

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore

Program rada za 2026. godinu

Predlog



[www.montenegro.travel](http://www.montenegro.travel)

## Sadržaj

Uvod.....	4
1. Osvrt na pokazatelje na svjetskom turističkom tržištu .....	5
2. Ostvareni rezultati u 2025. godini .....	8
2.1. Statistički pokazatelji .....	8
2.2. Podaci relevantnih institucija u praćenju turističkog prometa .....	14
2.3. Finansijski pokazatelji .....	15
3. Ciljevi Programa rada za 2026. godinu.....	17
Destinacijski menadžment .....	18
4. Razvoj inovativnog i integralnog turističkog proizvoda .....	18
4.1. Sprovođenje marke kvaliteta Montenegro Quality u turizmu Crne Gore .....	18
4.2. Uvođenje destinacijske kartice Montenegro Pass .....	19
4.3. Unapređenje destinacijskog menadžmenta u Crnoj Gori .....	19
4.4. MICE turizam .....	20
4.5. Promocija posebnih oblika turizma .....	22
4.6. Digitalni nomadi.....	23
4.7. Međunarodni projekti i donacije.....	23
5. Koordinacija sa lokalnim turističkim organizacijama i davanje saglasnosti na Programe rada i finansijske planove.....	25
5.1. Razvoj i promocija turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima .....	27
6. Praćenje turističkog prometa i tržišta .....	28
6.1. Analize i istraživanja u turizmu .....	28
7. Unapređenje kvaliteta usluga .....	29
7.1. Unapređenje znanja i vještina .....	29
7.2. Informisanje turista .....	29
7.3. Obilježavanje važnih datuma u oblasti turizma.....	30
7.4. Medijska promocija i informisanje javnosti o ključnim aktivnostima NTO CG.....	30
8. Očuvanje vrijednosti i održivost .....	31
8.1. Saradnja sa međunarodnim institucijama i u okviru regionalnih inicijativa .....	31
8.2. Doprinos suzbijanju sive ekonomije kroz informisanje, promociju i saradnju sa nadležnim institucijama.....	32
Destinacijski marketing.....	33
9. Jačanje međunarodnog pozicioniranja Crne Gore kao održive i autentične destinacije .....	38

9.1.	Promotivna kampanja na kanalima globalne medijske kuće .....	38
9.2.	Sažeti prikaz učešća na sajmovima .....	39
9.3.	Izrada kreativnog koncepta u zemljama regiona .....	39
9.4.	Oglašavanja na tržištima.....	40
10.	Razvijanje ciljanih promotivnih kampanja po tržištima i segmentima .....	41
10.1.	Program podsticajnih mjera u oblasti turizma .....	41
11.	Digitalna transformacija marketinga .....	42
12.	Saradnja sa medijima, influencerima i turoperatorima .....	43
13.	Brendiranje destinacije kroz autentične vrijednosti .....	53
13.1.	Promotivni materijal.....	53
	Zaključak .....	54

## Uvod

Program rada Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za 2026. godinu predstavlja planski dokument kojim se definišu prioritetni ciljevi i aktivnosti NTO CG u oblasti razvoja i promocije turizma, u skladu sa Zakonom o turističkim organizacijama, glavnim strateškim ciljevima turističkog razvoja Crne Gore i nadležnostima NTO CG kao krovne institucije za promociju destinacije. Program rada zasniva se na analizi dosadašnjih rezultata, raspoloživih kapaciteta i potreba turističke privrede, kao i na kontinuiranoj saradnji sa Ministarstvom turizma, lokalnim turističkim organizacijama i drugim relevantnim partnerima.

Osnovni cilj Programa rada za 2026. godinu jeste dalji razvoj i unapređenje turističke ponude Crne Gore, jačanje konkurentnosti destinacije i unapređenje njenog pozicioniranja na međunarodnom tržištu, uz poseban fokus na održivi i odgovorni razvoj turizma, unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga, kao i smanjenje sezonalnosti. Program je usmjeren na ravnomjerniji regionalni razvoj, sa posebnim akcentom na valorizaciju potencijala turistički manje razvijenih opština, kroz saradnju sa lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom.

Program rada strukturisan je kroz dvije komplementarne oblasti djelovanja – destinacijski menadžment i destinacijski marketing, koje su međusobno povezane i usmjerene ka zajedničkom cilju – dugoročnom i održivom razvoju turizma u Crnoj Gori. U oblasti destinacijskog menadžmenta definisani su ciljevi koji se odnose na razvoj turističkog proizvoda, koordinaciju sistema turističkih organizacija, praćenje turističkog prometa i tržišta, unapređenje kvaliteta usluga i očuvanje vrijednosti i održivost. U oblasti destinacijskog marketinga, fokus je stavljen na jačanje međunarodnog pozicioniranja Crne Gore kao održive i autentične destinacije, razvijanje ciljanih promotivnih kampanja po tržištima i segmentima, digitalnu transformaciju marketinga, saradnju sa medijima, influencerima i turoperatorima, kao i brendiranje destinacije kroz autentične vrijednosti.

Planirane aktivnosti u okviru Programa rada za 2026. godinu obuhvataju razvoj prioritetnih turističkih proizvoda, jačanje institucionalnih i lokalnih kapaciteta, sprovođenje istraživanja i analiza u turizmu, kao i realizaciju integrisanih promotivnih i brend kampanja na ključnim emitivnim tržištima. Program se zasniva na principima transparentnosti, mjerljivosti i odgovornog upravljanja, uz jasno definisane rokove, indikatore i očekivane rezultate, sa ciljem da se obezbijedi dugoročna održivost i konkurentnost turizma u Crnoj Gori.

## 1. Osvrt na pokazatelje na svjetskom turističkom tržištu

Prema podacima Svjetske Komisije za putovanja i turizam (WTTC)<sup>1</sup>, sektor putovanja i turizma nastavlja snažan rast i u 2025. godini. Očekuje se da će turizam u 2025/2026. godini doprinosti globalnoj ekonomiji sa preko 11.500 milijardi \$, što čini oko 10–11% globalnog BDP-a, dok broj zaposlenih u sektoru premašuje 350 miliona, odnosno oko 1 od 10 radnih mjesta na globalnom nivou.

WTTC ističe da rast sektora u sve većoj mjeri pokreću:

- povećana međunarodna mobilnost,
- rast potrošnje turista veće platežne moći,
- jačanje održivih i iskustvenih oblika turizma.

Prema podacima Evropske komisije za putovanja i turizam (ETC)<sup>2</sup>, Evropa ostaje najposjećenija turistička regija u svijetu. Tokom 2024. godine Evropa je zabilježila:

- rast međunarodnih dolazaka od 5–7% u odnosu na 2023,
- rast turističke potrošnje, posebno u zapadnoj i južnoj Evropi.

Izveštaj o Evropskim trendovima u turizmu<sup>3</sup> ukazuje da se u periodu 2025–2026. očekuje:

- povećana potražnja za destinacijama van glavnih turističkih tokova,
- produženje sezone i rast putovanja u pred i postsezoni,
- snažniji fokus turista na održivost, autentičnost i lokalna iskustva.

Prema analizama Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija i Evropske komisije za putovanja i turizam, među najznačajnijim trendovima za period 2025. – 2026. izdvajaju se:

- rast interesovanja za manje i srednje destinacije Mediterana,
- porast aktivnog, ruralnog, kulturnog i wellness turizma,
- povećana potrošnja po turisti, uz kraći, ali kvalitetniji boravak.

Na osnovu UN indeksa<sup>4</sup> povjerenja u turizam, za 2026. godinu se očekuje:

- nastavak rasta međunarodnih dolazaka,
- stabilizacija cijena i putnih troškova,
- jačanje digitalnog marketinga i personalizovanih turističkih proizvoda.

Istovremeno, kao ključni izazovi ostaju: geopolitička nestabilnost, klimatske promjene i ekstremni vremenski događaji i potreba za uravnoteženjem rasta i očuvanja prostora.

---

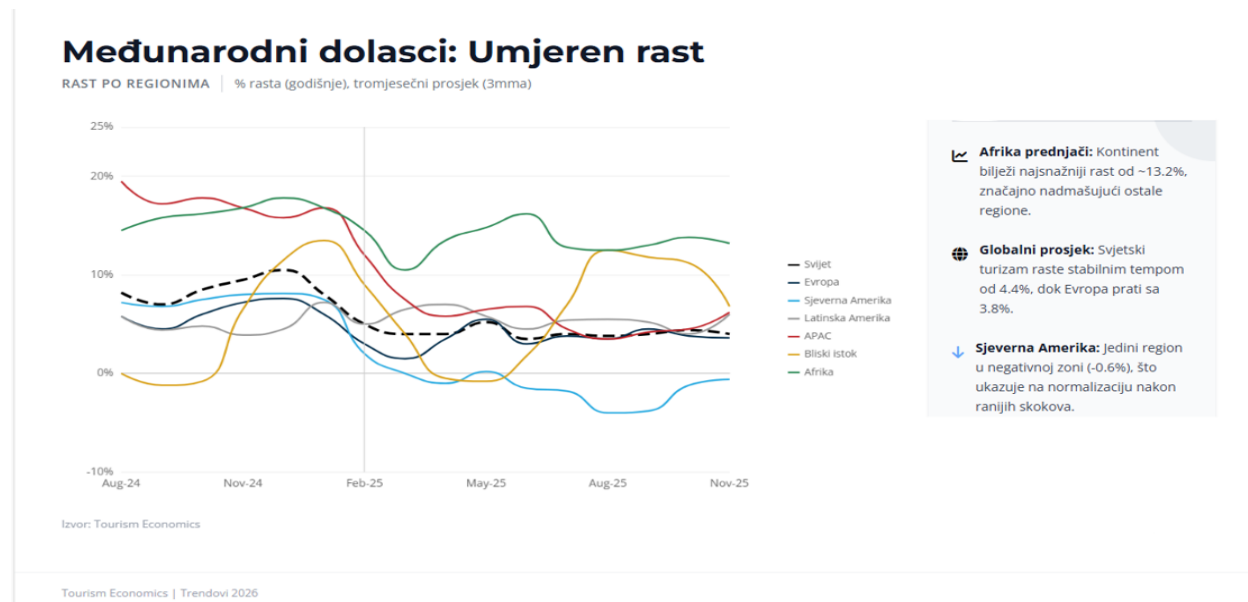
<sup>1</sup> World Travel & Tourism Council – *Economic Impact Research*

<sup>2</sup> European Travel Commission – *European Tourism Trends & Prospects*

<sup>3</sup> European Tourism Trends & Prospects

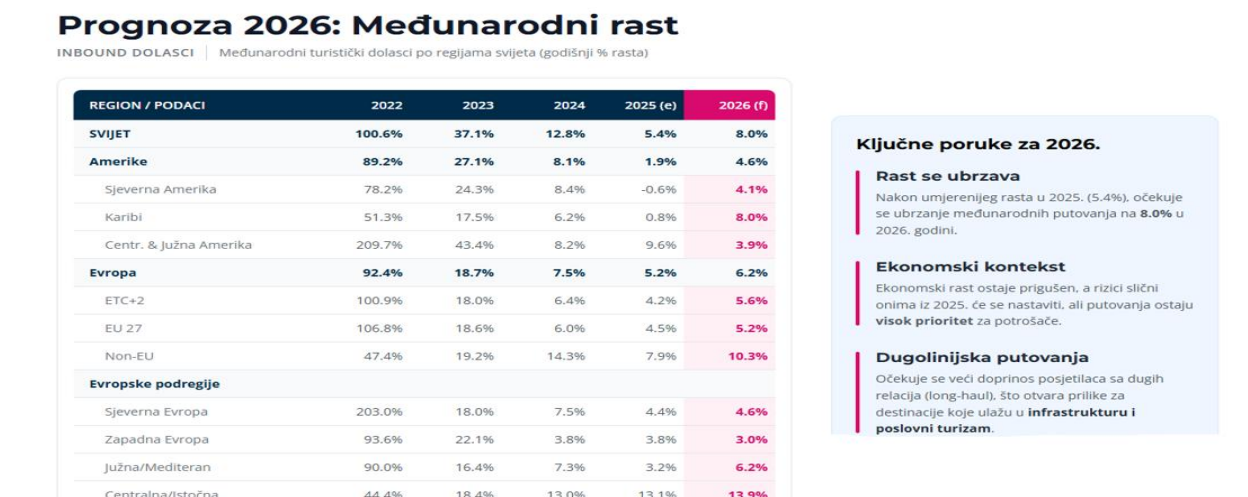
<sup>4</sup> UN Tourism – *Tourism Confidence Index*

Shodno podacima Evropske komisije za putovanja sa vebinara Trendovi i perspektive evropskih putovanja – IV kvartal (*European Travel Trends & Prospects Q4*) tokom 2025. godine, međunarodni turizam ulazi u fazu umjerenog, ali stabilnog rasta. Globalni broj međunarodnih turističkih dolazaka raste po stopi od oko 4,4%, što ukazuje na normalizaciju tržišta i prelazak iz faze brzog oporavka u fazu održivijeg razvoja.



Grafik br. 1: Kretanja međunarodnih turističkih dolazaka po regionima (2024–2025) (Izvor Tourism Economics)

Nakon umjerenijeg rasta u 2025. godini (oko 5,4% globalno), 2026. godina donosi novo ubrzanje međunarodnih putovanja, sa očekivanim rastom od oko 8% na svjetskom nivou. Evropa bi trebalo da ostvari rast od 6,2%, dok se posebno ističu non-EU evropske destinacije, sa dvocifrenim stopama rasta. Očekuje se i veći doprinos dugolinijskih (long-haul) putovanja, što otvara dodatne prilike za destinacije koje ulažu u avio-povezanost, infrastrukturu i diverzifikaciju turističke ponude, uključujući poslovni i tematski turizam.

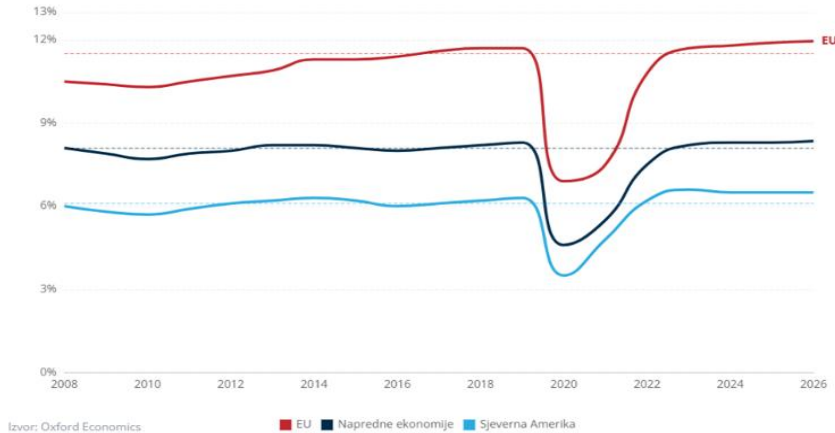


Grafik br. 2: Prognoza međunarodnih turističkih kretanja (2022–2026) (Izvor Tourism Economics)

Podaci o potrošnji pokazuju da putovanja ostaju visoko prioritarna stavka za potrošače, uprkos globalnim ekonomskim neizvjesnostima. Udio potrošnje na slobodna putovanja u Evropi stabilizovao se na oko 12%, što je čak iznad prosjeka iz perioda prije pandemije. Ovaj trend potvrđuje otpornost turističke tražnje, naročito u evropskim i drugim razvijenim ekonomijama. Sjeverna Amerika, nakon snažnog pada 2020. godine, bilježi oporavak i stabilizaciju potrošnje na nivou od oko 6,5%, što ukazuje na dugoročnu normalizaciju potrošačkog ponašanja.

## Potrošnja za slobodna putovanja

UDIO U POTROŠNJI | Isprekidane linije označavaju prosjek 2014-2019.



- EU prednjači:** Udio potrošnje u Evropskoj uniji se stabilizuje oko 12%, što je iznad prosjeka prije pandemije.
- Otpornost potražnje:** Potrošači nastavljaju da daju prioritet putovanjima uprkos ekonomskim neizvjesnostima.
- Sjeverna Amerika:** Nakon oštrog pada 2020. godine, tržište se oporavilo i stabilizovalo oko 6.5%.

Tourism Economics | Trendovi 2026

Grafik br. 3: Dugoročni trendovi potrošnje na putovanja (Izvor Tourism Economics)

Analiza ponašanja putnika pokazuje jasne promjene u načinu kretanja unutar Evrope. Pretrage za vozove (+22%) i autobuse (+19%) bilježe snažan rast, dok su pretrage za avio-letove gotovo stagnirale (+2%).

## Putovanja unutar Evrope

PROMJENA PONAŠANJA | Rast pretraga po vrsti prevoza (YoY, 2024-25; Top 40 evropskih ruta)

**Pretrage za vozove i autobuse porasle za preko 20%, dok su pretrage za letove ostale ravne.**



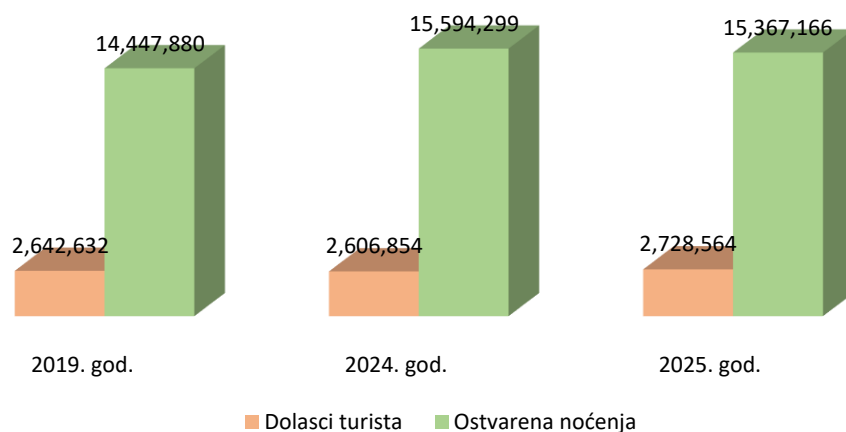
Grafik br. 4: Kretanje interesovanja za vidove prevoza na evropskim rutama (Izvor Tourism Economics)

## 2. Ostvareni rezultati u 2025. godini

### 2.1. Statistički pokazatelji

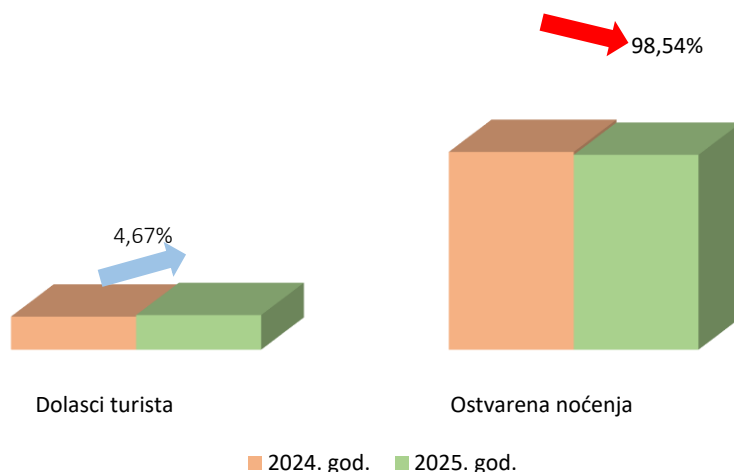
Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore (MONSTAT-a) u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i individualne/privatne smještajne kapacitete) tokom 2025. godine zabilježeno je 2.728.564 dolaska turista koji su ostvarili 15.367.166 noćenja. Kod dolazaka koji su ostvareni tokom 2025. godine bilježi se rast od 4,67% u odnosu na 2024. godinu i 3,25% u odnosu na 2019. godinu. Kod ostvarenih noćenja tokom 2025. godine bilježimo ostvarenje od 98,54% u odnosu na 2024. godinu i rast od 6,36% u odnosu na 2019. godinu.

Ukupan turistički promet ostvaren tokom 2019., 2024. i 2025. godine



Grafik br. 5: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja tokom 2019., 2024. i 2025. godine (Izvor: MONSTAT)

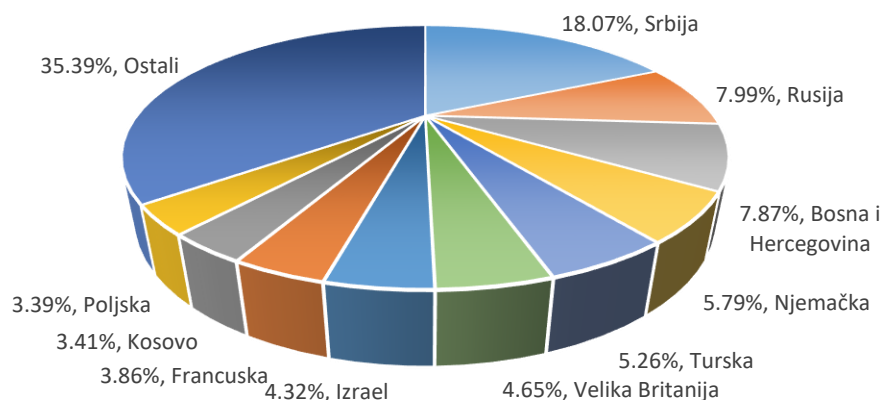
Ukupan turistički promet ostvaren tokom 2024. i 2025. godine



Grafik br. 6: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja tokom 2024. i 2025. godine sa poređenjima (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2025. godine deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka turista u strukturi dolazaka stranih turista su: Srbija (18,1%), Rusija (8%), Bosna i Hercegovina (7,9%) , Njemačka (5,8%), Turska (5,3%), Velika Britanija (4,7%), Izrael (4,3%), Francuska (3,9%), Kosovo (3,4%), Poljska (3,4%) dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 35,4% dolazaka stranih turista.

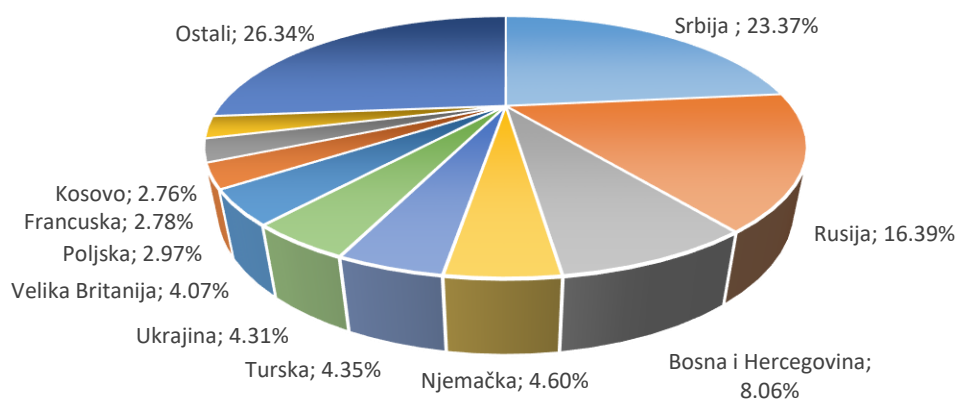
Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka u ukupnom broju dolazaka stranih turista u 2025. godini



Grafik br. 7: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj dolazaka tokom 2025. godine (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2025. godine deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja turista u strukturi ostvarenih noćenja stranih turista su: Srbija (23,4%), Rusija (16,4%)<sup>5</sup>, Bosna i Hercegovina (8,1%), Njemačka (4,6%), Turska (4,4%), Ukrajina (4,3%), Velika Britanija (4,1%), Poljska (3%), Francuska (2,8%), Kosovo (2,8%) dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 26,3% ostvarenih noćenja stranih turista.

Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja u ukupnom broju ostvarenih noćenja stranih turista u 2025. godini



Grafik br. 8: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj ostvarenih noćenja tokom 2025. godine (Izvor: MONSTAT)

<sup>5</sup> Tokom 2025. godine, ruski državljani učestvovali su sa 7,99% u ukupnom broju dolazaka stranih turista, dok je njihov udio u ostvarenim noćenjima iznosio 16,39%. Navedena disproporcija rezultat je činjenice da značajan broj ruskih državljana posjeduje nepokretnosti u Crnoj Gori i zbog trenutne političke situacije živi u Crnoj Gori, što utiče na dužinu boravka i strukturu ostvarenih noćenja.

Broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja tokom 2025. godine u kolektivnom smještaju (hoteli i slični smještajni kapaciteti), individualnom smještaju i ukupno prikazani su u tabeli br. 1.

Tabela br. 1: Dolasci i ostvarena noćenja tokom 2025. godine sa indeksima (Izvor: MONSTAT)

<b>Dolasci turista i ostvarena noćenja u Crnoj Gori tokom 2025. godine</b>				
<i>Vrsta smještaja</i>	<i>Dolasci turista</i>	<i>Ostvarena noćenja</i>	<i>Indeksi dolasci</i>	<i>Indeksi ostvarena noćenja</i>
<i>Kolektivni smještaj (hoteli i slični smještajni kapaciteti)</i>	1,504,768	5,187,771	103.78	99.75
<i>Privatni smještaj</i>	1,223,796	10,179,395	105.79	94.66
<b>Ukupno</b>	<b>2,728,564</b>	<b>15,367,166</b>	<b>104.67</b>	<b>98.54</b>

Mjesečni prikaz ukupnog broja dolazaka i ostvarenih noćenja turista, sa poređenjima sa odgovarajućim periodima prethodne godine, koji su Crnu Goru posjetili tokom 2025. godine prikazani su u tabeli br.2.

Tabela br. 2: Dolasci i ostvarena noćenja po mjesecima i ukupno u 2025. godini (Izvor: MONSTAT)

<b>Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u Crnoj Gori tokom 2025. godine</b>				
<i>Mjesec</i>	<i>Dolasci</i>	<i>Ostvarena noćenja</i>	<i>Indeksi dolasci</i>	<i>Indeksi noćenja</i>
Januar	57,248	358,231	115.97	93.24
Februar	62,107	369,465	101.52	88.34
Mart	81,309	461,170	99.55	89.29
April	162,585	729,083	102.24	92.41
Maj	235,315	1,072,713	108.97	96.12
Jun	342,207	1,834,963	107.61	97.91
Jul	560,024	3,375,531	101.07	97.15
Avgust	601,583	3,628,503	103.48	100.01
Septembar	313,391	1,762,539	113.28	106.63
Oktobar	182,837	924,546	110.51	107.74
Novembar	71,200	458,535	89.92	95.12
Decembar	58,758	391,887	90.46	97.93
<b>Ukupno</b>	<b>2,728,564</b>	<b>15,367,166</b>	<b>104.67</b>	<b>98.54</b>

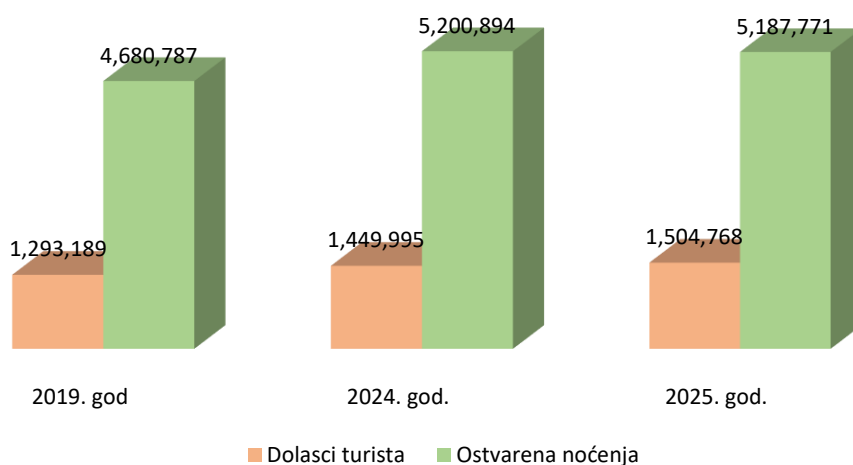
Detaljan prikaz dolazaka, ostvarenih noćenja, prosječne dužine boravka u Crnoj Gori i strukture učešća dolazaka i ostvarenih noćenja u ukupnom broju stranih turista tokom jedanaest mjeseci 2025. godine, kao i poređenje broja dolazaka i ostvarenih noćenja u odnosu na odgovarajući period 2024. i 2019. godine, po zemljama pripadnosti, dat je u tabeli br. 3

Tabela br. 3: Dolasci i ostvarena noćenja u ukupnom turističkom prometu u Crnoj Gori po zemljama pripadnosti tokom 2025. godine (Izvor: MONSTAT)

DOLASCI I NOĆENJA STRANIH TURISTA PO ZEMLJAMA PRIPADNOSTI za									
Decembar 2025. godine									
Ukupno (Kolektivni i Individualni smještaj)									
Naziv zemlje pripadnosti	Decembar		od početka godine		prosj. dužina boravka u danima	STRUKTURA u %		INDEX-i	
	turisti	noćenja	turisti	noćenja		turisti	noćenja	turisti	noćenja
<b>EVROPA</b>	<b>42,524</b>	<b>321,724</b>	<b>2,143,146</b>	<b>13,183,714</b>	<b>6.15</b>	<b>83.96</b>	<b>89.59</b>	<b>100.67</b>	<b>95.47</b>
Albanija	4,958	13,977	53,214	176,318	3.31	2.08	1.20	103.08	103.99
Austrija	482	1,277	30,696	125,244	4.08	1.20	0.85	106.48	104.19
Belgija	94	474	22,203	79,224	3.57	0.87	0.54	105.19	103.53
Bjelorusija	199	2,111	6,841	59,835	8.75	0.27	0.41	91.18	77.69
Bosna i Hercegovina	3,294	20,039	200,788	1,185,746	5.91	7.87	8.06	96.82	94.10
Bugarska	462	1,655	10,387	38,496	3.71	0.41	0.26	92.53	101.37
Češka	118	702	22,326	110,752	4.96	0.87	0.75	97.80	86.73
Danska	46	340	7,858	37,112	4.72	0.31	0.25	94.57	94.00
Estonija	30	414	9,976	56,869	5.70	0.39	0.39	102.22	94.78
Finska	29	287	10,953	51,714	4.72	0.43	0.35	106.62	107.94
Francuska	300	1,596	98,517	409,565	4.16	3.86	2.78	105.05	101.22
Grčka	266	1,191	11,347	29,384	2.59	0.44	0.20	140.35	149.61
Holandija	173	1,026	29,208	109,350	3.74	1.14	0.74	117.91	113.99
Hrvatska	1,870	5,872	38,963	158,209	4.06	1.53	1.08	100.05	100.58
Irska	42	321	9,041	43,304	4.79	0.35	0.29	107.24	107.10
Island	1	1	1,175	5,176	4.41	0.05	0.04	124.08	139.67
Italija	829	2,713	27,674	100,337	3.63	1.08	0.68	101.24	105.96
Kipar	42	146	1,401	5,836	4.17	0.05	0.04	126.22	114.61
Kosovo	1,350	12,234	86,956	406,738	4.68	3.41	2.76	87.95	89.63
Letonija	73	1,216	9,961	59,159	5.94	0.39	0.40	127.46	119.90
Litvanija	78	704	17,527	98,745	5.63	0.69	0.67	102.00	98.17
Luksemburg	41	71	2,681	12,104	4.51	0.11	0.08	94.04	96.41
Madjarska	257	849	32,492	154,279	4.75	1.27	1.05	99.72	97.63
Malta	14	89	867	3,986	4.60	0.03	0.03	128.25	166.22
Republika Sjeverna Makedonija	1,173	5,123	32,851	176,241	5.36	1.29	1.20	97.13	94.71
Norveška	47	327	11,098	58,890	5.31	0.43	0.40	97.81	97.36
Njemačka	1,561	10,098	147,734	676,625	4.58	5.79	4.60	102.47	95.38
Poljska	273	1,825	86,609	437,474	5.05	3.39	2.97	104.95	100.55
Portugal	39	125	6,596	20,780	3.15	0.26	0.14	111.78	125.46
Rumunija	220	1,391	22,574	100,256	4.44	0.88	0.68	105.21	102.10
Rusija	8,874	125,265	203,945	2,411,519	11.82	7.99	16.39	102.99	88.15
Slovačka	55	273	11,778	57,610	4.89	0.46	0.39	102.79	90.82
Slovenija	334	1,280	19,060	82,035	4.30	0.75	0.56	96.05	92.56
Srbija	10,453	69,519	461,262	3,439,223	7.46	18.07	23.37	102.69	97.65
Španija	152	753	17,604	56,089	3.19	0.69	0.38	120.96	140.39
Švajcarska i Lihtenštajn	203	797	23,318	98,760	4.24	0.91	0.67	99.43	96.26
Švedska	128	882	19,261	110,458	5.73	0.75	0.75	79.50	84.04
Turska	1,568	10,074	134,266	640,092	4.77	5.26	4.35	81.42	86.49
Ukrajina	1,413	17,797	72,599	633,712	8.73	2.84	4.31	117.38	99.43
Velika Britanija	764	5,073	118,746	598,849	5.04	4.65	4.07	106.17	105.13
Ostale EVROPSKE zemlje	219	1,817	10,793	67,619	6.27	0.42	0.46	134.51	117.29
<b>VANEVROPSKE zemlje</b>	<b>7,880</b>	<b>46,924</b>	<b>409,355</b>	<b>1,531,604</b>	<b>3.74</b>	<b>16.04</b>	<b>10.41</b>	<b>128.82</b>	<b>129.94</b>
Južna Afrika	81	666	3,167	19,175	6.05	0.12	0.13	126.38	106.12
Ostale afričke zemlje	163	1,041	14,867	57,586	3.87	0.58	0.39	135.75	137.31
Kanada	169	1,603	13,513	69,133	5.12	0.53	0.47	109.92	101.11
SAD	971	7,053	61,707	259,040	4.20	2.42	1.76	116.13	111.65
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	29	123	2,400	8,494	3.54	0.09	0.06	93.97	109.37
Argentina	37	362	1,673	10,853	6.49	0.07	0.07	122.38	126.86
Brazil	76	490	5,033	17,773	3.53	0.20	0.12	117.57	121.17
Čile	12	74	732	3,502	4.78	0.03	0.02	123.03	126.84
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	132	1,160	5,974	31,954	5.35	0.23	0.22	107.16	129.55
Kina i Hong Kong	2,441	3,642	82,054	115,420	1.41	3.21	0.78	126.79	126.79
Japan	61	303	2,859	7,661	2.68	0.11	0.05	102.88	118.15
Koreja	108	184	3,749	5,576	1.49	0.15	0.04	96.40	93.68
Izrael	1,000	5,565	110,249	364,622	3.31	4.32	2.48	149.97	146.37
Indija	370	1,285	10,945	34,118	3.12	0.43	0.23	145.24	151.20
Azerbejdžan	1,004	17,699	20,937	222,433	10.62	0.82	1.51	153.87	168.31
UAE	70	135	1,640	4,831	2.95	0.06	0.03	78.17	66.14
Ostale azijske zemlje	943	3,863	43,727	207,080	4.74	1.71	1.41	119.79	124.54
Australija	158	1,191	17,946	68,117	3.80	0.70	0.46	120.86	109.82
Novi Zeland	19	287	3,112	14,867	4.78	0.12	0.10	115.47	143.61
Ostale zemlje Okeanije	36	198	3,071	9,369	3.05	0.12	0.06	131.75	141.76
<b>U K U P N O</b>	<b>50,404</b>	<b>368,648</b>	<b>2,552,501</b>	<b>14,715,318</b>	<b>5.77</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>104.33</b>	<b>98.18</b>

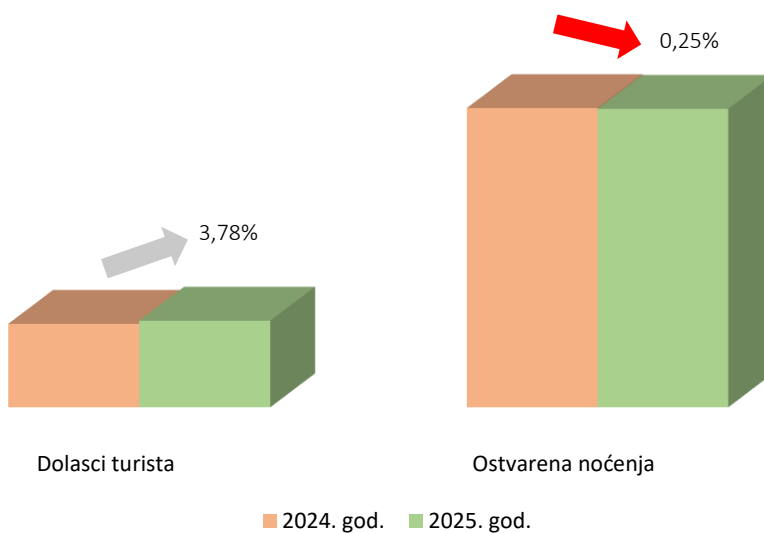
Na osnovu podataka Uprave za statistiku Crne Gore (MONSTAT-a) o turističkom prometu u kolektivnom smještaju (hoteli i slični smještajni kapaciteti) tokom 2025. godini zabilježeno je 1.504.768 dolazaka turista koji su ostvarili 5.187.771 noćenja. Kod dolazaka koji su zabilježeni u 2025. godini ostvaren je rast od 3,78% u odnosu na 2024. godinu i 16,36% u odnosu na 2019. godinu. Kod ostvarenih noćenja tokom 2025. godine bilježimo ostvarenje od 99,75% u odnosu na 2024. godinu i rast od 10,83% u odnosu na 2019. godinu.

### Turistički promet ostvaren u kolektivnom smještaju tokom 2019., 2024. i 2025. godine



Grafik br. 9: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja u kolektivnim smještajnim kapacitetima tokom 2019., 2024. i 2025. godine (Izvor: MONSTAT)

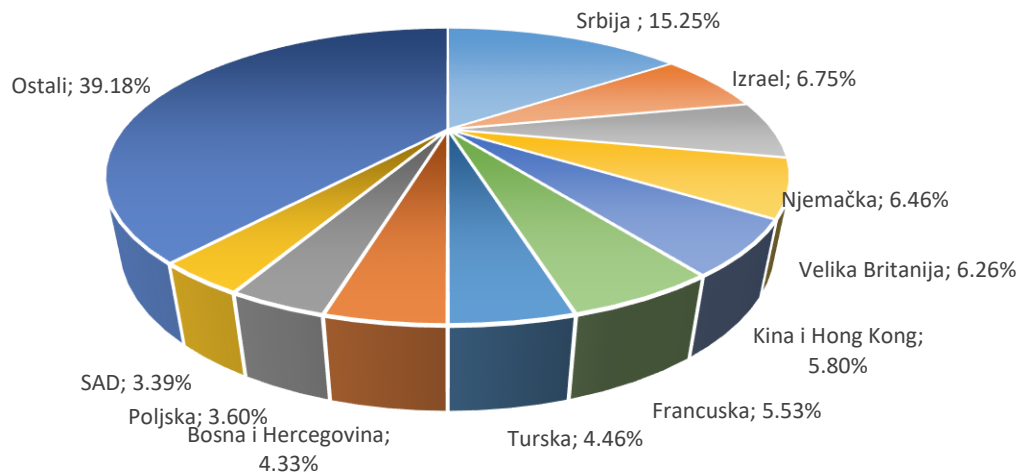
### Turistički promet ostvaren u kolektivnom smještaju tokom 2024. i 2025. godine



Grafik br. 10: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja u kolektivnim smještajnim kapacitetima tokom 2024. i 2025. godine sa poređenjima (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2025. godine u kolektivnom smještaju deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka turista u strukturi dolazaka stranih turista su: Srbija (15,2%), Izrael (6,8%), Njemačka (6,5%), Velika Britanija (6,5%), Kina (5,8%), Francuska (5,5%), Turska (4,5%), Bosna i Hercegovina (4,3%), Poljska (3,6%) i SAD (3,4%) dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 39,2% dolazaka stranih turista.

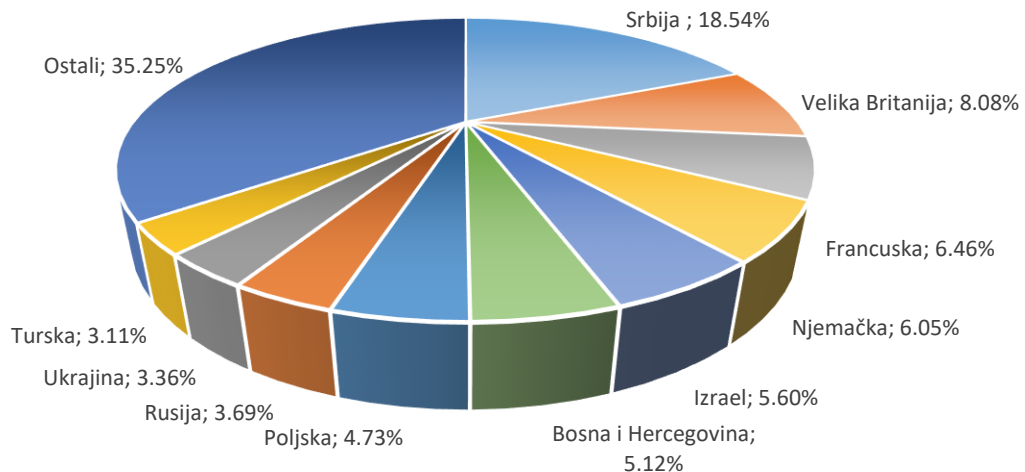
Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja u kolektivnom smještaju u 2025. godini



Grafik br. 11: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj dolazaka u kolektivnom smještaju u 2025. godini (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2025. godine u kolektivnom smještaju deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja turista u strukturi stranih turista su: Srbija (18,5%), Velika Britanija (8,1%), Francuska (6,5%), Njemačka (6,1%), Izrael (5,6%), Bosna i Hercegovina (5,1%), Poljska (4,7%), Rusija (3,7%), Ukrajina (3,4%) i Turska (3,1%) dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 35,2% ostvarenih noćenja stranih turista.

Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja u strukturi ostvarenih noćenja stranih turista u 2025. godini



Grafik br. 12: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj noćenja u kolektivnom smještaju u 2025. godini (Izvor: MONSTAT)

## 2.2. Podaci relevantnih institucija u praćenju turističkog prometa

Prema podacima AD Aerodroma Crne Gore tokom 2025. godine bilježimo rast od 4% u rotacijama vazduhoplova u odnosu na 2024. godinu i 3% u odnosu na 2019. godinu. Posmatrano po aerodromima, na Aerodromu Podgorica bilježimo ostvarenje od 99% u odnosu na 2024. godinu i rast od 5% u odnosu na 2019. godinu. U rotacijama aviona na tivatskom aerodromu bilježimo rast od 11% u odnosu na 2024. godinu i broj rotacija na nivou iz 2019. godine. Detaljan prikaz u tabeli br. 4.

Tabela br. 4: Promet aviona na crnogorskim aerodromima tokom 2019., 2024. i 2025. godine (Izvor: AD Aerodromi)

<i>Promet aviona 2019., 2024. i 2025. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2024. god.</i>	<i>2025. god.</i>	<i>2025/2024</i>	<i>2025/2019</i>
Podgorica	14,968	15,948	15,764	99	105
Tivat	14,099	12,771	14,165	111	100
Ukupno	29,067	28,719	29,929	104	103

Tokom 2025. godine bilježimo rast od 7% u broju opsluženih putnika u odnosu na 2024. godinu i rast od 35% u odnosu na 2019. godinu. Posmatrano po aerodromima, na Aerodromu Podgorica bilježimo ostvarenje na nivou 2024. godine i rast od 35% u odnosu na 2019. godinu u broju opsluženih putnika dok na tivatskom aerodromu bilježimo rast od 20% u odnosu na 2024. godinu i ostvarenje od 98% u odnosu na 2019. godinu. Detaljan prikaz u tabeli br. 5.

Tabela br. 5: Promet putnika na crnogorskim aerodromima tokom 2019., 2024. i 2025. godine (Izvor: AD Aerodromi)

<i>Promet putnika 2019., 2024. i 2025. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2024. god.</i>	<i>2025. god.</i>	<i>2025/2024</i>	<i>2025/2019</i>
Podgorica	1,297,367	1,757,872	1,751,850	100	135
Tivat	1,367,282	1,124,203	1,343,565	120	98
Ukupno	2,664,649	2,882,075	3,095,415	107	116

Prema podacima JP Nacionalni parkovi 2025. godine zabilježeno je 936.088 posjeta Nacionalnim parkovima što predstavlja rast od 28% u odnosu na 2024. godinu i rast od 61% u odnosu na 2019. godinu. U 2025. godini prihodovano je 4.179.406€ od prodatih ulaznica što predstavlja rast od 26% u odnosu na 2024. godinu i rast od 136% u odnosu na 2019. godinu. Detaljan prikaz u tabeli br. 6.

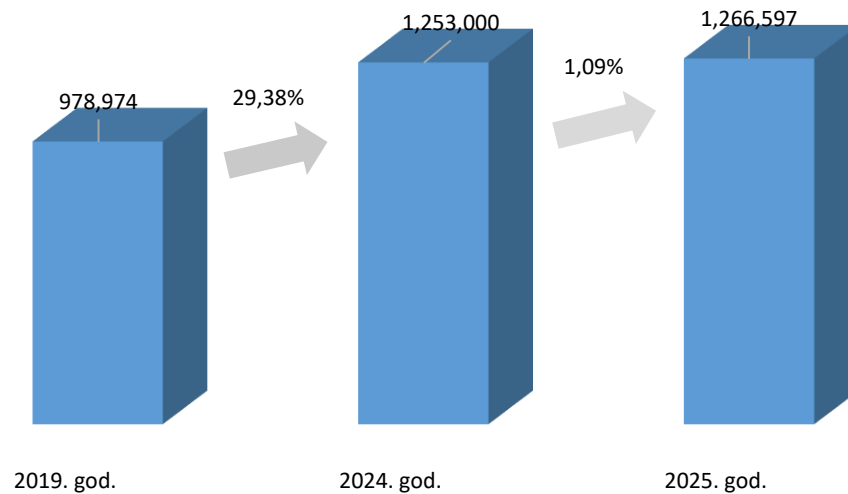
Tabela br. 6: Broj posjetioca i prihod od ulaznica u Nacionalnim parkovima tokom 2019., 2023. i 2024. godine (Izvor: JP Nacionalni parkovi)

<i>Broj posjetilaca i prihod od ulaznica 2019., 2024. i 2025. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2024. god.</i>	<i>2025. god.</i>	<i>2025/2024</i>	<i>2025/2019</i>
Broj posjetilaca	582,869	731,514	936,088	128	161
Prihod od ulaznica (€)	1,773,526	3,310,516	4,179,406	126	236

### 2.3. Finansijski pokazatelji

Shodno podacima CBCG tokom III kvartala 2025. godine ostvareno je 1,27 milijardi € od sektora putovanja/turizma od inostranih turista što predstavlja rast od 1,09% u odnosu na odgovarajući period 2024. godine i rast od 29,38% u odnosu na 2019. godinu.

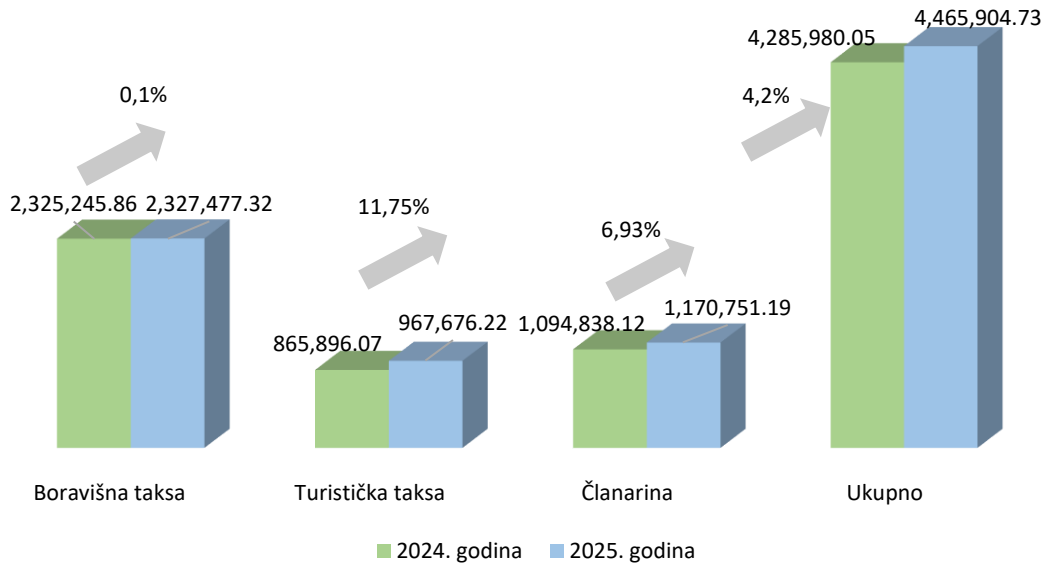
Prihodi od turizma/putovanja tokom III kvartala 2019., 2024. i 2025. godine (u 000€)



Grafik br. 13: Poređenje prihoda od putovanja/turizma ostvarenih tokom III kvartala 2019., 2024. i 2025. godine (u 000 €) (Izvor: Centralna banka CG)

Ukupni namjenski prihodi koji pripadaju NTO CG, koji uključuju prihode od boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa, naplaćeni tokom 2025. godine iznosili su 4.465.904,73€ što predstavlja rast od 4,2% u odnosu na namjenske prihode ostvarene u 2024. godini. Prihod po osnovu boravišne takse naplaćen tokom 2025. godine iznosio je 2.327.477,32€, što je predstavlja rast od 0,1% u odnosu na 2024. godinu. Po osnovu turističke takse ostvaren je prihod u iznosu od 967.676,22€, što je predstavlja rast od 11,75% u odnosu na 2024. godinu i po osnovu članskog doprinosa prihodovano je 1.170.751,19€ što predstavlja rast od 6,93% u odnosu na 2024. godinu.

Namjenski prihodi 2024./2025. godina



Grafik br. 14: Poređenje namjenskih prihoda ostvarenih tokom 2024. i 2025. godine (Izvor: Ministarstvo finansija)

U skladu sa pravnim okvirom, sredstva koja se prihoduju po osnovu boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa bi u cjelini trebala biti opredijeljena za finansiranje programa NTO CG. Navedeno je definisano čl. 40 i 42j Zakona o turističkim organizacijama ("Službeni list Republike Crne Gore", br. 011/04 od 20.02.2004, 046/07 od 31.07.2007, Službeni list Crne Gore", br. 073/10 od 10.12.2010, 040/11 od 08.08.2011, 045/14 od 24.10.2014, 042/17 od 30.06.2017, 027/19 od 17.05.2019) i čl. 8 Zakona o boravišnoj taksi ("Službeni list Republike Crne Gore", br. 011/04 od 20.02.2004, 013/04 od 26.02.2004, Službeni list Crne Gore", br. 073/10 od 10.12.2010, 048/15 od 21.08.2015). Suprotno navedenim odredbama, ova sredstva prihoduje Državni trezor i samo dio ovih sredstava se Zakonom o budžetu Crne Gore opredjeljuje za aktivnosti NTO CG.

Zakon o budžetu Crne Gore za 2025. godinu za NTO CG opredijeljena su namjenska sredstva u iznosu od 2.680.260,55€, od čega iznos od 2.250.000 € za finansiranje aktivnosti iz programa rada, odnosno zakonom opredijeljena sredstva su za preko 1,8 mil € niža u odnosu na sredstva koja su shodno zakonima trebala biti opredijeljena. Neopredjeljivanje pripadajućeg dijela namjenskih sredstava u cjelini za finansiranje programa rada NTO CG, osim što nije u skladu sa pravnim okvirom koji reguliše oblast, takođe predstavlja i značajno ograničenje u izvršavanju zadataka NTO CG. U vezi sa finansiranjem programa rada NTO CG koje nije u skladu sa važećim propisima Crne Gore, a koji jasno definišu namjenu naplaćenih namjenskih sredstava (boravišne takse, članskog doprinosa i turističke takse), upoznate su relevantne institucije i organi upravljanja NTO CG<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Pored ostalog, dopisi upućeni Ministarstvu finansija (dopis br 01/01-2369 od 07.12.2023. godine) i Skupštinskom Odboru za turizam, poljoprivredu, ekologiju i prostorno planiranje (dopis br 01/01/2-2405 od 18.12.2023. godine), Zaključak Skupštine Crne Gore objavljen u Službenom listu Crne Gore br. 144/21 od 31.12.2021. god.

U tabeli br. 7 prikazani su podaci Centralne banke Crne Gore o prihodima od putovanja/turizma od stranih turista u 2025. godini sa iskazanim indeksima i podaci o namjenskim prihodima ostvarenim tokom 2025. godine od boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa koje je prihodovao Budžet Crne Gore, po mjesecima i ukupno, sa iskazanim indeksima

Tabela br. 7: Prihodi od putovanja/turizma i namjenski prihodi ostvareni u 2025. godini (Izvor: Centralna banka Crne Gore i Ministarstvo finansija)

Prihodi od turizma/putovanja od inostranih gostiju i namjenski prihodi u 2025. godini										
Period	Prihodi od putovanja/turizma (000€)	Indeksi	Namjenski prihodi							
			Prihodi od boravišne takse	Indeksi	Prihodi od turističke takse	Indeksi	Prihodi od članskog doprinosa	Indeksi	Ukupni namjenski prihodi	Indeksi
Januar	73,600	90.50	63,395.21	103.66	20,045.18	77.60	33,090.97	114.04	116,531.36	100.45
Februar			57,278.10	94.95	28,042.06	125.84	29,640.82	92.79	114,960.98	100.36
Mart			61,818.34	84.50	23,362.12	102.56	31,989.20	79.64	117,169.66	86.09
April	320,305	99.57	94,118.93	97.07	35,254.56	164.83	176,331.26	103.07	305,704.75	105.63
Maj			138,436.14	96.74	46,108.50	129.71	133,516.39	132.76	318,061.03	113.91
Jun			254,885.11	118.26	85,215.31	136.61	117,732.11	91.47	457,832.53	112.60
Jul	872,692	102.67	450,040.33	94.78	148,514.74	114.10	115,749.22	95.53	714,304.29	98.37
Avgust			494,529.55	93.86	192,309.27	105.89	149,179.22	98.40	836,018.04	97.20
Septembar			353,167.03	111.37	187,262.21	120.89	78,152.71	161.55	618,581.95	118.87
Oktoobar			189,754.72	102.61	101,223.56	97.94	151,460.83	165.91	442,439.11	116.56
Novembar			102,352.71	106.93	47,603.75	102.63	80,977.77	157.27	230,934.23	119.29
Decembar			67,701.15	89.59	52,734.96	88.97	72,930.69	56.35	193,366.80	73.17
<b>Ukupno</b>	<b>1,266,597</b>	<b>101.09</b>	<b>2,327,477.32</b>	<b>100.10</b>	<b>967,676.22</b>	<b>111.75</b>	<b>1,170,751.19</b>	<b>106.93</b>	<b>4,465,904.73</b>	<b>104.20</b>

### 3. Ciljevi Programa rada za 2026. godinu

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je, polazeći od zadataka definisanih članom 30 Zakona o turističkim organizacijama („Službeni list Republike Crne Gore“, br. 011/04, 046/07, „Službeni list Crne Gore“, br. 073/10, 040/11, 045/14, 042/17, 027/19), definisala ciljeve Programa rada za 2026. godinu, U tom kontekstu, ciljevi su strukturisani tako da obuhvataju dvije komplementarne oblasti djelovanja – destinacijski menadžment i destinacijski marketing. Ovakva podjela omogućava integrisan pristup razvoju i promociji turizma, u kojem se aktivnosti upravljanja destinacijom i marketinške aktivnosti međusobno nadopunjuju u cilju jačanja konkurentnosti Crne Gore kao turističke destinacije:

#### **Ciljevi u oblasti destinacijskog menadžmenta**

- Razvoj inovativnog i integralnog turističkog proizvoda;
- Koordinacija sa lokalnim turističkim organizacijama i davanje saglasnosti na Programe rada i finansijske planove
- Praćenje turističkog prometa i tržišta;
- Unapređenje kvaliteta usluga;
- Očuvanje vrijednosti i održivost.

#### **Cilj u oblasti destinacijskog marketinga**

- Jačanje međunarodnog pozicioniranja Crne Gore kao održive i autentične destinacije;
- Razvijanje ciljanih promotivnih kampanja po tržištima i segmentima;
- Digitalna transformacija marketinga;
- Saradnja sa medijima, influenserima i turoperatorima;
- Brendiranje destinacije kroz autentične vrijednosti.

## Destinacijski menadžment

### 4. Razvoj inovativnog i integralnog turističkog proizvoda

#### 4.1. *Sprovođenje marke kvaliteta Montenegro Quality u turizmu Crne Gore*

NTO CG realizuje projekat Montenegro Quality (MQ) sa ciljem unapređenja kvaliteta usluga u turizmu i pozicioniranja Crne Gore kao atraktivne, cjelogodišnje turističke destinacije koja turistima nudi jedinstveno iskustvo.

Montenegro Quality (MQ) je prestižna oznaka koja garantuje vrhunski kvalitet proizvoda i usluga u Crnoj Gori koju dodjeljuje Nacionalna turistička organizacija Crne Gore. Namijenjena je subjektima koji žele da unapređuju kvalitet, istaknu svoju posvećenost visokim standardima i diferenciraju se na tržištu.

Korisnici MQ marke mogu biti:

- ✓ hoteli i slični objekti;
- ✓ turistički apartmani, kuće i stanovi;
- ✓ gostionice, hosteli, etno sela, odmarališta;
- ✓ kampovi;
- ✓ seoska domaćinstva;
- ✓ ugostiteljski objekti za pružanje usluge pripremanja i usluživanja hrane, pića i napitaka;
- ✓ lokalni proizvođači;
- ✓ suvenirnice;
- ✓ nacionalni parkovi;
- ✓ atrakcije, skijališta;
- ✓ muzeji i galerije;
- ✓ SPA centri;
- ✓ turističke agencije;
- ✓ aerodromi;

U prethodne dvije godine Nacionalna turistička organizacija Crne Gore dodijelila je 52 sertifikata Montenegro Quality hotelima, privatnom smještaju, turističkim agencijama, seoskim domaćinstvima, atrakcijama i muzejima i galerijama.

#### **Planirane aktivnosti:**

- Unapređenje postojećih i uvođenje novih kriterijuma;
- Promocija marke kvaliteta putem PR aktivnosti i drugih marketing kanala (online i offline);
- Razmatranje prijava od strane Komisije za provjeru ispunjenosti uslova za korišćenje marke MQ i dodjela MQ oznake prijavljenim koji ispunjavaju uslove;

*Rok realizacije: kontinuirano,  
Indikatori: broj korisnika marke kvaliteta;  
Vrijednost indikatora: min. 65*

#### *4.2. Uvođenje destinacijske kartice Montenegro Pass*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će u okviru Programa rada realizovati projekat Montenegro Pass – uvođenje digitalne turističke kartice koja će turistima omogućiti jednostavan pristup popustima, pogodnostima i besplatnim uslugama kod partnera širom Crne Gore putem jedinstvene digitalne platforme koja će biti razvijena u okviru sajta. Projekat će funkcionisati na osnovu QR i EAN kod tehnologije, uz brzu online registraciju i digitalnu validaciju.

Montenegro Pass će imati za cilj unapređenje turističkog doživljaja, povećanje vidljivosti turističkih destinacija i ponude, podsticanje istraživanja destinacija i obezbjeđivanje podataka u realnom vremenu za strateško planiranje i upravljanje turizmom na nacionalnom nivou. Projekat će doprinijeti digitalizaciji turističke ponude i jačanju imidža Crne Gore kao savremene i inovativne turističke destinacije.

##### **Planirane aktivnosti:**

- Razvoj sistema Montenegro Pass u skladu sa projektnim zadatkom i zaključenim ugovorom;

*Rok: I–IV kvartal*

*Indikator: Realizacija aktivnosti u skladu sa planom rada definisanim ugovorom;*

#### *4.3. Unapređenje destinacijskog menadžmenta u Crnoj Gori*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore realizuje projekat konsultantske podrške u cilju unapređenja destinacijskog menadžmenta na lokalnom nivou. Projekat će obuhvatiti analizu postojećeg stanja, identifikaciju razvojnih potencijala i izazova, kao i izradu smjernica i preporuka za unapređenje upravljanja, razvoja, promocije i pozicioniranja tri turističke destinacije u Crnoj Gori, jednu na sjeveru, jednu u Centralnom i jednu u Južnom regionu Crne Gore.

Realizacijom projekta će se unaprijediti kapaciteti lokalnih turističkih organizacija u oblastima strateškog upravljanja, istraživanja i analiza, razvoja turističkog proizvoda, promocije i brendiranja kroz realizaciju ciljanih edukacija. Poseban fokus biće na osmišljavanju pilot turističkog proizvoda i njegovom uvezivanju u ukupnu ponudu destinacije, u skladu sa principima održivog i odgovornog turizma.

*Rok realizacije: I–IV kvartal*

*Indikatori: Sprovedena analiza postojećeg stanja i izrađene smjernice za unapređenje destinacijskog menadžmenta za tri turističke destinacije (opštine) u Crnoj Gori; Realizovane edukacije za predstavnike odabranih lokalnih turističkih organizacija u skladu sa zaključenim ugovorom;*

#### **4.4. MICE turizam**

##### **Planirane aktivnosti u 2026. godini:**

##### **Učešće na specijalizovanim sajmovima**

Crnogorski kongresni biro tokom 2026. godine, planira učešće na specijalizovanim međunarodnim sajmovima i berzama kongresnog turizma:

- "Conventa 2026", 10 - 12. februar, Ljubljana

Crnogorski kongresni biro će u periodu od 10. do 12. februara učestvovati na međunarodnom sajmu Conventa 2026 na kojem se predstavlja kongresna ponuda jugoistočne Evrope. Na ovoj berzi učestvovali će oko 100 izlagača iz 10 zemalja i preko 200 kupaca koji su odgovorni za planiranje i finansijske odluke za pomenuta putovanja iz oko 20 zemalja Evrope, Amerike i Indije. Osim kongresnih biroa ponudu će predstaviti i kongresni centri, hoteli, specijalizovane agencije i drugi, uključujući i članove Crnogorskog kongresnog biroa.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 20.*

- "IMEX", 19 - 21. maj, Frankfurt

Crnogorski kongresni biro će u periodu od 19. do 21. maja 2026. godine učestvovati na sajmu IMEX koji je jedan od najznačajnijih evropskih sajmova kongresne industrije, poslovnih i incentive (motivacionih) putovanja, koji predstavlja mjesto susreta profesionalnih organizatora događaja sa izlagačima iz svih sektora turizma, turističkih organizacija, kongresnih biroa, hotelskih kompanija, avio kompanija, spa rizorta i dr. Sajam okuplja preko 10.000 učesnika, od toga 2.500 profesionalnih organizatora događaja i preko 2.200 izlagača iz više od 70 zemalja.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 30.*

- IMEX America, 13 - 15. oktobar, Las Vegas

Crnogorski kongresni biro će u periodu od 13. do 15. oktobra po prvi put učestvovati na sajmu IMEX America, najvećem sajmu za globalnu industriju sastanaka, događaja i incentive putovanja. Ovaj vodeći sajam okuplja MICE industriju kako bi se uspostavila poslovna suradnja između dobavljača i kupaca iz svih sektora industrije poslovnih putovanja. Pored sastanaka, sajam nudi specijalizovanu edukaciju i umrežavanje.

*Rok realizacije: III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 20.*

- IBTM, 17 – 19. novembar, Barselona

Crnogorski kongresni biro će u periodu od 17. do 19. novembra učestvovati na događaju IBTM World specijalizovanom za poslovna putovanja, odnosno događaje iz oblasti MICE turizma, koji se već više od 30 godina održava u Barseloni, sa ciljem da inspiriše organizatore događaja da svojim klijentima pruže izuzetna iskustva. Obzirom da okuplja preko 15.000 profesionalaca i organizatora događaja, uključujući kongresne biroe, hotele, avio kompanije, DMC, PCO, specijaliste za event menadžment, iz više od 100 zemalja svijeta, učešće na ovom sajmu svojevrsna je prilika za uspostavljanje kontakata i umrežavanje u pravcu ostvarivanja boljih poslovnih rezultata.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 30.*

### **Članstvo u međunarodnim organizacijama**

Crnogorski kongresni biro će i u 2026. godini nastaviti sa članstvom u relevantnim međunarodnim institucijama:

- Medjunarodnom udruženju kongresa i konvencija (ICCA), 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.

*Rok: kontinuirano*

- Strateškoj alijansi evropskih kongresnih biroa, što podrazumijeva kontinuiranu komunikaciju sa kolegama iz kongresnih biroa evropskih destinacija, razmjenu informacija, mišljenja i iskustva putem e mail grupe i redovnih polugodišnjih sastanaka.

*Rok: kontinuirano*

### **Studijska putovanja**

- B2B promocija putem podrške organizaciji studijskih putovanja hosted buyera (zaduženih za planiranje, organizaciju i finansijske odluke za ovaj segment).

*Rok: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj hosted buyera kojima je predstavljena ponuda;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

### **Podrška u organizaciji međunarodnih događaja u Crnoj Gori**

- Kako bi se podstakao razvoj MICE turizma u Crnoj Gori i unaprijedio imidž destinacije kao atraktivne za organizaciju događaja, Crnogorski kongresni biro planira da podrži organizaciju međunarodnih događaja koji se organizuju u Crnoj Gori, a koje procjenjuje značajnim.

*Rok: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 2.*

### **Unapređenje kvaliteta MICE turizma**

- Kako bi se podstakao razvoj MICE turizma u Crnoj Gori Crnogorski kongresni biro planira da pripremi predlog podsticajne mjere u pravcu unapređenja kvaliteta u dijelu MICE turizma.

*Rok: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj članova MCB koji su podržani;*

*Vrijednost indikatora: min. 2.*

## **4.5. Promocija posebnih oblika turizma**

Razvoj i promocija posebnih oblika turizma, uključujući kulturni, ruralni i zdravstveni turizam imaju važnu ulogu u pozicioniranju Crne Gore kao atraktivne turističke destinacije tokom cijele godine. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore kroz aktivnosti koje sprovodi na emitivnim tržištima kontinuirano promovira bogatu kulturnu baštinu, autentična ruralna područja i ponudu u oblasti zdravstvenog turizma. Realizacijom ciljanih marketinških kampanja, digitalnih promotivnih aktivnosti, podrškom tematskim manifestacijama i saradnjom sa relevantnim akterima u turizmu, cilj je generisanje turističke potražnje van glavne ljetnje sezone.

U okviru navedenih aktivnosti, NTO CG nastavlja promociju domaćih proizvoda, hrane i pića, kao važnog segmenta autentične turističke ponude. Kroz projekat *Montenegro Quality*, u saradnji sa Privrednom komorom Crne Gore, podstiče se povezivanje pružalaca turističkih i ugostiteljskih usluga sa lokalnim proizvođačima usmjerenih na jačanje sinergije ova dva sektora.

### **Planirane aktivnosti:**

- Uključiti ponudu iz oblasti kulturnog, ruralnog i drugih oblika turizma u planirane studijske posjete.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj realizovanih studijskih posjeta;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Promocija domaćih proizvoda, hrane i pića u okviru aktivnosti NTOCG.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj organizovanih događaja;*

*Vrijednost indikatora: minimum 3.*

#### *4.6. Digitalni nomadi*

##### **Planirana aktivnost:**

- IPA CBC programa Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2021-2027 u okviru STAR projekta čiji je opšti cilj doprinos održivom razvoju turizma u prekograničnom području kroz stvaranje preduslova za privlačenje digitalnih nomada kao ciljne grupe tokom 2026. godine, planirane su sledeće aktivnosti: kreiranje turističke ponude - ruta za digitalne nomade u prekograničnom području, kreiranje tekstualnog, foto i video sadržaja o prekograničnom području i pružaoocima usluga za veb platformu.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj izrađenih materijala koji promovišu turističku ponudu;*

*Vrijednost indikatora: 3*

#### *4.7. Međunarodni projekti i donacije*

NTO CG će u 2026. godini učestvovati u realizaciji sledećih projekata koji se finansiraju iz fondova Evropske unije:

- IPA Interreg EuroMED 2021-2027, projekat Dijalog za turizam (Dialogue4Tourism), ukupnog budžeta 3,200,000.00€, od čega je za aktivnosti NTO predviđeno 289,810.00€, koji ima za cilj poboljšanje koordinacije i institucionalnih kapaciteta u oblasti održivog turizma, kao i programa, strategija i inicijativa na Mediteranu, sa ciljem da se turizam transformiše u zeleniji, pametniji i otporniji na uticaj globalnih promjena, kako bi se osigurao održivi rast u budućnosti. U okviru ovog projekta održaće se sastanci koji imaju za cilj održavanje kontinuirane žive komunikacije među projektnim partnerima, rad na uspešnoj realizaciji projekta i javno zagovaranje tema i rešenja iz oblasti održivog turizma. Pored toga, NTO Crne Gore će organizovati peti po redu Policy lab. Pored pomenutih aktivnosti, nastavlja se kontinuirani doprinos izvještaju za praćenje karbonskog otiska aktivnosti na projektu. NTO Crne Gore će, kao lider aktivnosti, koordinirati zajednički razvoj i primjenu Strategije transfera i povezivanja sa Community4Tourism, osiguravajući usklađenost svih aktivnosti i jasno definisane uloge aktera u procesu transfera znanja i politika. Tokom 2026. godine NTO CG će pratiti i prilagođavati implementaciju strategije na osnovu rezultata DTT Panela, Sustainable Tourism Policy Labova i NSTO mreže, s ciljem efikasnog ugrađivanja projektnih rezultata u nacionalne i regionalne turističke politike.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: Nacionalni izvještaj o realizovanoj radionici u Crnoj Gori i zapisnik sa sastanka Nadzornog tijela projekta Dijalog za turizam;*

*Vrijednost indikatora: 1 izvještaj, 1 zapisnik.*

- Interreg IPA South Adriatic 2021-2027 koji ima za cilj infrastrukturno opremanje Međunarodnog kreativnog centra u okviru Tvrđave Španjola u Herceg Novom, u cilju uspostavljanja brojnih sadržaja za rad umjetnika i preduzetnika u kulturi. Kreativni hub služiće razvoju sektora stvaralaštva i kreativnih industrija, s posebnim fokusom na mala i srednja preduzeća iz ovih oblasti.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: Broj održanih sastanaka sa nadležnim institucijama i partnerima u projektu;*

*Vrijednost indikatora: min 2.*

- Interreg Danube Programme 2021-2027, u okviru projekta RomasWineDanube, ukupnog budžeta 2.192.667,00€, od čega je za aktivnosti NTO predviđeno 180.318,00€. Opšti cilj projekta je socio-ekonomski razvoj kroz nasljeđe, kulturu i turizam. Tokom 2026. godine, NTO CG će učestvovati u organizaciji Bloggers trip-a čiji će cilj biti promocija zelenih ruta (kreiranih od strane NTO u saradnji sa konsultanskom kućom) kreiranih u okviru projekta, od strane blogera. Takođe, imajući u vidu da se projekat završava u junu 2026. godine, NTO CG će učestvovati u završnim aktivnostima kojima će se zaokružiti sve što se radilo tokom čitavog vremena trajanja projekta.

*Rok realizacije: I i II kvartal;*

*Indikator: broj studijskih posjeta blogera Crnoj Gori*

*Vrijednost indikatora: 1*

- IPA CBC programa Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2021-2027 u okviru STAR projekta, ukupnog budžeta 455.826,85€, od čega je za aktivnosti NTO predviđeno 69,187.00€. Opšti cilj projekta je doprinos održivom razvoju turizma u prekograničnom području kroz stvaranje preduslova za privlačenje digitalnih nomada kao nove ciljne grupe. Tokom 2026. godine, planirane su sledeće aktivnosti: kreiranje turističke ponude - ruta za digitalne nomade u prekograničnom području, kreiranje tekstualnog, foto i video sadržaja o prekograničnom području i pružaočima usluga za veb platformu.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj izrađenih materijala koji promovišu turističku ponudu;*

*Vrijednost indikatora: 3*

- Interreg program Dunavskog regiona 2021-2027 u okviru Transdinarica 2 projekta, ukupnog budžeta 2.210.550,00€ od čega je za aktivnosti NTO CG predviđeno 130.190,00€. Opšti cilj projekta je unapređenje turističke destinacije kroz jačanje društvenog i ekonomskog uticaja turizma i poboljšanje pristupačnosti rute povezivanjem sa biciklističkom rutom Alpe Adria. U okviru projekta, tokom 2026. godine, planirana su 2 partnerska sastanka koja će se održati u mjestima koja se nalaze na ruti Transdinarica 2.

*Rok realizacije: do kraja 2026.;*

*Indikator: zapisnik sa održanih sastanaka*

*Vrijednost indikatora: 2 zapisnika*

- Interreg program Južni Jadran 2021-2027 u okviru ASCEND projekta planiranog budžeta 1.318.303,94€ koji treba da prođe kroz fazu optimizacije, od čega je za aktivnosti NTO CG predviđeno 307.440,00€,

planirano je održavanje početnog Kick off sastanka i usvajanje radnog plana. Glavni cilj projekta ASCEND je jačanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća kroz podršku unaprijeđenju postojećih proizvoda avanturističkog turizma i razvoju novih putem šeme subvencija, podsticanje inovacija kroz ciljane obuke i izgradnju kapaciteta, kao i povećanje vidljivosti putem prekogranične platforme.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: zapisnik sa održanog sastanka i broj usvojenih dokumenata;*

*Vrijednost indikatora: 1 zapisnik, 1 usvojeni dokument*

- NTO CG očekuju tokom 2026 godine rezultate projekata koji su u fazi evaluacije i to: Projekat INTRA Borders (program IPA CBC ALB-MNE), Projekat SYNTOUR – Synergistic Cluster Collaboration for Sustainable Tourism Future in the ADRION Region (Interreg IPA Adriatic–Ionian Programme), Projekat Reach i ACTIon S3 (Interreg Adrion programme), a za koje je projektni tim NTO CG ukazao interesovanje za partnerstvom u prethodnom periodu.

- Kreiranje i praćenje aktuelnih poziva za prijavu projekata, priprema projekata, traženje partnerstava i apliciranje na otvorene pozive je aktivnost koju projektni tim kontinuirano sprovodi.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj projektnih aplikacija koje su prijavljene na otvorene pozive u toku godine;*

*Vrijednost indikatora: 4.*

## 5. Koordinacija sa lokalnim turističkim organizacijama i davanje saglasnosti na Programe rada i finansijske planove

### **Planirane aktivnosti:**

- Izrada Smjernice za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana za 2027. godinu;

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: izrada smjernica;*

*Vrijednost indikatora: Smjernice su pripremljene.*

- Analiza predloga programa rada i finansijskih planova lokalnih turističkih organizacija u cilju davanja prethodne saglasnosti;

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj datih mišljenja/saglasnosti;*

*Vrijednost indikatora: data mišljenja/saglasnosti na sve dobijene predloge programa i finansijskih planova, max. 25*

*Saradnja sa Ministarstvom turizma, lokalnim turističkim organizacijama, turističkom privredom i drugim partnerima iz Crne Gore*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore i u 2026. godini nastavlja blisku i kontinuiranu saradnju sa Ministarstvom turizma u cilju kreiranja i sprovođenja strateških planova razvoja turizma. Ova saradnja usmjerena je na dalje pozicioniranje Crne Gore kao atraktivne i konkurentne turističke destinacije, kao i na izradu i unapređenje pravnog okvira koji reguliše pitanja od značaja za finansiranje i djelovanje turističkih organizacija. NTO CG je partner Ministarstvu i kreiranju i implementaciji programa podsticajnih mjera u oblasti turizma.

U 2026. godini biće nastavljena redovna saradnja i međusobna podrška između NTO CG i lokalnih turističkih organizacija, posebno u oblasti planiranja zajedničkih promotivnih nastupa na inostranim tržištima, prije svega na tržištima zemalja regiona. Saradnja će se realizovati i kroz organizaciju studijskih posjeta novinara i turoperatora, kao i kroz sprovođenje pojedinačnih promotivnih kampanja.

Posebna pažnja i u 2026. godini biće posvećena lokalnim turističkim organizacijama turistički manje razvijenih opština Crne Gore, za koje se na godišnjem nivou pripremaju analize stanja i sagledavaju mogućnosti za unapređenje njihovog rada kroz različite vidove partnerstva sa NTO CG.

U skladu sa članom 25 Zakona o turističkim organizacijama, predstavnici NTO CG čine sastavni dio skupština lokalnih turističkih organizacija, što omogućava dodatni uvid u planirane i realizovane aktivnosti LTO-a i doprinosi unapređenju koordinacije na nacionalnom i lokalnom nivou.

NTO CG nastavlja kontinuiranu i kvalitetnu saradnju sa Privrednom komorom Crne Gore, Crnogorskim turističkim udruženjem, Asocijacijom turističkih vodiča, Udruženjem ugostitelja, Udruženjem turističkih agencija, kao i sa pojedinačnim turističkim kompanijama, sa kojima se realizuje značajan broj promotivnih aktivnosti.

Kontinuirana saradnja ostvaruje se i sa diplomatsko-konzularnim predstavništvima Crne Gore, lokalnim samoupravama, nevladinim sektorom, medijima, marketinškim agencijama, inostranim predstavništvima, crnogorskom dijasporom, kao i brojnim organizacijama koje djeluju u Crnoj Gori.

Program saradnje NTO CG sa partnerima iz turističke privrede biće nastavljen i u 2026. godini. U skladu sa Pravilima NTO CG, saradnja se realizuje kroz različite nivoe partnerstva, i to: strateški partner, marketinški partner, partner sezone i partner projekta.

**Planirane aktivnosti u 2026. godini:**

- Nastavak saradnje sa predstavnicima privrede, lokalnim turističkim organizacijama i drugim institucijama na nacionalnom nivou;

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj zaključenih sporazuma/ugovora;*

*Vrijednost indikatora: minimum 3.*

- Organizacija redovnih sastanaka sa predstavnicima lokalnih turističkih organizacija;

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj održanih sastanaka;  
Vrijednost indikatora: minimum 20.*

- Organizacija obilazaka i priprema analize stanja u lokalnim turističkim organizacijama u sjevernom i centralnom regionu Crne Gore;

*Rok realizacije: IV kvartal;  
Indikator: pripremljena analiza stanja;  
Vrijednost indikatora: analiza je pripremljena.*

- Učešće NTO CG u radu skupština lokalnih turističkih organizacija;

*Rok realizacije: kontinuirano;  
Indikator: broj sjednica na kojima je NTO CG učestvovala;  
Vrijednost indikatora: učešće na svim sjednicama za koje je NTO CG dobila poziv, u skladu sa poslovnicima LTO-a min. 10.*

### *5.1. Razvoj i promocija turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će i u 2026. godini dio prostora na određenim sajmovima, u skladu sa Odlukom o ustupanju dijela prostora na sajmovima lokalnim turističkim organizacijama u cilju razvoja i promocije turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima Crne Gore, opredijeliti za ovu namjenu. Pravo na promociju na ustupljenom dijelu prostora bez plaćanja participacije LTO može ostvariti ukoliko ispunjava uslove:

- da ima turističku ponudu koja se odnosi na tip i vrstu sajma za koji se prijavljuje;
- da je stekla pravo shodno Listi kriterijuma za promociji na ustupljenom dijelu prostora bez plaćanja participacije;

#### **Planirana aktivnost:**

- Izrada Liste kriterijuma za promociji na ustupljenom dijelu prostora bez plaćanja participacije.

*Rok realizacije: I kvartal;  
Naziv indikatora: izrada Liste kriterijuma;  
Vrijednost indikatora: Lista kriterijuma je pripremljena;*

#### *Smjernice za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana za 2026. godinu*

U skladu sa članom 30 Zakona o turističkim organizacijama jedan od zadataka Nacionalne turističke organizacije Crne Gore je da "utvrđuje smjernice budućih planova i programa lokalnih turističkih organizacija". Shodno članu 19 Zakona "Turistička organizacija za svaku poslovnu godinu utvrđuje program rada i finansijski plan u skladu sa smjernicama Nacionalne turističke organizacije". Lokalne

turističke organizacije u obavezi su da, prije usvajanja, predlog programa rada i finansijskog plana dostave Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore na davanje prethodne saglasnosti.

### *Izmjena Zakona o turističkim organizacijama i Zakona o boravišnoj taksi*

Implementacija Zakona o turističkim organizacijama i Zakona o boravišnoj taksi iskristalisala je potrebu za izmjenom navedenih zakona s ciljem otklanjanja nejasnoća u postojećim odredbama i stvaranja pravnog okvira koji omogućava efikasniji rad turističkih organizacija, a u skladu s najboljim međunarodnim praksama. Kako bi doprinijela realizaciji ovih aktivnosti NTO CG je pripremila predloge izmjena oba zakona i iste dostavila resornom Ministarstvu.

## 6. Praćenje turističkog prometa i tržišta

### *6.1. Analize i istraživanja u turizmu*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će po potrebi realizovati analize savremenih turističkih trendova, preferencija putnika i konkurentnosti destinacije, s ciljem kreiranja efektivnih strategija promocije i razvoja turističke ponude. Ova istraživanja odnosno analize će omogućiti bolje razumijevanje potreba i očekivanja turista, čime će se doprineti efikasnijem pozicioniranju destinacije na međunarodnom tržištu.

#### **Planirane aktivnosti:**

- Guest Survey 2026 - U cilju kontinuiranog praćenja trendova na strani turističke potražnje i obezbjeđivanja relevantnih podloga za planiranje i evaluaciju turističkih politika i promotivnih aktivnosti, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će u 2026. godini sprovesti sveobuhvatno istraživanje stavova, navika i potrošnje domaćih i inostranih turista. Istraživanje će se realizovati primjenom jasno definisane metodologije, koja podrazumijeva terensko prikupljanje podataka ličnim intervjuom sa turistima u komercijalnim smještajnim objektima, korišćenje strukturiranog upitnika, elektronski unos i obradu podataka, kao i sprovođenje svih faza kontrole kvaliteta prikupljenih informacija. Istraživanje će obuhvatiti reprezentativan uzorak turista, čime će se obezbijediti uporedivi i pouzdani pokazatelji o profilu turista, njihovim motivima dolaska, nivou zadovoljstva, strukturi potrošnje i iskustvu boravka u destinaciji. Dobijeni rezultati biće korišćeni za izradu analitičkih izvještaja i preporuka, kao i za unapređenje strateškog planiranja, ciljanih promotivnih aktivnosti i donošenje odluka zasnovanih na podacima, u skladu sa definisanim ciljevima, rokovima i obavezama utvrđenim projektnim zadatkom.

*Rok realizacije: III i IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj sprovedenih istraživanja;*

*Vrijednost indikatora: min 1;*

- Trust You - U cilju kontinuiranog praćenja percepcije kvaliteta turističke ponude i dobijanja sveobuhvatnog uvida u stavove gostiju o uslugama u Crnoj Gori, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore koristi sistem *TrustYou* kao alat za prikupljanje, objedinjavanje i analizu online recenzija i ocjena

turista. Ovaj sistem omogućava praćenje zadovoljstva gostiju na osnovu podataka sa relevantnih digitalnih platformi, čime se obezbjeđuje jasna i realna slika stanja u turističkoj industriji, kako na nacionalnom, tako i na nivou pojedinačnih destinacija i turističkih subjekata. Analize dobijene putem sistema TrustYou služe kao značajna analitička osnova za identifikaciju trendova, unapređenje kvaliteta usluga, kreiranje ciljanih promotivnih aktivnosti i donošenje odluka zasnovanih na podacima, u cilju jačanja konkurentnosti Crne Gore kao turističke destinacije.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj dobijenih dnevnih izvještaja iz sistema Trust You;*

*Vrijednost indikatora; 365 izvještaja;*

## 7. Unapređenje kvaliteta usluga

### 7.1. Unapređenje znanja i vještina

Savremeni trendovi u oblasti maketinga u turizmu i poslovnih vještina zahtijevaju kontinuirano unapređenje kompetencija zaposlenih NTO CG. U tom dijelu od izuzetnog značaja za NTO CG je saradnja koju ostvaruje sa renomiranim međunarodnim udruženjima, organizacijama i kompanijama, ali i sa Upravom za kadrove Crne Gore.

#### **Planirane aktivnosti:**

- Izrada i realizacija plana obuke za zaposlene u NTO CG.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj obuka/broj učesnika;*

*Vrijednost indikatora na kraju: min. 5/min. 20.*

### 7.2. Informisanje turista

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će tokom 2026. preko svog zvaničnog veb-portala i Call Centra redovno informisati zainteresovane turiste o svim važnim pitanjima za odmor u Crnoj Gori i organizovati kampanju na graničnim prelazima sa ciljem unapređenja iskustva gostiju u destinaciji.

#### **Planirane aktivnosti:**

- Pružanje informacija svim zainteresovanim subjektima putem veb-portala i kol-centra;

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj dostavljenih informacija;*

*Vrijednost indikatora: minimum 150;*

- Realizacija kampanje na graničnim prelazima - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, u saradnji sa partnerima, pokreće kampanju dobrodošlice na graničnim prelazima kako bi poboljšala iskustvo turista već pri samom dolasku u zemlju. Ljubazni promoteri dočekaće goste, pružajući im korisne informacije i uz simbolične poklone učiniti da se odmah osećaju dobrodošlo.

*Rok realizacije: II i III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medijskih objava;*

*Vrijednost indikatora: min. 8;*

### *7.3. Obilježavanje važnih datuma u oblasti turizma*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će kroz prigodne promotivne i informativne aktivnosti obilježavati značajne datume u oblasti turizma, kao što su Svjetski dan turizma, koji se obilježava 27. septembra, Evropski dan turizma 26. januara.

#### **Planirana aktivnost:**

- Realizacija aktivnosti kojom će se obilježiti Svjetski dan turizma;

*Rok realizacije: III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj objava u medijima;*

*Vrijednost indikatora: minimum 5 objava po događaju;*

- Realizacija aktivnosti kojom će se obilježiti Evropski dan turizma, prisustvovanje izložbi „Turizam za Evropu, Evropa za turizam“, čiji je domaćin Evropska komisija za putovanja (ETC);

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: predstavljanje projekta „Putovanje kroz vrijeme - kulturna renesansa od Skadarskog jezera do Kosova“ u okviru izložbe „Turizam za Evropu, Evropa za turizam“;*

*Vrijednost indikatora: min. 1;*

### *7.4. Medijska promocija i informisanje javnosti o ključnim aktivnostima NTO CG*

Kroz kontinuiranu medijsku promociju i informisanje javnosti o ključnim aktivnostima, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore unapređuje kvalitet komunikacije sa zainteresovanim stranama, jača institucionalnu transparentnost i doprinosi profesionalizaciji turističkog sektora.

- PR tekstovi - Objava saopštenja NTO CG u vezi najvažnijih promotivnih aktivnosti na najboljim pozicijama portala, koji imaju najveću čitanost.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj objavljenih PR tekstova;*

*Vrijednost indikatora: min. 20.*

- Snimanje događaja u organizaciji NTO CG - pravljenje priloga o promotivnim aktivnostima NTO CG, kao što su učešće na sajmovima, ali i prezentacije NTO CG, B2B radionice i slične aktivnosti.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj priloga;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Press clipping za domaće medije - izrada dnevnog press clippinga i mjesečne medijske analize sa ciljem praćenja medijske prisutnosti NTO CG u domaćim medijima i mjesečne medijske analize tokom sezone za medije u Srbiji.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj medijskih analiza;*

*Vrijednost indikatora: min. 12.*

## 8. Očuvanje vrijednosti i održivost

### 8.1. *Saradnja sa međunarodnim institucijama i u okviru regionalnih inicijativa*

NTO CG saraduje s međunarodnim institucijama i organizacijama u cilju razmjene iskustava i transfera znanja, korišćenja podataka i rezultata istraživanja iz oblasti turizma, kao i na realizaciji zajedničkih međunarodnih projekata, regionalnih inicijativa i sl.

NTO CG saraduje sa sljedećim institucijama iz oblasti turizma:

- Evropska komisija za turizam i putovanja (ETC) – članstvo u ovoj organizaciji pruža NTO CG mogućnost da učestvuje u radu Generalne skupštine ETC, Borda direktora, radnih tijela i grupa, kao i u istraživanjima koje ETC sprovodi. Na 108. Generalnoj skupštini Evropske komisije za putovanja (ETC) koja je održana 21. novembra 2024. godine u Evropskom kongresnom centru u Luksemburgu, direktorica Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, izabrana je za potpredsjednicu ETC-a.
  - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore biće domaćin 111. Generalne skupštine Evropske komisije za putovanja (European Travel Commission) i 120. sastanka Odbora direktora ETC, koji će se održati na području Boke Kotorske, u periodu od 26. do 29. maja 2026. godine.
  - NTO CG je potpisala Ugovor sa ETC-em koji se tiče izrade klimatskog akcionog plana NTO CG. Plan bi trebalo da bude finalizovan do marta 2026. godine.
  - Predstavnici NTO CG prisustvovali godišnjem sastanku radnih grupa ETC-a, koji će se održati u Parnuu u Estoniji u periodu od 9. do 12. februara 2026.

- Svjetska turistička organizacija UN (UNWTO) – članstvo resornog ministarstva u UNWTO omogućava: transfer znanja i razmjenu iskustava, korišćenje baze podataka i studija tržišta, saradnju na realizaciji zajedničkih, međunarodnih i regionalnih razvojnih i promotivnih projekata, prilike za usavršavanja i obuke, promociju destinacije kroz sopstvene instrumente marketinga itd.
- Svjetski savjet za turizam i putovanja (WTTC) – u saradnji s resornim ministarstvom tokom prethodnih godina, kreiran je poseban izvještaj o Crnoj Gori, koji sadrži analizu trenutne situacije u turizmu i analizu uticaja turizma na crnogorsku ekonomiju, kao i projekcije za naredni period.
- Kongresni biro na tržištu Evrope – saradnja u cilju realizacije zajedničkih projekata, razmjene iskustava i informacija na MICE tržištu.
- Destinations International – NTO CG je članica globalne organizacije koja povezuje destinacijske organizacije i stručnjake iz cijelog svijeta. Udruženje je prepoznato kao ključni partner u jačanju kapaciteta, razmjeni znanja i uvođenju savremenih pristupa u razvoj destinacija.
- Ostale institucije i međunarodna udruženja iz oblasti turizma –SITE (Society of Incentive and Travel Executives), ICCA (International Congress and Convention Association), JICA (Japan International Cooperation Agency), Asocijacija čeških turoperatora, GCB Njemački Kongresni Biro itd.

## *8.2. Doprinos suzbijanju sive ekonomije kroz informisanje, promociju i saradnju sa nadležnim institucijama*

Siva ekonomija predstavlja složen i višedimenzionalan izazov u oblasti turizma, prisutan u različitim segmentima djelatnosti, uključujući obavljanje turističkih i ugostiteljskih usluga bez odgovarajućih odobrenja nadležnih organa, neprijavlivanje stvarnog broja gostiju od strane registrovanih subjekata, nepravilnosti u oblasti zapošljavanja, kao i neformalno organizovanje izleta i drugih turističkih aktivnosti.

U cilju doprinosa suzbijanju sive ekonomije i unapređenju sistema evidencije turističkog prometa, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će i u tekućoj godini nastaviti intenzivnu saradnju sa institucijama čija je nadležnost povezana sa ovom oblašću, kroz redovnu razmjenu informacija, podataka i iskustava, radi efikasnijeg i koordinisanog djelovanja. Saradnja će se prvenstveno ostvarivati sa Ministarstvom unutrašnjih poslova, Ministarstvom turizma, MONSTAT-om, lokalnim turističkim organizacijama i nadležnim inspeksijskim organima.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Indikator: broj održanih sastanaka;*

*Planirana vrijednost indikatora: minimum 2.*

## Destinacijski marketing

Tokom 2026. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore nastaviće sa realizacijom integrisanih brend i promotivnih aktivnosti na međunarodnom tržištu, zasnovanih na novoj brend strategiji i kreativnom komunikacionom konceptu. Aktivnosti će obuhvatiti dalju distribuciju i adaptaciju centralnih kreativnih rješenja, uključujući TV i digitalne video formate, uz snažan fokus na digitalne kanale, performance marketing i ciljani plasman sadržaja na ključnim evropskim emitivnim tržištima, kao što su Velika Britanija, Njemačka i Francuska, ali i na perspektivnim tržištima sa potencijalom rasta. Poseban akcenat biće stavljen na lokalizaciju poruka po tržištima, saradnju sa relevantnim međunarodnim medijima, kao i uključivanje savremenih formata promocije, poput saradnje sa kreatorima sadržaja i influenserima, u cilju jačanja vidljivosti i emocionalne povezanosti sa brendom Crne Gore.

Komunikacione aktivnosti biće usmjerene ka unapređenju prepoznatljivosti Crne Gore kao cjelogodišnje turističke destinacije, privlačenju turista veće platežne moći kroz promociju raznovrsnih i autentičnih turističkih iskustava, jačanju pozicije na postojećim tržištima, kao i efikasnijem pozicioniranju na novim i perspektivnim tržištima.

Uporedo sa navedenim aktivnostima, NTO CG će nastaviti sa realizacijom podsticajnih mjera koje, pored ostalog, imaju za cilj podsticanje turističkog prometa i efikasniju promociju turističke destinacije.

U nastavku su statistički pokazatelji uprave za statistiku Crne Gore koji se odnose na tržišta na kojima NTO CG realizuje promotivne aktivnosti:

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 118.746 dolazaka turista iz **Velike Britanije** što predstavlja rast od 6,17% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Velike Britanije su ostvarili 598.849 noćenja što predstavlja rast od 5,13% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Velike Britanije učestvuju sa 4,65%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 4,07%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 98.517 dolazaka turista iz **Francuske** što predstavlja rast od 5,05% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Francuske su ostvarili 409.565 noćenja što predstavlja rast od 1,22% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Francuske učestvuju sa 3,86%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 2,78%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 147,734 dolaska turista iz **Njemačke** što predstavlja rast od 2.47% u odnosu 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Njemačke su ostvarili 676,625 noćenja što predstavlja ostvarenje od 95,38% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Njemačke učestvuju sa 5,79%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 4,6%.

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 30.696 dolazaka turista iz **Austrije** što predstavlja rast od 6,48% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Austrije su ostvarili 125.244 noćenja što predstavlja rast od 4,19% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Austrije učestvuju sa 1,2%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,85%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 23.318 dolazaka turista iz **Švajcarske** što predstavlja ostvarenje od 99,43% u odnosu na 2024. godinu. U ovom periodu turisti iz Švajcarske su ostvarili 98.760 noćenja što predstavlja ostvarenje od 96,26% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Švajcarske učestvuju sa 0,91%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,67%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 86.609 dolazaka turista iz **Poljske** što predstavlja rast od 4,95% u odnosu na 2024 godinu. U 2025. godini turisti iz Poljske su ostvarili 437.474 noćenja što predstavlja rast od 0,55% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Poljske učestvuju sa 3,39%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznos 2,97%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je ukupno 893.094 dolazaka turista iz regiona (obuhvata **Srbiju, BiH, Makedoniju, Albaniju, Hrvatsku, Sloveniju i Kosovo**) što predstavlja ostvarenje od 99,27% u odnosu na 2024. godinu. U ovom periodu turisti iz regiona su ostvarili 5.624.510 noćenja što predstavlja ostvarenje od 96,35% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka u ovom periodu turisti iz regiona učestvuju sa 35%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 38%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 461.262 dolazaka turista iz **Srbije** što predstavlja rast od 2,69% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Srbije su ostvarili 3.439.223 noćenja što predstavlja ostvarenje od 97,65% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Srbije učestvuju sa 18,07%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 23,37%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 200.788 dolazaka turista iz **Bosne i Hercegovine** što predstavlja ostvarenje od 96,82% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Bosne i Hercegovine su ostvarili 1.185.746 noćenja što predstavlja ostvarenje od 94,1% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Bosne i Hercegovine učestvuju sa 7,87%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 8,06%.

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 31.678 dolazaka turista iz **Republike Sjeverne Makedonije** što predstavlja ostvarenje od 97,13% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Republike Sjeverne Makedonije su ostvarili 176.241 noćenje što predstavlja ostvarenje od 94,71% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Republike Sjeverne Makedonije učestvuju sa 1,29%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 1,20%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 53.214 dolazaka turista iz **Albanije** što predstavlja rast od 3,08% u odnosu na 2024. godinu. U 2024. godini turisti iz Albanije su ostvarili 176.318 noćenja što predstavlja rast od 3,99% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Albanije učestvuju sa 2,08%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 1,20%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 38.963 dolazaka turista iz **Hrvatske** što predstavlja rast od 0,05% u odnosu na 2024. godinu. U ovom periodu turisti iz Hrvatske su ostvarili 158.209 noćenja što predstavlja rast od 0,58% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Hrvatske učestvuju sa 1,53%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 1,08%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 19.060 dolazaka turista iz **Slovenije** što predstavlja ostvarenje od 96,05% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Slovenije su ostvarili 82.035 noćenja što predstavlja ostvarenje od 92,56% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Slovenije učestvuju sa 0,75%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,56%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 86.956 dolazaka turista sa **Kosova** što predstavlja ostvarenje od 87,95% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti sa Kosova su ostvarili 406.738 noćenja što predstavlja ostvarenje od 89,63% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti sa Kosova učestvuju sa 3,41%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 2,76%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 27.674 dolazaka turista iz **Italije** što predstavlja rast od 1,24% u odnosu na 2024. godinu. U ovom periodu turisti iz Italije su ostvarili 100.337 noćenja što predstavlja rast od 5,96% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Italije učestvuju sa 1,08%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosilo je 0,68%.

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 22.203 dolazaka turista iz **Belgije** što predstavlja rast od 5,19% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Belgije su ostvarili 79.224 noćenja što predstavlja rast od 3,53% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Belgije učestvuju sa 0,87%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,54%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 17.604 dolazaka turista iz **Španije** što predstavlja rast od 20,96% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Španije su ostvarili 56.089 noćenja što predstavlja rast od 40,39% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Španije učestvuju sa 0,69%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosilo je 0,38%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 22.326 dolazaka turista iz **Češke** što predstavlja ostvarenje od 97,80% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Češke su ostvarili 110.752 noćenja što predstavlja ostvarenje od 86,73% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Češke učestvuju sa 0,87%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosilo je 0,75%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 9.961 dolazaka turista iz **Letonije**, što predstavlja rast od 27,46% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Letonije su ostvarili 59.159 noćenja što predstavlja rast od 19,9% u odnosu u 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Letonije učestvuju sa 0,39%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,4%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 17.527 dolazaka turista iz **Litvanije**, što predstavlja rast od 2% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Litvanije su ostvarili 98.745 noćenja što predstavlja ostvarenje od 98,17% u odnosu u 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Litvanije učestvuju sa 0,69%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,67%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 9.976 dolazaka turista iz **Estonije**, što predstavlja rast od 2,22% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Estonije su ostvarili 56.869 noćenja što predstavlja ostvarenje od 94,78% u odnosu u 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Letonije učestvuju sa 0,39%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,39%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 11.098

dolazaka turista iz **Norveške** što predstavlja ostvarenje od 97,81% u odnosu na 2024. U 2025. godini turisti iz Norveške su ostvarili 58.890 noćenja što predstavlja ostvarenje od 97,36% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Norveške učestvuju sa 0,43%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,4%.

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 19.261 dolazaka turista iz **Švedske** što predstavlja ostvarenje od 79,5% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Švedske su ostvarili 110.458 noćenja što predstavlja ostvarenje od 84,04% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Švedske učestvuju sa 0,75%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće takođe iznosi 0,75%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 7.858 dolazaka turista iz **Danske** što predstavlja ostvarenje od 94,57% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Danske su ostvarili 37.112 noćenja što predstavlja ostvarenje od 94% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz zemalja Danske učestvuju sa 0,31%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,25%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je ukupno 10.953 dolazaka turista iz **Finske** što predstavlja rast od 6,62% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Finske su ostvarili 51.714 noćenja što predstavlja rast od 7,94% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz zemalja Finske učestvuju sa 0,43%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,35%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godine u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 61.707 dolazaka turista iz **SAD-a** što predstavlja rast od 16,13% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz SAD-a su ostvarili 259.040 noćenja što predstavlja rast od 11,65% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz SAD-a učestvuju sa 2,42%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosilo je 1,76%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 110.249 dolazaka turista iz **Izraela** što predstavlja rast od 49,97% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Izraela su ostvarili 364.622 noćenja što predstavlja rast od 46,37% u odnosu na 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Izraela učestvuju sa 4,32%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 2,48%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 82.054 dolazaka turista iz **Kine** što predstavlja rast od 26,79% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Kine su ostvarili 115.420 noćenja što predstavlja rast od 26,79% u odnosu u 2024. U

ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Kine učestvuju sa 3,21%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,78%.

- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 2.859 dolazaka turista iz **Japana** što predstavlja rast od 2,88% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini turisti iz Japana su ostvarili 7.661 noćenja što predstavlja rast od 18,15% u odnosu u 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Japana učestvuju sa 0,11%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 0,05%.
- Uprava za statistiku Crne Gore ne objavljuje podatke o turističkom prometu koji se ostvaruje sa tržišta **Kazahstana**.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a u 2025. godini, u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je 20.937 dolazaka turista iz **Azerbejdžana** što predstavlja rast od 53,87% u odnosu na 2024. godinu. U ovom periodu turisti iz Azerbejdžana su ostvarili 222.433 noćenja što predstavlja rast od 68,31% u odnosu u 2024. godinu. U ukupnoj strukturi dolazaka turisti iz Azerbejdžana učestvuju sa 0,82%, dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 1,51%.
- Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore MONSTAT-a tokom 2025. godini u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i privatne smještajne kapacitete) ostvareno je ukupno 176.063 dolazaka **domaćih turista**, što predstavlja rast od 9,84% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini domaći turisti su ostvarili 651.848 noćenja što predstavlja rast od 7,42% u odnosu na 2024. godinu. U 2025. godini u ukupnoj strukturi dolazaka domaći turisti učestvuju sa 6,45% dok u ostvarenim noćenjima njihovo učešće iznosi 4,24%.

## 9. Jačanje međunarodnog pozicioniranja Crne Gore kao održive i autentične destinacije

### 9.1. *Promotivna kampanja na kanalima globalne medijske kuće*

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će tokom 2026. godine realizovati promociju turističke ponude Crne Gore na kanalima Discovery i Travel Channel. Cilj je podizanje svijesti o turističkim potencijalima Crne Gore i privlačenje turista kroz emitovanje promotivnih TV spotova na ovim kanalima. Kampanja će biti realizovana na tržištima EMEA (Europe, Middle East and Africa) regiona.

*Rok Realizacije: I i II kvartal;*

*Indikator: Zaključen ugovor o pružanju usluga promotivne kampanje na kanalima globalne medijske kuće.*

## 9.2. Sažeti prikaz učešća na sajmovima

U tabeli 9. prikazan je spisak sajmova, koji sadrži naziv sajma, grad i državu održavanja sajma kao i vrijeme održavanja, na kojima NTO CG razmatra učešće u 2026. godini

Tabela br. 9: Kalendar sajmova

<b>Predlog planiranih sajmova u 2026. godini</b>			
<b>r.b.</b>	<b>Naziv sajma</b>	<b>Grad/Država</b>	<b>Vrijeme održavanja</b>
<b>Turistički sajmovi i berze</b>			
1	CMT	Štuttgart, Njemačka	17.-25. Januar
2	FITUR	Madrid, Španija	21. - 25. Januar
3	New York Travel Show	Njujork, SAD	24. i 25. Januar
4	IFT	Beograd, Srbija	19.- 22. Februar
5	ITB	Berlin, Njemačka	03.- 05. Mart
6	ITB Šangaj	Šangaj, Kina	26. - 28. Maj
7	IFTM Top Resa	Pariz, Francuska	15. - 17. septembar
8	Tourism Expo Japan	Japan, Tokio	24. - 27. Septembar
9	WTM	London, Velika Britanija	3. - 5. Novembar
<b>Kongresni sajmovi</b>			
10	Conventa	Ljubljana, Slovenija	10. - 12. Februar
11	IMEX	Frankfurt, Njemačka	19. - 21. Maj
12	IBTM	Barselona, Španija	17. - 19. Novembar
13	IMEX America	Las Vegas, SAD	13. - 15. Oktobar

NTO CG će podržati inicijative za učešće na sajmovima kod kojih su nosioci organizacije lokalne turističke organizacije, u skladu sa raspoloživim resursima, procijenjenim efektima i značajem konkretnog sajma.

Razmotriće se organizacija učešća na sajmovima na drugim emitivnim tržištima ukoliko se eventualno otvore aviolinije, ukoliko postoji interesovanje partnera i procijeni se da učešće može generisati efekte za crnogorski turizam, a u skladu sa raspoloživim budžetom.

## 9.3. Izrada kreativnog koncepta u zemljama regiona

- Izrada kreativnog koncepta marketing kampanje za promociju Crne Gore kao turističke destinacije na tržištima regiona (Srbija, BiH, Albanija, Kosovo, Slovenija i Sjeverna Makedonija), koji se oslanja na osnovnu marketinšku kampanju „Uncover Your Wild Side“.

Ciljevi su:

- Veći stepen prisustva brenda i promocije turističke ponude na emitivnim tržištima kroz “offline “ i “online” kanale komunikacije;

- Podizanje konkurentnosti i povećanje afiniteta u kontekstu razmatranja Crne Gore kao užeg izbora prilikom odabira destinacije za odmor;
- Jačanje imidža destinacije koja pruža raznovrsnu ponudu za svakog posjetioca lično uz standardizovan kvalitet turističke ponude;
- Komunikacija sa potencijalnim turistima s akcentom na raznolikost ponude (odmor na moru, avanture u prirodi, život na selu, kulturno blago i stil života, wellbeing i lokalna kuhinja).

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: izrada koncepta*

#### *9.4. Oglašavanja na tržištima*

- Oglašavanje (print, on line idr.) sa ciljem unapredjenja imidža i bolje promocije destinacije u Njemačkoj.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj objava (print, on line idr.);*

*Vrijednost indikatora: min. 3.*

- Oglašavanje u metro stanicama u Londonu

London Underground koristi više miliona putnika dnevno, što znači da oglasi imaju izuzetno veliki i stalan broj pregleda, i to iz dana u dan. Oglašavanje u londonskom metrou percipira se kao premium kanal. Prisutnost u poznatim stanicama jača povjerenje, ozbiljnost i međunarodni imidž destinacije.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj impresija;*

*Vrijednost indikatora: min. 2 miliona*

- Promocija putem oglašavanja u cilju jačanja svijesti o Crnoj Gori kao turističkoj destinaciji na tržištu Francuske.

*Rok realizacije: II ili III kvartal;*

*Naziv indikatora: doseg;*

*Vrijednost indikatora: doseg od min. 1.000.000.*

- Oglašavanje na tržištu Kazahstana u inflight magazinu Air Astane (Tangire) u saradnji sa Air Astana-om.

*Rok realizacije: II i III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj putnika;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.000.*

- Promocija putem oglašavanja u cilju jačanja svijesti o Crnoj Gori kao turističkoj destinaciji na tržištu Španije.

*Rok realizacije: II / III kvartal;*

*Naziv indikatora: doseg;*

*Vrijednost indikatora: doseg od min. 400.000.*

## 10. Razvijanje ciljanih promotivnih kampanja po tržištima i segmentima

### 10.1. Program podsticajnih mjera u oblasti turizma

U skladu sa Zakonom o turizmu i ugostiteljstvu ("Službeni list Crne Gore", br. 002/18 od 10.01.2018, 004/18 od 26.01.2018, 013/18 od 28.02.2018, 025/19 od 30.04.2019, 067/19 od 11.12.2019, 076/20 od 28.07.2020, 130/21 od 16.12.2021) radi obezbjeđivanja visokokvalitetnog turizma u skladu sa strateškim dokumentima Vlada donosi Program podsticajnih mjera za:

- podsticanje izgradnje turističke infrastrukture, turističke suprastrukture, sportsko-rekreativnih i drugih pratećih sadržaja značajnih za unaprjeđenje kvaliteta turističke ponude;
- unaprjeđenje postojećeg turističkog proizvoda i intenziviranje njegovog korišćenja;
- unaprjeđenje znanja i vještina u turizmu;
- podsticanje turističkog prometa;
- efikasniju promociju turističke destinacije.

Program se donosi na predlog Ministarstva, a sredstva za podsticajne mjere dodjeljuju se putem javnog poziva koji sprovodi Ministarstvo i Nacionalna turistička organizacija Crne Gore.

NTO CG će predložiti Ministarstvu mjere koje će biti usmjerene na podsticanje turističkog prometa i efikasniju promociju destinacije, a u skladu sa nadležnostima organizacije i raspoloživim sredstvima.

#### **Planirane aktivnosti:**

- *Priprema predloga podsticajnih mjera u skladu sa nadležnostima organizacije i realizacija putem objave javnih poziva;*

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj zaključenih ugovora;*

*Vrijednost indikatora: min. 5;*

## 11. Digitalna transformacija marketinga

### Sprovođenje digitalnog marketinga putem globalnih platformi

Podizanje nivoa svijesti i interesovanja za Crnu Goru na najvažnijim ciljnim emitivnim tržištima, kroz kreiranje i plasiranje adekvatnih sadržaja na jezicima tržišta (engleskom, francuskom i njemačkom jeziku).

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: ukupan broj klikova;*

*Vrijednost indikatora: min. 4.500.000.*

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore planira da promoviše turističku ponudu na tržištima regiona putem digitalnog marketinga, realizacijom kampanje na globalnim platformama i putem društvenih mreža. Fokus digitalnog marketinga su emitivna tržišta: Srbije, BiH, Slovenije, Hrvatske, Kosova, Albanije. Digitalni marketing ima za cilj podizanje nivoa svijesti i interesovanja za Crnu Goru kao cjelogodišnju destinaciju na tržištima regiona, kroz kreiranje i plasiranje adekvatnih sadržaja.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: ukupan broj impresija;*

*broj posjeta sajtu montenegro.travel putem kampanje;*

*jedinstveni doseg;*

*Vrijednost indikatora: min. 14.000.000 impresija;*

*min. 600.000 posjeta sajtu;*

*min. 2.600.000 doseg;*

- Digitalna kampanja na tržištu Austrije u cilju unapredjenja imidža i bolje promocije destinacije.

*Rok realizacije: III i IV kvartal*

*Naziv indikatora: broj impresija, doseg;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.000.000; min. 500.000.*

- Digitalna kampanja na tržištu Švajcarske u cilju unapredjenja imidža i bolje promocije destinacije.

*Rok realizacije: III i IV kvartal*

*Naziv indikatora: broj impresija, doseg;*

*Vrijednost indikatora: min. 3.000.000; 300.000.*

- On line kampanja/vođenje profila Weibo i WeChat na tržištu Kine.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj objava;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

## Promocija putem web portala NTO CG montenegro.travel

NTO CG glavni je kanal za digitalnu promociju Crne Gore kao destinacije s raznovrsnom ponudom.

Portal montenegro.travel predstavlja glavni kanal za digitalnu promociju Crne Gore i kao takav objedinjuje inspirativne i informativne sadržaje, uključujući sadržaje korisnika, služi kao ključna platforma za informisanje i planiranje putovanja, uz dodatne specijalizovane potportale namijenjene B2B sektoru, MICE turizmu i medijima, čime se unapređuje komunikacija sa ciljnim javnostima i jača vidljivost destinacije.

### Planirane aktivnosti:

- Obezbjedenje hostinga, redovno održavanje i tehnički razvoj web sajta shodno potrebama korisnika i praćenju trendova (UX, AI alatke).

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj tehničkih/komunikacionih servisa;*

*Vrijednost indikatora: min*

## 12. Saradnja sa medijima, influenserima i turoperatorima

### Planirane aktivnosti:

- Realizacija kampanje u saradnji sa njemačkim turoperatorima..

*Rok realizacije: II, III ili IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj kampanja;*

*Vrijednost indikatora: min. 1.*

- Realizacija kampanje u saradnji sa turoperatorima iz Velike Britanije.

*Rok realizacije: II, III ili IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj kampanja;*

*Vrijednost indikatora: min. 1.*

- Realizacija kampanje u saradnji sa turoperatorima iz Francuske.

*Rok realizacije: II, III ili IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj kampanja;*

*Vrijednost indikatora: min. 1.*

- Organizacija studijske posjete novinara iz Njemačke sa ciljem unapredjenjem imidža i bolje promocije destinacije.

*Rok realizacije: I ili II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj novinara koji su posjetili CG u sklopu studijske posjete novinara iz Njemačke;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Studijska grupa medija iz Poljske u cilju plasiranja zanimljivog sadržaja korisnicima kako bi se uticalo da na to da Crna Gora bude njihov izbor prilikom odabira destinacije za odmor.

*Rok realizacije: II ili III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. jedna TV ili pet off/online medija.*

- Studijska grupa novinara i influensera iz Srbije.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj novinara i influensera;*

*Vrijednost indikatora: min. 5; min 20.*

- Studijska grupa novinara iz Bosne i Hercegovine.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj novinara;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Saradnja sa medijima, gostovanja i izjave u Srbiji.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj izjava datih u medijima povodom održanog sajma u Beogradu;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Studijska grupa medija iz Italije sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje članaka koji su rezultat organizovane studijske posjete.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Studijska grupa medija iz Belgije sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje članaka koji su rezultat organizovane studijske posjete.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Studijska grupa medija iz Španije sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje članaka koji su rezultat organizovane studijske posjete.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Studijska posjeta predstavnika medija iz baltičkih zemalja u cilju plasiranja informativnog i zanimljivog sadržaja pratiocima medija koji može uticati na njihovu pozitivnu percepciju destinacije i razlog za odabir putovanja u Crnu Goru, a ne u neku konkurentsku zemlju.

*Rok realizacije: II ili III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. 3*

- Studijska posjeta predstavnika medija skandinavskih zemalja u saradnji sa PR agencijom.

*Rok realizacije: II ili III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min. 3.*

- Organizacija studijske posjete za predstavnike medija iz SAD-a.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj medija;*

*Vrijednost indikatora: min 2.*

- Saradnja sa PR agencijom i organizacija studijskih posjeta za predstavnike medija, agenata i influensera iz Izraela.

*Rok realizacije: I, II i III kvartal*

*Naziv indikatora: broj medija, agenata i influensera;*

*Vrijednost indikatora: min. 2; min 3; min 3*

- Studijska posjeta novinara/influensera/blogera/turoperatora sa tržišta Azerbejdžana.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj novinara/influensera/blogera/turoperatora;*

*Vrijednost indikatora: min. 4.*

- Realizacija PR aktivnosti: individualne studijske posjete novinara, slanje tematskih newslettera i saopštenja medijima i kontinuirana komunikaciju sa novinarima sa tržišta Njemačke.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: broj objavljenih članaka o destinaciji u okviru PR aktivnosti;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Realizacija PR aktivnosti sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja sa tržišta Francuske;

*Rok realizacije: II, III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj objavljenih newslettera i objavljenih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 3 newslettera i min. 5 članka.*

- PR aktivnosti, angažovanje profesionalne PR agencije sa tržišta Velike Britanije.

*Rok realizacije: II, III ili IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj afirmativnih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 20.*

- Angažovanje PR kuće iz Poljske sa kojom će se realizovati: a) priprema advertorijala b) podrška kod organizacije različitih B2C/B2B događaja c) saopštenja za javnost c) kontinuirana komunikacija sa novinarima d) posredovanje u organizaciji studijskih grupa medija e) monitoring medija i press clipping

*Rok realizacije: II, III i IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj objavljenih članaka o destinaciji u okviru PR aktivnosti.*

*Vrijednost indikatora: min. 40.*

- Kontinuirane PR aktivnosti kroz slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima sa tržišta Regiona sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: priprema i slanje newslettera, broj objavljenih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 2 newslettera i min. 3 članka.*

- Kontinuirane PR aktivnosti kroz slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja na tržištu Italije.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: priprema i slanje newslettera, broj objavljenih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 2 newslettera i min. 3 članka.*

- Kontinuirane PR aktivnosti kao i slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima, kontinuirana komunikacija sa novinarima sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj turističkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja sa tržišta Belgije.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: priprema i slanje newslettera, broj objavljenih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 3 newslettera i min. 5 članaka.*

- Kontinuirane PR aktivnosti kroz slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj trusitičkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja sa tržišta Španije.

*Rok realizacije: kontinuirano;*

*Naziv indikatora: priprema i slanje newslettera, broj objavljenih članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 2 newslettera i min. 3 članka.*

- Realizacija PR aktivnosti putem slanja tematskih newslettera i monitoringa medija i press clippinga u cilju povećanja svijesti o Crnoj Gori kao turističkoj destinaciji i njenoj ponudi putem plasiranja sadržaja namijenjenog korisnicima sa raznovrsnim interesovanjima na tržištima baltičkih zemalja.

*Rok realizacije: II, III i IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj distribuiranih newslettera;*

*Vrijednost indikatora: 8 newslettera.*

- Realizacija PR aktivnosti. Unapređenje imidža destinacije kao atraktivne putem distribuiranja saopštenja za javnost, tematskih newslettera i komunikaciju sa novinarima na tržištu SAD.

*Rok realizacije: III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj newslettera;*

*Vrijednost indikatora: min. 2.*

- PR aktivnosti prije, tokom i nakon sajma ITB China 2026.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj objava;*

*Vrijednost indikatora: min. 6.*

- Pres konferencije povodom zimske sezone i novogodišnjih praznika u regionu u saradnji sa LTO-ima.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj izjava datih u medijima povodom zimske sezone i novogodišnjih praznika u regionu.*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Nastup na sajmu CMT Štuttgart u periodu od 17. do 25. januara sa ciljem bolje prepoznatljivosti Crne Gore kao cjelogodišnje turističke destinacije - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO CG) će ove godine predstaviti turističku ponudu Crne Gore na sajmu za CMT u Štuttgartu, koji se održava u periodu od 17. do 25. januara 2026. godine. Sajam „CMT“ je predstavlja jedan od najznačajnijih sajmova namijenjenih širokoj publici i ljubiteljima putovanja, koji svake godine privuče preko 250.000 posjetilaca i više od 2.000 izlagača iz cijelog svijeta. Ovaj sajam je izvor inspiracije za putnike, kao i ključna platforma za turističku industriju, na kojoj se predstavljaju turistički paket aranžmani i destinacijske ponude, karavani, kamp-prikolice, kamperi, motorna vozila te prateća oprema i dodaci. Događaj se fokusira na različite aktivnosti za slobodno vrijeme, uključujući biciklizam, golf, velnes i krstarenja.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj posjetilaca na sajmu CMT Štuttgart;*

*Vrijednost indikatora: min. 200.000.*

- Učešće na događaju IMM 2026, 2. mart 2026. godine sa ciljem doprinosa boljoj prepoznatljivosti i percepciji Crne Gore kao cjelogodišnje turističke destinacije - Dan uoči sajma ITB Berlin, NTO CG će predstaviti ponudu na IMM (International Media Market) događaju na kojem učestvuju predstavnici medija, urednici, influenseri iz oblasti turizma DACH područja.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: održani sastanci sa predstavnicima medija, urednicima i influencerima na IMM;*

*Vrijednost indikatora: 10*

- Učešće na međunarodnoj berzi turizma ITB koja će se održati u Berlinu u periodu od 3. do 5. marta 2026. godine. ITB je najposjećenija turistička berza koja okuplja predstavnike institucija, organizacija i privrede iz preko 170 zemalja. U 2025. godini sajam je okupio oko 5.800 izlagača i 100.000 posjetilaca. Ova berza je bila prilika za uspostavljanje saradnje sa predstavnicima turističke privrede zemalja njemačkog govornog područja, ali i drugih tržišta. Prvog dana sajma, NTO CG će organizovati događaj za turooperatore, medije i druge predstavnike turističke industrije.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: održani sastanci na međunarodnoj turističkoj berzi ITB Berlin;*

*Vrijednost indikatora: min. 15.*

- World Travel Market, London, 3 - 5. novembar 2026 učešće na svjetskoj turističkoj berzi World Travel Market u Londonu koji je jedan od vodećih globalnih događaja za turističku privredu, na kojem učestvuju svi sektori svjetske turističke industrije. Ova međunarodna turistička berza okuplja više od 51.000 međunarodnih turističkih profesionalaca iz 182 zemlje.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa turističkim agentima, turoperatorima i predstavnicima medija i drugih relevantnih partnera za promociju destinacije;*

*Vrijednost indikatora: min. 30.*

- Učešće na prestižnom godišnjem događaju „A Night with the Stars“, u organizaciji najvećeg britanskog turoperatora i avio kompanije Jet2.com i Jet2holidays. Ovaj događaj okuplja preko 1.000 turističkih agenata, visoke zvanice u oblasti turizma iz čitavog svijeta, kao i donosioce odluka u turističkoj industriji. U okviru događaja organizuje se turistički sajam „Travel Trade“ koji pružaja priliku za direktnu promociju Crne Gore turističkim agentima.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa turističkim agentima, turoperatorima;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Učešće na sajmu IFTM Top Resa u cilju promocije destinacije i uspostavljanja i unapređenja poslovnih veza sa predstavnicima medija, turoperatora i aviokompanija. Sajam se održava u periodu od 15. do 17. septembra 2026. godine u Parizu. IFTM Top Resa je vodeći B2B sajam u Francuskoj koji okuplja preko 30.000 profesionalaca, francuskih i međunarodnih turističkih radnika, profesionalaca u oblasti turizma, predstavnika medija.

*Rok realizacije: III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 20.*

- Učešće na B2B događaju za medije IMM TravMedia sa ciljem uspostavljanja kontakata sa medijima i influencerima. Riječ je o najvećem globalnom događaju za uspostavljanje saradnje sa influencerima i predstavnicima medija, koji povezuje industriju iz oblasti turizma sa urednicima, novinarima i emiterima.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 15 sastanaka.*

- Učešće na diplomatskim humanitarnim bazarima u zemljama Regiona.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj posjetilaca;*

*Vrijednost indikatora: min. 5000.*

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će učestvovati na 47. Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu, koji će biti održan u periodu od 19. do 22. februara. Riječ je o jednom od najznačajnijih događaja u regionu koji okuplja više od 400 izlagača iz zemlje i inostranstva.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj posjetilaca događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 500.*

- Učešće na sajmu Place2Go u Zagrebu u periodu od 20. do 22. marta 2026. godine;

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj posjetilaca događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 500.*

- Učešće na sajmu Alpe Adria koji se održava u period od 4. do 7. februara 2026. godine;

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj posjetilaca događaja;*

*Vrijednost indikatora: min. 500.*

- Učešće na sajmu Tourism@Travel Show u Tirani koji se održava 11. i 12. februara 2026. godine;

*Rok realizacije: I kvartal;  
Naziv indikatora: broj posjetilaca;  
Vrijednost indikatora: min. 100.*

- Učešće na sajmu turizma u Prištini;

*Rok realizacije: II kvartal;  
Naziv indikatora: broj posjetilaca;  
Vrijednost indikatora: min. 100.*

- Učešće na sajmu Sarajevo travel fest.

*Rok realizacije: II kvartal;  
Naziv indikatora: broj posjetilaca događaja;  
Vrijednost indikatora: min. 300.*

- Roadshow – promocija ljetnje turističke sezone, outdoor događaj u Beogradu i Novom Sadu u saradnji s lokalnim turističkim organizacijama i predstavnicima turističke privrede.

*Rok realizacije: II kvartal;  
Naziv indikatora: broj posjetilaca roadshow događaja;  
Vrijednost indikatora: min. 500.*

- Roadshow - promocija ljetnje turističke sezone, outdoor događaji u Banjaluci i Sarajevu u saradnji s lokalnim turističkim organizacijama i predstavnicima turističke privrede

*Rok realizacije: II kvartal;  
Naziv indikatora: broj posjetilaca roadshow događaja;  
Vrijednost indikatora: min. 500.*

- Organizacija godišnjeg kongresa italijanskih turoperatora FIAVET, koji okuplja oko između 50 do 80 profesionalaca – turističke agente, operatere, hotelijere i aviokompanije. Kongres donosi snažnu medijsku vidljivost destinaciji domaćinu kroz stratešku promociju i prisustvo predstavnika italijanskih turističkih poslenika i medija. Održavanje FIAVET kongresa u Crnoj Gori biće prilika za jačanje veza sa italijanskim tržištem, kreiranje novih turističkih proizvoda kao i dodatno povećavajući atraktivnost zemlje za italijanske putnike.

*Rok realizacije: II kvartal;  
Naziv indikatora: broj učesnika iz Italije;  
Vrijednost indikatora: min. 50;*

- Učešće na B2B događaju za medije u Belgiji Glenaki.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Učešće na B2B BTEXpo sajmu Gentu i Nivelu.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 15.*

- Učešće na sajmu FITUR 2026 sajam u Madridu - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom, predstavila je ponudu na najznačajnijoj turističkoj sajamskoj manifestaciji na tržištu Španije i latinoameričkih zemalja - „FITUR 2025“. Sajam se održao u periodu od 21. do 25. januara u Madridu. Učešće je uzelo više od 150.000 profesionalaca iz oblasti turizma, a zabilježeno je preko 100.000 posjeta sajmu.

*Rok realizacije: I kvartal*

*Naziv indikatora: broj sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Učešće na međunarodnom sajmu turizma New York Travel Show 2026 koji se održava 24. i 25. januara 2026. godine. „New York Travel & Adventure Show“ je jedan od najvažnijih događaja u svijetu turizma, poznat po tome što je povezao preko 2,1 miliona zaljubljenika u putovanja sa više od 4.500 jedinstvenih turističkih brendova. Ove godine, posjetioci sajma imali su priliku da otkriju više od 250 top destinacija i tura iz cijelog svijeta, uz podršku stručnjaka za planiranje i rezervaciju putovanja. Sajam je zabilježio preko 27.000 posjetilaca.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Učešće na međunarodnom sajmu turizma Washington DC Travel & Adventure Show 2026 koji se održava 17. i 18. januara 2026. godine.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 5.*

- Učešće na sajmu ITB China koji se održava u periodu od 26. do 28. maja 2026. godine. ITB China je jedan od najznačajnijih sajmova turizma u Aziji, koji se održava u Šangaju. Ovaj sajam funkcioniše u formatu B2B (business-to-business), okupljajući učesnike iz svih sektora turističke industrije, uključujući međunarodne i domaće turističke organizacije, turističke agencije, hotele, avio-kompanije i slične turističke kompanije, kao i veliki broj medijskih kuća.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 8*

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovalaće na sajmu turizma „Tourism Expo Japan 2026“, koji se održava od 24. do 27. septembra 2026. godine, u Tokiju. Nastup je planiran u okviru štanda Evrope, u organizaciji Evropske komisije za putovanja (European Travel Commission - ETC), krovne međunarodne institucije za promociju evropskog turizma na udaljenim tržištima. „Tourism Expo Japan“ je vodeći turistički sajam u Japanu koji organizuju Japanska asocijacija za putovanja i turizam, Japansko udruženje turističkih agencija (JATA) i Nacionalna turistička organizacija Japana (JNTO). Sajam je fokusiran na emitivno tržište Japana i nudi brojne mogućnosti u B2B i B2C segmentu, kao što su poslovni sastanci, diskusije i direktna promocija ponude. Prošle godine sajam je okupio oko 150.000 posjetilaca.

*Rok realizacije: III kvartal;*

*Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa predstavnicima turističke industrije;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Održavanje B2B radionice tokom trajanja sajma Holiday World & Region World 2026 Prag, koji se održava u periodu od 12. do 14. marta 2026. godine. Ovaj sajam jedan je od najvažnijih događaja u oblasti turizma i putovanja u Češkoj Republici i predstavlja platformu za promociju turističkih potencijala, umrežavanje profesionalaca iz industrije i upoznavanje sa najnovijim trendovima u turizmu.

*Rok realizacije: I kvartal;*

*Naziv indikatora: broj turoperatora i medija na radionici;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Organizacija B2B događaja za predstavnike privrede na tržištu Kazastana.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj učesnika radionice;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Organizacija B2B radionice na tržištu Azerbejdžana.

*Rok realizacije: II kvartal;*

*Naziv indikatora: broj učesnika radionice;*

*Vrijednost indikatora: min. 10.*

- Organizacija događaja za medije iz Crne Gore u cilju promocije inicijativa iz oblasti turizma i turističke ponude.

*Rok realizacije: IV kvartal;*

*Naziv indikatora: broj priloga/članaka;*

*Vrijednost indikatora: min. 4.*

## 13. Brendiranje destinacije kroz autentične vrijednosti

### 13.1. Promotivni materijal

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore radi nesmetanog odvijanja planiranih aktivnosti na emitivnim tržištima i u 2026. godini planira reprint promotivnog materijala kojim raspolaže, a koji je prikazan u Tabeli br. 8.

Tabela br. 8: Promotivni materijal koji NTO CG planira štampati u 2026. godini

<b>Promotivni materijal NTOCG-a za 2026. godinu</b>	
<b>R.B</b>	<b>Naziv</b>
<b>1</b>	<b>Turističke karte</b>
	Šest jezičkih verzija
<b>2</b>	<b>Destinacijski magazin</b>
	Sedam jezičkih verzija
<b>3</b>	<b>Gastro brošura "Arome i ukusi Crne Gore"</b>
	Pet jezičkih verzija
<b>4</b>	<b>Aktivni odmor</b>
	Četiri jezičke varijante
<b>5</b>	<b>Brošura "Kamping"</b>
	Njemački jezik, reprint
<b>6</b>	<b>Hiking &amp; Biking mape</b>
<b>7</b>	<b>Ostali promotivni materijal</b>

## Zaključak

Program rada Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za 2026. godinu predstavlja strateški utemeljen i operativno jasno definisan okvir djelovanja, usmjeren ka jačanju konkurentnosti Crne Gore kao turističke destinacije i obezbjeđivanju dugoročnog, održivog razvoja turizma. Definisani ciljevi i aktivnosti odgovaraju savremenim trendovima i izazovima na međunarodnom turističkom tržištu, ali i specifičnim razvojnim potrebama crnogorskog turizma.

Kroz jasno razdvajanje i međusobno povezivanje oblasti destinacijskog menadžmenta i destinacijskog marketinga, Program rada omogućava integrisan pristup razvoju i promociji turizma, u kojem se unapređenje turističkog proizvoda, kvaliteta usluga, institucionalne koordinacije i održivosti direktno nadovezuje na strateško pozicioniranje i promociju destinacije na međunarodnom tržištu. Poseban značaj dat je razvoju inovativnih i autentičnih turističkih proizvoda, digitalnoj transformaciji marketinga, jačanju saradnje sa lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom, kao i donošenju odluka zasnovanih na relevantnim podacima i analizama.

Realizacijom planiranih aktivnosti u 2026. godini, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore teži da dodatno unaprijedi kvalitet turističkog iskustva, doprinese ravnomjernijem regionalnom razvoju, produženju turističke sezone i privlačenju turista veće platežne moći, uz istovremeno očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti destinacije. Program rada predstavlja osnov za efikasno i odgovorno upravljanje resursima, jačanje institucionalne uloge NTO CG i unapređenje saradnje sa svim relevantnim akterima, u cilju pozicioniranja Crne Gore kao prepoznatljive, održive i konkurentne turističke destinacije na međunarodnom tržištu.