

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore

PROGRAM RADA ZA 2017. GODINU

-Predlog -

Podgorica, januar 2017. godine



www.montenegro.travel

SADRŽAJ

UVOD.....	3
I TRENDOMI NA SVJETSKOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU	4
II TURISTIČKI REZULTATI CRNE GORE TOKOM 2016. GODINE	5
III EVALUACIJA PERSPEKTIVE CRNE GORE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	7
IV STRATEŠKI CILJ RAZVOJA CRNOGORSKOG TURIZMA	10
V OSNOVNI CILJEVI ZA 2017. g.	10
PLAN RADA I AKTIVNOSTI ZA 2017 g.	11
1. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA	11
1.1. Promotivne aktivnosti u inostranstvu	11
1.1.1. Sajmovi i berze turizma	11
1.1.2. Studijska putovanja turoperatora i wokshopovi.....	13
1.2. Promotivne aktivnosti u regionu	14
1.2.1 Promotivne kampanje i oglašavanje na tržištu Regiona	14
1.3. Studijska putovanja i saradnja sa novinarima, PR aktivnosti.....	15
1.4. Online promocija	16
1.4.1. Web portal	16
1.4.2. Online kampanja	17
1.4.3. Studijska putovanja blogera	17
1.5. Brošure i promotivni materijal	17
1.6. Promotivni spotovi	19
2. RAZVOJ I UNAPREĐENJE PROIZVODA	19
2.1. Program podsticajnih mjera	19
2.2. Unapređenje avio dostupnosti	21
2.3. Razvoj i unapređenje ostalih oblika turizma	21
2.4. Događaji/manifestacije u zemlji	23
3. STRATEŠKO PLANIRANJE I MARKETING	24
3.1. Strateški marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021 godine	24
3.2. Istraživanje tržišta i monitoring	24
3.3. Ostale studije i analize	25
4. MONTENEGRO CONVENTION BUREAU (MCB)	25
5. CALL CENTAR MONTENEGRO.....	26
6. SARADNJA SA INSTITUCIJAMA I ORGANIZACIJAMA	26
6.1. Saradnja u okviru međunarodnih asocijacija	26
6.2. Ostali međunarodni, regionalni projekti i regionalna saradnja	27
6.3. Saradnja sa domaćim institucijama i medijima	29
6.4. Javno privatno partnerstvo	29
ZAKLJUČAK	30

UVOD

Program rada obuhvata aktivnosti koje Nacionalna turistička organizacija Crne Gore planira da sprovede u 2017. godini.

Izrada Programa rada bazirana je na analizi ostvarenih rezultata u 2016. god., stanja na emitivnim tržištima, aktuelnih trendova u svjetskoj privredi i turizmu, stanja turističkog proizvoda, raspoloživih smještajnih kapaciteta, raspoloživih sredstava u Budžetu.

Promocija turističke ponude Crne Gore kao osnovni zadatak, a time i sve aktivnosti NTO CG, realizuju se u cilju kreiranja imidža i promocije Crne Gore kao kvalitetne, atraktivne i raznovrsne turističke destinacije tokom 365 dana u godini.

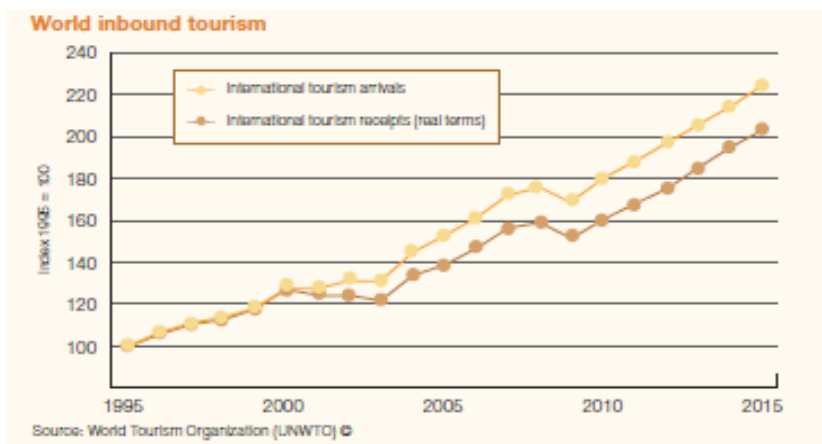
Aktivnosti planirane Programom rada i Finansijskim planom za 2017. godinu bazirane su na sličnim pretpostavkama kao i prethodne godine. Obzirom da će Strateški Marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021, kao platforma marketing aktivnosti u narednom periodu, biti završen u prvoj polovini 2017. godine, realizacija programskih aktivnosti će biti usklađena sa utvrđenim strateškim smjernicama plana.

Zakonom o Budžetu Crne Gore za 2017. god. za NTOCG je opredijeljeno 1,437,555.27 miliona €. Pored budžetskih, u 2017. godini planiran je i odredjen iznos za sopstvena sredstva, prije svega, po osnovu strateških partnerstava sa turističkom privredom, kao i po osnovu participacija lokalnih turističkih organizacija i turističke privrede za zajedničke sajamske nastupe u inostranstvu.

I TRENDOMI NA SVJETSKOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Tokom proteklih šest decenija, turizam je doživio kontinuiranu ekspanziju i raznovrsnost i postao jedna od najvećih i najbrže rastućih privrednih grana u svijetu.

Uprkos povremenim potresima, turizam pokazuje skoro neprekidni rast. Međunarodni dolasci turista su porasli sa 25 miliona na globalnom nivou u 1950., na 278 miliona u 1980., 674 miliona u 2000, i 1186 miliona u 2015 godini. Isto tako, prihod ostvaren od međunarodnog turizma je zabilježio veliko povećanje sa 2 milijarde dolara u 1950. godini, na 104 milijarde dolara u 1980, 495 milijarde dolara u 2000. i 1260 milijarde dolara u 2015. godini.



Međunarodni turizam brže raste od svjetske trgovine poslednjih godina, pa tako danas predstavlja 7% svjetskog izvoza roba i usluga.

U pogledu učešća pojedinih svjetskih regija u globalnom turističkom prometu, Evropa je na godišnjem nivou i dalje lider, sa 51% turističkog prometa na svjetskom nivou, slijede Azija i Pacifik sa 24%, pa Sjeverna i Južna Amerika sa 16% svjetskih turističkih dolazaka. Na začelju su Afrika sa 5% i Bliski Istok sa učešćem od 4%.

Međunarodni dolasci turista (noćenja) veći su za 4,6 % u 2015. godini, dostižući ukupno 1186 miliona dolara. U Americi, Aziji sa Pacifikom se bilježi rast od 6% međunarodnih dolazaka, u Evropi koja predstavlja najposjećeniji svjetski region su dolasci turista porasli za 5%, na Bliskom istoku je ostvaren rast od 2%, dok je u Africi zabilježen pad za 3%.

Učešće vazdušnog saobraćaja u ukupnim putovanjima raste iz godine u godinu, pa je tako u 2015. godini, preko 54% turista putovalo avionom, dok je ostalim prevoznim sredstvima putovalo 46% (drumskim 39%, željeznicom 2%, i vodenim putem 5%).

Tourism key figures



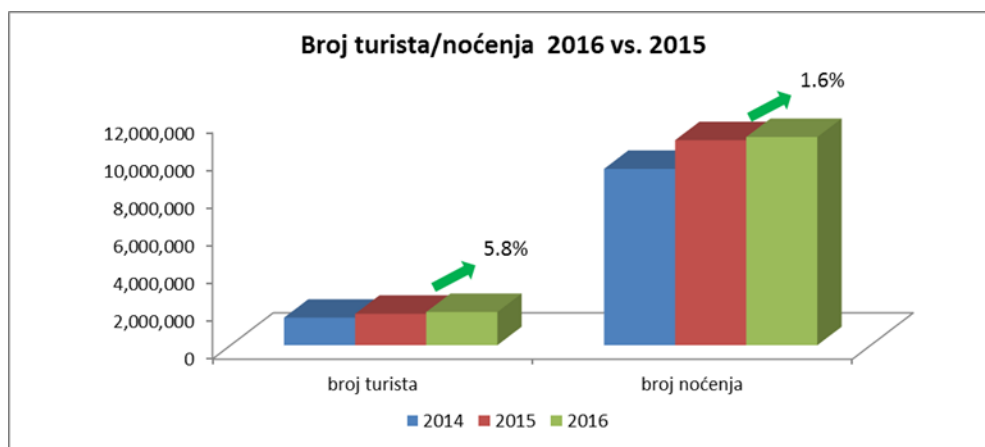
Putovanja u cilju odmora ili rekreacije predstavljaju 53%, zbog poslovnih i profesionalnih obaveza oko 14%, dok 27% ljudi putuje iz ostalih razloga (vjerski, zdravstveni, posjeta rodbini i prijateljima, itd.).

Prognoze UNWTO u januaru 2016. godine pokazuju porast na 3,5% do 4,5% rasta u međunarodnom broju dolazaka turista u 2016. godini, što je u skladu sa dugoročnom projekcijom rasta od 3,8% u periodu od 2010 do 2020 godine. Prognoze UNWTO po regionima, za 2016. su najbolje za Aziju, Pacifik i obje Amerike (+4% do +5%), zatim za Evropu (+3,5% do +4,5%), Bliski Istok i Afriku (+2 % do +5%). Prema UNWTO-voj dugoročnoj prognozi razvoja turizma za 2030., očekuje se da će porasti međunarodni dolasci turista širom svijeta za 3,3% godišnje između 2010. i 2030. godine, te da će dostići 1,8 milijardi do 2030. godine.

II TURISTIČKI REZULTATI CRNE GORE TOKOM 2016. GODINE

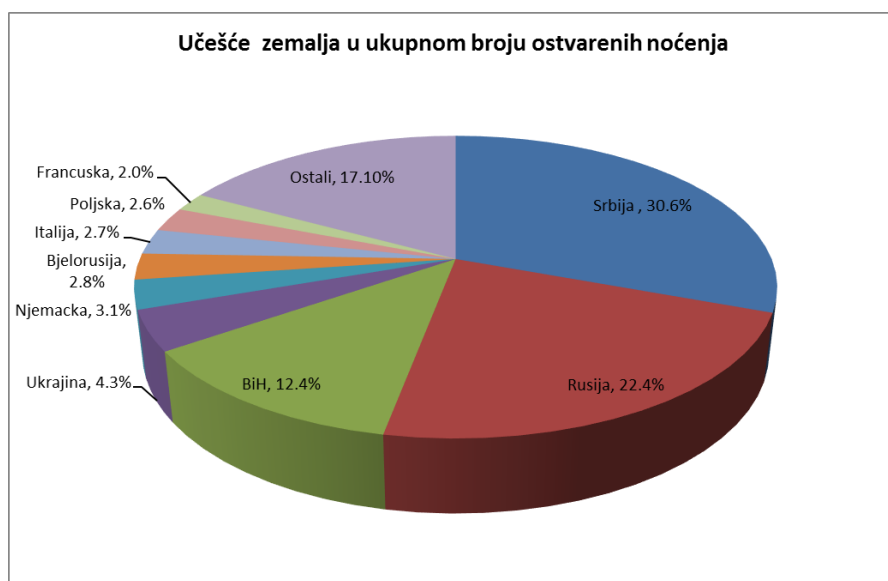
Kada govorimo o ovogodišnjim rezultatima, trenutno su za evaluaciju dostupni pokazatelji za jedanaest mjeseci, koji govore o kontinuiranom rastu broja turista, ostvarenih noćenja i ostvarenih prihoda. Prema zvaničnim statističkim podacima Monstata za jedanaest mjeseci 2016. godine, Crnu Goru je posjetilo 1,787,194 turista, ili 5,8% više nego u istom periodu prošle godine. Za isti period je ostvareno 11,153,743 noćenja, što je 1,6% više u odnosu na jedanaest mjeseci prethodne godine.

Brži porast broja dolazaka turista u odnosu na broj noćenja ukazuje na trend skraćivanja prosječne dužine boravka gostiju, tj. na kombinaciju kraćih odmora i veće mobilnosti zbog posjećivanja većeg broja različitih destinacija tokom odmora.



Izvor: Monstat

U ukupnom broju ostvarenih noćenja strani turisti učestvuju sa 94%, a domaći sa 6%. Najveće učešće u ukupno ostvarenim noćenjima stranih turista imaju: Srbija (30,6%), Rusija (22,4%), Bosna i Hercegovina (12,4%), Ukrajina (4,3%), Njemačka (3,1%), Bjelorusija (2,8%), Italija (2,7%), Poljska (2,6%), Francuska (2%), itd.



Izvor: Monstat

Uočavamo i dalje tradicionalnu dominaciju Regiona i Rusije u ukupnom broju turista i noćenja, dok je iz zemalja Zapadne Evrope evidentan rast ostvarenih noćenja i to: iz Njemačke, Italije, Francuske, Holandije, Velike Britanije, Poljske, Skandinavije, itd. Iz vanevropskih zemalja se u odnosu na isti period prethodne godine bilježi rast noćenja iz Izraela, Azerbejdžana, SAD-a, Kine, Koreje, itd.

Finansijski pokazatelji

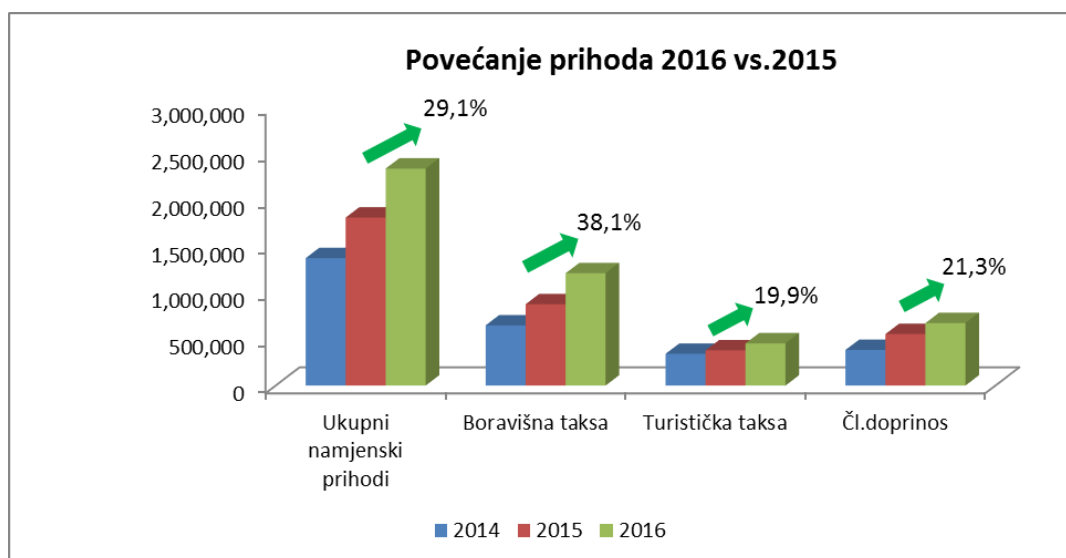
Procjena prihoda od turizma za 2016. godinu iznosi oko 830 mil. €, što je povećanje od oko 6% u odnosu na 2015. godinu.

Ukupni namjenski prihodi NTO CG za 2016. godinu koji su prihodovani na račun trezora po osnovu zakonom definisanog dijela boravišne takse, članskog doprinosa i turističke takse, iznose 2,333,867€ i veći su 29,1% u odnosu na isti period 2015. godine, a 70,3% više u odnosu na isti period 2014. godine.

Prihod NTO CG po osnovu boravišne takse za 2016. godinu iznosi 1,207,854€, što je 38,1% više u odnosu na isti period 2015. godine, a 86,7% više u odnosu na 2014. godinu.

Po osnovu turističke takse za 2016. godinu ostvaren je prihod NTO CG u iznosu od 453,892€, ili 19,9% više u odnosu na isti period 2015. godine, a 33% više u odnosu na isti period 2014. godine.

Prihodi po osnovu članskog doprinosa za 2016. godinu iznose 672,119€, što je 21,3% više u odnosu na isti period 2015. godine i 75,7% više u odnosu na posmatrani period 2014. godine.



Izvor: Ministarstvo finansija

U 2016. godini po ova tri osnova prihodovano je preko 2,3 mil €, dok opredijeljena budžetska sredstva NTO CG za 2016. godinu ukupno iznose 1,38 mil.€, što je manje oko 40% u odnosu na ostvarene namjenske prihode. Zakonom o turističkim organizacijama (član 40 i član 42J) i Zakonom o boravišnoj taksi (član 8) definisano je da se za finansiranje programa NTO CG opredjeljuje 20% od naplaćene boravišne takse, 20% turističke takse i 40% članskog doprinosa.

III EVALUACIJA PERSPEKTIVE CRNE GORE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Prema izvještaju Svjetskog savjeta za turizam i putovanja - WTTC, od 184 zemlje, Crna Gora se nalazi među prve tri države po stopama rasta turističke industrije u sljedećih deset godina. Kada su u pitanju turističke investicije, ista institucija rangira Crnu Goru među prvih osam destinacija po prognoziranoj stopi za naredni desetogodišnji period. Takođe shodno izvještajima WTTC, očekuje se da će 2026. godine prihodi od turizma biti milijardu i po eura, odnosno ukupni doprinos turizma u BDP-u od 30%. Prema projekcijama Savjeta za putovanja i turizam do 2016. doći će do porasta direktne zaposlenosti za 6,2% na 39.000 zaposlenih, a 3,3% tj 54.000 zaposlenih do 2026. godine.



Dalja očekivanja u pogledu obima fizičkog prometa turista u našoj zemlji, kao i prihoda od turizma treba razmatrati u svijetlu činjenice da se crnogorski turizam tokom posljednje decenije nalazi u periodu kontinuiranog rasta fizičkog obima prometa i prihoda od turizma te po pravilu bilježi bolje pokazatelje od evropskog prosjeka, tj. prosjeka regiona Južne Evrope/Mediterrana. Crna Gora se u turističkom smislu u navedenom periodu uglavnom oslanjala na potražnju i promet sa nekoliko ključnih tržišta, koji na godišnjem nivou generišu

više od 70% ukupnog turističkog prometa, iako je u zadnjem periodu došlo do primjetnog porasta značaja zapadnoevropskog tržišta poput Njemačke, Francuske, Velike Britanije, Holandije.

Razni krizni događaji na svjetskoj i evropskoj sceni u proteklom periodu poput ekonomske krize, terorističkih napada i prijetnje terorizma, te izbjegličke krize doveli su do različitih preusmjerenja turističkih tokova, ali i istovremenog zaoštavanja konkurentske utakmice između turističkih destinacija koje, osim cjenovnom politikom, nastoje zadržati i povećati svoja tržišna učešća značajnim ulaganjem u marketing, inovacijama i diferenciranjem u odnosu na konkurenciju.

Pred Crnu Goru se osim daljeg razvoja turističkog proizvoda u svim segmentima, postavlja izazov prepoznavanja svih relevantnih trendova na strani turističke ponude i potražnje, kao i izazov pozicioniranja njenih ključnih turističkih proizvoda, te ponuda vrijednosti na komunikacionom nivou zbog koje ćemo se pozitivno diferencirati u odnosu na konkurenciju. I pored značajnih pomaka koji su u prethodnom periodu postignuti na planu unapređenja turističke ponude i eliminisanja problema, treba imati u vidu da "tradicionalni" strukturni problemi crnogorske turističke privrede još uvijek nisu savladani, a to su:

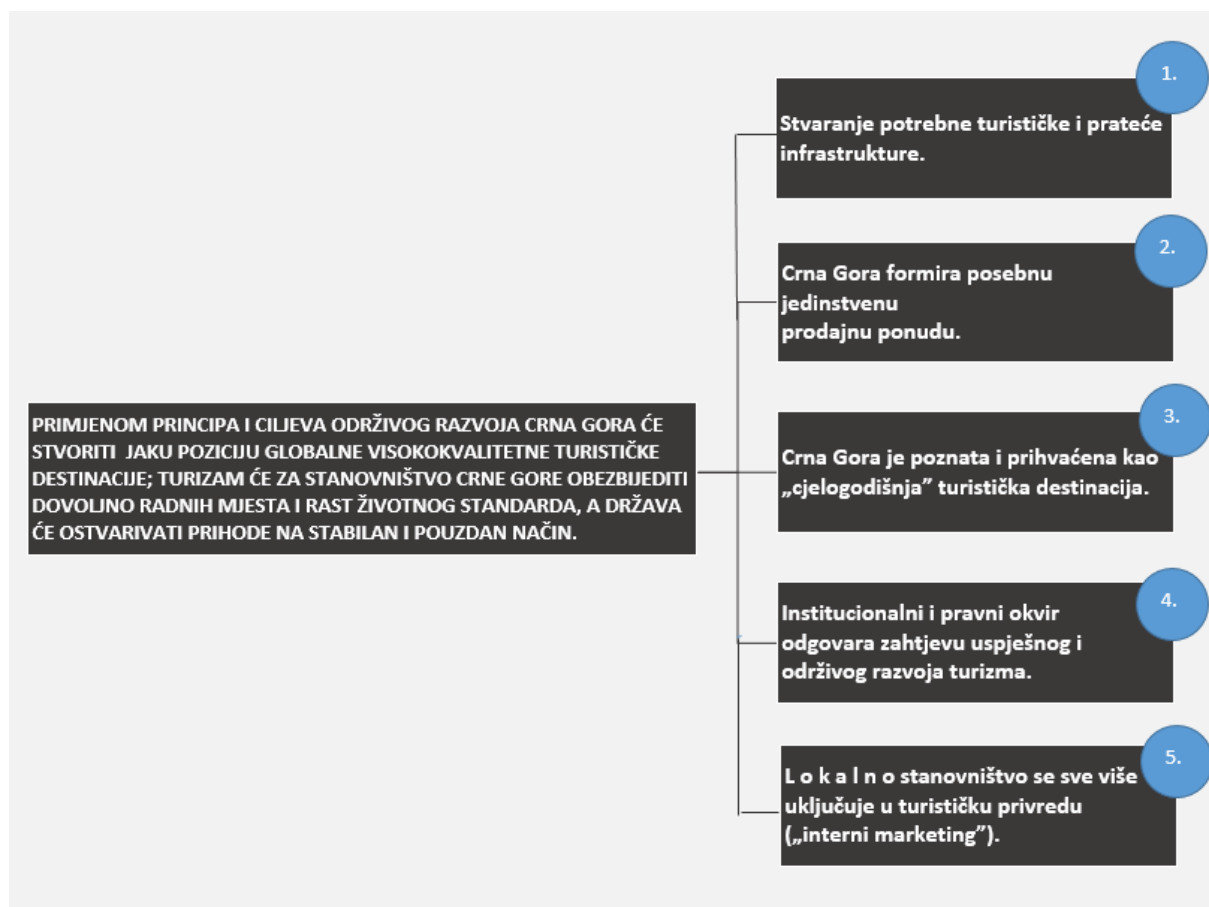


- ❖ **Visoki stepen sezonalnosti**, odnosno koncentracija turističkog prometa u ljetnjim mjesecima, što izaziva poteškoće u poslovanju turističkih firmi i smanjuje njihovu profitabilnost. Posljedice ograničenog sezonskog poslovanja odražavaju se i na mogućnosti rasta zaposlenosti u turizmu, visinu plata i stabilnost zaposlenja, kao i sklonost preduzetnika za investiranje u povećanje kapaciteta i poboljšanje raznovrsnosti i kvaliteta ponude.
- ❖ **Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta** je i dalje ograničavajući faktor Crne Gore, jer i dalje još uvijek dominira privatni smještaj, a nedostaje kvalitetnih hotelskih kapaciteta koji su bitni za produženje sezone. Trend iz posljednjih godina modernizacije i razvoja hotelske industrije koji u značajnoj mjeri mijenja crnogorski turizam svakako poboljšava konkurentsku poziciju Crne Gore na međunarodnom turističkom tržištu, nastavio se i u 2016. godini kroz direktne stane investicije i realizaciju značajnih investicija u hotelske kapacitete.
- ❖ **Nedovoljno prepoznatljiv brend Crne Gore kao turističke destinacije** - uprkos dobrim rezultatima postignutim u turističkoj promociji, Crna Gora kao brend i Crna Gora sa svojim turističkim proizvodima i atrakcijama, nije još uvijek dovoljno prepoznata na strani potražnje mnogih značajnih tržišta, kakvo je prije svega Zapadnoevropsko i Skandinavsko tržište. Izrada Strateškog marketing plana za turizam za naredni period i jačanje PR i promotivnih aktivnosti na emitivnim tržištima imaće za cilj povećanje prepoznatljivosti brenda Crne Gore.

- ❖ **Nedovoljna raznovrsnost i kvalitet ponude.** Iako je prethodnih godina napravljen određeni pomak u poboljšanju ponude, u cjelini naša turistička ponuda još uvijek zaostaje za ponudom konkurentskih zemalja i ne ispunjava zahtjeve turista koji traže raznovrsnost i nivo kvaliteta koji određeni segmenti crnogorske turističke ponude još uvijek ne nude u dovoljnoj mjeri.
- ❖ **Zavisnost o nekoliko ključnih tržišta.** Većina turističkog prometa i dalje se ostvaruje s manjeg broja tradicionalnih tržišta, prije svega tržišta Regiona i Rusije. Iako je u prethodnih nekoliko godina izražen trend privlačenja turista sa zapadnoevroskog, skandinavskog tržišta i udaljenih tržišta, mogućnosti privlačenja gostiju s novih tržišta su još uvijek ograničene zbog jake konkurencije i nedostajućih sredstava za promociju kako javnog tako i privatnog sektora. Uprkos izazovima predstavljanja Crne Gore na novim tržištima, primjetna su pozitivna kretanja sa tih tržišta.
- ❖ **Putna infrastruktura i aviodostupnost.** I pored značajnog napretka na polju unapređenja putne infrastrukture, potrebno je i dalje raditi na unapređivanju i povezivanju Crne Gore sa zemljama Regiona i Evrope. Takođe, i pored značajnih pomaka i kontinuiranog rada i unapređenja na polju aviodostupnosti, naša zemlja je još nedovoljno kvalitetno i jeftino povezana sa nekim od svojih bitnih tržišta.
- ❖ Niz drugih problema na čijoj eliminaciji treba raditi u narednom periodu kao što su: buka, smeće, deponije, generalno neljubaznost u ugostiteljskim, trgovinskim i javnim objektima, nelegalni izdavaoci smještaja, izvođenje građevinskih radova, nepoštovanje propisa o slobodnom dijelu plaža, nelegalan rad ugostiteljskih objekata (neizdavanje fiskalnih računa), dugo čekanje na graničnim prelazima, zastoji u saobraćaju, nepravilnosti kod naplate boravišne takse i prijave boravka, nestašica struje, taxi usluge, nelegalna gradnja i naplata parkinga.

IV STRATEŠKI CILJ RAZVOJA CRNOGORSKOG TURIZMA

Da podsjetimo na strateški cilj, definisan Strategijom razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, a iz kojeg proističu operativni i taktički ciljevi:



V OSNOVNI CILJEVI ZA 2017. GODINU

Osnovni ciljevi u 2017. god. su u skladu sa strateškim ciljevima razvoja turizma u Crnoj Gori:

- Nastavak pozicioniranja Crne Gore kao kvalitetne turističke destinacije u svim segmentima ponude s naglaskom na održivi razvoj.
- Kvalitetna afirmacija i pozicioniranje brenda pod sloganom „Montenegro Wild Beauty“.
- Izrada Strateškog marketing plana turizma Crne Gore 2017-2021 godine, koji će biti smjernica za dalji razvoj i unapređenje aktivnosti u turizmu u budućem periodu.
- Održavanje i povećanje pozitivnog trenda turističkog prometa.
- Unapređenje destinacijskog menadžmenta uz ciljano usmjeravanje aktivnosti i sredstava na odabrane regionalne cjeline i specifične tržišne niše.
- Dodatnu afirmaciju procesa korišćenja on line tehnologije i viralnog marketinga.

- Pojačane aktivnosti na afirmaciji manje razvijenih turističkih klastera i na promociji specifičnih turističkih proizvoda u cilju produženja turističke sezone.
- Animiranje turoperatora i novinara.
- Unapređenje aviodostupnosti.

U 2017. god. promotivne aktivnosti će biti usmjerene na tržišta Zapadne, Sjeverne, Centralne i Istočne Evrope, dok će se intenzivno nastaviti i na tržištu Regiona. Promotivne aktivnosti na udaljenim tržištima će se realizovati u saradnji sa zemljama regiona i međunarodnim institucijama (ETC i UNWTO).

U toku 2017. godine, biće završen Strateški Marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021, koja će zajedno sa Strategijom razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. biti okosnica razvoja turizma u narednom periodu.

Predviđena je i dalja afirmacija on-line komunikacije (razvoj web portala koji podrazumijeva unapređenje dizajna, optimizaciju i prestrukturiranje sadržaja, prevod sadržaja web sajt na strane jezike u skladu sa potrebama ciljanih emitivnih tržišta, promocija na postojećim i novim društvenim mrežama, i dr.).

PLAN RADA I AKTIVNOSTI ZA 2017.GODINU

1. PROMOTIVNE AKTIVNOSTI NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA

1.1. *Promotivne aktivnosti u inostranstvu*

U cilju prepoznatljivosti i unapređenja crnogorskog turističkog proizvoda, na emitivnim tržištima predviđeno je realizovanje marketinških aktivnosti kao što su: sajamski nastupi, poslovne radionice, konferencije, forumi, studijska putovanja, online promocija i PR marketing.

1.1.1. *Sajmovi i berze turizma*

Značajan segment promotivnih aktivnosti koji obavlja NTO CG jesu nastupi na sajmovima i berzama turizma, jer su sajmovi dobra osnova za održavanje ali i širenje poslovnih kontakata za turističku privredu. Velika prednost sajмова u odnosu na savremene on line medije, je neposredna komunikacija na jednom mjestu, gdje se u kratkom vremenu nalaze zainteresovane strane iz različitih djelatnosti povezanih sa turizmom. Sajam je mjesto testiranja i predstavljanja marketinških i komunikacijskih alata, ali i praćenje tih istih alata od konkurencije.



Nacionalna turistička organizacija u 2017. godini planira da nastupi na najznačajnijim međunarodnim sajmovima i berzama turizma koji su od nacionalnog interesa. Kalendar sajamskih nastupa na kojima učestvuje NTO CG u 2017.g. utvrđen je na osnovu: značaja emitivnog tržišta kao ciljnog, značaja konkretne sajamske manifestacije i značaja prisutnosti destinacije, selekcije sajamskih nastupa i redukcije u skladu sa projektovanim sredstvima, kao i interesovanja crnogorske turističke privrede i lokalnih turističkih organizacija, a u skladu sa Pravilima NTO CG o uslovima i načinu suizlaganja/participiranja na sajmovima.

Kalendar planiranih sajamskih nastupa NTO CG u 2017.god:

r.b.	Naziv sajma	Grad/Država	Vrijeme održavanja
Turistički sajmovi i berze			
1.	Ferien	Beč , Austrija	12.-15. januar
2.	F.R.E.E	Minhen, Njemačka	22.-26.februar
3.	IFT	Beograd, Srbija	23.-26. februar
4.	Ferie for Alle	Herning, Danska	24.-26. februar
5.	ITB	Berlin, Njemačka	8.-12. mart
6.	MITT	Moskva, Rusija	14.-16. mart
7.	UITT	Kijev, Ukrajina	29.-31. mart
8.	COTTM (saradnja sa TO Srbija)	Peking, Kina	Mart/April
9.	Leisure without borders	St. Petersburg, Rusija	7.-9.april
10.	KITF	Almati, Kazahstan	19.21. april
11.	TOP RESA	Pariz, Francuska	26.-29. septembar
12.	JATA Tourism EXPO (saradnja sa TO Srbija i TO Albanija)	Tokio, Japan	21.-24. septembar
13.	Sajam turizma	Novi Sad, Srbija	5.-7. oktobar
14.	TTG Incontri	Rimini, Italija	13.-15.oktobar
15.	WTM	London, Velika Britanija	6.-8. novembar
16.	TT	Varšava, Poljska	Novembar
17.	Sajmovi sa LTO-ima, privredom	(Prag, Budimpešta, Bratislava, Majami, Tel Aviv)	Februar/Mart/April
Specijalizovani samovi			
18.	Vakantiebeurs	Utreht, Holandija	10.-15. januar
19.	CMT	Štuttgart, Njemačka	14.-15. januar
Kongresni sajmovi			
20.	Conventa	Ljubljana, Slovenija	18.19. januar
21.	IMEX	Frankfurt, Njemačka	16.-18 maj
22.	IBTM	Barselona, Španija	Novembar

U zavisnosti od interesovanja privrede, procjene značaja i efekata nastupa, a u skladu sa finansijskim mogućnostima i kretanjima na tržištima, NTO CG tokom godine može izvršiti izmjene kalendara i učešća na sajamskim nastupima.

U zavisnosti od statusa potpisivanja ugovora sa Ryanair-om za letove prema Stokholmu od marta do oktobra 2017. godine, kao i u zavisnosti od interesovanja privrede, razmotriće se mogućnost učešća na sajmu turizma u Stokholmu.

Takođe, shodno direktnoj avio-konekciji sa određenim zemljama od interesa, a u zavisnosti od sredstava, umjesto sajamskih nastupa planiraće se promotivne aktivnosti u određenim gradovima (alternativno Dubai, Turska, i dr).

Integralna turistička ponuda Crne Gore na sajmovima i berzama turizma na kojima nastupa NTO CG, predstavlja se objedinjeno na štandu NTO CG. Tokom sajma u zavisnosti od mogućnosti, organizovaće se prezentacije, press konferencije, radni sastanci, intervjui, „happy hour“ na štandu isl. Sajamski nastupi se realizuju u saradnji sa resornim ministarstvom, strateškim partnerima crnogorskog turizma, lokalnim turističkim organizacijama, crnogorskom turističkom privredom i diplomatsko konzularnim predstavništvima Crne Gore.

Pored nastupa na navedenim sajmovima koje samostalno organizuje, NTO CG će biti prisutna i na sajmovima turizma čiji su organizatori lokalne turističke organizacije.

Crna Gora je 2017. godine zemlja partner sajma turizma IFT u Beogradu, što podrazumijeva sprovođenje niza aktivnosti na predstavljanju destinacije. Osim sajamskog nastupa biće organizovana i večera za zvanice, kao i "outdoor" kampanja na predstavljanju destinacije, zemlje partnera.

1.1.2. Studijska putovanja turopredstavnika i workshopovi

- ❖ **Studijska putovanja turopredstavnika.** Studijska putovanja turopredstavnika i agenata se organizuju u saradnji sa stranim turopredstavnika i njihovim domaćim partnerima u Crnoj Gori sa ciljem stvaranja jasne slike i informisanja o crnogorskom turističkom proizvodu, kao i motivacije da se proda što više paket aranžmana za Crnu Goru. Cilj studijskih putovanja predstavnika putničkih agencija i turopredstavnika je što bolje predstaviti destinaciju, njenu ponudu i proizvode. U zavisnosti od sredstava, plan je da se organizuju grupe sa određenih emitivnih tržišta: Rusije, Francuske, Njemačke, Holandije, Velike Britanije, Turske, Italije, Poljske, Regiona, kao i Kine, Japana, Koreje, Emirata, Baltičkih zemalja.



❖ **Workshopovi, poslovne radionice** - organizacija poslovnih sastanaka između crnogorskih i partnera sa emitivnih tržišta, u Crnoj Gori ili u zemlji turoperatora. Ciljne grupe su hotelijeri i agencije, kao i tamošnji mediji, a cilj je razmjena kontakata, uspostavljanje saradnje i dogovaranje konkretnih ponuda. U 2017. će se u zavisnosti od finansijske situacije i zainteresovanosti partnera i privrede da participiraju, planirati mogućnost organizovanja ovog tipa workshopova na određenim emitivnim tržištima (alternativno Zapadna Evropa Dubai, Turska, i dr.).



1.2. Promotivne aktivnosti u regionu

1.2.1. Promotivne kampanje i oglašavanje na tržištu Regiona

Ljetnja sezona

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore planira da u okviru svojih redovnih promotivnih aktivnosti poseban akcenat stavi na promociju turističke ponude Crne Gore na tržištu regiona (Srbije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Makedonije, Kosova, Albanije), te da na osnovu dosadašnjeg iskustva, zahtjeva i kretanja tržišta, na najefikasniji način promoviše turističku ponudu Crne Gore i to putem :

- učešća na sajmovima
- jednodnevnim promocijama
- organizovanjem posjete studijskih grupa novinara u CG
- media buying kampanje (TV, print i outdoor kampanja)

NTOCG planira da navedenim aktivnostima animira karakteristične ciljne grupe za svako pojedino tržište i na najbolji način približi konkretni turistički proizvod kako primorskog tako i planinskog dijela Crne Gore. Media buying kampanja i to: TV, print i outdoor na tržištima regiona očekujemo da će biti podržana iz sredstava Ministarstva održivog razvoja i turizma.

Tržište Srbije

- Sajam »IFT« u Beogradu
- Učešće na »Youth fair« u Novom Sadu
- Roadshow – promocija u većim gradovima Srbije, a takođe će se razmotriti učešće na Beogradskom manifestu
- Studijska grupa novinara iz Srbije (najznačajnijih medija iz većih gradova Srbije) u predsezoni



Tržište Bosne i Hercegovine

- Roadshow – promocija u Banja Luci i Sarajevu
- Studijska grupa novinara iz Bosne i Hercegovine u predsezoni

Tržište Slovenije

- Promotivni događaj u Ljubljani za medije i agencije

Tržište Makedonije

- Press konferencija za medije i agencije u Skoplju

Tržište Kosova

- Sajam »Travel Fair« u Prištini, u saradnji sa LTO-ma
- Press konferencije u Prištini tokom trajanja sajma

Tržište Albanije

- Press konferencija u Tirani

Zimska sezona

U cilju bolje promocije domaćih ski centara i programa novogodišnjih dočeka Nacionalna turistička organizacija Crne Gore planira niz aktivnosti, koje uključuju:

- jednodnevne promocije u Beogradu, Trebinju, Dubrovniku, Tirani, Skadru, Zagrebu i Ljubljani tokom novembra ili decembra 2017.g.
- intenzivnu outdoor kampanja na tržištu Crne Gore (Podgorica i primorje)
- organizaciju promotivnog događaja u Podgorici u saradnji sa ski centrima i LTOima (Delta City...)
- outdoor kampanju u Crnoj Gori, Trebinju, Dubrovniku i na tržištu Albanije
- studijske posjete iz Dubrovnika kao i sa tržišta Albanije (mediji i agencije)
- organizaciju studijskog boravka za medije iz Crne Gore
- produkciju promotivnih materijala (info flajer) i ostalog reklamnog materijala (kape, šalovi itd.)

1.3. Studijska putovanja i saradnja sa novinarima, PR aktivnosti

Studijska putovanja novinara - ovo je najekonomičniji i najracionalniji marketinški instrument, imajući u vidu da se sa skromnim izdacima postižu vrlo značajni efekti promocije.



Planiran je što je moguće veći broj organizovanih posjeta studijskih grupa novinara Crnoj Gori, u skladu sa raspoloživim sredstvima - novinari, urednici, producenti sa najznačajnijih emitivnih tržišta (kompletna ili djelimična organizacija - logistika, prevoz, smještaj, servisiranje itd.) – ključnih emitivnih tržišta. Odnosi sa javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u kreiranju imidža destinacije, uvođenja nove destinacije i proizvoda i značajno utiču na mišljenje i stavove turista, a time i na njihove dolaske. U skladu sa Pravilima NTO CG o uslovima i načinu podrške studijskim posjetama predstavnika medija i turoperatora, a u zavisnosti od sredstava, 2017. godine će se organizovati grupe sa sljedećih tržišta: Rusije, Francuske, Njemačke, Holandije, Velike Britanije, Turske, Poljske, Regiona, kao i Kine, Japana, Koreje, itd.

Press konferencije - Press konferencije će biti organizovane kako u zemlji, tako i u regionu i inostranstvu. Većina press konferencija u regionu i inostranstvu organizuju se tokom trajanja sajma, roadshow-a, prezentacija ili workshopova i to kao prezentacija destinacije sa novostima iz oblasti turizma, takođe organizuju se i posebne tematske prezentacije.

Media monitoring – press clipping domaćih, medija iz regiona, međunarodnih medija – samostalno, a u skladu sa mogućnostima, u saradnji sa PR i marketinškim agencijama na značajnim emitivnim tržištima.

Ostale PR aktivnosti u zemlji i inostranstvu

- PR aktivnosti, angažovanje PR agencija i drugi izdaci na emitivnim tržištima na kojima su poslovala turistička predstavništva.
- PR i marketing promocija u saradnji sa turoperatorima sa većih emitivnih tržišta, strateškim partnerima i turističkom privredom, u zemlji i na emitivnim tržištima.
- Press brifinzi i press konferencije NTO CG o aktuelnoj situaciji i novinama u turističkoj ponudi, specifičnim turističkim proizvodima, turističkom prometu, aktuelnim manifestacijama i događajima isl.
- Medijska promocija u CG – intervju, posebne turističke emisije, reportaže, specijalni dodaci i članci u štampanim medijima i sl.
- Periodično slanje press release-a, newsletter-a, novog promotivnog materijala novinskim kućama, diplomatsko-konzularnim predstavništvima i partnerima u zemlji i inostranstvu.

1.4. Online promocija

1.4.1. Web portal www.montenegro.travel

Imajući u vidu postojeću bazu podataka NTO CG, obaveze u promociji privrednih subjekata, objedinjavanje podataka na jednom mjestu, tehnološke inovacije i vizuelno-tehničko uklapanje elemenata na portalu, u narednom periodu će se raditi na uvođenju novog koncepta prezentovanja destinacije i ponude.

Novi koncept podrazumijeva unapređenje dizajna i prestrukturiranje sadržaja, čime će se portal www.montenegro.travel transformisati u dinamičan i



atraktivan portal na kojem bi svako mogao da pronađe informaciju za sebe, uživajući u modernom izgledu i naprednoj navigaciji.

1.4.2. On line kampanja

On line kampanja promocije turističkih potencijala Crne Gore će za potrebe Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i Ministarstva održivog razvoja i turizma osmisлити i sprovesti agencija „Fleka“.

Kampanja će obuhvatiti promociju na društvenim mrežama, pretraživačima, Trip Advisoru, regionalnim sajtovima, itd.



1.4.3. Studijska putovanja blogera

U 2017. godini je planirano organizovanje studijskih putovanja za blogere sa najznačajnijih emitivnih tržišta. Blog se može uporediti sa onlajn dnevnikom ili albumom, gdje su priče ili slike postavljene u obrnutom hronološkom redu, odnosno novi sadržaj uvijek se automatski postavlja na vrh stranice. Kako je u turizmu jedna od najbitnijih promocija »od usta do usta«, tekstovi koje pišu uticajni blogeri često predstavljaju značajan podsticaj prilikom donošenja odluke pri izboru destinacije.

1.5. Brošure i promotivni materijal

NTO CG će 2017. godine realizovati pripremu promotivnog materijala za potrebe cjelokupne promocije Crne Gore. Tokom godine, pored reprinta postojećih brošura i inoviranja mapa za pješaćenje i biciklizam, MICE brošure, za sajam u Beogradu i regionalnu kampanju, planira se izrada nove brošure u skladu sa novim vizuelnim rješenjima u kojoj će biti predstavljena ponuda, cijene, događaji za sezonu 2017. Takođe, plan je izrada brošure za aktivni odmor u tri jezičke varijante i brošura kojom će biti prezentovana crnogorska kuhinja, takođe u više jezičkih varijanti.



Za 2017. godinu NTO CG planira štampu sljedećeg promo materijala:

PROMOTIVNI MATERIJAL NTO-a za 2017.g.	
Naziv	Tiraž
1. Turističke karte	
1.1. Engleski jezik, reprint	3000
1.2. Njemački jezik, reprint	2000
1.3. Ruski jezik, reprint	8000
1.4. Blok turistička karta A3, reprint	50000
2. Kulturno nasljeđe	
2.1. Engleski jezik, reprint	3000
2.2. Njemački jezik, reprint	2000
2.3. Francuski jezik, reprint	1000
3. Flajer za zimsku sezonu, izrada novog flajera	20000
4. Destinacijski magazin	
4.1. Engleski jezik	2000
4.2. Njemački jezik	1000
4.3. Crnogorski jezik	1500
5. Poster 3 motiva x 300 primjeraka	900
6. DVD film (reprint)	2000
7. Mice brošura, redizajn i reprint	1000
8. Hiking & Biking mape 3 jezičke vraitnte	7000
9. Kape, majice, roll up, back drop	Alternativno
10. Aktivni odmor / novo	
10.1. Engleski jezik	1000
10.2. Njemački jezik	2000
10.3. Francuski jezik	1000
11. Kuhinje Crne Gore / novo	
11.1. Poljski jezik	500
11.2. Engleski jezik	500
11.3. Njemački jezik	500
11.4. Crnogorski jezik	500
12. Dobrodošli	
12.1. Ruski jezik	3000
13. Flajer za ljetnju sezonu, izrada novog flajera	100000
14. Nova regionalna brošura	2000

Izrada i štampa postojećeg promotivnog materijala, tokom 2017.godine, realizovati će se u skladu sa potrebama i mogućnostima, tiraž dat u tabeli je procjena stručne službe NTOCG. Dizajn promotivnog materijala je u skladu sa Konceptom marketinga za Crnu Goru i knjigom standarda.

Pored promotivnog materijala koji publikuju NTO CG i lokalne turističke organizacije o turističkoj ponudi svojih opština, novina u 2017. godini je da Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom Crne Gore priprema posebnu luksuznu brošuru "*Katalog plaža Crne Gore*" kojom će se promovisati crnogorske plaže na oko 100 strana. U brošuri će biti predstavljena sva kupališta na crnogorskoj obali, a obuhvatiće profesionalne fotografije pojedinačnih plaža

sa kratkim opisom i osnovnim podacima (opis lokacije, sastav podloge, prilaz kupalištu i ostale specifičnosti) koji će biti predstavljeni simbolima. Očekuje se da će dio tiraža ovog Kataloga plaža biti odštampan do februara 2017. godine za prezentaciju na Beogradskom sajmu turizma u februaru.

NTO CG će kroz svoje kanale promocije i distribucije svakako promovisati novi »Katalog plaža Crne Gore«, plaže koji su nosioci međunarodnog eko obilježja u okviru kampanje »Plava zastavica«, kao i aplikaciju na internet stranici JP Morsko dobro sa petnaestodnevnom analizama kvaliteta morske vode koje su dostupne svim zainteresovanim subjektima, turistima i građanima.

1.6. Promotivni spotovi – Nacionalna turistička organizacija planira promociju turističke ponude kroz izradu novog promotivnog spota za 2017. godinu, u skladu sa tim i novi vizuelni identitet za sajamske nastupe, marketing komunikaciju (print, oglase, bilborde itd). Spot će se koristiti za potrebe promovisanja Crne Gore na regionalnom i međunarodnom tržištu.

2. RAZVOJ I UNAPREĐENJE PROIZVODA

2.1. Program podsticajnih mjera

Program podsticajnih mjera u oblasti turizma za 2016./2017. godinu obuhvatio je nekoliko mjera podrške - obogaćivanje i unapređenje turističke ponude, podršku marketing aktivnostima za otvaranje novih emitivnih tržišta, podrška za dobijanje licence za kanjoniranje, organizovanje manifestacija i turističku valorizaciju i afirmaciju kulturnog naslijeđa. Program se osmišljava kao dvogodišnji iz razloga što se jedan broj projekata ne može realizovati u samoj godini raspisivanja javnog poziva, već se dio aktivnosti realizuje i u narednoj godini. Tako će u 2017. godini biti realizovani projekti iz mjere *Obogaćivanje i unapređenje turističke ponude*:

- **Ažuriranje Open Street Map podacima za region Durmitora**
Svrha ovog projekta je da se stvori infrastrukturna podloga za širenje outdoor ponude regiona Durmitor, kroz pripremu detaljnih i preciznih OSM mapa. Rezultat projekta je ažuriranje mape regiona, unošenje na desetine hiljada podataka u mapu na OSM platformi, kako bi se region Durmitora učinio dostupnim milionima korisnika OSM mapa u cijelom svijetu, kroz samu mapu ili kroz aplikacije, sajtove itd.
- **Razvoj staza za hodanje na krpljama u opštinama: Rožaje, Berane, Andrijevica i Mojkovac**
Hodanje na krpljama je turistički proizvod koji će turistima pružiti uslove za rekreaciju i aktivni odmor, a koji je od velikog značaja za unapređenje zimske turističke ponude i bolje pozicioniranje opština Rožaje, Berane, Mojkovac i Andrijevica. Planirano je da se staze za hodanje na krpljama markiraju i uredi, kako bi se omogućilo njihovo korišćenje.
- **Stvaranje uslova za razvoj biciklizma kao nove turističke ponude u Plavu i Gusinju.**
Obzirom da je biciklizam jedan od sportova na kojem se bazira razvoj aktivnog turizma u opštinama Plav i Gusinje, potrebno je postojeće biciklističke staze staviti u funkciju u smislu obezbjeđivanja opreme za korišćenje istih. U tom smislu neophodna



je nabavka bicikala i kaciga za rentiranje, zatim magacin sa skladištenje bicikala, kao i držači za bicikla. Takođe, potrebna su sredstva za promociju biciklističkih staza, kao i za promociju turističkih lokaliteta i atrakcija Plava i Gusinja.

- **Uređenje pristupne staze za arheološko nalazište "Torine i pećine kraljice Jerine"**

Cilj projekta je da se turistički valorizuje veoma vrijedno arheološko nalazište i stavi u funkciju razvoja turizma opštine Petnjica. Plan je da se uredi prilazna staza i vidikovac do arheološkog lokaliteta „Torine“, a koji je u neposrednoj blizini lokaliteta pećine „Jerine“, do koje bi se uradila pješačka staza, a koji zajedno čine jednu turističku cjelinu.

- **Prošćenske planine, biser Mojkovca**

Cilj projekta je da se Prošćenske planine, kao lokalitet izuzetne ljepote a koji je malo poznat među ljubiteljima planina i aktivnog turizma, valorizuje kao turistička atrakcija. U tom smislu u planu je uređenje odmorišta u okviru planinarskog doma, zatim uređenje izvorišta planinske vode koje se nalazi na planinarskoj stazi, kao i uređenje planinarskih staza – markiranje, čišćenje, postavljanje putokaza i vidikovaca.

- **Bangee skokovi sa mosta na Đurđevića Tari**

Realizacijom projekta bi se obogatila turistička ponuda, ne samo NP Dumitor, već i Žabljaka i cijele Crne Gore. Bangee bi se postavio na atraktivnoj lokaciji, mostu na Đurđevića Tari, čime bi se dodatno promovisala ova lokacija a samim tim i cijela planinska regija Crne Gore.

- **Od Tare do Ckare**

Projekat ima za cilj valorizaciju planine Sinjajevina u turističke i sportsko-rekreativne svrhe. Projektom je planirana adaptacija polazišta za planinare odakle počinje uspon prema lokalitetu Ckara i Sinjajevini, zatim markiranje planinarske staze do planinarskog doma na Ckari, kao i uređenje polazišta za paraglajdere.

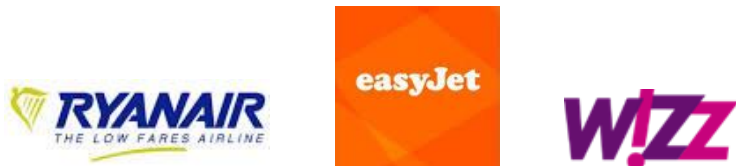
- **Take Your Time & Take a By - Road**

Cilj ovog projekta je online promocija seoskih domaćinstava, aktivnog turizma i nacionalne kuhinje. Projekat se fokusira na 15 novih malih biznisa iz svih krajeva Crne Gore, prije svega seoskih domaćinstava ali i pružaoca usluga aktivnog turizma čija će se ponuda predstaviti na novom sajtu agencije Montenegro Adventures. Projekat se realizuje u sva 3 regiona: primorskom, centralnom i sjevernom.

U 2017. godini se planira i realizacija mjere za podršku za sticanje licence za kanjoniranje jer je u tom dijelu predložena izmjena iznosa podrške što je uslovljavala da se sa realizacijom, ukoliko izmjena bude prihvaćena, otpočne u narednoj godini.

NTOCG će, u saradnji sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, predložiti Vladi donošenje programa podsticajnih mjera i za 2017./2018. godinu koji će biti usmjeren na obogaćivanje i unapređenje turističke ponude kroz bolju valorizaciju prirodnih resursa, očuvanje i valorizaciju kulturne baštine i organizovanje manifestacija i događaja kojim se afirmišu kulturne vrijednosti destinacije.

2.2. Unapređenje avio dostupnosti



Obzirom da je Crna Gora prije svega aviodestinacija, u 2017. godini će se nastaviti aktivnosti na unapređenju aviodostupnosti.

Tokom 2016. kompanija **Ryanair** je realizovala letove za London i Brisel, tokom cijele godine. Od 4. septembra u saradnji sa ovom avio kompanijom otvorena je i nova avio linija prema Berlinu dva puta nedjeljno. Tokom 2017. godine, nastaviće se pregovori za nastavak saradnje sa ovom aviokompanijom.

Tokom 2016. godine uspostavljena je trogodišnja saradnja sa kompanijom **EasyJet**, koja je realizovala letove prema Londonu i Mančesteru tokom IATA sezone. Za sledeću godinu je najavljena nova avio linija iz Ženeve prema Tivtu, od 01. jula do 02. septembra, bez subvencija od strane Vlade Crne Gore.

Takođe je uspostavljena trogodišnja saradnja sa mađarskom niskotarifnom kompanijom **Wizz Air**. Od 20. avgusta 2016. godine, realizovane su avio linije iz Podgorice prema Milanu (aerodrom Bergamo) i Minhenu (aerodrom Memingen), dva puta sedmično tokom cijele godine. Za 2017. godinu planira se i otvaranje linije prema Budimpešti, bez subvencija od strane Vlade Crne Gore.

Navedene avio kompanije su umnogome doprinijele povećanju prometa posebno u periodu van sezone, te će NTO CG zajedno sa svojim partnerima i dalje pružati podršku uspostavljanju aviolinija.

2.3. Razvoj i unapređenje ostalih oblika turizma

U cilju produženja turističke sezone i bolje iskorišćenosti kapaciteta u 2017.g. u okviru svojih mogućnosti i nadležnosti, Nacionalna turistička organizacija će pored daljeg razvoja MICE tj. kongresnog turizma, usmjeriti aktivnosti na razvoj i promociju i drugih specifičnih vidova turizma u cilju popularizacije određenih niša turističke ponude, kao npr: obrazovni turizam, turizam zasnovan na prirodi, aktivni i ekstremni sportovi, nautički, seoski turizam i dr., kroz aktivnu ulogu u realizaciji konkretnih aktivnosti (workshopova, radionica, publikacija promo materijala i sl.).

- **Obrazovni turizam** – Obzirom da se razvoj obrazovnog turizma ne može zamisliti bez dobro osmišljenih programa, NTO CG će nastaviti sa inicijativom prema Ministarstvu prosvjete i Zavodu za školstvo, da se po uzoru na program škole skijanja u prethodnoj godini, nastavi sa pisanjem obrazovnih programa na osnovu kojih će turistička privreda razvijati

kapacitete i stvarati novi turistički proizvod koji će za početak biti namijenjen domaćem tržištu. NTO CG će organizovati promotivne aktivnosti za svaki od usvojenih programa.

- **Aktivni turizam** - Ovaj vid turizma je sve popularniji i veoma je atraktivan posebno za mlade ljude. U tom smislu, NTO CG će razmotriti mogućnosti za organizaciju ili suorganizaciju raznih događaja i manifestacija kao što su: KITE događaj na Velikoj plaži u Ulcinju, zatim vezano za promociju zimskog turizma neke od manifestacija kao što su: Ski opening, Snow dance, Snow fest, Pond skimming, itd. U cilju unapređenja i daljeg razvoja aktivnog turizma (planinarenje, pješaćenje, biciklizam, aktivni i ekstremni sportovi, itd), pored ostalih aktivnosti, predviđeno je i učešće na specijalizovanim sajmovima u Njemačkoj i Holandiji, (Štutgart i Utreht) u 2017. godini.



Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je planirala da u 2017 godini predstavi svoju ponudu za pješaćenje, planinarenje na jednoj od najvećih otvorenih platformi Evrope za pješaćke i biciklističke staze, izlete i planiranje aktivnog putovanja www.outdooractive.com. Broj članova je 315 000 a mjesečna posjeta sajtu se kreće između 2.2 miliona i 1.7 miliona na mjesečnom nivou. U saradnji sa Ministarstvom za održivi razvoj i turizam, Nacionalnim parkovima i Planinarskim savezom Crne Gore definišće se najatraktivnije pješaćke staze koje će biti predstavljene na ovoj platformi. Sadržaj i usluge portala će podrazumijevati intenzivnu marketing podršku kako bi crnogorska ponuda bila što vidljivija. Ponuda sadrži besplatan pristup CMS sistemu na 6 mjeseci sa mogućnošću unošenja GPX podataka, fotografija i teksta za sve staze. Broj staza je neograničen. Ponuda sadrži promociju Crne Gore na početnoj strani platforme, Newsletter 2 puta mjesečno za 70 000 pretplatnika, najvidljivija pozicija na mobilnoj aplikaciji, brendiranje destinacije i povećanje vidljivosti. Planirana je višegodišnja saradnja sa ovom kompanijom.

- **Ruralni turizam** je značajno turističko područje sa velikim potencijalom, u kojem se pružaju velike mogućnosti za produženje turističke sezone i doprinos novom kvalitetu crnogorskog turizma. Ruralni turizam predstavlja odličan način da se spoje boravak u prirodi, aktivan ili pasivan odmor i upoznavanje sa kulturom i tradicijom nekog kraja. Crna Gora ima odlične preduslove za razvoj turizma, pogotovu u sjevernom regionu i te mogućnosti treba iskoristiti. NTO CG će, u saradnji sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, u tom pravcu preduzeti određene aktivnosti, kao što su: priprema konceptualnog okvira za izradu Master plana ruralnog turizma Crne Gore, priprema baze ruralnih domaćinstava, sastanci i dogovori sa LTO-vima, privredom, asocijacijama ruralnog turizma, priprema promo brošura itd.



- **Nautički turizam** posljednjih godina bilježi jednu od najviših razvojnih stopa u evropskoj ekonomiji. U Crnoj Gori nautički turizam nalazi se u početnom razvojnom razdoblju i njegov potencijal i

visoki rezultati se tek očekuju u narednim godinama. U posljednjim godinama u Crnoj Gori primjetan je trend intenzivnog rasta turističke ponude na brodskim kružnim putovanjima, tj. kruzing. U Crnoj Gori je prisutan međunarodni kruzing dok krstarenje domaćim vodama nije na istom nivou. U cilju unapređenja i razvoja nautičkog turizma, NTO CG će u 2017. godini u zavisnosti od finansijskih sredstava razmotriti učešće na određenim sajmovima za nautički turizam, kao i organizovati studijsku grupu novinara, specijalizovanih za nautički turizam.

2.4. Događaji i manifestacije u Crnoj Gori

NTO CG će promovisati manifestacije i događaje koje se organizuju u zemlji putem izrađenog Kalendara manifestacija koji će zainteresovanima i potencijalnim turistima (online i offline) pružiti konkretne, sažete i korisne informacije o manifestacijama tokom godine u Crnoj Gori.

- ❖ **Kampanja – Novogodišnji praznici i zimska sezona** – promocija dočeka Nove godine u crnogorskim gradovima, i promocija zimske turističke sezone 2016/2017 - u zimskim centrima i skijalištima u Crnoj Gori u cilju afirmacije zimske turističke ponude, popularizacije ski sportova i porodičnog odmora na snijegu uz tzv. soft sportske aktivnosti (snow shoeing, tur skiing, snow kiting, nordijsko skijanje).
- ❖ **Turistički Forum** - treći po redu turistički forum u organizaciji NTOCG na kojem će biti prisutne lokalne turističke organizacije iz Crne Gore i regiona planiran je za treći kvartal 2017. godine. Cilj je da se kroz organizovanje panel diskusija učesnici informišu, razmijene iskustva i razgovaraju o aktuelnim temama, kao i da se podstakne bolja saradnja medju organizacijama.
- ❖ **Adriatic Sea Forum** - Crna Gora ce 2017. godine biti domaćin Adriatic Sea Forum konferencije. Ova konferencija je namijenjena svima koji posluju ili su na bilo koji način povezani s kružnim putovanjima, trajektnim prevozom i nautičkim turizmom na području Jadrana. Forum okuplja više od 300 učesnika, a posjećuju ga predstavnici javnog sektora i EU fondova, predstavnici preduzeća iz sektora nautičkog turizma, predstavnici trajektnih kompanija i kompanija za kružna putovanja, pružaoci usluga u hotelijerstvu i turizmu, itd. Učešće na Adriatic Sea Forumu prilika je za širenje mreže poslovnih kontakata, pokretanje novih saradnji, predstavljanje preduzeća i projekata, te sticanje dodatnih znanja iz oblasti nautičkog turizma.
- ❖ **ETC MIG sastanak** - NTO CG ce biti domaćin godišnjeg sastanka ETC radne grupe za marketing i istraživanje, koji će se održati u periodu od 1. do 4.marta u Budvi.
- ❖ **Wild Beauty Award 2017** - pod visokim pokroviteljstvom Predsjednika Crne Gore, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će i 2017.g. organizovati dodjelu godišnjih nagrada za kvalitet i doprinos razvoju turizma "Wild Beauty Award - WBA 2017". Dodjelu ovog prestižnog nacionalnog priznanja ustanovio je Savjet za turizam Vlade 2005.g. a nagrade se dodjeljuju krajem godine. WBA se odvija u pravcu podsticanja i afirmacije sektora turizma, unapređenja kvaliteta, promocije i konkurencije, slijedeći strateško opredjeljenje za stvaranje održivog i prepoznatljivog turističkog proizvoda čija je osnovna premisa kvalitet na svim nivoima ponude.



❖ **Podrška ostalim manifestacijama u Crnoj**

Gori - NTO CG će logistički, a shodno mogućnostima i finansijski podržavati manifestacije i aktivnosti posebno nerazvijenih turističkih opština. Takođe će logistički podržavati i učestvovati u održavanju ostalih zabavnih, sportskih i ostalih manifestacija u zemlji koje imaju za cilj unapređenje turističkog proizvoda, kao i stvaranje prepoznatljivog imidža crnogorskog turizma i zemlje u cjelini.



3. STRATEŠKO PLANIRANJE I MARKETING

3.1. *Strateški marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021 godine*

U septembru 2016. godine zaključen je Ugovor za izradu strateškog marketing plana turizma Crne Gore za period 2017-2021. sa kompanijom THR iz Španije. Osnovni cilj izrade Strateškog marketing plana je definisanje ciljeva, principa i mehanizama kontinuiranog marketinškog djelovanja. Kroz sveobuhvatnu analizu globalnih trendova, tražnje, stanja ponude, konkurencije, tehnika komunikacije, postojeće ponude, njene afirmacije i promocije, definisaće se strateške marketinško-planske smjernice za razvoj crnogorskog turizma u petogodišnjem periodu. Plan će definisati strateške smjernice sa detaljnom razradom za razdoblje 2017-2021, i dati listu mjera sa naznakom prioriteta i procjenom sredstava neophodnih za njihovu realizaciju.

3.2. *Istraživanje tržišta i monitoring*

»Guest Survey« - Nacionalna turistička organizacija (NTO) Crne Gore će sprovesti istraživanje u cilju identifikacije stepena zadovoljstva turista, konkretnih problema i smjernica za unapređenje ponude. Planira se novo istraživanje za 2017. godinu, gdje će se dobiti značajni rezultati za sve učesnike istraživanja (Ministarstvo, NTO CG, LTO/RTO i privredu), koji će biti smjernica za dalji razvoj proizvoda u pravcu podizanja kvaliteta i konkurentnosti. Anketiraće se domaći i inostrani turisti u komercijalnim smještajnim objektima (hotelima, turističkim naseljima, privatnom smještaju) u ljetnjim mjesecima u primorskom regionu.

Tokom 2017. godine planirana je i realizacija brend analize u zemljama regiona o nacionalnom turističkom brendu pod sloganom Crna Gora divlja ljepota. Na osnovu rezultata ove analize biće pripremljene smjernice za unapređenje brenda.

NTO CG planira uspostavljanje veće saradnje sa Centralnom bankom Crne Gore u dijelu sprovođenja istraživanja i analiza i korišćenja rezultata za procjenu prihoda koje generiše turizam.

3.3. Ostale studije i analize

NTO CG kao članica Evropske komisije za turizam i putovanja (ETC), Pacific Tourism Association (PATA) asocijacije, može koristiti studije i analize na međunarodnom tj. evropskom nivou koje izrađuju ove institucije u saradnji sa partnerima.

Pored toga, prema potrebi i u zavisnosti od prioriteta i mogućnosti, planiraće se analize pojedinih tržišta, ciljnih grupa segmenata ponude, aktuelnih trendova u turizmu u svijetu (analiza konkurentnih destinacija, globalna turistička statistika, turistička kretanja emitivnih tržišta i sl).

4. MONTENEGRO CONVENTION BUREAU (MCB)

Crnogorski kongresni biro (MCB) je poseban organ u okviru Nacionalne turističke organizacije Crne Gore specijalizovan za MICE turizam. MCB će svojim radom u 2017. g. podsticati saradnju privatnog i javnog sektora u cilju boljeg plasmana ove vrste ponude, kao i proces kandidovanja i podršku organizatorima međunarodnih sastanaka i podsticajnih putovanja. MCB će inicirati aktivnosti, sastanke, radionice koje će doprinijeti razvoju i unapređenju svih elemenata crnogorske MICE ponude.



- ✓ *Organizacija nastupa na MICE sajmovima:* MCB u 2017.g. planira nastup na sajmu kongresnog turizma „Conventa“ u Ljubljani u januaru 2017. g, zatim na specijalizovanoj MICE berzi „IMEX“ koja će se održati u aprilu 2017., u Frankfurtu, Njemačka. Tokom trajanja berze posebna pažnja usmjeriće se na povezivanje crnogorske turističke privrede (članovi MCB-a) sa predstavnicima inostrane potražnje i takođe na sajmu IBTM u Barseloni u decembru.
- ✓ *Članstvo u Medjunarodnom udruženju kongresa i konvencija (ICCA) i Strateškoj alijansi evropskih kongresnih biroa (SANCB),* što će omogućiti bolju promociju Crne Gore na medjunarodnom MICE tržištu, pristup podacima iz ove oblasti turizma, pristup bazi podataka medjunarodnih konferencija i kongresa i apliciranje za iste, edukativne radionice itd.
- ✓ *Organizacija studijskih putovanja hosted buyera i novinara* - na osnovu interesovanja i u skladu sa finansijskim sredstvima i uz saradnju i podršku članova MCB-a, biće organizovan određen broj individualnih ili grupnih studijskih putovanja, specijalizovanih MICE magazina i grupa „hosted buyera“ (zaduženih za planiranje, organizaciju i finansijske odluke za ovaj segment).
- ✓ *Promocija u specijalizovanim magazinima* u cilju informisanja korporativnog sektora o mogućnostima organizacije skupova u Crnoj Gori.
- ✓ *Izrada novog dizajna i štampa brošure «Montenegro Meeting and Incentive Guide»* u kojoj su predstavljeni svi članovi biroa sa kapacitetima (hoteli i DMC).



- ✓ Ažuriranje postojećeg website-a www.montenegro.travel, sa novom web prezentacijom za MICE turizam, u okviru zvaničnog turističkog portala.
- ✓ U skladu sa mogućnostima i kapacitetima Crne Gore, Crnogorski kongresni biro će tokom 2017. godine u saradnji sa članovima aplicirati za održavanje i učešće na određenim međunarodnim skupovima, a takođe u zavisnosti od interesovanja privrede potencijalno će biti organizovani odgovarajući treninzi i sajmovi.

5. CALL CENTAR MONTENEGRO

Aktivnosti Call Centra Montenegro (telefona za informacije, sugestije, pritužbe i pohvale) će se nastaviti i u 2017. godini. Pozivom na broj 0 8000 1300, svi građani i turisti će i dalje moći dobiti turističke i opšte servisne informacije, uložiti primjedbe, žalbe i pohvale.

6. SARADNJA SA INSTITUCIJAMA I ORGANIZACIJAMA

6.1. Saradnja u okviru međunarodnih asocijacija

NTO sarađuje sa sljedećim međunarodnim institucijama iz oblasti turizma:



Evropskom Komisijom za turizam i putovanja (**ETC**) – članstvo NTO CG pruža mogućnost za učešće u radu Generalne skupštine, Borda direktora, radnih tijela i grupa, kao i istraživanja koje ETC sprovodi.



Svjetskom turističkom organizacijom UN (**UNWTO**) – Ministarstvo održivog razvoja i turizma je član. Transfer znanja i razmjena iskustava, korišćenje baze podataka i studija istraživanja tržišta, saradnje na realizaciji zajedničkih projekata međunarodnih i regionalnih razvojnih i promotivnih projekata, mogućnosti usavršavanja i obuka, promociji destinacije kroz sopstvene instrumente marketinga, itd.



Svjetskim savjetom za turizam i putovanja (**WTTC**) - u saradnji sa resornim Ministarstvom prethodnih godina kreiran je i poseban izvještaj o Crnoj Gori, sa analizom trenutne situacije u turizmu i uticaju turizma na ekonomiju generalno u CG, kao i projekcijama za naredni period. Nekoliko godina zaredom WTTC je proglašavao Crnu Goru jednom od najbrže rastućih turističkih destinacija u svijetu.



NTO CG je od 2016 godine član asocijacije PATA koja je jedna od najvećih organizacija u oblasti turizma na geografskom području Pacifika i Azije. Benefiti od članstva u ovoj organizaciji su brojni, počev od pristupa istraživanjima i prognozama u oblasti turizma, prisustvo dodadjajima koje organizuju svuda



po svijetu, mogućnosti učešća na obukama koje organizuju, promovisanja u njihovom promo materijalu, itd.

- ❖ Nacionalnim turističkim organizacijama drugih zemalja.
- ❖ Kongresnim biroima na tržištu Evrope u cilju realizacije zajedničkih projekata, razmjene iskustva i informacija na MICE tržištu.
- ❖ Ostalim institucijama i međunarodnim udruženjima iz oblasti turizma: SITE (Society of Incentive and Travel Executives); ICCA (International Congress and Convention Association), Leave no Trace, JICA (Japan International Cooperation Agency) i sl.

6.2. Ostali međunarodni, regionalni projekti i regionalna saradnja

- ❖ **EU/IPA projekti** - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, kao i druge javne institucije, sve je više upućena na međunarodnu saradnju putem projekata koji se finansiraju iz fondova Evropske unije. Aktivnosti Nacionalne turističke organizacije kroz učešće u IPA projektima i projektima prekogranične saradnje su otpočele sa sprovođenjem od 2011. godine. U IPA I programu (u razdoblju od 2007. do 2013. godine) uspješno su implementirani Jadranski IPA projekat Tur.Grate2, Nautour, Holiday4all, DIOD, WBAADT. IPA II predstavlja novi okvir za pretpristupnu podršku Evropske unije za period 2014-2020, u okviru koga je NTO CG aplicirala za Adrion projekte kao i za prekogranične projekte, pa su u skladu sa tim očekivanja da će neki od tih projekata biti odobreni u 2017 godini.
- ❖ **Projekat "Ka nisko-karbonskom turizmu"** - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je partner u projektu koji sprovodi Centar za održivi razvoj, kao zajednički program UNDP i Vlade Crne Gore, "Ka nisko-karbonskom turizmu". Projekat finansira Globalni fond za zaštitu životne sredine (GEF), a predviđeno je da traje do 2019. godine. Riječ je o ekološki prihvatljivom razvoju turizma koji neće devastirati prirodu, a donijeće ekonomsku dobit. Razvoj nisko-karbonskog turizma podrazumijeva i uvođenje eko-sertifikacije smještajnih kapaciteta. Ta oznaka uvjerava potrošače da iza sertifikovanih proizvoda ili objekata postoji snažna posvećenost proizvođača održivoj praksi, kao i da se korisniku usluge ili proizvoda, pruža visoko kvalitetno iskustvo turizma utemeljenog na prirodi. Eko-sertifikacija istovremeno povećava efikasnost u upravljanju turističkim resursima i privlači ekološki odgovorne turiste. Projekat se realizuje kroz saradnju sa centralnom i lokalnom vlašću, našim aerodromima i nacionalnom avio-kompanijom Montenegro Airlines, turističkom privredom, kao i naučnom javnošću i nevladinim sektorom, sa ciljem re-brandiranja Crne Gore kao ekološke države na globalnom turističkom tržištu.
- ❖ **Regionalna saradnja**
U cilju unapređenja promocije destinacije na udaljenim tržištima Kine, Koreje, Japana nastaviće se saradnja sa regionalnim turističkim organizacijama Srbije, Albanije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske.

Kina - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore u kontinuitetu od 2008. godine sprovodi promotivne aktivnosti na emitivnom tržištu NR Kine. Promotivne aktivnosti su započete tokom OI u Pekingu 2008. godine, nastavljene tokom svjetske izložbe u Šangaju 2010. godine, nastupima na sajmovima i berzama turizma i prezentacijama turističke ponude. Inicijativa "16+1" se pokazala kao jedna od najuspješnijih kada je u pitanju regionalna saradnja. Inicijativu podržava NR Kina, kako logistički tako i finansijski, dok je zajednički koordinacioni centar lociran u Budimpešti u prostorijama Nacionalne turističke organizacije Madjarske. Inicijativa ima jasne ciljeve, strategiju i ima podršku većine zemalja članica. Redovno se održavaju sastanci na visokom (ministarskom nivou) i na nivou nacionalnih koordinatora. U okviru inicijative je uspostavljena i saradnja sa NTO Kine (CNTA) koja pruža logističku podršku na promociji ovog regiona. Uspostavljen je i websajt <http://ceec-china.travel/>, a u planu je i štampanje promotivnog materijala. Kroz inicijativu se organizuju i zajednički nastup na sajmovima turizma u NR Kini. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je na sajmu turizma UTAZAS u Budimpešti u okviru inicijative „16+1” (zemlje centralne i jugoistočne Evrope i NR Kina) učestvovala u poslovnoj radionici/workshopu sa najznačajnijim kineskim turoperatorima koji su zainteresovani da u svoju ponudu uključe region Balkana. Osim kroz ovu inicijativu, NTO Crne Gore je uspostavila saradnju sa NTO Srbije u oblasti razvoja proizvoda i njegove promocije te započeli sa kreiranjem zajedničkog vizuelnog identiteta i slogana Wild Soul of Europe – kombinacijom Wild Beauty i Soul Food. Sa ovim identitetom se nastupalo na sajmovima turizma u NR Kini, promovisan je i tokom zajedničkih studijskih putovanja novinara i turoperatora iz NR Kine, kroz medijske nastupe i članke, takodje i kroz online kampanju. Predstavlja dobar model regionalne saradnje koji se proširio i na druga udaljena tržišta. Osim bolje percepcije na kineskom tržištu, ova inicijativa je uticala i na smanjenje troškova promotivnih aktivnosti. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore za 2017. godinu, planira u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije nastup na sajmu turizma COTTM u Pekingu ili ITB China u Šangaju. Osim sajma, NTO CG planira organizovanje studijskih posjeta novinara i turoperatora iz Kine.

Koreja - Koreja je jedna od najačih ekonomija u Aziji. Zemlja sa visokom stopom putovanja i visokom prosječnom potrošnjom po turisti. Putuju uglavnom tokom januara i februara, kao i krajem septembra i oktobra što je od značaja za Crnu Goru i smanjivanje sezonalnosti. Kada je u pitanju smještaj preferiraju moderne hotele ali uglavnom odsijedaju u hotelima srednje kategorije. Za dolazak u Crnu Goru im nije potrebna viza što je još jedna od olakšavajućih okolnosti. Kada su u pitanju marketing aktivnosti, NTO CG će razmotriti sajamsko učešće u Koreji, zajedno sa TO Srbija, kao i studijska putovanja blogera/novinara i turoperatora, u saradnji sa Turkish Airlinesom-om i TO Srbija.



Japan - U okviru podrške koju Japanska agencija za međunarodnu saradnju -JICA kontinuirano pruža, a imajući u vidu interesovanje za područje Balkana, od maja 2016. do maja 2018. god. biće realizovan projekat „Regionalna turistička promocija za Crnu Goru, Srbiju i Albaniju“. Partneri u projektu su Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, Turistička organizacija Srbije i Nacionalna turistička agencija Albanije. Cilj projekta je izrada marketing strategije za aktivnosti usmjerene ka ovom tržištu. Projekat obuhvata brojne aktivnosti: nastup na sajmu EXPO Japan, razvoj sadržaja na japanskom jeziku za promociju na društvenim mrežama kao što su Facebook, Twitter, izradu promotivnih materijala na japanskom jeziku, predstavljanje turističkih resursa ovog regiona tržištu Japana kroz web medije i ostale turističke magazine, organizaciju boravka studijskih grupa, promotivne aktivnosti u saradnji sa avio kompanijama kao što su Turkish airlines, Air Serbia. Takođe, projektom je planirano organizovanje radionica sa turoperaterima, hotelijerima, vlasnicima restorana, kako bi se razmotrila brojna pitanja vezana za promovisanje tržišta. Projekat će većim dijelom biti finansiran od Japanske agencije za međunarodnu saradnju JICA.

6.3. Saradnja sa domaćim institucijama i medijima - konstantna komunikacija i dalje unapređivanje bliske saradnje sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, Privrednom komorom, ostalim Vladinim institucijama, diplomatsko-konzularnim predstavništvima CG, lokalnim samoupravama, CTU, NVO sektorom, medijima, PR i Marketing agencijama, inostranim predstavništvima, crnogorskom dijasporom i organizacijama u CG i dr.

Nastaviće se redovna saradnja i međusobna podrška između NTO CG i LTO/RTO - bliska i redovna komunikacija, razmjena informacija i izvještaja, planiranje zajedničkih nastupa, redovni godišnji i sastanci po potrebi. NTO CG ima kontinuirano dobru saradnju i sa Crnogorskim turističkim udruženjem, ostalim udruženjima i pojedinačno turističkom privredom koja je uključena u aktivnosti NTO CG, a posebno oko učešća na sajmovima, organizacije studijskih grupa novinara, turoperatora, itd.

Upravljačka tijela NTO CG (Skupština, Izvršni odbor i Nadzorni odbor) će takođe u 2017.g. nastaviti redovan rad shodno svojim ovlaštenjima i nadležnostima, a u skladu sa Zakonom o turističkim organizacijama i Statutom NTO CG.

Savjet za praćenje turističkog razvoja i pripremu i praćenje turističkih sezona – Sjednica Savjeta za praćenje turističkog razvoja i pripremu i praćenje turističkih sezona, čiji članovi su visoki predstavnici Vlade, institucija, organizacija i kompanija iz oblasti turizma ili čiji djelokrug nadležnosti utiče na turizam, a kojim predsjedava predsjednik Vlade, održava se jednom godišnje. Na sjednici Savjeta, razmatra se predstojeća turistička sezona i očekivanja za sezonu, kao i plan pripreme ljetnje turističke sezone.

6.4. Javno privatno partnerstvo – Strateški partneri crnogorskog turizma - Nastavak javno privatnog partnerstva sa privredom Crne Gore, obnova postojećih i nova strateška i druga partnerstva i intenziviranje drugih modela partnerstva sa privredom Crne Gore. Po ugledu na najrazvijenije turističke i konkurentske destinacije, ukupne promotivne aktivnosti i u Crnoj Gori se posljednjih godina sprovode i putem modela javno privatnog partnerstva kao dodatnog impulsa kvalitetnoj promociji destinacije, a u skladu sa Pravilima NTO CG o uspostavljanju partnerstava.

ZAKLJUČAK

Predlogom Programa rada Nacionalne turističke organizacije za 2017. godinu utvrđeni su ključni ciljevi turističke promocije crnogorskog turizma, kao i operativni mehanizmi njihovog sprovođenja.

Program rada Nacionalne turističke organizacije za 2017. godinu temelji se na pojedinačnim aktivnostima/taktikama definisanim kroz aktivnosti organizacionih službi (razvoj ponude i upravljanje destinacijom, strateško planiranje i marketing, odnosi s javnošću, unapređenje prodaje). Takođe, prilikom izrade u obzir su uzeti Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020, Izvještaj o realizaciji aktivnosti NTO za 2016. godinu, zatim regulatorni okviri i izvještaji međunarodnih institucija.

Ovaj Program rada, u operativnom smislu, najvećim dijelom predstavlja kontinuitet realizovanja ranijih aktivnosti usmjerenih prema daljem unapređenju crnogorskog turizma, te boljeg pozicioniranja Crne Gore na međunarodnom tržištu kao poželjne turističke destinacije, kao što su: intenziviranje aktivnosti na ključnim emitivnim tržištima, promociju na novim tržištima, razvoj ostalih oblika turizma, program podsticajnih mjera, unapređenje aviodostupnosti, ali takođe donosi i niz inovacija koje uključuju: izradu Strateškog marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021 godine, zajednički regionalni nastup i promociju na udaljenim tržištima, dalji razvoj i unapređenje online komunikacije, izradu novih promotivnih brošura i materijala, itd.



Nacionalna turistička organizacija Crne Gore
ul. Marka Miljanova 17
81000 Podgorica Crna Gora
Tel.: +382 77 100 001
Fax: +382 77 100 009
E-mail: info@montenegro.travel
www.montenegro.travel

Broj: 016/14-26

Podgorica: 19.01.2017.

Na osnovu člana 24 i 25 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore (Sl. list Crne Gore br. 26/10 od 07.05.2010. godine) na predlog direktorice, Izvršni odbor NTO CG na XX sjednici održanoj dana 19.01.2017.godine donio je

ODLUKU

o usvajanju Finansijskog plana NTOCG za 2017. godinu

Usvaja se Finansijski plan za 2017. godinu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore.

Materijal iz stava 1 ove Odluke upućuje se na dalju proceduru i podnosi Skupštini NTO CG kao predlog na usvajanje.

Ovlašćuje se direktorica NTOCG da može izvršiti preusmjeravanje sredstava sa stavke na stavku Finansijskog plana za 2017. godinu, bez prethodne saglasnosti Izvršnog odbora NTOCG, do iznosa od 20% pojedine stavke.

Finansijski plan za 2017. godinu čini sastavni dio ove odluke.

Odluka stupa na snagu danom donošenja i o njenom izvršenju staraju se stručne službe NTO CG.

Obrazloženje

U vezi sa Finansijskim planom za 2017. godinu Izvršni odbor konstatuje:

Finansijski plan NTO CG za 2017. godinu projektovan je u skladu sa aktivnostima predviđenim Programom rada za 2017. godinu a na osnovu opredijeljenog iznosa budžetskih kao i procijenjenih sopstvenih sredstava za 2017. godinu.

U skladu sa članom 25 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i djelokrugom rada i ovlašćenja Izvršnog odbora NTO CG, a u vezi sa potrebom donošenja i usvajanja godišnjeg Programa rada i Finansijskog plana za 2017. godinu, donijeta je odluka kao u dispozitivu.



**Nacionalna turistička organizacija
Crne Gore**

FINANSIJSKI PLAN ZA 2017. GODINU

- Predlog -

Podgorica, januar 2017. godine



www.montenegro.travel

SADRŽAJ

Uvod	3
I Prihodi	4
II Rashodi	5
III Realizacija Programa promotivnih aktivnosti	7
Završna napomena	11

UVOD

Finansijski plan Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za 2017. godinu je pripremljen u skladu sa Zakonom o budžetu za 2017. godinu, i projektovanim sopstvenim prihodima.

Prilikom izrade plana su uzete u obzir potrebe za realizovanjem planiranih aktivnosti u 2017. godini, iznos raspoloživih sredstava opredijeljenih Zakonom o Budžetu za 2017. godinu i projekcijom sopstvenih sredstava, kao i iznos utrošenih sredstava u prethodnoj godini za iste ili slične aktivnosti.

Aktivnosti planirane Programom rada i Finansijskim planom za 2017. godinu bazirane su na sličnim pretpostavkama kao i prethodne godine. Obzirom da će Strateški Marketing plan turizma Crne Gore 2017-2021, kao platforma marketing aktivnosti u narednom periodu, biti završen u prvoj polovini 2017. godine, realizacija programskih aktivnosti će biti usklađena sa utvrđenim strateškim smjernicama plana.

Finansijski plan je sastavni dio Programa rada za 2017. godinu.

I PRIHODI

Ukupna sredstva NTO CG čine Budžetska i Sopstvena sredstva.

Budžetska sredstva su Opšta budžetska sredstva koja se opredjeljuju iz Budžeta Crne Gore i opredijeljeni dio Namjenskih sredstava koja čine prihodi od boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa, po osnovu čl. 40 i 42 Zakona o turističkim organizacijama i čl. 8 Zakona o boravišnoj taksi.

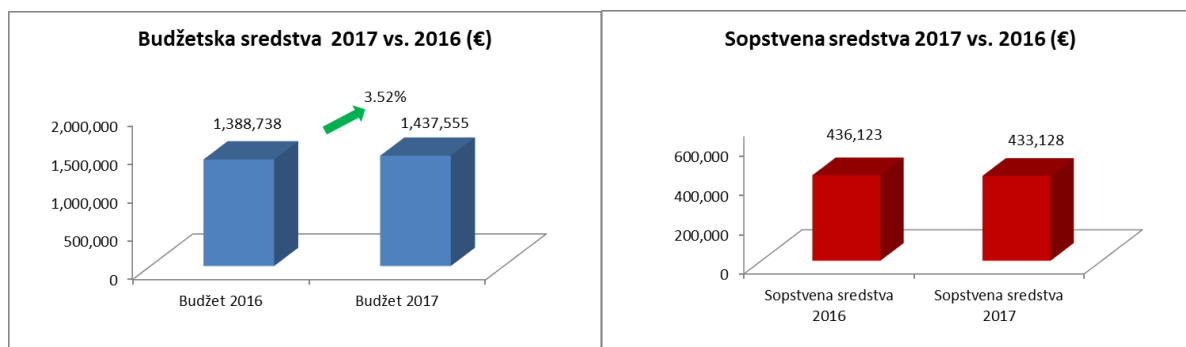
Sopstvena sredstva obuhvataju sredstva po osnovu ugovora o strateškim partnerstvima sa turističkom privredom, kao i po osnovu participacija lokalnih turističkih organizacija i turističke privrede za zajedničke sajamske nastupe u inostranstvu, preostala sredstva iz prethodne godine, i sl. Sopstvena sredstva čine i sredstva od participacija za poboljšanje aviodostupnosti i ona se nalaze na posebnom podračunu za ovu namjenu.

Ukupan iznos prihoda za 2017. godinu projektovan je na iznos od **1,870,682.87 €**, odnosno za 2.5% više u odnosu na prethodnu godinu. Iznos od **1,437,555.27 €** (76.85% ukupnih sredstava) opredijeljen je Zakonom o budžetu Crne Gore za 2017. godinu, dok preostali iznos od **433,127.60 €** (23.15%) predstavlja projektovana sopstvena sredstva.

Pregled prihoda - plan 2017/2016

	Plan 2017 (€)	Plan 2016 (€)	Index 2017/2016	Struktura 2017
Budžetska sredstva	1,437,555.27	1,388,738.30	103.52	76.85%
Projektovana Sopstvena sredstva	433,127.60	436,122.53	99.31	23.15%
Ukupno projektovana sredstva NTO CG	1,870,682.87	1,824,860.83	102.51	100.00%

Iznos sredstava koji je opredijeljen Zakonom o budžetu za 2017. godinu veći je za 3,52 % u odnosu na sredstva odobrena Budžetom za 2016. godinu. Sopstvena sredstva su planirana na približno istom nivou u odnosu na prethodnu godinu.

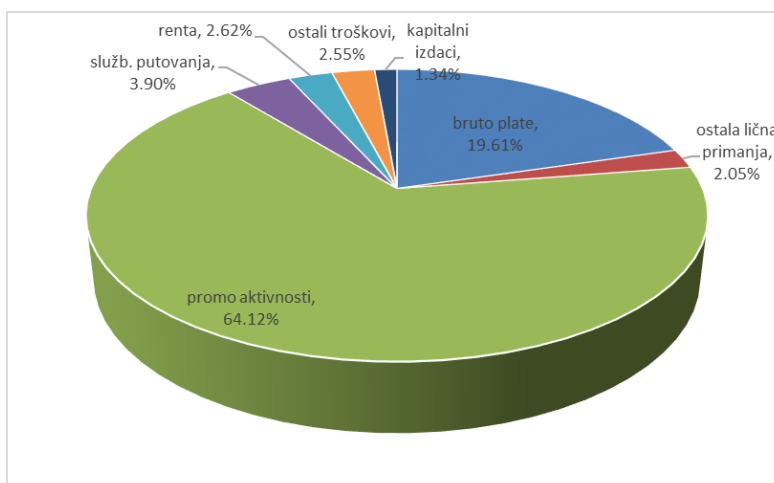


II RASHODI

Pregled rashoda u 2017. godini:

Naziv	Plan 2017. (€)	Plan 2016. (€)	Index 2017/ 2016
1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca	366,860.26	325,370.73	112.8
2. Ostala lična primanja (upravljачka tijela)	38,300.00	67,319.13	56.9
3. Rashodi za materijal	17,100.00	13,569.02	126.0
3.1. Administrativni materijal	6,000.00	6,000.00	100.0
kancelarijski materijal	4,000.00	4,000.00	100.0
sitan inventar i sredstva za hig.	2,000.00	2,000.00	100.0
3.2. Rashodi za energiju	3,600.00	3,600.00	100.0
3.3. Rashodi za gorivo	6,000.00	2,969.02	202.1
3.4. Rashodi za materijal za posebne namjene (dnevna štampa i sl.)	1,500.00	1,000.00	150.0
4. Rashodi za usluge	1,314,258.61	1,233,975.00	106.5
4.1. Službena putovanja	73,000.00	90,000.00	81.1
4.2. Reprezentacija	2,500.00	5,500.00	45.5
4.3. Komunikacione usluge	20,300.00	17,700.00	114.7
Telefonske usluge	17,300.00	12,700.00	136.2
Poštanske usluge i DHL	3,000.00	5,000.00	60.0
4.4. Bankarske provizije	8,500.00	8,500.00	100.0
4.5. Usluge prevoza	10,000.00	10,000.00	100.0
4.6. Advokatske, notarske i pravne usluge	1,000.00	1,000.00	100.0
4.7. Konsultantske usluge, projekti i studije	5,000.00	5,000.00	100.0
4.8. Usluge stručnog usavršavanja	2,000.00	2,000.00	100.0
4.9. Ostale usluge	1,191,958.61	1,089,275.00	109.4
4.9.1. Izdaci za realizaciju aktivnosti	1,083,958.61	981,275.00	110.5
4.9.2. Ostali izdaci	108,000.00	108,000.00	100.0
5. Rashodi za tekuće održavanje	5,000.00	5,000.00	100.0
6. Renta	49,000.00	53,239.00	92.0
7. Kapitalni izdaci	34,500.00	42,000.00	82.1
7.1. Izdaci za opremu	34,500.00	34,000.00	101.5
7.2. Izdaci za reklamu	0.00	8,000.00	0.0
8. Ostali rashodi	45,664.00	84,387.71	54.1
8.1. Ugovor o djelu	15,000.00	10,000.00	150.0
8.2. Osiguranje zaposlenih	963.00	963.00	100.0
8.3. Kontribucija za članstvo u domaćim i međunarodnim organizacijama	27,200.00	27,510.00	98.9
8.4. Komunalne usluge	1,500.00	1,500.00	100.0
8.5. Ostali troškovi	1,000.00	44,414.71	2.3
8.6. Otplata dugova	1.00		
UKUPNO:	1,870,682.87	1,824,860.59	102.5

Ukupni rashodi prema vrsti



- **Bruto zarade i doprinosi** – Planirana sredstva u iznosu od 366,860.26€, obuhvataju odobrena sredstva prema Zakonu o budžetu za 2017. godinu za neto zarade i doprinose u iznosu od 325.891,27 € za 28 zaposlenih službenika, kao i za raspodjelu zarada zaposlenih na fiksni i varijabilni dio. Iznos od 40.968,99€ je opredijeljen je za nadoknadu troškova predstavnika Crne Gore za potrebe nadzora promocije turističkog proizvoda Crne Gore u Beogradu.
- **Ostala lična primanja** u iznosu od 38,300€, odnose se na obavezne naknade članovima upravljačkih tijela NTO CG, jubilarne nagrade i troškove prevoza zaposlenog službenika. Obzirom da je Budžetom za ostala lična primanja opredijeljeno 21,300€, nedostajuća sredstva u iznosu od 17,000€ planiraju se iz sopstvenih sredstava.
- **Rashodi za materijal** u iznosu od 17,100€ su predviđeni u većem iznosu u odnosu na 2016. godinu, a obuhvataju rashode za administrativni materijal, električnu energiju, povećane toškove za gorivo i materijal za posebne namjene u skladu sa realnim potrebama (npr. dnevna štampa).
- **Rashodi za usluge** u iznosu od 1,314,258.61€ obuhvataju:
 - rashode za službena putovanja zaposlenih u iznosu od 73,000€. Obzirom da je Budžetom za ove svrhe opredijeljeno 28,800€, nedostajući dio u iznosu od 44,200 € planiran je iz sopstvenih sredstava;
 - rashode za reprezentaciju u iznosu od 2,500 €;
 - rashode za komunikacione usluge u iznosu od 20,300 €, za troškove telefona i interneta, poštanskih usluga i DHL-am, u skladu sa realnim potrebama. Budžetom je za ove svrhe opredijeljeno 8,000€ , preostali dio u iznosu od 12,300 € planiran iz sopstvenih sredstava;
 - bankarske provizije u iznosu od 8,500 €, na nivou prethodne godine;
 - usluge prevoza u zemlji u iznosu od 10,000€, prema ugovoru;

- advokatske, notarske i pravne usluge predviđene su na nivou od 1,000€;
- konsultanske usluge i usluge stručnog usavršavanja su predviđene na ukupnom nivou od 7,000 €.

Ostale usluge u iznosu od 1,191,958.61€ su sredstva planirana za finansiranje godišnjeg Programa promotivnih aktivnosti i ostalih izdataka i detaljno su objašnjena u poglavlju Realizacija programa promotivnih aktivnosti.

- **Rashodi za tekuće održavanje** u iznosu od 5,000 € planirani su shodno potrebama, na nivou prethodne godine.
- **Renta** u iznosu 49,000€ je za 8% niža u odnosu na 2016. godinu zbog povoljnijeg zakupa novog poslovnog prostora i zakupa magacina.
- **Kapitalni izdaci** u iznosu od 34,500€ su namijenjena za nabavku jednog novog transportnog vozila (kombi vozilo) za potrebe prevoza za sajamske nastupe i prezentacije. Iz sopstvenih sredstava će se obezbijediti 27.500€.
- **Ostali rashodi** u iznosu od 45,664€ su 46% manji u odnosu na 2016. godinu i obuhvataju:
 - ugovore o djelu u iznosu od 15.000 €, odnosno 50% veći nego u planu prethodne godine, a na nivou realne potrošnje u 2016. godini;
 - osiguranje za zaposlene u iznosu od 963,00 €;
 - nova članstva u međunarodnim organizacijama, kao i većeg iznosa članarina koja povećavaju iznos rashoda za ove namjene: kontribucija za članstvo u ETC 19,000 €, novo članstvo u asocijaciju PATA – jednu od najvećih asocijacija u oblasti turizma na području Pacifika i Azije 5.200€, članarina za Međunarodnu asocijaciju kongresa i konferencija ICCA 3.000,00€;
 - komunalne usluge u iznosu od 1.500,00 €;
 - ukupan dug iz ranijeg perioda je uglavnom isplaćen, te u skladu sa tim nemamo rashode po osnovu otplate dugova.

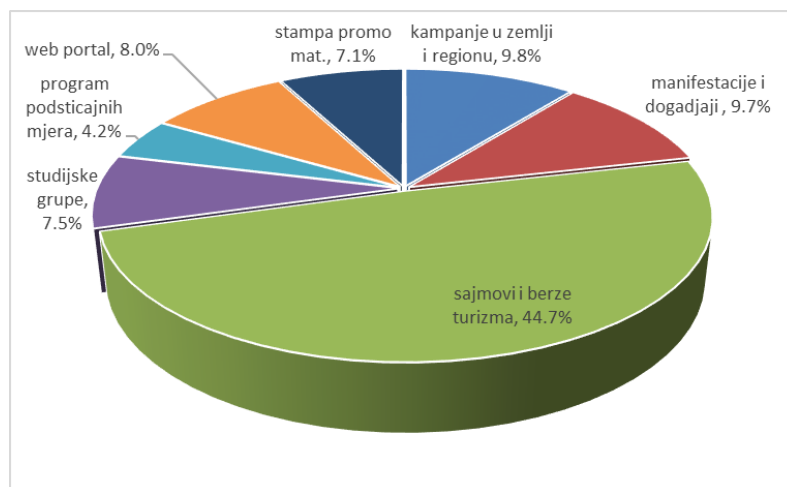
REALIZACIJA PROGRAMA PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Sredstva za realizaciju Programa promotivnih aktivnosti u 2017. godini planirana su na stavci *Ostale usluge* u iznosu od 1,191,958.61€, i veća su 9,4% u odnosu na prethodnu godinu, najvećim dijelom zbog povećanog obima aktivnosti u dijelu manifestacija, promocija i prezentacija u zemlji i inostranstvu, kao i studijskih posjeta.

Sredstva planirana po aktivnostima u 2017. godini:

Naziv	Plan 2017. (€)	Plan 2016. (€)	Index 2017/ 2016
Kampanje u Crnoj Gori i zemljama Regiona	130,500.00	110,000.00	118.6
Promocija zimske sezone - regionalna kampanja	50,000.00	20,000.00	250.0
Promocija ljetnje sezone - regionalna kampanja	76,500.00	50,000.00	153.0
Promotivni spot	0.00	40,000.00	0.0
Oglašavanje u zemlji	4,000.00	0.00	0.0
Manifestacije i događaji u zemlji, promocije i prezentacije u zemlji i inostranstvu	101,500.00	72,750.00	139.5
Workshopovi, promocije, prezentacije, konferencije	71,500.00	52,750.00	135.5
Manifestacije u zemlji i inostranstvu	10,000.00	0.00	0.0
WBA	20,000.00	20,000.00	100.0
Sajmovi i berze turizma	515,758.61	549,825.00	93.8
Vakantiebeurs, Utreht, Holandija	18,500.00	20,100.00	92.0
Ferien, Beč , Austrija	16,586.00	15,000.00	110.6
CMT, Štuttgart, Njemačka	6,969.00	5,000.00	139.4
Conventa, Ljubljana, Slovenija	3,000.00	4,500.00	66.7
Emitt, Istanbul, Turska	0.00	27,000.00	0.0
Freizeit erleben Nienberg, Njemačka	0.00	5,000.00	0.0
F.R.E.E, Minhen, Njemačka	7,108.00	0.00	0.0
IFT , Beograd, Srbija	75,500.00	71,000.00	106.3
FERIE FOR ALLE, Herning, Danska	14,348.00	30,000.00	47.8
ITB, Berlin, Njemačka	36,874.61	41,000.00	89.9
MITT, Moskva, Rusija	67,000.00	73,000.00	91.8
UITT, Kijev, Ukrajina	18,000.00	15,000.00	120.0
ATM, Dubai, UAE	0.00	5,000.00	0.0
COTM, Kina	15,000.00	15,000.00	100.0
Leisure without borders, St. Petersburg, Rusija	12,000.00	18,725.00	64.1
KITF, Almati, Kazahstan	10,000.00	0.00	0.0
AITF, Baku, Azerbejdžan	0.00	25,000.00	0.0
IMEX, Frankfurt, Njemačka	38,000.00	35,000.00	108.6
JATA Tourism Expo, Tokio, Japan	5,000.00	0.00	0.0
TOP RESA, Pariz, Francuska	51,073.00	52,000.00	98.2
Sajam turizma Novi Sad, Srbija	8,000.00	0	0.0
TTG Incontri, Rimini, Italija	26,500.00	0.00	0.0
WTM, London, Velika Britanija	49,500.00	55,000.00	90.0
TT, Varšava, Poljska	23,000.00	28,500.00	80.7
IBTM, Barcelona, Španija	3,800.00	5,000.00	76.0
Sajmovi sa LTO-ima i privredom: Prag, Budimpešta, Bratislava, Majami, Tel Aviv	10,000.00	4,000.00	250.0
Studijske grupe novinara i turoperatora	75,000.00	56,700.00	132.3
Program podsticajnih mjera	80,000.00	50,000.00	160.0
Korporativno društvena odgovornost (sponzorstva)	15,000.00	0.00	0.0
Istraživanja tržišta i media monitoring, anketa turista	13,000.00	17,000.00	76.5
Web portal montenegro.travel	96,000.00	100,000.00	96.0
Usluge za Call Centar	15,000.00	20,000.00	75.0
Participacija za poboljšanje aviodostupnosti	5,000.00	5,000.00	100.0
Medjunarodni i regionalni projekti (IPA)	10,000.00	0.00	0.0
Ostali izdaci	108,000.00	108,000.00	100.0
Usluge pripreme štampe, kopiranja i štampanja	85,000.00	80,000.00	106.3
Usluge prevođenja i snimanja događaja	8,000.00	13,000.00	61.5
Usluge špedicije	15,000.00	15,000.00	100.0
UKUPNO:	1,191,958.61	1,089,275.00	109.4

Učešće važnijih rashoda po aktivnostima



- **Kampanje u Crnoj Gori i zemljama Regiona** - sredstva za realizaciju kampanja u Crnoj Gori i zemljama Regiona planirana su u ukupnom iznosu od 130.500 €, odnosno 18,6% više nego u prethodnoj godini. Za potrebe regionalne kampanje - promociju zimske sezone (roadshow, promotivna kampanja) opredijeljeno je 50.000€, dok je za promociju ljetnje sezone opredijeljeno 76.500€, a veći dio sredstava za medija buying kampanju u regionu očekujemo da će biti obezbijeđeno kao i prethodnih godina iz raspoloživog budžeta Ministarstva održivog razvoja i turizma, za ove namjene. Za troškove outdoor oglašavanja u zemlji je namijenjeno 4.000€.
- **Manifestacije i događaji u zemlji, promocije i prezentacije u zemlji i inostanstvu** su planirane u iznosu većem 39,5% od prethodne godine. Planira se organizacija Adriatic Sea foruma i Turističkog foruma u Crnoj Gori, kao i veći broj radionica, promocija i roadshow kampanji na emitivnim tržištima (alternativno zemlje Zapadne Evrope, Dubai, Turska, i dr.). Imajući u vidu da je za održavanje festivala "Sea Dance" u skladu sa Zaključkom Vlade za 2016, 2015 i 2014. godinu, Ministarstvo održivog razvoja i turizma preusmjerilo NTO CG sredstva u iznosu od 100,000 €, NTO CG sredstva za ovu namjenu nije planirala već se očekuje da će Ministarstvo za 2017. godinu takođe preusmjeriti odgovarajući iznos za ovu namjenu. Za organizaciju WBA je opredijeljen iznos od 20.000 €, na nivou prethodne godine.
- **Sajmovi i berze turizma** – u 2017. godini su planirana sredstva u iznosu od 515,758.61€, tj. 6,2% niže u iznosu na prethodnu godinu. Sajmovi u Istanbulu, Bakuu i Nirnbergu nisu planirani, a u zavisnosti od interesovanja privrede, planiraju se sajmovi na novim tržištima, kao što su Italija i Kazahstan. Takođe, neophodna je veća prisutnost na njemačkom kao ključnom emitivnom tržištu, te se u skladu sa tim planiraju nastupi na sajmovima u Berlinu, Mihnenu i Štutgartu. U saradnji sa TO Srbija planira se nastup na udaljenim tržištima, kao što su sajmovi u Kini i Japanu. U zavisnosti od statusa potpisivanja ugovora sa Ryanair-om za letove prema Stokholmu od marta do oktobra 2017. godine, kao i u zavisnosti od interesovanja privrede, razmotriće se mogućnost učešća na sajmu turizma u Stokholmu.

Sredstva za sajmove uključuju zakup prostora, dizajn i izradu štanda i ostale troškove vezane za sajam (promo aktivnosti, catering, idr.). Značajan dio ovih sredstava predstavljaju participacije lokalnih turističkih organizacija i turističke privrede.

U zavisnosti od interesovanja privrede, procjene značaja i efekata nastupa, a u skladu sa finansijskim mogućnostima i kretanjima na tržištima, NTO CG tokom godine može izvršiti izmjene kalendara i učešća na sajamskim nastupima.

Sajamski nastupi će se realizovati u saradnji sa resornim ministarstvom, strateškim partnerima crnogorskog turizma, lokalnim turističkim organizacijama, crnogorskom turističkom privredom i diplomatsko konzularnim predstavništvima Crne Gore.

U ovoj godini planirano je učešće na sljedećim sajmovima:

r.b.	Naziv sajma	Grad/Država	Vrijeme održavanja
Turistički sajmovi i berze			
1.	Ferien	Beč , Austrija	12.-15. januar
2.	F.R.E.E	Minhen, Njemačka	22.-26.februar
3.	IFT	Beograd, Srbija	23.-26. februar
4.	Ferie for Alle	Herning, Danska	24.-26. februar
5.	ITB	Berlin, Njemačka	8.-12. mart
6.	MITT	Moskva, Rusija	14.-16. mart
7.	UITT	Kijev, Ukrajina	29.-31. mart
8.	COTTM (saradnja sa TO Srbija)	Peking, Kina	Mart/April
9.	Leisure without borders	St. Petersburg, Rusija	7.-9.april
10.	KITF	Almati, Kazahstan	19.21. april
11.	TOP RESA	Pariz, Francuska	26.-29. septembar
12.	JATA Tourism EXPO (saradnja sa TO Srbija i TO Albanija)	Tokio, Japan	21.-24. septembar
13.	Sajam turizma	Novi Sad, Srbija	5.-7. oktobar
14.	TTG Incontri	Rimini, Italija	13.-15.oktobar
15.	WTM	London, Velika Britanija	6.-8. novembar
16.	TT	Varšava, Poljska	Novembar
17.	Sajmovi sa LTO-ima, privredom	(Prag, Budimpešta, Bratislava, Majami, Tel Aviv)	Februar/Mart/April
Specijalizovani samovi			
18.	Vakantiebeurs	Utreht, Holandija	10.-15. januar
19.	CMT	Štuttgart, Njemačka	14.-15. januar
Kongresni sajmovi			
20.	Conventa	Ljubljana, Slovenija	18.19. januar
21.	IMEX	Frankfurt, Njemačka	16.-18 maj
22.	IBTM	Barselona, Španija	Novembar

- **Studijske grupe novinara i turoperatora.** Iznos od 75,000€ planiranih sredstava za studijske grupe novinara i turoperatora (smještaj, transport, vodiči, reprezentacija), uvećan je 32,3% u odnosu na prethodnu godinu zbog većeg broja studijskih grupa koje se planiraju iz: Rusije, Francuske, Njemačke, Holandije, Velike Britanije, Turske, Italije, Poljske, Regiona, kao i Kine, Japana, Koreje, Emirata i drugih emitivnih tržišta. Ovaj iznos obuhvata i studijske grupe novinara za MICE tržište.
- **Program podsticajnih mjera** - za 2017. godinu planiran je nastavak Programa podsticajnih mjera u saradnji sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, a u zavisnosti od finansijskih sredstava biće raspisan javni poziv. Za nove i realizaciju projekata iz prethodne godine NTO CG je opredijelila iznos od 80.000€.
- **Korporativno društvena odgovornost (sponzorstva)** su predviđena u 2017. godini u iznosu od 15.000€, dok u prethodnoj godini nisu planirana sredstva a realno je postojala potreba.
- **Istraživanja tržišta i media monitoring** planirana su u iznosu od 13,000€. U planu je sprovođenje istraživanja "Guest survey" zajedno sa lokalnim turističkim organizacijama.
- **Web portal** – za potrebe redizajna web portala u smislu tehnoloških inovacija i generisanja novog sadržaja, te održavanja istog, planirana su sredstva u iznosu od 96,000€. Za **usluge call centra** planira se iznos od 15,000€.
- **Participacija za poboljšanje aviiodostupnosti.** Shodno zaključcima Vlade Crne Gore i potpisanim ugovorima sa niskobudžetnim avio kompanijama Ryanair, Easyjet i Wizzair, kao i za otvaranje novih tržišta, u budžetu Ministarstva održivog razvoja i turizma, na stavci Subvencije su opredijeljena sredstva u iznosu od 550,000€. NTO CG je opredijelila iznos od 5,000€ za potrebe promocije niskobudžetnih avio kompanija. Za ove namjene, na posebnom podračunu se nalaze sredstva u iznosu od 580,975,42 € i koristiće se za realizaciju ugovorenih obaveza.
- **Međunarodni i regionalni projekti (IPA)** - IPA II predstavlja novi okvir za pretpristupnu podršku Evropske unije za period 2014-2020, u okviru koga je NTO CG aplicirala za Adrion projekte kao i za prekogranične projekte, pa su u skladu sa tim očekivanja da će neki od tih projekata biti odobreni u 2017. godini. Iznos od 10,000 € je opredijeljen za avansno učešće u projektima ili sufinansiranje.
- **Ostali izdaci** - Planirana su sredstva u iznosu od 85,000€, za usluge pripreme štampe, kopiranja i štampanja materijala na osnovu zaključenog okvirnog sporazuma, usluge prevođenja i snimanja događaja u iznosu od 8,000€, te špedicija u iznosu od 15,000€.

Završna napomena

Realizacija Programa rada i Finansijskog plana za 2017. godinu zavise od nivoa raspoloživih sredstava i dinamike njihovog priliva.

