одабирају протагониста за филм како би се снимање обавило у периоду берби воћа, почетком јула ове године. Емиисја ће се снимати у западној Србији.

### **Студијска посета новинара из Немачке, 22-26. мај**

У сарадњи са ангажованом ПР агенцијом, ТОС је организовала студијску посету за представнике медија из Немачке, који су се упознали са културно-историјским наслеђем, природним богатствима и лепотама Београда, Новог Сада, Фрушке Горе. Поред наведених дестинација, акценат овог студијског путовања, стављен је на Источну Србију, што је подразумевало обилазак Лепенског Вира, Ђердапске клисуре, средњовековних тврђава и Кладова.

У групи су били представници следећих медија: Neues Deutschland, Fränkische Nachrichten, German Press Agency, SRT Partner, Sächsische Zeitung, Freie Presse, Viel Unterwegs, Weser Kurier, Tipps for Trips, Schwäbische Zeitung.

### **Студијска посета ТВ екипе ARTE-TV из Немачке. 27.април - 02. мај**

Након припремне фазе, ТОС је подржала долазак организатора ТВ екипе популарног серијала „За трпезом у.....“ на ARTE каналу. Емиисја је снимана у Западној Србији, уз подршку Туристичке организације Чачка.

### **Посета организатора путовања из Немачке, 11-14. октобар**

ТОС и национални авио превозник Air Serbia организовалие су долазак у Србију за представнике десет најутицајнијих организатора путовања из Немачке.

Обишли су Београд, његове културно-историјске споменике, музеје, Београд на води, Храм Светог Саве, Калемегдан, Нови Сад и Фрушку Гору.

Долазак партнера из Немачке био је и прилика да се организују Б2Б пословни сусрети представника туристичких агенција Немачке и бројних агенција из Србије.

Гости су били представници следећих организатора путовања: Geoplan Touristik GmbH, DIAMIR, Hauser Exkursionen International GmbH, Kris Reisen, PulExpress, Neckar Enz Reiseburo, Menzell



Reisebüro GmbH, Studiosus Reisen München GmbH, TrendTours, Lufthansa City Centre Schweizer Reisebüro.

## ***9.7. Италија, Шпанија и Португалија***

### **Сајмови и презентације**

#### **Сајам туризма FITUR, Мадрид, Шпанија, 24-28. јануар**

Сајам FITUR је имао своје 44. издање, а подаци о броју излагача и посећености одражавају раст који је доживео глобални туристички сектор у протеклој години, постављајући основе за његову консолидацију у 2024. години. FITUR је саопштио да је дочекао укупно 250.000 посетилаца, 153.000 су били професионалци (од 24. до 26. јануара) и 97.000 посетилаца који су присуствовали током два дана отворена за јавност. Ово представља повећање од 13.7% у односу на 2023. годину. FITUR 2024 се издвојио и по обарању рекорда у изложбеном простору, са укупно девет павиљона, једним више него 2023. године. Ово издање је окупило 152 земље, од чега 98 представљених од стране националних туристичких организација (20 више него претходне године). Интересантан податак је да овај сајам генерише око 430 милиона евра прихода граду Мадриду. Сајам су 24. јануара отворили краљ и краљица Шпаније, а Еквадор, кога је представљао председник државе, је био земља партнер.

ТОС је представила целокупну туристичку понуду земље. На штанду су се представили и Туристичка организација Војводине, туристичке организације Београда, Новог Сада, Суботице и Краљева, као и наш национални авио превозник Air Serbia и агенције Kon Tiki Travel и Glob Metropolis Tours.

Првог дана сајма наш штанд је посетила делегација Министарства туризма и омладине предвођене министром и отправником послова републике Србије у Шпанији.

Другог дана сајма одржана је конференција за медије и привреду где су се присутнима обратили директорка ТОС-а, генерални директор Kon Tiki Travel-а, представница Air Serbia, као и новинар дневног листа El Pais, који је био у студијској посети у Србији у организацији ТОС и који је са присутнима поделио своја искуства из Србије. На овом догађају био је присутан велики број организатора путовања и новинара, који су уживали у гастрономским специјалитетима. Догађају је присуствовала и амбасадорка Републике Србије у Шпанији.

#### **Сајам туризма TTG Travel Experience, Римини, Италија, 09-11. октобар**

ТОС је учествовала на овом пословном сајму који окупља туристичку привреду из целог света. Заједно са ТОС-ом представила се и национална авио-компанија Air Serbia, као и агенције Intertours, Pro Travel, Balkan Roads, Balkan Infinity, Kon Tiki Travel и Tara Tours.

TTG Travel Experience апсолутни је лидер из области туризма у Италији, са више од 1.500 излагача из чак 90 земаља. Овај догађај прати више од 700 представника медија, а резултат онлајн комуникације је више од 10 милиона импресија. Кроз пословне мреже, TTG Travel Experience ствара пословне могућности које су од великог значаја за презентацију туристичке понуде Србије,

остваривање веома квалитетних контаката и укључивање туристичких дестинација у итинерере организатора путовања из Италије, као и за склапање других важних пословних договора.

## **Студијска путовања**

### **Студијско путовање за сниматеља и новинара италијанске националне телевизије RAI, 12-15. мај и 05-10. јун**

Национална телевизија Италије снимила је материјал за две емисије о Србији и то за једну о Националном парку Тара и другу о Београду. У два наврата боравили су у Србији и снимали разне сегменте живота, као и туристичке потенцијале западне Србије и Београда.

#### **Остало**

У сарадњи са Aviareps-ом Шпанија са којим је успостављена блиска сарадња, издато је једно саопштење за медије и агенције о Србији које су они проследили великом броју партнера. Након те објаве, почетком априла текст су у потпуности објавили: Expresso diario de viajes y turismo, La Sexta и Traveltur - само уз ова 3 дигитална медија дошло се до 700.000 читалаца.

У сарадњи са Aviareps-ом ТОС је узео учешће на Roadshow-у у Лисабону - Португалија, и Мадриду и Барселони - Шпанија

AVIAREPS је глобална компанија која пружа свеобухватна решења за продају и маркетинг у авијацији и туризму. Они заступају интересе српског националног авио превозника на глобалном нивоу. Сарађују са преко 120 авио компанија и имају глобалну мрежу локалних стручњака. Одлука да ТОС учествује на овим радионицама имала је за циљ да се успоставе контакти са организаторима путовања на овим дестинацијама. Чињеница да Air Serbia има директне целогодишње летове са два града у Португалији и са четири града у Шпанији била је разлог ТОС-овог учешћа. Дестинације су имале могућност да одрже презентације, након чега су уследили B2B састанци. ТОС-ов лого се налазио на свим позивима, као и на њиховим друштвеним мрежама и огласима.

## **9.8. Кина**

### **Сајмови и презентације**

#### **ITB China, Шангај, 27-29. март**

Овај највећи специјализовани сајам пословних путовања у Кини привукао је више од 15.000 професионалаца из индустрије догађаја, укључујући преко 1.000 купаца. Више од 28.000 састанака било је унапред заказано, што сведочи о великој спремности за туристички опоравак на овом тржишту.

ТОС се представила на штанду Европске туристичке комисије, а поред ТОС-а, излагачи из Србије укључивали су представнике хотела Hyatt Regency Belgrade и агенције Balkan Infinity Travel. Током сајма, представници Air Serbia из Кине такође су активно нудили опције на својим летовима из

Кине до Србије и регионалну увезаност. Пулт ТОС-а био је веома посећен, а одржан је велики број састанака са представницима кинеске туристичке привреде.

Директорка ТОС-а учествовала је на састанку са 20 најзначајнијих туроператера из Кине, подсећајући их на улазак у Србију без визе за грађане Кине, два директна лета и највећи процентуални раст долазака и ноћења кинеских туриста у поређењу са 2019. годином. Истакла је и одличне билатералне односе и пријатељство две земље, као и одржавање специјализоване изложбе EXPO 2027. у Београду. Овај састанак је био са власницима или генералним директорима највећих агенција у Кини.

Током сајма организован је састанак и са високом делегацијом аеродрома Гуанџоу који су у Шангај дошли управо да би разговарали са ТОС-ом о сарадњи везано за отварање нове директне везе наша два града.

### **Радионица уз учешће српских и кинеских организатора путовања, Шангај, 30. мај**

Дан након сајма, организован је велики догађај у хотелу Equatorial у Шангају, где је уприличен сусрет српске и кинеске привреде. Чак 10 представника привреде из Србије је стигло у Шангај да присуствује овом догађају, а чак 70 агенција и представника медија из Кине показало је интересовање и узело активно учешће у разговорима са партнерима из Србије.

Након презентације туристичке понуде Србије, где су акцентовани сви новитети у Србији, сваки учесник је добио поклон који је увезан са недавном посетом високе делегације из Кине Србији, што је изазвало одушевљење гостију. На крају првог дела догађаја организована је и наградна игра где је као главна награда додељен пут и смештај у Србији, а два хотела која су била на радионици, Hayatt Regency и Calisi Hotel, поклонили су пет дана боравка у Београду.

Након овога уследили су радни састанци привреде а из Србије радионици су присуствовали: Omnitours, Kon Tiki Travel, Balkan Infinity, Pro Travel, Sai Hua travel, Wild Serbia и Balkan&more. Сви учесници су били више него задовољни исказаним интересовањем за сарадњу.

### **Промотивни догађај у Гуанџоу у сарадњи са Европском туристичком комисијом, 03. децембар**

ЕТК је организовала догађај за промоцију појединих европских дестинација у Гуанџоу, граду на југу Кине, у хотелу Four Seasons. Са овим градом Србија је повезана са два директна лета. Сем Србије, присутни су били и представници Ирске, Холандије, Шпаније, Чешке Републике, Финске, Хрватске, Немачке, Португалије, Француске, Малте и Пољске. Туризам Србије је представила представница изабране ПР агенције у Кини. Догађају је присуствовало 60 представника медија и организатора путовања. ТОС је припремила пригодне поклоне за све учеснике, заједно са осталим европским дестинацијама.

## **Студијска путовања**

### **Посета представника организатора путовања, 11-16.мај**

ТОС и Air Serbia су били домаћини посете групе кинеских туроператера, што представља важан корак у јачању туристичких веза између Кине и Србије, истовремено пружајући прилику кинеским туроператерима да истраже богатство културног и природног наслеђа наше земље.

Током свог боравка, туроператери су имали привилегију да доживе разноликост дестинација и атракција које Србија нуди, укључујући Нови Сад, Фрушку гору, Манастир Манасију, водопад Лисине, Београд и Ниш.



Циљ ове посете је био упознавање са историјом, традицијом и лепотама Србије ради што боље промоције програма за посету нашој земљи међу кинеским путницима. Велики број домаћих агенција је дошао у ТОС да размене контакте и понуде своје понуде путовања по Србији кинеским колегама.

Посебно се истиче планирано крстарење Савом и Дунавом, које ће туроператерима омогућити да доживе лепоту наших река и њене обале из јединствене перспективе, док ће истовремено имати прилику да се опусте и уживају у гостопримству Србије.

|                                                    |
|----------------------------------------------------|
| Beijing You&I together International tour Co.,Ltd  |
| ZheJiang Milu International Travel Agency Co.,Ltd  |
| Beijing Tianyi International Travel Co.,Ltd        |
| Beijing HCG International Travel Co.Ltd            |
| Beijing Chengsheng International Tour              |
| Hebei Aftan International Travel Service Co., Ltd. |
| Beijing Jing Exhibition business travel Co., Ltd   |
| Hainan Wharton Pilot Education Technology Co., Ltd |
| Megacap                                            |

#### **Студијска посета представника медија и организатора путовања, 29-30. август**

ТОС је дао подршку групи представника медија, која је у оквиру путовања посетила Србију, Црну Гору, Албанију и Босну и Херцеговину, и боравила је у Београду и на Златибору. Група се састојала од: главног уредника China Travel Agent Media, најзначајнијег медија у туристичкој индустрији Кине, генералног менаџера Beijing Spring Travel Services Co., Ltd., генералног менаџера H.I.S. Beijing HITS Co., Ltd. У овој групи укупно је био 17 представника агенција, ОТА, медија из регије Нањјинга, Гуанџоуа и Хонг Конга. ТОС је организовала вечеру у Скадарлији за представнике српске привреде који су имали прилику да се упознају са партнерима из Кине. Такође смо организовали и хотелски смештај у Београду и на Златибору.

#### **Студијска посета за новинарку Erica Yin Rong Chen, 30.октобар -01. новембар**

Freelancer, новинар и колумниста која је писала многе текстове за магацине као што су: Traveller, Modern Weekly, ELLE & Cosmo боравила је у Србији, а ТОС је обезбедила смештај и разгледање. Текстове и фотографије о боравку пласирала је на Little Red Book & Ins, Weibo и Instagram.

#### **Студијска посета инфлуенсера из Кине, 20-26. новембар**

За време највећег сајма вина југоисточне Европе Wine Vision by Open Balkan, организована је посета 16 инфлуенсера из Кине. Промоцијом српских вина и винских регија кроз посете различитим винаријама, инфлуенсери су имали прилику да се упознају са квалитетом и разноврсношћу српских вина, а кроз посету културним центрима и историјским знаменитостима омогућило се гостима да стекну дубље разумевање српске културе и традиције.

Током свог боравака имали су прилику да обиђу Тополу и Опленец, Београд, Нови Сад, Сремске Карловце и Фрушку Гору. Током трајања сајма имали су прилику да учествују и у кулинарској радионици где су учили да спремају традиционална српска јела. Радионица је имала за циљ да

прикаже богатство српске кухиње као важног дела културног наслеђа и традиције земље. Инфлуенсери су од ТОС-а добили и плакете као промотери српског вина и туризма у Кини. Ова посета ће значајно допринети промоцији српских вина и отворити нове могућности у сарадњу са кинеским тржиштем.

### **Студијска посета представника организатора путовања, 16-22.новембар**

ТОС је, у сарадњи са националним превозником Air Serbia, организовала долазак значајних организатора путовања из регије Гуангдонг са којим смо повезани директним летом између Гуанџоуа и Београда. Гости су током свог путовања обишли Златибор, Нови Сад и Фрушку Гору, као и Београд. На крају боравка у Кинеском културном центру организована је конференција за медије и састанци са српском привредом.

Група је била састављена од 10 агенција: GZL International Travel Service Ltd, Shenzhen Newview Global Travel Co, Ltd., Guangzhou HCG International Travel Group co. Ltd, Guangdong Women International Travel Service Co. Ltd, Shenzhen Top Tour International Travel Service Co. Ltd, Guangdong China Travel Service Co. Ltd, China International Travel Service (Beijing) Travel Service Co. Ltd Shanghai Branch, Guangzhou Comfort International Travel Service, Air Serbia Кина и Azure Global.

### **Студијска посета организатора путовања, 04-06. децембар**

Директор агенције UTour са замеником из представништва у Бечу, задуженим за овај део Европе, боравио је у Београду и Србији у инспекцији дестинације ради промена у њиховим турама. ТОС је обезбедила смештај у хотелу Hyatt и организовали сусрете са бројним превозницима и агенцијама.

### **Оглашавање и промотивне кампање**

Промоција на WeChat и Weibo основним платформама за комуникацију у Кини, где се туризам Србије представља уз помоћ ангажоване ПР агенције у Кини, постављају се информације и занимљивости из Србије.

### **Остало**

- Потписан Меморандум о разумевању са Union Pay International, 01.марта. Ово партнерство са UnionPay International долази у важном тренутку док се трудимо да постанемо лидери што се тиче долазака Кинеза у регион и коришћење UnionPay-ове глобалне мреже и напредних решења за плаћање нам у томе могу у многост помоћи.
- Поздравна порука директорке за United media где је U Tour outbound агенција. Директорка је пожелела добродошлицу у Србију што су они емитовали преко својих канала, 20. марта.
- Потписан је Меморандум о разумевању са Кинеском медијском групом у Метрополу, 07. маја током посете председника Кине. Пре потписивања, разговарали смо о модалитетима сарадње. Овај споразум представља значајан корак у јачању веза Србије и Кине. Они су препознали важност ТОС-а и изразили жељу са даљом сарадњом. Овај меморандум ће нам

омогућити прилику за јачање билатералних односа и размену искустава између наше две институције. Договорено је унапређење сарадње у области туризма, културе и медија.

- Потписан је 01. јуна Меморандум о разумевању са TongCheng Travel. У Суџоу, граду близу Шангаја, директорка ТОС-а имала је прилику да потпише Меморандум о сарадњи са гдином Рачардом Баијем, потпредседником компаније TongCheng Travel. Ова компанија је водећи онлајн организатор путовања на кинеском тржишту, са преко 15.000 запослених и дневном продајом од преко 8 милиона туристичких производа из целог света. TongCheng Travel нуди широк спектар услуга, укључујући резервацију превоза, смештаја, улазница за туристичке атракције и различите активности. Ова компанија је присутна на највећим светским берзама и има представништва широм света. Потписивањем Меморандума о сарадњи, Србија ће бити боље представљена на платформама TongCheng Travel, а заједнички напори ће допринети константном расту броја кинеских туриста који посећују нашу земљу.
- Учешће на „Nihao China, China-Serbia International Dragon Boat Festival“, 08. јуна на Ади Циганлији, у организацији Кинеског културног центра, где је ТОС била специјални гост.
- Учешће на "SILK ROAD SPLENDOR: CHINESE SILK ART EXHIBITION AND ZHEJIANG CULTURE & TOURISM PROMOTION, манифестацији која је одржана 27. јуна у Кинеском културном центру.
- Учешће на Трговинско-инвестиционом форуму Србија – Кина који се одржао 28. јуна у просторијама Кинеског културног центра.
- Састанак 07.08. у просторијама ТОС-а са високом делегацијом World Tourism Alliance (WTA) из Кине коју је предводио председавајући Zhang Xu као и потпредседник Liu Shijun, који су нам представили своју организацију чији је мото :“Бољи туризам, бољи живот“. Основани су са циљем залагања за промоцију туризма у циљу мира, развоја и ублажавања сиромаштва, као и за подстицање глобалне сарадње и размене међу невладиним организацијама у туризму. Имају 236 чланова из 41 земље и регије света. Позвали су и ТОС да постане њихов члан.
- Viking Cruise је организовала догађај за медије у Кини са најавама нових линија и позвали су директорку ТОС-а 27.08. да направи поздравни видео који су они емитовали током догађаја.
- Поводом 75. годишњице оснивања Народне Републике Кине, амбасадор НР Кине у Републици Србији ЛИИ Минг позвао је ТОС на пријем 18. септембра 2024. године.
- ТОС је добила престижну Златну награду “Марко Поло” од стране Центра за координацију туризма између Кине и земаља централне и источне Европе (ЦЕЕЦ). Награда је уручена на свечаности у Будимпешти, поводом обележавања 75 година дипломатских односа између Мађарске и НР Кине. Заменик министра спољних послова и трговине Мађарске, Левенте Мађар, уручио је награду ТОС-у, препознајући успешне активности усмерене ка кинеском тржишту. Награда “Марко Поло” награђује туристичке иницијативе које доприносе популаризацији туристичких производа земаља Централне и Источне Европе на кинеском тржишту. Захваљујући овој награди, ТОС је био представљен у три чланка у Travel Daily



China, mediјској платформи која пружа најважније информације о индустрији путовања и туризма у Кини и Азији. СЕЕС је иницијатива кинеског министарства спољних послова за унапређење пословних и инвестиционих односа између Кине и 14 земаља Централне и Источне Европе. Земље чланице су: Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарска, Хрватска, Чешка, Грчка, Мађарска, Црна Гора, Северна Македонија, Пољска, Румунија, Србија, Словачка и Словенија.

- Webinar организован 03.12. од стране ITB China, где је позвана директорка ТОС-а да представи на који начин је Србија успела да има највећи проценат у повећању броја туриста из Кине у 2024. Сем ње, учесници су били и директор Европске туристичке комисије, директор сајма ITB China. Тема излагања директорке ТОС-а је била: **Best Practice Showcase: Successfully Attracting Chinese Tourists To European Niche Destinations.**
- ТОС је имао састанак са високом делегацијом China Southern-а 26. септембра, где је тема била њихова рута Гуанџоу-Београд. ТОС је приредио поклоне за све путнике на првом лету и присуствовали смо и свечаности након слетања авиона. Представници на састанку:

| Name              | Title                    | Division                                   | Company                                    |
|-------------------|--------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Mr. QI Guangji    | Executive Vice President | China Southern Air Holding Company Limited | China Southern Air Holding Company Limited |
| Mr. XIAO Yong     | Deputy Director General  | Commercial Steering Committee              | China Southern Airlines Co. Ltd            |
| Mr. LIU Jia       | Senior Vice President    | Publicity Division                         | China Southern Air Holding Company Limited |
| Mr. HUANG Weiqian | Administrative Assistant | Corporate Administration Division          | China Southern Air Holding Company Limited |
| Mr. HE Lingzhi    | EU General Manager       | Commercial Steering Committee              | China Southern Airlines Co. Ltd            |
| Mr. LI Lin        | General Manager Serbia   | Commercial Steering Committee              | China Southern Airlines Co. Ltd            |

- У Кини су током 2024. године Србији су додељене бројне престижне туристичке награде.
- Један од водећих кинеских туристичких магацина "WiTrip", доделио је Србији награду "Сигурна и пријатељска дестинација 2024." током свечане церемоније којој је присуствовало преко 200 представника туристичке индустрије.
- Признање "Најбоља европска туристичка дестинација 2024." доделила је Србији медијска кућа China Travel Trade Media. China Travel Trade Media је оценила Србију као најбољу европску туристичку дестинацију у 2024. години због њеног значајног утицаја у туристичкој индустрији и добрих односа са Кином.
- Tongcheng, као једна од водећих онлајн туристичких агенција у Кини, доделила је ТОС-у награду за 2024 „Best Partner Awards“. Као компанија која користи напредну технологију, Tongcheng нуди персонализоване препоруке базиране на корисничким подацима и преференцијама, чиме путницима пружа јединствено искуство. Њихов фокус је на младим и савременим путницима, са циљем да задовоље све аспекте њихових туристичких потреба и ТОС је из тог разлога са њима потписао меморандум о разумевању у 2024.
- City Traveler је Србији доделио награду „2024. Niche tourist destination award“, а часопис Voyage - 2014 Voyage Awards - Culture Destination. Као водећи часопис о путовањима у Кини, часопис "Voyage" циља најбогатију класу у Кини и представља им висококвалитетне начине путовања. Истовремено, они људима нуде ексклузивне извештаје о луксузним путовањима из прве руке, са фокусом на луксузну путну опрему, хотеле, деликатесе и авијацију.
- "2024 Best Leisure Travel Destination Award" награду је Србији доделио Breyou ([www.breyou.com](http://www.breyou.com)), онлајн провајдер услуга путовања. Breyou пружа прилагођене путне

услуге средњег до високог ранга и шири своје тржиште из године у годину. Консултанти за путовања из компаније Brenyo пружају прилагођене услуге, укључујући дизајн итинерера, визу, карте, смештај, локално возило, водиче и друге услуге за сваког купца кроз интерни систем током путовања.

## **9.9. Турска**

### **Сајмови и презентације**

#### **Сајам туризма ЕМИТТ, Истанбул, 06-09. фебруар**

Туристичка организација Београда је традиционално главни организатор промоције Србије на овом сајму, а сем њих на сајму учествовао је ТОС, Привредна комора Србије и Војводине, Air Serbia, ТО Ниша, Краљева и Новог Пазара, Елитни хотели: St.Regis, Viceroy Копаоник, Movenpic Resort&Spa Фрушке Терме као и новосадски хотел Пупин, а присутни су били и хотели Mama Shelter Belgrade, Falkensteiner, Hotel Моху, Nobel Palace, Putnik Inn Belgrade, City Hotel, хотели Фонтана - Врњачка Бања и Врбак - Нови Пазар, као и наше рецептивне агенције: Balkan holidays, Glob Metropolitan Tours и Omnitours.

Заједнички наступ на овогодишњем сајму у Истанбулу био је прилика да се покажу бројни туристички потенцијали Србије туристима из Турске, чије тржиште је веома значајно за туристички, тржишни и економски привредни промет наших земаља.

Првог дана сајма у Истанбулу наше штандове посетили су високи представници Министарства туризма Турске које су дочекали директорка ТОС-а и директор ТОБ-а. Штанд је посетио и конзул жеран Генералног конзулата Републике Србије у Истанбулу са сарадницима, истакавши овом приликом значај подршке и сарадње свих институција. Штанд су посетили и представници канцеларије градоначелника Истанбула, потврђујући значај сарадње двеју земаља на економском и билатералном нивоу.

Велику пажњу посетилаца и медија привукао је долазак Иване Серт, велике медијске звезде у Турској којој ТОБ и ТОС често организују боравак у Београду и Србији што она пласира на својим платформама.

#### **Учесће на Glob Meets, International Tourism Marketing, Истанбул, 12-13. септембар**

ТОС је учествовала на престижном пословном догађају који се одржава једном годишње и који је фокусиран на повезивање туристичких агенција, ДМС-јева, туристичких агенција, авио компанија, хотела и других представника туристичке привреде. Догађај окупља кључне играче туристичке индустрије са циљем омогућавања ефикасног умрежавања и стварање нових прилика за све учеснике.

Током два дана састанака учесници су имали прилику да се састану са потенцијалним пословним партнерима кроз унапред заказане састанке, као и кроз неформално умрежавање. Догађај је организован у елитном новоотвореном престижном хотелу, а у самом отварању догађаја учествовао је градоначелник Истанбула, затим директор удружења туристичких агенција Турске и његов заменика као и поједини високи државни званичници.

Представници ТОС-а су имали претходно заказане састанке са привредом из целе Турске и могућност да се упознају са новим трендовима у туризму Турске, преференцама у путовањима, проблематиком, предностима наше дестинације и сл.

Поред ТОС-а из Србије су учествовале: агенција Balkan Holidays и хотели Hyatt Regency Belgrade и Bor by Carisma са Златибора. На завршном догађају сви заједнички из Србије су доделили награду: авио карте за две особе (ТОС), трансфери и водич у земљи (Balkan Holidays) и смештај (хотели Hyatt и Bor).

### **Студијска путовања**

#### **Посета представника организатора путовања, 04-08.август**

Подршка организацији студијске посете организатора путовања из Турске. Агенција из Србије у сарадњи са ТОС-ом организовала је боравак представника 13 агенција, који су сем Београда боравили и у Западној Србији са циљем да се Србија пласира као врхунска ено гастро дестинација. У посети Србији су боравили представници следећих агенција: Oliva MICE, Atalnte, Jolly MICE, Mkj MICE, Solo event, Dream on event, Polo MICE, Code event, W MICE, Delano Travel, Forte turizm, Ultra travel, Zlf turizm, Bej event, Trio turizm.

### **Оглашавање и промотивне кампање новембар/децембар**

#### **Дигитална кампања, новембар/децембар**

Кампања је трајала 4 недеље, планирано је да покрије 7.500.000 импресија на девет вебсајтова и оствари милион прегледа. Кампања је на крају завршена за 7.958.034 импресија и 17.784 кликова са 0,22 CTR rate, 1.002.121 прегледа са 3.749 кликова и са 0,37% CTR. Тоталне импресије су биле за 6% више него што је планирано.

Објављени су дигитални банери на туристичким вебсајтовима, web порталима, економским порталима, као на пример: cnnturk.com, sozcu.com.tr, hurriyet.com.tr, odatv4.com, milliyet.com.tr и сличним. Објављени су дигитални видео огласи (15сек) на девет web сајтова (сајтови за путовања/блогови, портали за вести, финансије итд. као што су: cumhuriyettravel.com, mynet.com, cnnturk.com, onedio.com и сличним). Направљени су видео материјали дужине по 15 секунди са титлом на турском језику који је оптимизован за дигитално оглашавање.

### **9.10. Сједињене Америчке Државе**

#### **Сајмови и промотивни догађаји**

#### **Фестивал туризма и културе земаља Балкана (Balkan Tourism and Culture Showcase), Њујорк, 20. април**

Фестивал је одржан у просторијама Генералног конзулата Турске у Њујорку (The Turkish House). Циљ ове манифестације, која је реализована на иницијативу генералног конзула Турске у Њујорку, а коју заједнички организују Генерални конзулати Бугарске, Румуније, Србије и Турске у Њујорку, је био да се на једном месту њујоршкој публици представе култура, гастрономија и туристичка понуда ове четири земље Балкана, али и да допринесе умрежавању дијаспора земаља учесница.



Гости догађаја су били челници града Њујорка, представници пословне заједнице, дипломатски кор и истакнути представници локалне дијаспоре земаља учесница.

Имајући у виду да је управо директна авио линија Air Serbia између Београда и Њујорка оно што богату туристичку понуду Србије чини примамљивом и приступачном за госте из САД, промоција ове авио линије, као и друге постојеће и планираних нових линија Air Serbia ка градовима САД, био је неодвојиви део представљања Србије као туристичке дестинације.

ТОС је обезбедила штампани промотивни материјал, као и видео материјале за презентацију туризма Србије на овом догађају.



## Студијска путовања

### Студијска посета групе представника медија из САД, 16-23. септембар

У сарадњи са ангажованом ПР агенцијом Zapwater из САД организована је студијска посета за пет представника медија из САД који пишу, између осталог, за Conde Nast Traveler, Travel&Leisure, Lonely Planet, Fodor, Vogue, National Geographic Traveler.

Гости су посетили Београд, Нови Сад, Фрушку Гору, Сремске Карловце, Вршац, Виминацијум, Голубац и Лепенски Вир.



### **Студијска посета новинарке из САД, 18-23. септембар**

У сарадњи са Амбасадом Републике Србије у Вашингтону и ПР агенцијом Амбасаде, у посети Србији боравила је новинарка која је ангажована да пише за један од најважнијих туристичких магазина у САД, Travel&Leisure.

Новинарка ја посетила Београд, Нови Сад, Виминацијум, Голубац и Лепенски Вир.

## **9.11. Јерменија**

### **Сајмови и презентације**

### **Промоција туристичке понуде Србије у Јерменији, Јереван, 18. септембар**

Као резултат успешног представљања на догађају коју је ТОС, уз подршку Амбасаде Републике Србије у Јеревану организовала 2023. године, Туристичка организација Србије је организовала промотивни догађај у свечаној сали Parigi хотела DoubleTree by Hilton Yerevan, са учешћем преко 50 представника туристичке привреде Јерменије и представницима српских агенција Луна Травел, Апелсин и Хедоник травел.

Амбасадорка Републике Србије одржала је уводни говор, затим је одржана презентација на којој је представљена целина туристичке понуде Србије, са посебним нагласком на понуди зимског одмора и Скијалишта Србије, као и презентација кратких одмора у градовима, путева културе у Србији, понуде Дунава и активног одмора у очуваној природи. Такође је организована радионица после које је уприличено послужење.

Истакнуто је од стране јерменских агенција да је интересовање туриста из Јерменије за боравак у Србији велико с обзиром на одсуство виза између наших земаља, као и потреба за успостављањем директних летова.

## Студијска путовања

### Студијска посета организатора путовања и агенција из Јерменије, 31. март - 05. април

Након успешне промоције у Јерменији, а на иницијативе једног од њихових најзначајнијих организатора путовања Релакс Травел, ТОС је позвала у посету туристичке агенције који сарађују са поменутиим организатором путовања.

У току посете, представници агенција су се увериле у висок квалитет туристичке понуде Србије. Упознали су културну – историјско наслеђе Западне Србије, Београда, Новог Сада, Фрушке горе. Обишли су хотеле, ресторане, винарије и туристичке атракције Србије. Били су фасцинирани могућностима за развој туризма између наше две земље. Као резултат посете, аранжмани за Србију се продају у преко 10 јерменских агенција.

## 9.12. Русија

## Студијска путовања

### Студијска посета организатора путовања из Русије, 24 - 28. јул

ТОС је подржала реализацију студијске посете коју је иницирао и организовао домаћи организатор путовања. Учествовало је 9 представника најеминентнијих МІСЕ агенција из Русије. Посетили су Београд, Златибор, Тару, Тополу, Нови Сад, Фрушку Гору. У посети су били представници следећих агенција: IM marketing, Na Volne Agency, Bureau 1786, Aeroclub Tour, Sodis, Vip corporate travel, Maxi MICE, Travel mart.

## 10. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС)

### 10.1. Маркетинг активности на домаћем тржишту

Организација догађаја као елемент маркетинг микса

#### Презентација плана рада и сајамских наступа Конгресног бироа Србије према конгресној индустрији

Догађај је одржан 30. јануара у хотелу „Courtyard Belgrade City Center“, уз присуство 50 представника хотела и специјализованих агенција за пословна путовања и догађаје. Представљени су најважнији резултати у 2023. години, и план за текућу годину, са нагласком на условима за наступ на међународним конгресним сајмовима, уз коктел и дружење након званичног дела.

#### Вече конгресних амбасадора

У свечаној атмосфери Кристалне дворане хотела Хајат, 9. децембра одржано је девето по реду Вече конгресних амбасадора, традиционални догађај којим КБС обележава достигнућа у конгресној индустрији и прославља свој 17. рођендан. Током вечери додељене су престижне награде „Конгресни амбасадор Србије“ истакнутим стручњацима који су, у сарадњи са КБС, допринели



организацији међународних конференција у Србији. Њихов професионални углед и међународна репутација у свету били су одлучујући фактори који су утицали на то да Србија буде домаћин значајних међународних догађаја. Ове године, титула конгресног амбасадора припала је осморици стручњака, чиме је укупан број добитника порастао на 89.

КБС је иницирао да се у 2014.години оформи „Клуб конгресних амбасадора Србије“ са циљем да се истакнутим појединцима, у сферама које су значајне за развој друштва, додели признање за њихов рад на промовисању Србије као конгресне дестинације.

Присутнима су се испред Туристичке организације Србије (ТОС) и Министарства туризма и омладине обратили директорка Марија Лабовић и државни секретар Урош Кандић, који су истакли главна достигнућа туристичког сектора у 2024. години. Посебно је наглашена улога Србије као атрактивне дестинације како за одмор, тако и за пословна путовања и конгресне догађаје.

Признања добитницима је уручила директорка ТОС-а заједно са тимом КБС-а, уз осврт на значајну позицију коју Србија заузима на глобалној конгресној мапи. Додатни доказ овог успеха је и чињеница да ће наша земља бити домаћин престижне међународне специјализоване изложбе „Ехро 2027“.

Овогодишњи догађај је окупио 189 учесника, међу којима су били представници струковних удружења, туристичке привреде, образовних и академских институција, Министарства туризма и омладине и ТОС-а.

.

### **Оглашавање у медијима**

Комуникација и информисање јавности обављани путем интернет презентације Конгресног бироа Србије и профила на LinkedIn пословној друштвеној мрежи. Током овог периода, постављене су укупно четири вести на веб страницу КБС. Показатељи за LinkedIn, настали органским путем, без спонзорисаних објава, за првих шест месеци 2024. су следећи:

- Број објава: 38
- Број приказа: 59.849
- Укупно ангажовање – 13.608 (реакције 1.924, коментари 50, дељења објава 21)
- Стопа ангажовања: 22,74%
- Просечан број јединствених корисника по дану: 99
- Број пратилаца: 1.644
- Број нових пратилаца: 430

## ***10.2. Маркетинг активности на међународном тржишту***

### **Учешће на сајмовима и пословним скуповима**

#### **Састанак директора конгресних бироа Европе – први квартал 2024.**

13. маја 2024. године у оквиру сајма IMEX Frankfurt одржан је 2. Глобални форум националних конгресних бироа којем је, заступајући КБС, присуствовала директорка Туристичке организације Србије. Портпароли Стратегијске алијансе националних конгресних бироа Европе, чији је КБС члан, на Форуму били су г. Eric Bakermans (Конгресни биро Холандије) и г. Matthias Schultze (Конгресни биро Немачке). Након осврта на прошлогодишњи 1. Глобални Форум националних конгресних бироа, присутнима су се обратили представници ICCA, IMEX и PCMA. Разговарало се

о Заједничком акционом плану и начинима на које национални конгресни бирои могу утицати на одрживост. Најављена је конференција Convene 4 Climate која ће бити одржана у Барселони од 2. до 3. октобра и представљена је платформа Sustainability Hub for Events (SHE), замишљена као глобални центар знања за планирање одрживих пословних догађаја.

#### **Регионални сајам пословних путовања – Conventa – Љубљана – фебруар 2024.**

КБС је учествовао 20–22. фебруара 2024. на овом догађају који од 2009. године окупља излагаче и клијенте у области организације састанака, догађаја и подстицајних путовања. Представник КБС учествовао је у следећим целинама програма.

##### ***Conventa Crossroads – Decision Makers Forum, 20/02/2024***

Ово је било премијерно издање новог формата, који је окупио министре туризма и кључне људе националних туристичких организација и конгресних бироа из региона, као и поједине лидере у индустрији.

##### ***One2One meetings, 21–22/02/2024***

Сајам функционише по принципу унапред заказаних састанака. Поред КБС, остали излагачи из наше земље били су представници хотела St. Regis Belgrade, агенције BLeisure DMC, Конгресног бироа Ниша и Туристичке организације града Новог Сада. КБС је имао 26 унапред заказаних састанака, уз бројне контакте током дневног и вечерњег социјалног дела програма, са додатно заинтересованим партнерима и колегама.

##### ***Meetings Star Award, 21/02/2024***

Током свечане церемоније одржане у љубљанском конгресном центру „Cankarjev Dom“ додељене су годишње награде „Meetings Star“ часописа Kongres Magazine, у различитим категоријама.

##### ***Fam Trips***

Информације се налазе у одељку посвећеном организацији студијских путовања.

#### **Регионални сајам пословних путовања – Meet the Bidder – Варшава – 2024**

Без учешћа ове године на било ком од три издања – Meet the Bidder Spring Edition, 20. март и Meet the Bidder Luxury & MICE Edition, 18. јун и Meet the Bidder Grand Edition, 27. новембра.

#### **Састанак одељка централне и источне Европе ICCA – прва половина 2024**

Састанак је одржан 13. маја у Франкфурту, у оквиру целодневног програма ICCA који је претходио сајму IMEX. Између осталог је најављен редован летњи састанак који ће бити одржан од 29. до 31. августа 2024. у Цириху.

#### **IMEX сајам пословних путовања и догађаја – Франкфурт – мај 2024.**

КБС је учествовао од 14. до 16. маја на конгресном сајму IMEX Frankfurt, као и на пратећим догађајима пре почетка сајма. У питању је највећи специјализовани сајам пословних путовања на свету који је ове године угостио више од 12.000 професионалаца из индустрије догађаја, од којих преко 4.000 купаца.

Поред КБС, излагачи из наше земље били су представници следећих 16 организација и предузећа: Туристичка организација Београда, конгресни центар „Сава центар“, Air Serbia, као и хотели: Crowne Plaza Belgrade, Hilton Belgrade, Hyatt Regency Belgrade, Metropol Palace Hotel Belgrade, Mona Plaza, Mövenpick Resort and Spa Fruske Terme, Nobel Hotel Group, Radisson Collection Hotel, Old Mill Belgrade, Saint Ten Hotel, The St. Regis Belgrade и агенције: Balkan Holidays, Balkan-Adriatic DMC, DMC Vekol. Партиципација за учешће на овом сајму износи 1.500 евра у динарској противвредности. За потребе наступа конгресне индустрије Србије, закупљен је излагачки простор и изграђен штанд на површини од 65,625 м<sup>2</sup>.

Током три дана трајања сајма, излагачи на штанду Србије имали су збирно 218 унапред заказаних појединачних састанака, уз бројне контакте и састанке и ван овога. Поред тога, првог и другог радног дана сајма, одржана су укупно четири групна састанка (групе од 8 до 12 клијената: Marriott – Benelux, HelmsBriscoe Europe, IHG USA, Marriott – UK) у облику презентације дестинације и размене пословних контаката са излагачима. Осим овога, свакога дана на штанду биле су заказане презентације на тему „Belgrade Welcomes the World at Specialised Expo 2027“, и представљање шљивовице под називом „Serbian Šljivovica – the Taste of UNESCO“. Осим активности на штанду, представници КБС учествовали су и у већем броју активности које се дешавају уочи почетка сајма, као и пре или након радног дана на сајму, а које су укључивале, пре свих, догађаје у организацији International Congress and Convention Association (ICCA) и GainingEdge.

Учешће је забележено и на догађајима у организацији ICCA – Plenary & Global Advocacy Alliance Forum, Destination Marketing Sector Meeting, Central European Chapter Meeting, ICCA Global Business Exchange и IMEX Association Social, а 15. и 16. маја на GainingEdge Knowledge Exchange и GainingLeads догађајима, важним због праћења актуелности и трендова, умрежавања са колегама из света, као и размене пословних информација и јачања међународне репутације КБС и Србије. Представници КБС били су 15. маја на IMEX Gala Dinner and Awards, који је окупио најзначајније светске личности у области индустрије пословних путовања и догађаја, а представник КБС похађао је 11–13. маја ICCA Association Expert Seminar, који је окупио руководиоце међународних удружења и чланове ICCA.

### **Састанак директора конгресних бироа Европе – трећи квартал**

Директор ТОС учествовала је на јесењем састанку Алијансе националних конгресних бироа Европе одржаном у септембру у Единбургу, Шкотска.

### **ICCA World Congress 2024**

Представник КБС учествовао је 20–23. октобра 2024. у Абу Дабију на ICCA Congress, највећем и главном догађају који Међународна конгресна асоцијација организује током године. Ово је било 63. издање конгреса, овога пута одржано у престоници УЕА, под слоганом „Tomorrow Starts Today“. Место одржавања био је ADNEC Centre Abu Dhabi.



Конгрес је окупио рекордних 1563 делегата, из 76 земаља. Делегати су: руководство и запослени у ICCA, чланови из целог света, представници међународних асоцијација, позвани говорници и званичници, и лидери у индустрији. По први пут у историји, конгрес је посетио, уз учешће на пленарном панелу, и генерални секретар UN Tourism, г. Zurab Pololikashvili.

Одржане су укупно 93 различите сесије, а главне тематске целине, оличене у визуелном идентитету и просторној организацији, биле су:

Cultural Awareness & Social Impact (Including Legacy and DEI)

Technology & Innovation

Business Trends & Growth (Including Sales & Marketing)

Sustainability & Environmental Impact

Осим редовног дела конгреса, представник КБС учествовао је и на ICCA Global Business Exchange догађају, који је претходио главном програму. Редован део конгреса је и Генерална скупштина ICCA, на којој се одлучује о кључним питањима за будући рад удружења.

### **IBTM сајам пословних путовања и догађаја – Барселона**

КБС је учествовао од 19. до 21. новембра на овом сајму, који је један од највећих и најзначајнијих специјализованих глобалних догађаја у области пословних путовања. 2024. године окупио је више од 2.500 излагача из преко 150 земаља широм света.

Уз присуство преко 12.000 професионалаца из MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) индустрије, укључујући више од 2.650 позваних купаца, сајам је обележио своје 20. узастопно издање у Барселони, од 37 укупно одржаних. Процењује се да је преко система за заказивање пословних састанака договорено више од 132.000 пословних сусрета.

Поред КБС, остали излагачи из наше земље били су: национална авио компанија „Air Serbia“, конгресни центар „Сава центар“, хотели: Hyatt Regency Belgrade, The St. Regis Belgrade, Crowne Plaza Belgrade, Hilton Belgrade, Mona Plaza Beograd, Mövenpick Resort and Spa Fruske Terme и Radisson Collection, Old Mill Belgrade, као и агенције: Balka-Adriatic, DMC Vekol, Serbia Incoming и Wild Serbia.

Као резултат четворомесечне припреме за наступ, на штанду Србије је преко званичног система унапред заказано укупно више од 500 састанака са међународним организаторима догађаја, што је у просеку преко 75% попуњености расположивих термина. Сваког радног дана сајма, представник КБС одржао је групне презентације о Србији као дестинацији за пословна путовања и догађаје. Током укупно шест термина, било је пријављено 30 учесника.

### **10.3. Истицање кандидатура за организацију догађаја**

У првих шест месеци 2024. године успешно су реализоване 3 кандидатуре за међународне догађаје који испуњавају критеријуме ICCA, а биће одржани у Србији у наредним годинама. Две су изгубљене, а поред тога поднето је још 8 кандидатура за које се још увек очекује коначан исход.

### **Добијене**

EDA 2024 - European Demolition Association Annual Convention

ISMH 2026 - World Congress of the International Society of Medical Hydrology and Climatology  
 REKONIO 2027 – Регионални Конгрес интернистичке онкологије  
 IASGO 2025 – гастроентеролошка онкологија  
 EMDR Europe Conference 2029  
 ICA 2025 – International Congress of Americanistas  
 Међународна конференција о силицијуму у пољопривреди 2025  
 CSNR course 2027/28 – European Society of Neuroradiology

#### **Изгубљене**

FESSH 2028 - Congress of the Federation of the European Societies for Surgery of the Hand  
 ESA 2025 - 6th mid-term conference together with the 2nd summer school, European Sociology Association  
 ECA General Assembly 2025 – European Club Association  
 Eurobotics Forum 2027

#### **Започете**

UFI 2025, 2026 - European Conference of the Global Association of the Exhibition Industry  
 ECSITE 2026, 2027- Directors Forum European Network of Science Centres and Museums  
 REKONIO 2027 – Regionalni Kongres internističke onkologije  
 EAS 2027 - European Astronomical Society Annual Meeting  
 ICT 2031 - Congress on Toxicology  
 ESCRS 2026 - Winter Meeting of the European Society of Cataract and Refractive Surgeons  
 SEEEDMC 2029, South-Eastern European Emergency and Disaster Medicine Congress  
 EPH 2028 – European Public Health Conference  
 EFPIA 2028/2030 – European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations  
 ECE 2028 – European Congress of Endocrinology  
 WCML 2028 – World Congress on Medical Law  
 Autumn Conference ECBA 2025 – European Criminal Bar Association

**Програм асоцијација** је иницијатива КБС за развијање партнерских односа између националних удружења и индустрије догађаја, у циљу припреме организованог приступа међународном конгресном тржишту. Програм је усмерен на српска удружења, друштва и институције способне да привуку међународне конгресе и пословне догађаје који промовишу српске иновације и стручност глобалној пословној и професионалној заједници. У оквиру ове активности подржане су следеће иницијативе домаћих удружења:

- EDA Serbia – подршка одржавању годишње конвенције European Demolition Association кроз препоруке простора за одржавање гала вечере, превозника, факултативних излета, као и кроз организацију и реализацију туристичког обиласка Београда отвореним аутобусом и посете Храму Светог Саве.
- Српска ортопедско трауматолошка асоцијација – подршка промоцији светског конгреса SICOT који ће бити одржан у Београду од 25. до 27. септембра 2024. године кроз туристички обилазак Београда са водичем и вечеру за чланове борда најеминентнијег светског ортопедског часописа „International Orthopaedics“ и будуће и претходне председнике и званичнике SICOT-а.
- Српско удружење за хирургију шаке - истицање кандидатуре за домаћинство Конгреса Федерације европских Удружења за хирургију шаке (FESSH 2028) током одржавања европског конгреса у Ротердаму, Холандија.

- Друштво за когнитивну и бихејвиоралну терапију Србије, UKBT – промоција конгреса који ће бити одржан у септембру 2024. Подршка националном удружењу у погледу припреме инспекцијске посете у периоду од 9. до 13. марта ове године. Обезбеђене су брошуре за госте.
- Удружење кардиолога Србије - подршка организацији инспекцијске посете, препоруке простора за друштвене догађаје, препоруке и контакти хотела различитих категорија.
- Саобраћајни факултет, професор Владимир Ђорић, Конференција TESi, која ће се одржати на Златибору у октобру ове године. Координација са ТО Златибор ради пружања подршке конференцији.
- Удружење радио станица - подршка у погледу препорука хотела за организацију конференције на Златибору.
- Удружење токсиколога Србије - подршка лекарима за одлазак на интернационални конгрес у Чиле, припрема промотивног материјала и пригодних поклона за председника Интернационалног удружења токсиколога.
- Биатлон Савез Србије – подршка у свим аспектима припреме конференције Међународне Биатлон Уније која ће се одржати у септембру ове године. Препорука хотела за конгрес, агенција за изнајмљивања бродова у Београду, простора за организацију вечере за 250 делегата, предлози туристичких тура за супруге делегата. Посредовање у комуникацији са Туристичком организацијом Београда.
- Филозофски факултет, Катедра за Археологију - подршка одласку два представника Друштва за археологију на Европски конгрес археолога у Рим. Припрема промотивног материјала, промо филма и постера за потребе штанда у Риму на којем ће бити промовисана Србија као домаћин наредног Европског конгреса археолога који ће бити одржан у Београду 2025. године.
- Удружење неурохирурга Србије- подршка националном Годишњем конгресу неурохирургије и Европског удружења за педијатријску неурохирургију, од 30. октобра до 3. новембра 2024. Подршка путовањима председника Удружења у циљу промоције наведеног конгреса и предлози туристичких обилазака и друштвених програма за учеснике конгреса за потребе њиховог сајта.
- Удружење пулмолога Србије - подршка конференцији Severe Asthma Forum SAF, одржаног у Београду од 14. до 16. јуна 2024. Препорука друштвеног програма за госте из иностранства и обезбеђивање брошура преко Туристичке организације Београда.
- Удружење геофизичара Србије - подршка Балканском конгресу (Congress of the Balkan Geophysical Society) одржаном на Копаонику од 27 до 31. маја 2024. Обезбеђивање промотивног материјала о Србији.
- Open communication, светско првенство у дебати за средњошколце од 16. до 26. јула у Београду - помоћ у прикупљању информација о боравишним таксама, комуникација са градским секретаријатом, обезбеђивање промотивног материјала о Србији и Београду.
- Удружење анестезиолога и интензивиста Србије - подршка у погледу препорука за туре, водиче, ресторане током одржавања конференције Англо-српски дани анестезије, (The 8th Anglo-Serbian Days of Anesthesia) у септембру ове године.
- Институт Винча, Нуклеарне науке - подршка организацији конвенције - COST Акције 19108, обезбеђивање промотивног материјала о Србији.
- Друштво истраживача у образовању у Србији – континуирана комуникација и саветодавна подршка, уз обезбеђивање видео материјала, у оквиру припреме за организацију конференције ECER 2025 у Београду, удружења European Educational Research Association (EERA).



- Српско Удружење стоматолога – слање промотивних филмова и препорука простора за пријем Балканског конгреса стоматолога.
- Универзитет уметности у Београду – подршка организацији Међународне конференције као увод у већи међународни пројекат у коме ће учешће узети и IFTR (Међународна Федерација за позоришна истраживања).
- Београдско удружење пчелара – подршка промоцији прве регионалне конференције о пчеларству.
- ICOM Serbia – представљање активности КБС и подршке коју пружа Удружењима у циљу охрабривања чланова ICOM (International Council of Museums) да се кандидују за организацију светског конгреса и/или састанака поткомитета ICOM-a.
- Српско удружење за пластичну реконструктивну и естетску хирургију - подршка националном конгресу са међународним учешћем, Meeting Breast, кроз промотивне материјале.
- Српско друштво за митохондријалну и слободно-радикалску физиологију – обезбеђивање промотивног материјала.
- Институт Винча - центар изузетних вредности за водоничну енергетику и обновљиве изворе енергије – обезбеђивање промотивног материјала за конференцију.
- Друштво хиспаниста Србије – препорука агенција и контакти хотела различитих категорија.
- Српско хемијско друштво – слање промотивних филмова за промоцију Међународног конгреса 19th International Conference on Chemistry.
- Друштво генетичара Србије – обезбеђивање брошура за национални конгрес са међународним учешћем, координација са ТО Златибор.
- Кик бокс савез Србије – подршка изради кандидатуре за Европско првенство у кик боксу за јуниоре за 2025. годину.

#### **10.4. Инспекцијске посете**

##### **EUROSEEDS, 19–20. фебруар**

КБС је, заједно са партнерима из индустрије и Семенарском асоцијацијом Србије, 2015. године поднео кандидатуру за одржавање конгреса тадашње Европске семенарске асоцијације (European Seed Association). Кандидатура није била успешна, пре свега, због неодговарајућих услова у Сава центру у то време. Након његовог реновирања, инспекцијом конгресног центра од стране генералног секретара, Garlich von Essen, и директорке РСО агенције Meetmany, Julie Weisenburger, поново се улази у процес за добијање овог годишњег међународног скупа који окупља у просеку око 1.100 учесника.

##### **European Association for Behavioural and Cognitive Therapies (EABCT), 8–11. март**

У инспекцијској посети боравили су представници борда Европске асоцијације за бихејвиоралну и когнитивну терапију. КБС је као вид подршке Удружењу за бихејвиоралну и когнитивну терапију. Србија ће бити домаћин европског конгреса EABCT 2024. године, а место одржавања

конференције биће Сава центар. Посета је координирана заједно са Удружењем за бихејвиоралну и когнитивну терапију Србије и агенцијом CongrExpo.

#### **European Society for Vascular Surgery (ESVS), 13–15. март**

КБС је, заједно са Удружењем кардиоваскуларних хирурга Србије и Сава центром, поднео крајем 2022. године кандидатуру за организацију Годишњег састанка Европског друштва за васкуларну хирургију 2026. године. Београд је током 2023. године изабран за домаћина овог скупа који окупља просечно 1.543 учесника (према подацима у ICCA). У посети је било троје представника асоцијације (Prof. Maarit Venermo – Executive Committee Secretary General, Dr. Vincent Jongkind – IRBD Committee Chairman, Ms. Madina Lapeyre – Programme Manager), и представница PCO агенције Congress by Design која организује њихове догађаје, Ms. Anna Hall – Project Manager, заједно са Dr. Igor Končar, Academy Committee Chairman and SRSCVS Board of Directors Member.

#### **M.C.A./jENS**

M.C.A. Events је PCO агенција са седиштем у Италији, која организује углавном медицинске конгресе за више асоцијације. Након интензивне комуникације у претходном периоду, заједно са колегама из Сава центра, уследила је посета челних људи агенције са неколицином представника више удружења у вези са одржавањем конгреса jENS (6th Congress of joint European Neonatal Societies), у Београду од 20. до 25. октобра 2025. године. Посетом су узете у обзир могућности за организацију и других састанака у оквиру удружења којима управља, или чије догађаје реализује M.C.A. Events, са идејом да Београд постане једна од њихових преферираних дестинација.

#### **EMDR Europe, 28–29.09.2024.**

У посети је боравила председавајућа Conference Committee, која директно одлучује о домаћинима годишњег конгреса Annual EMDR European Conference. Почетни контакт успостављен је на сајму Conventa 2024, где је исказано интересовање да Београд буде узет у обзир као потенцијални домаћин конгреса удружења 2029. године. У потоњој комуникацији, заједно са Сава центром, договорена је инспекцијска посета по отварању Плаве дворане СЦ. Овај догађај окупља у просеку 1.087 учесника (према подацима у ICCA), с тим што се у наредним годинама очекују и већи бројеви делегата. Почетком новембра, добијена је потврда да је Београд изабран за домаћина конгреса 2029. године.

#### **FDI World Dental Federation, 28-31. октобар**

У Београду је у периоду од 28. до 31. октобра 2024. године боравила званична делегација Светске федерације стоматолога (FDI World Dental Federation) из Женева, у циљу процене могућности да у сарадњи са Српским удружењем стоматолога 2028. године организују свој светски конгрес који број више од 6000 делегата. Током посете представници су обишли Сава Центар, 5 хотела, посебне просторе за организацију вечера и пријема (Бели двор, Хангар Луке Београд, Калемегданска тераса), а организована им је трочасовни туристички обилазак града у пратњи водича.

#### **European Society of Endocrinology, 12–13.11.2024.**

Долазак две представнице – Congress Committee Chair и Event Manager, у оквиру процеса кандидатуре за одржавање конгреса European Congress of Endocrinology 2028 у Београду. Ендокринолошка секција Српског лекарског друштва, поднела је почетком 2024. године кандидатуру за организацију European Congress of Endocrinology 2028. године у Београду.

Средином године, Београд је изабран међу дестинације у ужем избору, након чега је било потребно спремити и поднети комплетну документацију, и организовати инспекцијску посету за представнике European Society of Endocrinology, са нагласком на посети Сава центру, као предложеном месту одржавања конгреса, и чији је тим од почетка активно био укључен у процес кандидатуре.

Овај догађај окупља у просеку 3.351 учесника (према подацима у ICCA), и представља највећи и најпрестижнији конгрес у области ендокринологије у Европи. Исход се чека до краја првог квартала 2025.

### **European Society of Neuroradiology, 19–20.12.2024.**

Долазак директорке конгресног одељења удружења, у оквиру процеса кандидатуре за одржавање састанака ESNR-ESPR Course in Pediatric Neuroradiology 2026, и European Course of Neuroradiology (ECNR) за 2026/2027 или 2027/2028. годину у Београду.

Европско удружење неурорадиолога (European Society of Neuroradiology - ESNR) организовало је 2016. свој годишњи конгрес у Београду. Реч је о удружењу које током године одржава већи број састанака и курсева у Европи. Након значајног унапређења конгресне понуде током протеклих година, укључујући реновирање конгресног центра, отварање нових хотела, проширење и реконструкцију аеродрома и увођење нових авио линија, са ESNR је још на сајму Conventa 2023 успостављен контакт који је, у накнадном садејству са Сава Центром, резултирао иницијативом за организацију неколико мањих догађаја током наредних година, који окупљају по неколико стотина учесника, у оквиру најрепрезентативнијег удружења из области неурорадиологије у Европи.

### **ICCA Country and City Rankings 2023**

У 2024. години, настављено је учешће у оквиру ICCA од стране представника КБС. Подношени су редовни извештаји о одржаним догађајима који испуњавају критеријуме ICCA како би било могуће извршити поређење позиције између земаља и дестинација. У годишњем прегледу за претходну годину, објављеном средином маја, Србија се на ранг листи земаља нашла на 52. позицији у свету, и 27. у Европи, по броју међународних догађаја који су у нашој земљи одржани у 2023. години (укупно 43 конгреса). Београд је са 34 конгреса у 2023. био 66. у свету и 42. у Европи. База ове међународне организације представља драгоцен ресурс у процесу припреме кандидатура за међународне догађаје.

### **10.5. Организација студијских посета организаторима путовања и новинарима**

#### **Post-Conventa fam trip, 22–25. фебруара**

Након отварања конгресног центра „Сава“ крајем прошле године, у сарадњи са београдским хотелом Radisson Collection, Old Mill као домаћином, и осталим партнерима на дестинацији, припремљен је програм за учеснике сајма Conventa са нагласком на Београду и Србији као дестинацији за одржавање, пре свега, међународних састанка и конгреса. Пристигло је укупно 12 пријава, од којих је одабрано пет клијената – представника асоцијација, агенција и корпорација из САД, УК, Шведске, Финске и Пољске, уз накнадно отказивање представнице из САД.



#### ***10.5.2.4. Јачање капацитета запослених у Конгресном бироу***

Учешће на радионицама „Генеративна вештачка интелигенција и промпт инжењеринг са посебним фокусом на туризам/маркетинг“ у организацији Центра за дигиталну трансформацију 25. и 26. марта.

#### ***10.5.2.5. Центар за одрживост Конгресног бироа Туристичке организације Србије***

На LinkedIn профилу Стратегијске алијансе националних конгресних бироа у мају месецу покренута је двомесечна кампања промоције иницијатива националних конгресних бироа усмерених на одрживост и иницијатива КБС из новембра и децембра 2023. била је прва представљена у оквиру ових објава.

Подељена је и инфомација о успостављању платформе Sustainability Hub for Events (SHE) – иновативне алатке коју је креирао Gevme у сарадњи са иницијативом Net Zero Carbon Events иницијативом и Стратегијском алијансом националних конгресних бироа Европе. Дизајниран да подржи одрживо планирање догађаја, SHE нуди увиде и ресурсе засноване на вештачкој интелигенцији који помажу организаторима у креирању еколошки прихватљивих догађаја.

### **11. Међународна сарадња**

#### ***11.1. Активности у оквиру Европске туристичке комисије***

##### **Учешће на састанку Маркетинг групе (Marketing Group) и Earth Chapter групе Европске туристичке комисије, Атина, Грчка, 07-09. фебруар**

Редован годишњи састанак Маркетинг групе Европске туристичке комисије одржан је, по већ устаљеној пракси, заједно са састанком Групе за истраживање и аналитику тржишта. Ове године је, по први пут у исто време, одржан и састанак Chapter Earth групе.

У оквиру састанка Маркетинг групе представљени су извештај о спроведеним активностима за претходну годину и план за ову годину, представљена је упоредна анализа маркетиншких активности, а већи део састанка био је посвећен радионици Промоција одговорног туризма, што ће бити тема промоције Европске туристичке комисије у наредним годинама.

У оквиру састанка Chapter Earth групе представљен је извештај о текућим пројектима и предстојећим плановима. Велики део односиће се на израду смерница везаних за израду Климатских акционих планова намењених националним туристичким организацијама као и формирање базе досадашњих иницијатива, стратегија и преузетих обавеза националних туристичких организација у области одрживости, као и приступа у израчунавању угљеничког отиска туризма.



### **Попуњен и послат Упитник о буџетима НТО**

### **Месечно достављање текстова на задате теме за newsletter Европске туристичке комисије**

#### **Учешће на онлајн састанку Chapter Earth групе, 17. јун**

Chapter Earth је радна група за климатске акције Европске туристичке комисије која има за циљ да подржи организацију у испуњавању њених еколошких обавеза и примени приступа који је у складу са борбом против климатских промена на све области пословања. Ову групу чине представници националних туристичких организација чланова ЕТС, који се залажу за зелену транзицију туризма. Током састанка, након уводне речи госпође Катрин Ербен, председавајуће Chapter Earth групе, поднет је сажетак извештаја са генералног састанка ЕТС #107, представљен Програм рада Chapter Earth за 2024. годину, са ажурираним активностима, након чега је уследила краћа дискусија у вези са мерењем и извештавањем о угљеничком отisku у туризму. Следећи састанак групе биће у октобру 2024, онлајн.

#### **Генерална скупштини ЕТЦ, Луксембург, 22-24. новембар**

Представница ТОС-а је учествовала је на 108. заседању Генералне скупштине Европске туристичке комисије (ЕТЦ).. ЕТЦ је организација која окупља 36 националних туристичких организација Европе. Чланице ЕТЦ делују заједно кроз сарадњу у области размене најбољих пракси, израду и праћење тржишних анализа и заједничке промотивне активности, а у циљу одржавања и јачања водеће позиције Европе као туристичке дестинације.

На Генералној скупштини усвојен је извештај о раду ЕТЦ у 2024. години и план рада са буџетом за 2025. годину. На Форуму одржаном у оквиру заседања тема је била употреба одрживих начина путовања, где је посебан нагласак стављен на путовање железницом у оквиру Европе. Додељене су награде за најбоље промотивне кампање којима се подржава путовање возом (Rail Tourism Awards).



### **11.2. Resilience & Innovation Summit, Сарајево, БиХ, 05-06. јун**

Директорка ТОС-а је, на позив организатора, учествовала као пленарни предавач на овој конференцији/самиту.

Самит о „отпорности и иновацијама“ је најважнији међународни догађај посвећен туризму у југоисточној Европи у 2024. години који је окупио међународне лидере сектора туризма из регије Балкана. Самит је конципиран као платформа за размену најбољих пракси, истраживања могућности развоја нових радних места, отварање инвестиционих прилика у сектору туризма и путовања итд.

Панел на коме је директорка ТОС-а учествовала одржан је под називом The Western Balkans as a Pristine Destination, где су регионални лидери говорили о јединствености својих дестинација, али у исто време и о могућностима за регионалну сарадњу. Она је истакла специфичности Србије и истакла разне видове сарадње ТОС-а и околних земаља кроз године рада. Истакла је, између осталог, националну авио компанију као лидера у региону и као добру везу за регионалну сарадњу, као и разне могућности за сарадњу, инвестиције и развој кроз ЕХРО 2027.

На панелу су учествовали и представници/директори туристичких организација из региона: БиХ, Хрватска, Северна Македонија, Црна Гора и Албанија.

Догађај је окупио више од 500 регионалних учесника током два дана, а присутни су дошли из чак 28 земаља света.



**11.3. Састанак Радне групе Министарства туризма и омладине Србије и Министарства трговине и туризма Републике Српке, Бања Лука, Република Српска, 17. јун**

На састанку се разговарало о разним темама са циљем поспешивања сарадње у овој области. На састанку су, осим представника ТОС-а, учествовале помоћница министра туризма и омладине у Влади Републике Србије и руководицац групе за централни информациони систем у Сектору за туризам.

**11.4. Потписан меморандум о сарадњи са Азербејџаном, 27. август**

У просторијама Министарства туризма и омладине Републике Србије потписан је Меморандум о сарадњи између Туристичке организације Србије и State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan.

**ИЗВРШЕЊЕ ФИНАНСИЈСКОГ ПЛАНА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ ЗА  
ПЕРИОД 01.01.-31.12.2024. ГОДИНЕ**

**Приходи**

| Рачун | ОПИС                                                                                             | План<br>2024.      | Извршење<br>2024.  | Индекс       |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------|
| 1     | 2                                                                                                | 3                  | 4                  | 4/3          |
| 6010  | Приходи од продаје робе                                                                          | 6.500.000          | 4.952.893          | 76,20        |
| 6402  | Приходи из буџета-субвенције 451                                                                 | 500.000.000        | 500.000.000        | 100,00       |
| 6401  | Пренети приходи из претходне године                                                              | 23.571.356         | 23.516.090         | 99,77        |
| 6409  | Приходи од осталих државних давања                                                               | 47.800.000         | 46.682.099         | 97,66        |
| 66    | Финансијски приходи, камате и позитивна<br>курсна разлика код плаћања према<br>иностранству      | 50.000             | 48.951             | 97,90        |
| 67    | Остали приходи                                                                                   | 350.000            | 7.265              | 2,08         |
| 68    | Приходи од усклађивања вредности имовине                                                         | 50.000             | 0                  | 0            |
| 69    | Ефекти промене рачуноводствене политике,<br>исправке грешака ранијих периода и пренос<br>прихода | 50.000             | 0                  | 0            |
|       | <b>Укупно приходи</b>                                                                            | <b>578.371.356</b> | <b>575.207.298</b> | <b>99,45</b> |

**Расходи**

| Конто     | ОПИС                                            | План<br>2024.    | Извршење<br>2024. | Авансна<br>плаћања<br>(преузете<br>обавезе) | Индекс       |
|-----------|-------------------------------------------------|------------------|-------------------|---------------------------------------------|--------------|
| 1         | 2                                               | 3                | 4                 | 5                                           | (4+5)/3      |
| 500       | Набавна вредност продате робе                   | 5.500.000        | 3.661.299         |                                             | 66,57        |
| <b>50</b> | <b>Укупно набавна вредност<br/>продате робе</b> | <b>5.500.000</b> | <b>3.661.299</b>  |                                             | <b>66,57</b> |
|           |                                                 |                  |                   |                                             |              |
|           | <b>Трошкови материјала</b>                      |                  |                   |                                             |              |
| 511       | Трошкови осталог материјала<br>(режијског)      | 1.500.000        | 1.192.982         |                                             | 79,53        |
| 512       | Трошкови горива и енергије                      | 4.500.000        | 4.037.140         | 400.000                                     | 98,60        |
| 513       | Трошкови резервних делова                       | 200.000          | 193.788           |                                             | 96,89        |
| 514       | Трошкови једн.отписа алата и<br>инвентара       | 200.000          | 193.057           |                                             | 96,53        |
| <b>51</b> | <b>Укупно трошкови материјала</b>               | <b>6.400.000</b> | <b>5.616.967</b>  | <b>400.000</b>                              | <b>94,00</b> |
|           |                                                 |                  |                   |                                             |              |
|           |                                                 |                  |                   |                                             |              |

| Кonto      | ОПИС                                                                         | План<br>2024.      | Извршење<br>2024.  | Авансна<br>плаћања<br>(преузете<br>обавезе) | Индекс       |
|------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------------|--------------|
| 1          | 2                                                                            | 3                  | 4                  | 5                                           | (4+5)/3      |
|            | <b>Трошкови зарада, накнада<br/>зарада и остали лични расходи</b>            |                    |                    |                                             |              |
| 520        | Трошкови зарада и накнада –<br>брuto 1                                       | 82.336.320         | 74.574.645         |                                             | 90,57        |
| 521        | Трошкови доприноса на терет<br>послодавца                                    | 12.473.952         | 11.298.059         |                                             | 90,57        |
| 522        | Трошкови накнада по уговорима<br>о делу                                      | 3.900.000          | 3.727.350          |                                             | 95,57        |
| 526        | Трошкови накнада за чланове<br>Управног и Надзорног одбора                   | 11.866.000         | 10.940.310         |                                             | 92,20        |
| <b>529</b> | <b>Остали лични расходи и<br/>накнаде</b>                                    | <b>16.386.000</b>  | <b>12.721.638</b>  | <b>3.170.485</b>                            | <b>96,99</b> |
| 52900      | Остала лична примања-солидарна<br>помоћ, јубиларне награде и<br>отпремнине   | 350.000            | 346.664            |                                             | 99,05        |
| 52910      | Превоз на посао и са посла                                                   | 1.700.000          | 1.342.576          |                                             | 78,98        |
| 52911      | Трошкови сл.путовања у земљи и<br>иностран.                                  | 10.036.000         | 8.361.080          | 1.613.060                                   | 99,38        |
| 52920      | Остала давања запосленима                                                    | 300.000            | 296.934            |                                             | 98,98        |
| 52930      | Накаде трошкова физичким<br>лицима која нису запослена код<br>исплатиоца     | 4.000.000          | 2.374.384          | 1.557.425                                   | 98,30        |
| <b>52</b>  | <b>Укупно трошкови зарада,<br/>накнада зарада и остали лични<br/>расходи</b> | <b>126.962.272</b> | <b>113.262.002</b> | <b>3.170.485</b>                            | <b>91,71</b> |
|            | <b>Трошкови производних услуга</b>                                           |                    |                    |                                             |              |
| 530        | Трошкови израде по учинку –<br>издавачка делатност                           | 16.870.000         | 8.371.566          | 8.400.000                                   | 99,42        |
| 531        | Трошкови транспортних услуга и<br>телекомуникација                           | 2.800.000          | 2.596.271          | 11.835                                      | 93,15        |
| 532        | Трошкови услуга одржавања                                                    | 4.000.000          | 3.690.420          |                                             | 92,26        |
| 533        | Трошкови закупнина                                                           | 2.600.000          | 2.187.820          | 411.330                                     | 99,97        |
| 534        | Трошкови сајмова у земљи и<br>иностранству                                   | 117.550.000        | 115.715.822        | 1.768.085                                   | 99,94        |
| <b>539</b> | <b>Трошкови осталих услуга</b>                                               |                    |                    |                                             |              |
| 5390       | Трошкови манифестација у земљи                                               | 5.700.000          | 5.262.595          |                                             | 92,33        |



| Кonto | ОПИС                                                                 | План<br>2024. | Извршење<br>2024. | Авансна<br>плаћања<br>(преузете<br>обавезе) | Индекс  |
|-------|----------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------------------------------------------|---------|
| 1     | 2                                                                    | 3             | 4                 | 5                                           | (4+5)/3 |
| 5391  | Трошкови услуга за односе са јавношћу                                | 6.000.000     | 5.089.650         | 910.000                                     | 99,99   |
| 53922 | Трошкови оглашавања у земљи                                          | 25.800.000    | 25.520.319        |                                             | 98,92   |
| 53923 | Трошкови оглашавања у иностранству                                   | 9.200.000     | 8.491.480         | 423.765                                     | 96,90   |
| 5393  | Интернет оглашавање и Е маркетинг                                    | 76.100.000    | 66.877.382        | 9.220.000                                   | 100,00  |
| 5394  | Организовање студијских путовања за новинаре, туроператоре и блогере | 17.200.000    | 16.978.341        |                                             | 98,71   |
| 5395  | Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству    | 200.000       | 155.760           |                                             | 77,88   |
| 5396  | Трошкови промотивног материјала                                      | 1.000.000     | 950.071           |                                             | 95,01   |
| 5397  | Остале маркетинг активности у земљи и иностранству                   | 75.693.512    | 70.175.969        | 4.333.311                                   | 98,44   |
|       |                                                                      |               |                   |                                             |         |
| 53    | Укупно трошкови производних услуга                                   | 360.713.512   | 332.063.466       | 25.478.326                                  | 99,12   |
|       |                                                                      |               |                   |                                             |         |
| 54    | Трошкови амортизације и резервисања                                  | 7.500.000     | 7.499.110         |                                             | 99,99   |
|       | Нематеријални трошкови                                               |               |                   |                                             |         |
| 550   | Трошкови непроизводних услуга                                        | 9.000.000     | 8.619.397         | 197.861                                     | 97,97   |
| 551   | Трошкови репрезентације                                              | 10.300.000    | 10.014.183        |                                             | 97,23   |
| 552   | Трошкови премија осигурања                                           | 800.000       | 333.057           | 190.522                                     | 65,45   |
| 553   | Трошкови платног промета                                             | 650.000       | 639.359           |                                             | 98,36   |
| 554   | Трошкови чланарина у посл.удружењима и међународним асоцијацијама    | 3.900.000     | 3.894.842         |                                             | 99,87   |
| 555   | Трошкови пореза                                                      | 19.140.000    | 19.034.675        |                                             | 99,45   |
| 559   | Остали нематеријални трошкови                                        | 1.850.000     | 985.463           | 124.740                                     | 60,01   |
| 55    | Укупно нематеријални трошк.                                          | 45.640.000    | 43.520.976        | 513.123                                     | 96,48   |
|       |                                                                      |               |                   |                                             |         |
| 56    | Финансијски расходи-                                                 | 2.795.572     | 541.829           | 2.253.000                                   | 99,97   |
| 57    | Остали расходи                                                       | 12.700.000    | 7.202.021         | 5.497.000                                   | 99,99   |
| 58    | Расходи по основу усклађивања                                        | 10.110.000    | 10.073.706        |                                             | 99,64   |

| Кonto | ОПИС                                                                                                | План<br>2024.      | Извршење<br>2024.  | Авансна<br>плаћања<br>(преузете<br>обавезе) | Индекс       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------------|--------------|
| 1     | 2                                                                                                   | 3                  | 4                  | 5                                           | (4+5)/3      |
| 59    | Ефекти промене<br>рачуноводствене политике,<br>исправке грешака ранијих<br>периода и пренос расхода | 50.000             | 0                  | 0                                           | 0            |
|       | <i>Укупно</i>                                                                                       | <b>578.371.356</b> | <b>523.441.377</b> | <b>37.311.934</b>                           | <b>97,00</b> |
| I     | Укупно остварени приходи у<br>2024.год.                                                             | 575.207.298        |                    |                                             |              |
| II    | Укупно остварени расходи у<br>2024. год.                                                            | 523.441.377        |                    |                                             |              |
| III   | Разлика између прихода и<br>расхода                                                                 | 51.765.921         |                    |                                             |              |
| IV    | Пренос средстава у 2025.годину                                                                      | 37.311.934         |                    |                                             |              |
| V     | Неутрошена средства- 2024.год.                                                                      | 14.453.987         |                    |                                             |              |
| VI    | Неутрошена средства ранијих<br>година                                                               | 55.266             |                    |                                             |              |
| VII   | Укупно за поврат у буџет                                                                            | 14.509.253         |                    |                                             |              |
|       |                                                                                                     |                    |                    |                                             |              |
|       |                                                                                                     |                    |                    |                                             |              |
|       |                                                                                                     |                    |                    |                                             |              |

Разлика између прихода и расхода у износу од 51.765.921 динара, распоређена је тако, што је део средстава утрошен за авансна плаћања и преузете обавезе које се односе на 2025. годину у износу од 37.311.934 динара, а остатак средстава у износу од 14.453.987 динара, су нераспоређена средства, која се враћају у буџет. Поред тога, у буџет се враћају и неутрошена пренета средства из 2023. године у износу од 55.266 динара, тако да укупан износ средстава, који се враћа у буџет износи 14.509.253 динара.

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

ТРЕЋИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈА  
БЕОГРАД

Председник Управног одбора  
др Ратка Вушуровић

Службени гласник РС 31/2025, Датум: 11.4.2025.

### 1893

На основу члана 36. став 4. Закона о туризму („Службени гласник РС”, број 17/19), и члана 17. став 1. и члана 43. став 2. Закона о Влади („Службени гласник РС”, бр. 55/05, 71/05 – исправка, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 – УС, 72/12, 7/14 – УС, 44/14 и 30/18 – др. закон),

Влада доноси

### РЕШЕЊЕ

**о давању сагласности на Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2024. године и Завршни рачун Туристичке организације Србије за 2024. годину**

#### I

Даје се сагласност на Извештај о пословању Туристичке организације Србије од 1. јануара до 31. децембра 2024. године и Завршни рачун Туристичке организације Србије за 2024. годину, који је донео Управни одбор Туристичке организације Србије, на седници од 14. марта 2025. године.

#### II

Ово решење објавити у „Службеном гласнику Републике Србије”.

05 број 023-2843/2025

У Београду, 11. априла 2025. године

**Влада**

Председник,

**Милош Вучевић, с.р.**