



CRNA GORA

MINISTARSTVO ODRŽIVOG RAZVOJA
I TURIZMA

**INFORMACIJA O KVALITATIVNIM I KVANTITATIVNIM
EFEKTIMA LJETNJE TURISTIČKE SEZONE 2011. GODINE**

Septembar, 2011. godine

I UVOD

Informacija o kvalitativnim i kvantitativnim efektima ljetnje turističke sezone 2011. godine uradjena je u skladu sa Programom rada Vlade za 2011. godinu. Informacija sadrži analizu efekata sezone sa osvrtom na aktivnosti koje su preduzete u toku njene pripreme i probleme koji su pratili njeno odvijanje. Predlozi za prevazilaže identifikovanih problema biće biće definisani u okviru akcionog plana za pripremu ljetnje turističke sezone 2012. godine.

Ministarstvo nadležno za poslove turizma svake godine priprema akcioni plan za pripremu sezone sa aktivnostima, nosiocima i dinamikom čiju realizaciju u kontinuitetu prati Koordinaciono tijelo za pripremu i praćenje turističkih sezona.

Tokom 2011. godine, Koordinaciono tijelo je održalo četiri sjednice na kojima su bila razmatrana sva važna pitanja i realizacija aktivnosti koje su planirane Akcionim planom za pripremu turističke sezone.

Shodno Akcionom planu i informacijama koje su dostavljene od strane nosilaca aktivnosti, u junu mjesecu je oko 80% planiranih aktivnosti bilo realizovano u predviđenom roku.

Ostvareni rezultati kada je u pitanju turistički promet za sedam mjeseci (poslednji zvanični podaci MONSTAT-a) pokazuju da je isti bio viši u odnosu na isti sedmomjesečni period prošle godine, tako da će ciljevi definisani Ekonomskom politikom za 2011. godinu biti ne samo ispunjeni već i premašeni.

Zadržana su emitivna tržišta Evropske unije. Realizacija marketing aktivnosti usmjerenih na tržište Regiona rezultirala je značajnim brojem turista iz zemalja okruženja.

II REALIZOVANE AKTIVNOSTI

Krajem 2010. godine, Vlada Crne Gore je usvojila Akcioni plan za pripremu ljetnje turističke sezone 2011. godine. Cilj ovog plana je da se obezbijede preduslovi za povoljniji ambijent za privredjivanje u turizmu i što bolje pozicioniranje na međunarodnom turističkom tržištu.

Realizacija ciljeva ovogodišnjeg Akcionog plana, odnosno brojnih aktivnosti, bila je predmet rada Koordinacionog tijela za pripremu i praćenje turističkih sezona.

Aktivnosti koje su planirane odnosile su se na uredno i bezbjedno odvijanje saobraćaja, poboljšanje saobraćajne infrastrukture, realizaciju projekata iz oblasti komunalne djelatnosti, sigurno i kvalitetno snabdijevanje električnom energijom u toku sezone, skraćanje vremena zadržavanja turista na graničnim prelazima, podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude na kupalištima, realizaciju Projekta "Planinarenje i biciklizam", realizaciju aktivnosti usmjerenih ka povezivanju turizma i poljopivrede, unapredjenje imidža Crne Gore i podizanje nivoa kvaliteta ukupne turističke ponude.

Većina od definisanih aktivnosti, preko 80%, realizovana je u skladu sa definisanim rokovima.

1. Kategorizacija i rekategorizacija turističko-ugostiteljskih objekata

Prema evidenciji Ministarstva održivog razvoja i turizma do sada su kategorisana **332 ugostiteljska objekta za smještaj, koji raspolažu sa 38. 128 kreveta.**

Tokom 2011. godine, Komisija za kategorizaciju je izvršila kategorizaciju i rekategorizaciju za ukupno **30 objekta od kojih je 16 novih objekata sa 788 kreveta.** U strukturi novokategorisanih objekata najveći broj odnosno 7 objekata je kategorije 3 zvjezdice, 6 objekata kategorije 2 zvjezdice, 2 objekta kategorije 4 zvjezdice i jedan objekat kategorije 1 zvjezdica.

Posmatrano sa aspekta ukupne strukture kategorisanih objekata, najveći broj objekata i to 118 pripada kategoriji tri zvjezdice, zatim slijede objekti sa dvije zvjezdice - 94 objekata, sa četiri zvjezdice - 73 objekta, sa jednom - 40 objekata i sa pet zvjezdica - 4 objekta.

2. Upravni postupak

Shodno Zakonu o turizmu, Ministarstvo, kao prvostepeni organ je nadležno za postupanje po zahtjevima stranaka za izdavanje odobrenja za rad ugostiteljskih objekata (hotela, motela, pansiona, auto kampova, etno sela, hostela, tri i više apartmana, nacionalnih restorana i dr.) kao i odobrenja za rad turističkih agencija i licenci.

Tokom 2011. godine (zaključno sa 12.septembrom) podnijeta su **395 zahtjeva** za izdavanje odobrenja za rad.

Po osnovu zahtjeva, donijeto je:

- 165 riješenja o odobrenju za rad ugostiteljskih objekata,
- 168 riješenja o odobrenju za rad turističkih agencija i licenci
- 9 riješenja o kategorizaciji turističkih apartmana.
- 31 riješenje o prestanku rada turističkih agencija,

Jedan zahtjev je odbijen, a za 11 zahtjeva je obustavljen postupak. Po osnovu zahtjeva donijeti su zaključci kojima se zahtjevi odbacuju kao neuredni, tri zahtjeva je ustupljeno nadležnim organima na rješavanje i donijeto je

Kao drugostepeni organ nadležan za postupanje po žalbama izjavljenim na rješenja opštinskog organa i Turističke inspekcije, do 12. septembra podnijeto je 15 žalbi, od čega je po osnovu 14 žalbi odlučeno u zakonski propisanom roku, dok je po osnovu jedne žalbe postupak u toku.

3. Kampanja „Registrujte smještaj“

Tokom 2011. godine Ministarstvo održivog razvoja u saradnji sa opštinama realizovalo je kampanju „Registrujte smještaj“.

Ukupan broj važećih odobrenja za rad za privatni smještaj na nivou Crne Gore, na dan 12.09.2011. godine bio je **6835, odnosno 9% više u odnosu na isti period prošle godine, sa 67469 ležaja, odnosno 11% više** u odnosu na prošlu godinu.

U 2011. godini zaključno sa 12. septembrom **na primorju je ukupno bilo 6688 važećih odobrenja za rad privatnog smještaja sa 66246 kreveta.**

4. „Planinarenje i biciklizam“

Nastavljena je realizacija projekta „**Planinarenje i biciklizam**“ čiji je cilj stvaranje uslova za širenje turističke sezone, rast prihoda i zaposlenosti, na principima održivosti, integrisanje zaljeđa i planinskog dijela Crne Gore u sveukupni turistički proizvod i kreiranje novih razvojnih mogućnosti i koristi za lokalne zajednice.

U okviru projekta realizovane su sljedeće aktivnosti:

- Domaći i inostrani eksperti napravili predlog nacionalne mreže staza za planinarenje, planinski biciklizam i biciklizam, oko 6000 km staza za koju je, u toku izrada geografskog informacionog sistema, kao registra staza, instrumenta koji će olakšati održavanje i kontrolu ali i instrumenta za marketing.

- Donešen je Zakona o planinskim stazama, definisani standardi za izgled signalizacije duž planinskih staza i donijeti pravilnici koji omogućavaju primjenu Zakona.

- Publikovana je knjiga staza, vodič za 17 pažljivo odabranih ruta sa oko 1.700 km. Napravljena je panoramska mapa za internet i promotivne mape za planinarenje i biciklizam. Takođe, materijal za mape dobio je nove tehničke osnove 1:50 000, koje su već sad dostupne na upotrebu lokalnim turističkim organizacijama i Regionalnoj turističkoj organizaciji (za izradu informativnih tabli ili lokalnih mapa).

- Tim domaćih i inostranih eksperata odabrao je vrhunske staze, šest za biciklizam i dvije vrhunske staze za planinarenje. Postaljena je signalizacija na dvije vrhunske staze u dužini od oko 800 km (planinarskoj transverzali Orjen Lovćen Rumija i vrhunskoj stazi za biciklizam TT4). U toku je pregovarački postupak za postavljanje signalizacije na još dvije vrhunske staze u dužini od oko 1000 km.

- Rekonstruisan je planinarski dom Za Vratlom na Orjenu. U toku izgradnja dva skloništa.

- Tokom ove godine Gorska služba spašavanja ojačana je kroz nabavku nove opreme ali i organizovanje potrebnih obuka i provjera znanja za nove i postojeće članove.

- Počela implementacija „Bed & Bike” standarda, međunarodno prepoznatljivog standarda kvaliteta, kao pilot projekta. Ukupno 20 smještajnih kapaciteta ispunilo je uslove i dobilo oznaku Bed & Bike standard.

- Sa ciljem jačanja institucija koje treba da nose dalji razvoj ovog segmenta turističke ponude, organizovano niz radionica i obuka.

5. Projekat „5 U 5”

Projekat „5 u 5” odnosno izgradnja pet visokokvalitetnih kamp odmorišta za mobilhome u pet nacionalnih parkova ima za cilj podsticanje razvoja izgradnje visokokvalitetnih kamp odmorišta za mobilhome, uz otvaranje razvojnih perspektiva i doprinosa kvalitetu i konkurentnosti destinacije na svjetskom turističkom tržištu. Navedena kamp odmorišta će biti u vlasništvu JP Nacionalni parkovi Crne Gore, koje će istovremeno sa njima i upravljati.

Do sada je izgrađeno jedno kamp odmorište u NP »Biogradska gora«.



6. Panoramski putevi

Ministarstvo održivog razvoja i turizma u saradnji sa NTO CG, Ministarstvom kulture kao i lokalnim turističkim organizacijama radi na projektu panoramskih puteva u Crnoj Gori.

Definisane su rute i u predstojećem periodu u saradnji sa opštinama biće određene lokacije za vidikovce i odmorišta, kao i izgradnja istih. Rezultat ovog projekta biće i mape za panoramske puteve u Crnoj Gori kako štampane, tako i navigacione mape za GPS uređaje, u kojoj će se naći svi vidikovci i svi lokaliteti obuhvaćeni definisanim rutama.

7. Neka bude čisto

Takođe, u cilju adekvatne pripreme za turističku sezonu 2011. godine realizovan je **javni rad "Neka bude čisto"**. Predmet javnog rada bilo je čišćenje pojasa uz magistralne i regionalne putne pravce u dužini preko 1.300 kilometara u svim opštinama u Crnoj Gori. Zaposleno je **146 teže zapošljivih lica sa evidencije Zavoda za zapošljavanje** u javnim komunalnim preduzećima. **Van turističke sezone angažuje se 70 nezaposlenih lica.** Vrijednost projekta je 841.500,80 €.

Tokom realizacije projekta uklonjeno je 32000 kesa za smeće, pokošeno 70% magistralnog pojasa, u najvećoj mjeri uklonjene veće deponije i postavljene kante za smeće u primorskim i u sjevernim opštinama.

U okviru projekta „Neka bude čisto“ realizovano je više podprojekata kao što su organizacija časova iz ekologije i organizovani izlasci na teren gdje su dijeljeni crveni, žuti i zeleni kartoni, "volonterski kampovi" u Tivtu, Cetinju i Kolašinu i sl.

8. Plava zastavica

Početak sezone **Plave zastavice u 2011.** godini obilježen je podizanjem prve Plave zastavice 5. juna 2011. godine na jednoj od plaža, na osnovu odluke Međunarodnog žirija. Kampanja „Plava zastavica“ podrazumjeva ekološko obrazovanje i informisanje turista, turoperatora, odgovornih struktura i javnosti. Plava zastavica se bazira na ispunjavanju 27 kriterijuma iz 4 oblasti i to: kvaliteta vode, ekološkog obrazovanja i informisanosti, ekološkog menadžmenta, bezbjednosti i usluge. **U 2011. godini, na 17 plaža bila je istaknuta Plava zastavica.**

III ODVIJANJE TURISTIČKE SEZONE

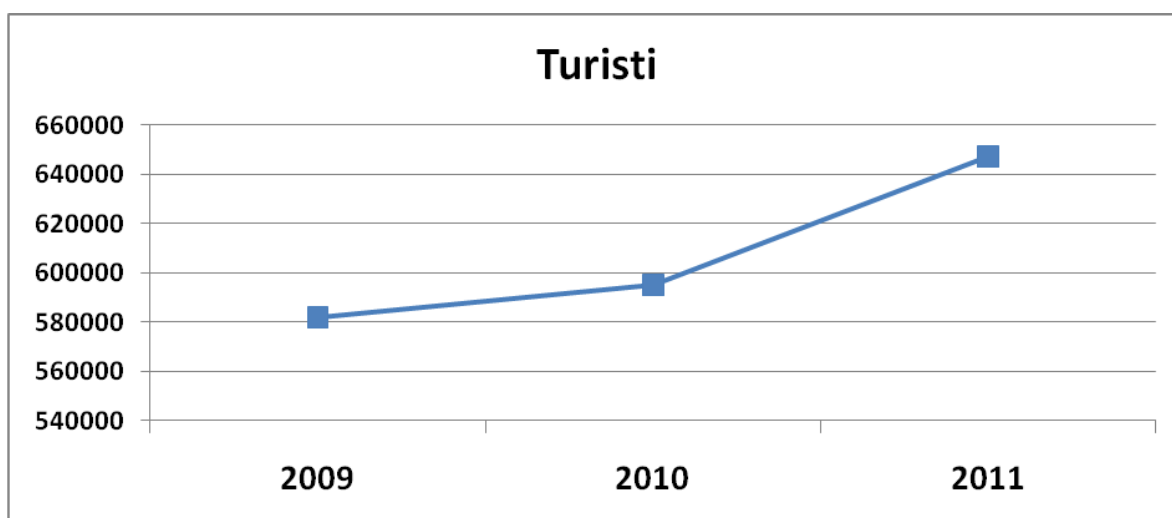
1. KVALITATIVNI I KVANTITATIVNI EFEKTI SEZONE

Za prvih sedam mjeseci 2011. god. prihodi od turizma procjenjuju se na iznos od **306,5 mil €**, što je **7,9% više** nego prošle godine u istom periodu. Upoređujući ostvarene rezultate sa projekcijama Ekonomske politike, može se konstatovati da je ovogodišnja sezona sa aspekta finansijskih efekata bila uspješna.

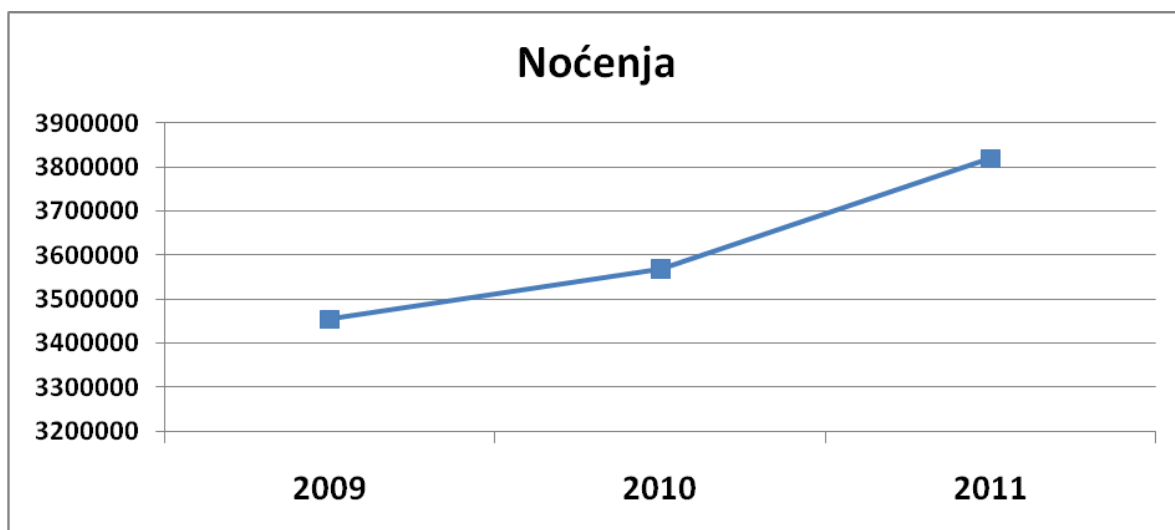
Kada je riječ o kvantitativnim pokazateljima, prema poslednjm zvaničnim podacima Monstat-a, za prvih sedam mjeseci 2011. godine, Crnu Goru je posjetilo ukupno **647.454 turista i realizovano je 3.819.309 noćenja**. Upoređujući ostvarene rezultate sa parametrima iz 2010. godine, zaključuje se da je došlo do **povećanja broja turističkih posjeta za 8,8% i noćenja za 7,02%**. Daljom analizom kvantitativnih pokazatelja turističkog prometa, može se konstatovati da su ovogodišnji efekti bili značajno bolji u odnosu na parametre prošle godine, kada je bilo zabilježeno povećanje broja turista od 2,23%, dok je broj realizovanih noćenja bio veći za 3,3% u odnosu na 2009. godinu.

TURISTI	2010		2011		Indeksi	
NOĆENJA	jul	Kumulativ	jul	Kumulativ	Pojedinačni	Kumulativ
Turisti	320287	595164	349801	647454	109,21	108,79
- domaći	40815	88692	31059	83582	76,10	94,24
- strani	279472	506472	318742	563872	114,05	111,33
Noćenja	2094307	3568807	2250493	3819309	107,46	107,02
domaći	250787	477862	158351	390989	63,14	81,82
- strani	1843520	3090945	2092142	3428320	113,49	110,91

Grafik br. 1: Promet 2009 – 2010 – 2011 - **TURISTI**

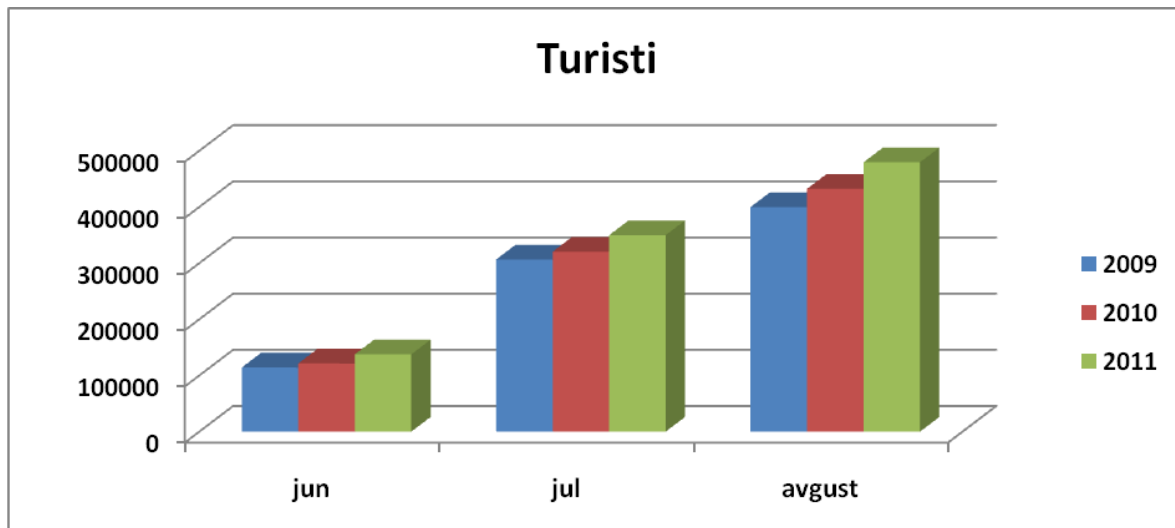


Grafik br. 2: Promet 2009 – 2010 – 2011 – **NOĆENJA**

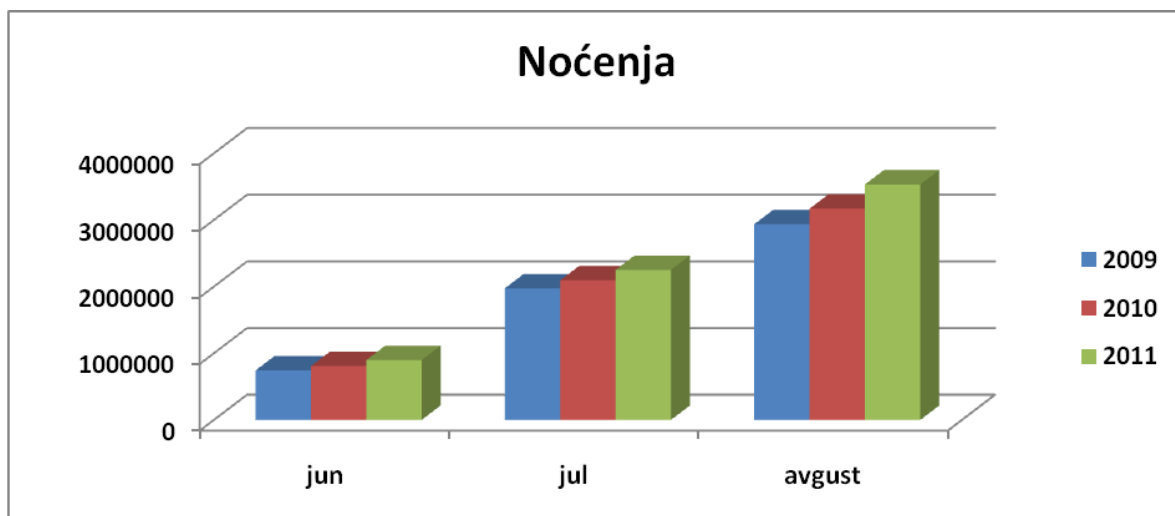


Opšta je ocjena da je sezona 2011. godine, i pored određenog pada početkom godine, bila uspješnija od prethodne i rekordne 2008. godine.

Grafik br. 3: Turisti jun- avgust 2009-2011. god.



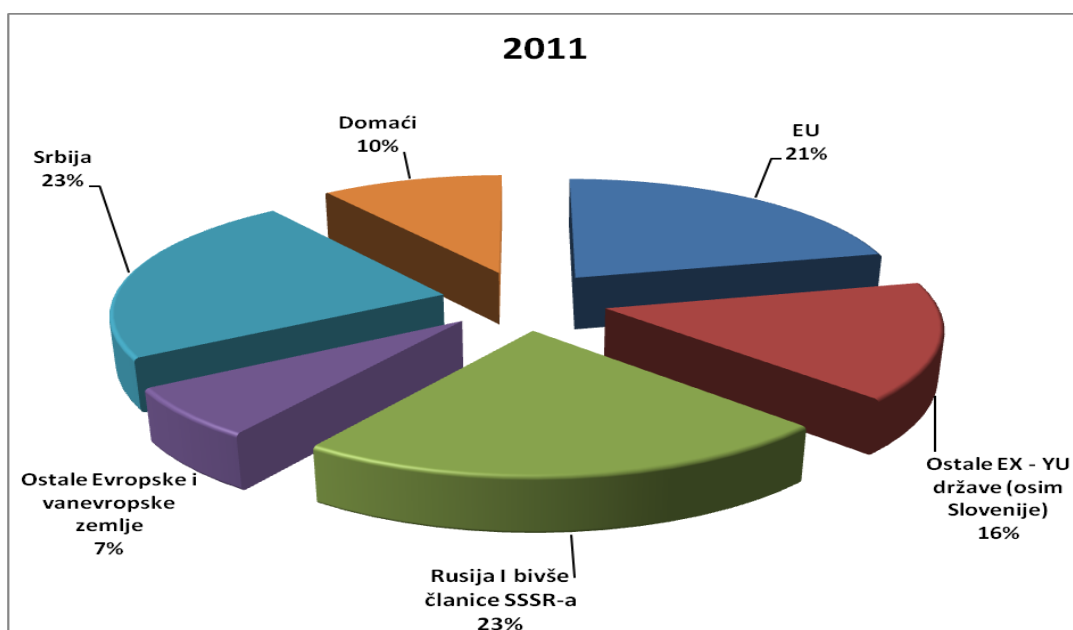
Grafik br. 4: Noćenja jun- avgust 2009-2011. god



Turisti su najviše boravili u **privatnom smještaju** i to **54%** ukupnih noćenja je ostvareno u tom vidu smještaja dok je u **hotelima ostvareno 32%**.

Kada je riječ o stranim turistima koji su posjetili Crnu Goru, zabilježen je porast i broja njihovih posjeta za oko 11,3% i realizovanih noćenja, za oko 10,9%. Može se konstatovati da je **sa gotovo svih emitivnih tržišta došlo do povećanja broja noćenja u odnosu na 2010. godinu**, dok su najveće učešće u ukupno ostvarenim noćenjima imali turisti iz Srbije, Rusije, Bosne i Hercegovine, Kosova, Slovenije, Njemačke, Francuske ...

Grafik 5: Struktura insotranih turista – noćenja



					INDEX
Naziv zemlje pripadnosti	Turisti	Noćenja	Prosječna dužina boravka u danima	Struktura noćenja u procentima	noćenja
	3	4	5 (4:3)	6(4:5)	7
Albanija	15772	65308	4,14	1,90	84,21
Austrija	7157	29053	4,06	0,85	109,24
Belgija	4242	26463	6,24	0,77	126,02
Bjelorusija	2491	15215	6,11	0,44	78,13
Bosna i Hercegovina	40796	346988	8,51	10,12	101,61
Bugarska	2790	9433	3,38	0,28	132,36
Češka	11742	81554	6,95	2,38	136,36
Danska	1008	4539	4,50	0,13	108,41
Estonija	265	1333	5,03	0,04	19,77
Finska	1551	7638	4,92	0,22	235,30
Francuska	15182	77941	5,13	2,27	111,18
Grčka	2339	4851	2,07	0,14	140,69
Holandija	4364	16765	3,84	0,49	135,33
Hrvatska	9189	32075	3,49	0,94	95,84
Irska	1174	5350	4,56	0,16	72,60
Island	505	2807	5,56	0,08	520,78
Italija	15206	47057	3,09	1,37	100,72
Kosovo	24757	163215	6,59	4,76	87,42
Letonija	318	1858	5,84	0,05	89,16
Litvanija	2282	11870	5,20	0,35	102,98
Luksemburg	515	2441	4,74	0,07	881,23
Mađarska	7165	37577	5,24	1,10	60,54
Makedonija	9321	57327	6,15	1,67	65,68
Norveška	4697	35818	7,63	1,04	128,24
Njemačka	17244	82711	4,80	2,41	163,02
Poljska	14605	76187	5,22	2,22	167,25
Portugal	4854	28917	5,96	0,84	3398,00
Rumunija	9407	50233	5,34	1,47	198,40
Rusija	118218	767684	6,49	22,39	140,19
Slovačka	5589	36225	6,48	1,06	154,56
Slovenija	11459	96599	8,43	2,82	245,74
Srbija	132279	890053	6,73	25,96	87,59
Švajcarska	4183	17512	4,19	0,51	87,04
Švedska	4808	28521	5,93	0,83	97,98
Španija	1088	2935	2,70	0,09	116,19
Turska	14068	75350	5,36	2,20	1674,82
Ukrajina	10716	77953	7,27	2,27	99,63
Velika Britanija	9490	52379	5,52	1,53	139,30
Ostale evrop. Zemlje	1929	6546	3,39	0,19	113,17
Australija	1577	4788	3,04	0,14	170,45
Izrael	5493	10640	1,94	0,31	127,03
Japan	730	1671	2,29	0,05	231,44
Kanada	1141	4895	4,29	0,14	138,79
Novi Zeland	332	1615	4,86	0,05	278,45
SAD	4639	16305	3,51	0,48	87,86
Ostale vanevrop. Zemlje	5195	14125	2,72	0,41	136,09
Ukupno	563872	3428320	6,08	100,00	110,91

I gosti iz inostranstva najvećim dijelom su bili smješteni u **privatnom smještaju (56%), a u hotelima je zabilježeno 31,5% noćenja**. Strani turisti su se u prosjeku zadržavali oko 6 dana.

Slični podaci su dobijeni i kroz istraživanje koje je sprovedla Visa- svjetska kompanija za platne usluge, a koje se odnosilo na istraživanje o navikama stranih turista u Crnoj Gori. Cilj istraživanja je bio da se prikupe podaci o razlozima zbog kojih turisti posjećuju Crnu Goru, vrstu aranžmana, planiranje budžeta na odmoru i njihovim utiscima u pogledu smještaja, cijena i finansijskih usluga.

Pomenuto istraživanje je pokazalo da oko 53% turista za ljetovanje u Crnu goru se odlučilo zbog preporuke porodice i prijatelja, 23% upoznajući se sa ponudom preko Interneta, dok je na 11% turista uticaj na odluku o ljetovanju imala medijska kampanja. 50% ino-gostiju u Crnu Goru je ljevalo sa porodicom, a 40% sa društvom. Mladji gosti su se zadržavali kreće vrijeme (2-3 dana) i uglavnom su dolazili vikendom, dok je 60% ispitanika izjavilo da planira da ostane 4-10 dana.

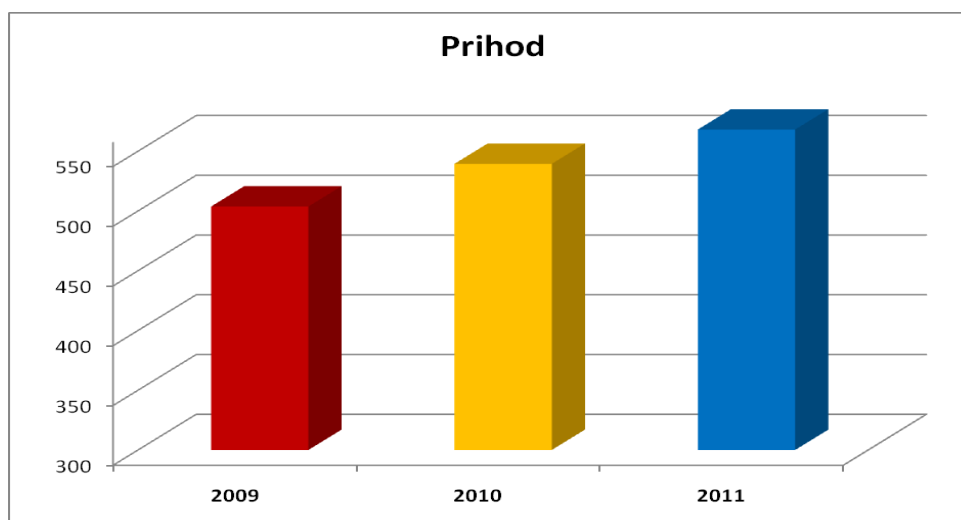
Analiza je pokazala da je 41,5% turista odgovorilo da planira da dnevno potroši od 31-50€, 13,5% od 16-30€, a 17% je planiralo da potroši više od 100€ (ovdje se uglavnom radilo o gostima koji su na Crnogorsko primorje dolazili samo tokom vikenda).

Strani turisti su uglavnom impresionirani Crnom Gorom, ali zahtijevaju bolju putnu infrastrukturu, jeftiniji javni prevoz i usluge.

1.1. Procjene Ministarstva održivog razvoja i turizma za avgust 2011. godine

Povećanje fizičkog obima prometa pozitivno se odrazilo i na kvalitativne rezultate, **tako da je za osam mjeseci od turizma direktno prihodovano oko 568,1 mil.€ što je povećanje od 5,3% u odnosu na osam mjeseci 2010. godine.**

Grafik 6: Prihodi za period januar-avgust (2009, 2010, 2011)



Analizirajući preliminarne podatke za avgust 2011. godine, turistički promet je zadržao pozitivan trend i na nivou **od osam mjeseci registrovano je 4,6% više dolazaka (1.074.694 turista) i 5,4% više noćenja (7.101.579)**. Strani turisti su ostvarili 5% više

dolazaka i 6,3% više noćenja, dok su domaći gosti imali povećanje od 2% kada govorimo o njihovom ukupnom broju za osam mjeseci i pad od 1% kada je riječ o noćenjima.

	avgust 2011.	jan.- avg. 2011	Index avgust 11/10	Index jan-avg. 11/10
Noćenja	3532772	7101579	111,5	105,4
domaći	353277	808528	104,3	99,0
strani	3179495	6293051	112,3	106,3
Turisti	479530	1074694	110,9	104,6
domaći	47953	139710	99,5	102,1
strani	431577	934984	112,4	105,0

* podaci za avgust, prema procjeni Ministarstva održivog razvoja i turizma i NTO CG

1.2. Izvještaj o radu turističke inspekcije u sezoni 2011. godine (za period od 18.06. do 5.09.2011. godine)

Turistička inspekcija je sa pojačanim radnim aktivnostima koje se odnose na ljetnju turističku sezonu počela 18.06.2011. godine i iste su u toku. Na terenu je angažovano ukupno 14 inspektora koji u skladu sa svojim nadležnostima i ovlaštjenjima vrše nadzor subjekata koji obavljaju turističko - ugostiteljsku djelatnost. Inspeksijski nadzor se radio kako u primorskim opštinama, tako i u onima koje se nalaze na sjeveru Crne Gore. Takodje, nadzorom je obuhvaćen i kontinentalni dio zajedno sa područjem Skadarskog jezera.

Rad inspekcije po pojedinim opštinama bio je usmjeren na probleme koji je karakterišu: rad ugostiteljskih objekata bez odobrenja; organizacija kupališta; buka, tzv. „dileri soba“; privatni smještaj; evidencija gostiju u hotelima i dr.. Pored redovog inspeksijskog nadzora organizovane su i akcijske kontrole u kojima su angažovani i inspektori iz drugih opština. Aktivnosti turističke inspekcije pratila je i saradnja sa drugim organima: kontrola točenja alkoholnih pića maloljetnim licima u saradnji sa Upravom policije; kontrola objekata nautičkog turizma u saradnji sa Plovnom jedinicom Uprave policije; kontrola buke u ugostiteljskim objektima u saradnji sa Komunalnom policijom; kontrola organizacije izletničkih programa u saradnji sa Inspekcijom za drumski saobraćaj; kontrola privatnog smještaja u saradnji sa lokalnom turističkom i finansijskom inspekcijom; kontrola kupališta u saradnji sa službenicima JP „Morsko dobro“; kontrola ugostiteljskih objekata na Skadarskom jezeru u saradnji sa službenicima JP „Nacionalni park Skadarsko jezero“.

Prioritet u radu su imale pritužbe gostiju koje su dobijane putem turističkog telefona 1300, neposredno u kontaktu sa inspektorom ili dolaskom kancelarije turističke inspekcije. Inspektori su reagovali u roku od 24h, utvrđivali stvarno činjenično stanje i preduzimali odgovarajuće mjere i radnje u skladu sa zakonom.

U vremenskom periodu 18.06. – 05.09.2011. godine ostvareni su sledeći rezultati:

- **Ukupan broj kontrola** **3.547;**
- **Broj utvrđenih nepravilnosti** **2.602;**
- **Broj ukaza** **1.028;**
- **Broj rješenja o otklanjanju nepravilnosti** **202;**
- **Broj rješenja o zabrani** **453;**
- **Zapečaćeni objekti** **75;**
- **Broj zahtjeva za pokretanje prekršajnog postupka** **430;**
- **Broj mandatnih kazni** **730;**
- **Ukupan iznos mandatnih kazni** **125.945€.**

KUPALIŠTA

Odmah, na početku sezone, turistička inspekcija je obišla sva kupališta, kako uređena i izgrađena tako i ona prirodnog karaktera. Izvršeno je 586 kontrola i utvrđeno 320 nepravilnosti.

Novi Zakon o turizmu ("Sl.list CG"br.61/10) je donio jednu novinu po kojoj su zakupci kupališta bili obavezni da posjeduju odobrenje za obavljanje turističke djelatnosti od Sekretarijata za privredu i finansije. Mali broj zakupaca nije ispoštovao ovu obavezu iz razloga neizmirenja obaveza prema JP za komunalne poslove. Takodje, tenderi za zakup kupališta su raspisvani i tokom avgusta mjeseca, a nakon toga pristupalo se potpisivanju ugovora sa JP "Morsko dobro". Za to vrijeme su zakupci nelegalno obavljali turističku djelatnost na kupalištima i bili izloženi represivnijim mjerama od strane inspektora. Turistička inspekcija će na kraju sezone dostaviti JP "Morsko dobro" izvještaj o preduzetim mjerama inspektora kod zakupaca kupališta što je dobar osnov za raskidanje ugovora sa onima koji ne poštuju zakonske odredbe.

Najveći broj utvrđenih nepravilnosti se odnosio na sledeće:

- Polovina plaže nije bila oslobodjena od plažnog mobilijara, oslobodjen je mali dio, ili ako je i oslobodjen nije po skici kupališta koju izdaje JP „Morsko dobro“;
- Naplaćivanje usluge tuširanja;
- Naplaćivanje parking mjesta;
- Neki zakupaci su zonu uz more pretvarali u štand lokacije za prodaju voća i plastične galanterije;

U Ulcinju i Baru nije bilo dovoljno spasioca na svim plažama. Naime, zakon propisuje da spasilačka služba mora biti organizovana od najmanje jednog spasioca na svakih 50m dužine obale, tako da zakupci plaže u dužini od 230m ili 250m moraju imati najmanje četiri, odnosno pet spasilaca. Ovaj zahtjev je posebno naglašen u ovim opštinama zbog prirodnih geografskih i klimatskih uslova.

I pored gore navedenih nepravilnosti, generalno posmatrajući, organizacija kupališta je ove godine bila mnogo bolja nego prethodnih godina.

UGOSTITELJSKI OBJEKTI

Nadzor ugostiteljskih objekata turistička inspekcija obavljala je svakodnevno u redovnim i akcijskim kontrolama. U periodu 18. jun– 5. septembar izvršeno je **2.541 kontrola, u kojima je utvrđeno 2.058 nepravilnosti**. Iste su se odnosile na: rad bez odobrenja, neposjedovanje ili neisticanje kategorije objekta, reklamiranje suprotno postojećoj vrsti i kategoriji objekta, neizdavanje fiskalnih računa gostima za izvršene usluge, neposjedovanje cjenovnika za goste, neposjedovanje knjige žalbi. Inspektori su na osnovu činjeničnog stanja preduzimali upravne mjere i radnje.

Prioritet u radu inspekcije jeste suzbijanje „sive ekonomije“ u oblasti ugostiteljstva. Svim subjektima, koji nijesu posjedovali rješenje za rad od nadležnog organa, izdato je rješenje o zabrani rada, podnijet zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka, a objekat zapečaćen. Inspekcija nije bila u mogućnosti da pečati otvorene šankove, ugostiteljske punktove i pultove. Takodje, nije postojala mogućnost pečaćenja objekata koje subjekti koriste za stanovanje. Veliki nedostatak u radu inspekcije predstavlja i nepostojanje izvršne službe koja bi oduzimala i skladištila predmete i sredstva koja su u funkciji nelegalnog rada. Organizacija i funkcionisanje ove službe u okviru svakog opštinskog organa bi uticala na povećanje efikasnosti i efektivnosti rada svih inspeksijskih organa.

Posebna pažnja je poklonjena kontroli evidencije gostiju i ostvarenih noćenja kod ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge smještaja – hotela, hostela, gostionica. Utvrđeno je da jedan broj ovih subjekata ne dostavlja ažurno MONSTAT-u podatke o turističkom prometu, a neki ne vode uredno knjige gostiju. To povlači za sobom netačnu statističku evidenciju o broju posjetilaca, kao i neplaćanje boravišne takse. Bilo je hotela u kojima nije evidentirano više desetina gostiju. Najveće nepravilnosti utvrđene su u opštini Bar.

Pored hotela kontrolisani su i kampovi kao smještajne jedinice. Najveći broj subjekata kontrole posjedovalo je rješenje za rad od Sekretarijata za privredu i finansije prema mjestu obavljanja djelatnosti. Protiv subjekata koji nijesu posjedovali rješenje podnijete su prekršajne prijave ili su pečaćene poslovne prostorije.

“DILERI SOBA”

Problem tzv. “dilerova soba” egzistira već duži vremenski period i stvara ružnu sliku turističke ponude kako pojedinih opština tako i Crne Gore u cjelini kao turističke destinacije. Turistička inspekcija ove prekršaje sankcioniše u skladu sa svojim zakonskim nadležnostima i ovlaštenjima. Zakon o turizmu (“Sl.list CG”br.61/10) propisuje: “Izdavalac ili drugo lice ne smiju neposredno ili preko drugih subjekata koji nijesu registrovani za posredovanje u prodaji usluga smještaja nuditi i prodavati ugostiteljske usluge u domaćinstvu izvan objekta u kojem se te usluge pružaju, osim na prostoru, pod uslovima i na način utvrđen propisom nadležnog organa jedinice lokalne samouprave”. To znači da se pomenutom djelatnost na ulici ne mogu baviti niti izdavaoci smještaja za svoje potrebe, niti tzv. “dilerova soba” koji uzimaju proviziju 10-20% od ostvarenog prihoda po osnovu izdavanja smještaja.

Shodno gore navedenoj odredbi jedino je Skupština opštine Budva donijela Odluku o načinu i uslovima posredovanja pri izdavanju soba i drugih kapaciteta turistima na utvrđenom prostoru. Cilj donošenja ove odluke je smanjenje sive ekonomije kako u dijelu eliminisanja dilera sa budvanskih ulica tako i u dijelu registracije izdavaoca privatnog smještaja. Predstavnici opštine Budva su održali sastanak sa svim turističkim agencijama iz Budve predočivši im značaj donošenja ove odluke. Ovom pozivu su se odazvale jedino dvije turističke agencije: “Montenegro Flight” i “Mijović Travel”, koje su svoja, ukupno tri, posrednika postavile na propisanim lokacijama: u Bečićima, na autobuskoj stanici u Budvi i kod marketa “Slavija”. Ostale agencije nijesu uvidjele svoj interes da na jasno predviđenim lokacijama angažuju lica koja će u ime agencije posredovati prilikom izdavanja soba.

Turistička inspekcija je, zajedno sa Upravom policije, u proteklih dva mjeseca je izvršila 171 kontrolu i evidentirala ukupno 153 dilera u četiri primorske opštine u kojima je ovaj problem bio izražen: u Budvi 64, Herceg Novom 30; Baru 21; Ulcinju 36, Tivtu 1, Žabljaku 1. Nakon utvrđenog činjeničnog stanja inspektori su ovim fizičkim licima izdali rešenje o zabrani obavljanja djelatnosti i odmah podnosili zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka po osnovu kojeg je ovlašćeni službenik izricao novčane kazne. U cilju efikasnijeg prevazilaženja ovog problema tokom ove sezone angažovan je ovlašćeni službenik za vodjenje prekršajnog postupka na licu mjesta, a u toku izvodjenja akcije i službenici ministarstva su pomagali inspektorima u pribavljanju dokaznih činjenica. Medjutim i pored posvećenosti inspekcije ovom problemu, u nekim opštinama, tzv. “dilerova soba” su i dalje postojali na glavnim saobraćajnicama, raskrscnicama puteva, pored velikih hotela, na autobuskim i željezničkim stanicama. Uočeno je da se ovom djelatnošću bave kako mještani, tako i nerezidentna lica koja često nijesu imala ni prijavu boravka. Iako ovaj problem u cjelosti nije bio prevaziđen, u odnosu na prethodne godine, isti je bio prioritet u radu, a inspekcija je djelovala maksimalno u okviru svojih nadležnosti i ovlaštenja.

Svakako za naredne sezonu, u cilju rješavanja ovog problema, treba ostvariti veću saradnju državnih organa, veću uključenost opštinskih organa, turističkih agencija i zajedničkim aktivnostima djelovati na suzbijanje ovog problema.

PRIVATNI SMJEŠTAJ

Turistička inspekcija je, ove godine, posebnu pažnju poklonila kontroli komplementarnog smještaja, posebno onog dijela koji se odnosi na vikend stanove.

Nadzorom 492 subjekata koji pružaju usluge smještaja u domaćinstvima utvrđeno je sledeće:

- Izvršene su ukupno 492 kontrole, od kojih je evidentirano ukupno 108 vikend stanova ;
- Uručeno je 113 rješenja o zabrani obavljanja djelatnosti;
- Izrečene su 92 mandatne kazne u ukupnom iznosu od 21.875€;
- Podnijeto je 27 zahtjeva za pokretanje prekršajnog postupka;
- Svi evidentirani subjekti su podnijeli zahtjev za dobijanje odobrenja za rad i kategorizaciju smještajnih jedinica kod Sekretarijata za privredu i finansije.

Rezultati rada po ovom osnovu imali su multiplikativne efekte, koji se, između ostalog, ogledaju u sljedećem:

- Na osnovu podataka Sekretarijata za privredu i finansije opštine Budva od 31.07.2011.godine, ovogodišnja naplata boravišne takse je veća za 20% u odnosu na prethodnu godinu;
- Izdato je 2.500 odobrenja za rad za pružanje usluga smještaja (2010.godine bilo je 1.800 važećih odobrenja);
- Registrovano je preko 21.000 ležajeva u privatnom smještaju što predstavlja maksimum u odnosu na prethodne godine (2010. godine je registrovano 19.200 ležajeva);
- Povećana je i naplata poreza na imovinu.

AKTIVNOSTI NA SKADARSKOM JEZERU

Svakog vikenda sa vodene ili kopnene strane izvodjene su akcijske kontrole kupališta, ugostiteljskih i plovnih objekata na Skadarskom jezeru. Nadzor je vršen u saradnji sa Plovnom jedinicom Uprave policije i službenicima JP „Nacionalni parkovi Crne Gore“. Subjekti koji su obavljali ugostiteljsku djelatnost izbjegavali su da pribave odobrenje od Sekretarijata za privredu Cetinje ili Bar jer su obaveze prema JP „Nacionalni parkovi Crne Gore“ bile visoke. Naime, jedan dio objekata, koji su bili predmet nadzora, ne nalazi se u Planu i programu privremenih objekata u zoni Skadarskog jezera, pa samim tim i ne posjeduju rješenje o urbanističko tehničkim uslovima. Zbog nelegalnog rada zapečaćeno je 8 (osam) ugostiteljskih objekata, od kojih su samo 3 (tri) pribavila odobrenje za rad. Svi plovni objekti posjeduju ili odobrenje za prevoz putnika ili se koriste u sportsko rekreativne svrhe.

KONTROLE NA SJEVERU

Aktivnosti u sjevernim opštinama su bile usmjerene u tri pravca:

- Nadzor subjekata koji pružaju usluge raftinga i splavarenja izvršen je na početku sezone u cilju zaštite korisnika ovih usluga. Kontrole su radjene na mjestu otpočinjanja pružanja usluga raftinga: Šćepan polju - lokacija Brštanovica i Djurdjevića Tari – lokacija Splavište. Utvrđeno je da su svi subjekti registrovani kod Privrednog suda kao privredna društva ili preduzetnici, da posjeduju polis osiguranja za slučaj nezgode i svi su podnijeli

zahtjev za dobijanje svjedočanstva o sposobnosti za plovidbu čamcima, odnosno potvrdu o tehničkoj ispravnosti plovila. Pošto Uprava pomorske sigurnosti Bar – Odjeljenje tehničkog inspektorata plovnih objekata Tivat nije povratno informisala subjekte o podnijetom zahtjevu, isti nijesu dobili odobrenje za rad od strane Sekretarijata za privredu i finansije. Turistička inspekcija je svim subjektima izdala rješenje o zabrani obavljanja djelatnosti i podnijela zahtjeve za pokretanje prekršajnog postupka.

- U Beranama, Andrijevi i Gusinju, radjene su akcijske kontrole u cilju suzbijanja „sive ekonomije“ u ugostiteljskoj djelatnosti. Zbog neposjedovanja odobrenja za rad zatvoreno je 11 (jedanaest) ugostiteljskih objekata. Svima je izdato rješenje o zabrani rada i podnijet zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka;
- Zbog velikog broja posjetilaca tokom jula i avgusta mjeseca radjen je inspeksijski nadzor u Kolašinu, Žabljaku, Plavu i Andrijevi sa predmetom kontrole: točenje alkoholnih pića maloljetnim licima. Nepravilnosti po ovom osnovu nijesu utvrđene.

PROBLEM BUKE

Zaključkom II sjednice Koordinacionog tima za pripremu i praćenje turističkih sezona, održanoj u Podgorici, dana 06.04.2011. godine, zaduženo je Ministarstvo održivog razvoja i turizma da pripremi Plan i program rada kojim se definišu aktivnosti Turističke inspekcije, Komunalne policije i Uprave policije u okviru zajedničke akcije na suzbijanju problema buke tokom ljetnje turističke sezone 2011 godine.

Cilj ovog programa je bio da se intenziviranjem zajedničkih aktivnosti, odnosno inspeksijskog nadzora kod ugostiteljskih objekata smanji emitovanje buke iznad graničnih vrijednosti. Nakon usvajanja Plana formirano je Koordinaciono tijelo za suzbijanje problema buke, koje broji tri člana:

1. Predstavnik Ministarstva održivog razvoja i turizma – koordinator tijela;
2. Predstavnic primorskih opština - načelnici Komunalnih policija;
3. Predstavnik Uprave policije.

U svakoj primorskoj opštini formiran je tročlani radni tim: turistički inspektor, komunalni policajac i policajac za javni red i mir. Ovi timovi počeli su sa radom 25.06.2011. godine i svakodnevno su obilazili teren u vremenskom intervalu od 22h do 02h posle ponoći. U skladu sa postojećom situacijom, svaki inspektor, u okviru svojih nadležnosti i ovlašćenja vršio je inspeksijski nadzor i preduzimao odgovarajuće upravne mjere i radnje.

Turistička inspekcija je u ovim zajedničkim aktivnostima izvršila 378 kontrola, izdala 13 rješenja o zabrani rada, zatvorila 12 ugostiteljskih objekata, podnijela 29 zahtjeva za pokretanje prekršajnog postupka, izrekla 125 mandatnih kazni u iznosu od 19.913€. Preduzimanje navedenih upravnih mjera i radnji od strane turističke inspekcije je vršeno, ne po osnovu učinjenog prekršaja emitovanja muzike preko dozvoljenih granica, već po osnovu neposjedovanja odobrenja za rad ili neizdavanja računa gostima i sl.. Turistička inspekcija nema nadležnosti u dijelu kontrole nivoa buke koju proizvode ugostiteljski objekti, već ta nadležnost pripada komunalnoj policiji. Nijedan ugostiteljski objekat, po osnovu emitovanja buke preko dozvoljenih granica, nije zapečaćen.

IZLETNIČKI PROGRAMI

Nadzor turističkih agencija koje organizuju izletničke programe je radjen na šetalištima i na glavnim saobraćajnicama. Pošto je ovaj problem najizraženiji na području opštine Budva inspekcija je na početku sezone svake večeri vršili nadzor subjekata koji postavljaju svoje pultove na šetalištu i isti im služe za reklamiranje usluga. Zatečene su i četiri agencije koje

su na ovim mjestima vršile i prodaju karata gostima te su iste zatvorene i uručena su im rješenja o zabrani rada.

Kontrola turističkih autobusa i kombija rađena je na magistralnom putu na lokacijama: Jaz i Markovina, u saradnji sa Inspekcijom za drumski saobraćaj. Utvrđene nepravilnosti su se odnosile na: nepotpune spiskove putnika, neposjedovanje putnog naloga, neposjedovanje licence od strane turističkog vodiča. Utvrđeno je da su izleti organizovani, uglavnom, za hotelske goste, za destinacije: Ostrog, Lovcen, Skadarsko jezero, Tara i Biogradsko jezero, da je korišćen sopstveni prevoz ili prevoz firme koje su registrovane za pružanje ovih usluga.

Imajući u vidu da tokom jula i avgusta nijesu utvrđene nepravilnosti većeg obima, može se konstatovati da su problemi, kad je u pitanju ovaj segment ponude, smanjeni u odnosu na prethodne godine.

2. ODVIJANJE TURISTIČKE SEZONE SA ASPEKTA SUBJEKATA INDIREKTNO UKLJUČENIH U FORMIRANJE TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Uprava policije

Shodno izvještajima Uprave policije na graničnim prelazima u Crnoj Gori zabilježeno je povećanje broja putnika koji su prešli državnu **granicu za 12,4%** i **povećanje broja vozila za 5,1%**.

UPRAVA POLICIJE

Granični prelazi	januar-avgust 2010.	januar-avgust 2011.	Index 11/10
putnici	8231549	9252210	112,4
vozila	2325249	2444604	105,1

2.2. JP „Aerodromi Crne Gore“

Kada je riječ o prometu putnika i aviona na aerodromima u Crnoj Gori, za osam mjeseci na aerodromu u Podgorici zabilježen je pad prometa putnika za 3% i prometa aviona za 9,2%, dok je na aerodromu Tivat ostvareno povećanje od 17,9% za promet putnika i 14,5% za promet aviona.

JP "AERODROMI CRNE GORE"

promet putnika

JP Aerodromi Crne Gore -promet putnika	januar - avgust 2010.	jaunar - avgust 2011.	Index 11/10
Podgorica	423693	410838	97,0
Tivat	418940	493880	117,9
Ukupno	842633	904718	107,4
promet aviona			
JP Aerodromi Crne Gore - promet aviona	januar - avgust 2010.	jaunar - avgust 2011.	Index 11/10
Podgorica	4520	4104	90,8
Tivat	3002	3436	114,5
Ukupno	7522	7540	100,2

2.3. AD „Montenegroairlines”

Avio kompanija „Montenegroairlines” je imala negativan trend **prometa putnika**, odnosno **smanjenje za 9%**. Takođe, rezultati o **broju realizovanih letova** su lošiji nego u istom periodu 2010. godine tj. ostvaren je **pad od oko 17%**.

AD "MONTENEGROAIRLINES"

Montenegroairlines	januar- avgust 2010.	januar-avgust 2011.	Index 11/10
Putnici	428362	389727	91,0
Letovi	7067	5876	83,1

2.4. JP „Nacionalni parkovi”

Zahvaljujući obogaćenoj ponudi u nacionalnim parkovima, kao i intenziviranju promotivnih aktivnosti na planu valorizacije potencijala, realizovano je **16,4% više posjeta i 14% više prihoda**.

JP "NACIONALNI PARKOVI"

JP "Nacionalni parkovi"*	maj-avgust 2010.	maj - avgust 2011.	Index 11/10
posjetioci	114288	133035	116,4
prihod u eurima	281707	321280,2	114,0

2.5. AD “Monteput”

Negativni rezultati zabilježeni su i kod prometa vozila kroz tunel Sozina gdje je **evidentirano 4% manje vozila**, dok si ostvareni **prihodi na približno istom nivou** kao i za osam mjeseci 2010. godine.

AD "MONTEPUT"

Tunel Sozina	januar- avg. 2010.	januar-avg. 2011.	Index 11/10
Promet vozila	1602018	1539904	96,1
prihod	5376371	5348797,5	99,5

2.6. JP Regionalni vodovod crnogorsko primorje

Kada je u pitanju vodosnadbijevanje, ovogodišnja ljetnja turistička sezone, protekla je bez primjedbi. Izgradnja regionalnog vodovoda za crnogorsko primorje (osim dijela sistema Bar-Ulcinj koji je u izgradnji) je završena i sa isporukama vode opštinskim vodovodima Tivta, Kotora i Budve počelo se 28.jula 2010. godine. Isporuka vode za vodovodno preduzeće Bar počela je krajem juna 2011. godine jer nije bila završena izgradnja priključka na sistem regionalnog vodovoda, što je bila obaveza ViK Bar.

Shodno uporednim podacima o količinama isporučene vode vodovodnim i kanalizacionim preduzećima za period avgust 2010 – avgust 2011. godine, može se konstatovati se da je rast turističkog prometa uslovio i rast prodaje vode u avgustu ove godine u odnosu na isti mjesec.

2.7. „Elektroprivreda Crne Gore” AD Nikšić

Uočavanjem uskih grla u snabdijevanju električnom energijom i njihovim otklanjanjem prije početka turističke sezone, snabdijevanje potrošača električnom energijom u ljetnjoj turističkoj sezoni 2011. godine bilo je zadovoljavajuće, a ispadi koji su registrovani nijesu uticali na normalno odvijanje sezone. Ukupno preuzeta električna energija gradova na primorju u 2011. godini u odnosu na 2010. godinu veća je za blizu 8%.

Shodno rezultatima dostavljenim od preduzeća „Elektroprivreda Crne Gore” može se konstatovati da je u julu mjesecu 2011. godine za gradove na primorju više iporučeno oko 3,5% električne energije u odnosu na isti mjesec prošle godine, dok je u avgustu 2011. godine, za oko 11,1% isporučenop više električne energije u odnosu na avgust 2010.

IV PR AKTIVNOSTI

1. Istraživanje tržišta

Ove godine NTO CG sprovodi istraživanje turista na kružnim brodskim putovanjima. Osnovni cilj ovog istraživanja je dobijanje kvalitetnih i pouzdanih podataka o turističkoj tražnji i potrošnji turista i članova posade na brodskim kružnim putovanjima u Crnoj Gori, tokom boravka u Kotoru u 2011. godini. Tokom prvih 8 mjeseci ove godine Crnu Goru je posjetilo 117.187 turista na brodskim kružnim putovanjima, što je za 21% više u odnosu na isti period prošle godine.

Istraživanje će nam dati informacije vezane za:

- Sociodemografske karakteristike o turistima i članovima posade na brodskim kružnim putovanjima (zemlja porijekla, dob, pol i sl.).
- Karakteristike boravka u destinaciji i okolini.
- Troškove boravka u destinaciji.
- Stavove o turističkoj ponudi destinacije.
- Konkurentnost u odnosu na druge destinacije.

Ovo istraživanje se u Crnoj Gori sprovodi prvi put, pa mu je jedan od ciljeva i postavljanje osnova za dalje istraživanja na ovu temu.

2. Promotivna kampanja u Regionu

NTO CG je i ove godine na tržištu Regiona sprovela intenzivnu promotivnu kampanju „Zove more-Crna Gora“.

Ministarstvo održivog razvoja i turizma i NTO CG, u saradnji sa Crnogorskim turističkim udruženjem i lokalnim turističkim organizacijama i za ovu sezonu i vansezona kreirali posebne paket aranžmane u hotelskom i privatnom smještaju.

Kampanja je obuhvatila ponudu dva paket aranžmana i to za:

- Privatni smještaj (sedam dana, uključena boravišna taksa, min 3 zvjezdice) po cijenama: vansezona 42 - 49 €, sezona 70 -77 €
- Hotelski smještaj (sedam dana, 2 do 4 zvjezdice) po cijenama: vansezona 72 -154 €, sezona 155 -280 €.



Prodaja aranžmana se i ove godine vršila putem webportala www.montenegro.travel ili pozivom Call Centra NTO CG +382 1300 (u funkciji 24h). Nakon poziva Call Centar je upućivao turiste na agencije koje su prodavale navedene aranžmane.

Kampanja u Regionu je sadržala promotivne aktivnosti posebno za svako od tržišta: Srbije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Makedonije, Kosova i Albanije. Turistička ponuda Crne Gore u Regionu promovisala se putem: kampanje u elektronskim i štampanim medijima, outdoor kampanje na atraktivnim lokacijama većih gradova Regiona, internet kampanja, Roadshow-a tj. jednodnevnih prezentacija ukupne i/ili specifične ponude, »Workshop« - ova, press konferencija i prezentacija, studijskih grupa novinara iz Regiona.

2.1. Medijska kampanja u Regionu – elektronski i štampani mediji i internet kampanja

SRBIJA

TV kampanja

Televizija	Broj emitovanja	Period
RTS	183	25. jun – 24. avgust 2011.
Pink	243	21. jun – 14. avgust 2011.
B92	174	17. jun – 14. avgust 2011.
PST	113	17. jun – 14. avgust 2011.
Avala	155	16. jun – 14. avgust 2011.
Fox Life	200	17. jun – 14. avgust 2011.
Fox Crime	111	18. jun – 14. avgust 2011.
National Geographic	267	17. jun – 14. avgust 2011.
Utilisima	200	17. jun – 14. avgust 2011.

Prosječan broj emitovanja spotova po danu: 21

Ukupan broj ostvarenih GRP-a: 2,132

Veoma ujednačen nivo dnevnih emitovanja po televizijama, osim na TV B92, Pinku i PST, gdje je bilo pikova u prvim nedeljama kampanje

Spot Crne Gore barem jednom vidjelo je 6,3 miliona gledalaca ili 91,43% cijele populacije. Barem tri puta spot je vidjelo 5,9 miliona gledalaca, a barem 5 puta spot je vidjelo 5,4 miliona gledalaca. Interesantno je da je više od 50% populacije u Srbiji spot vidjelo više od 15 puta tokom kampanje.

Štampani mediji

Posebni advertorijali i intervjui su objavljeni u slijedećim štampanim medijima:
Dnevne novine:

1. Insertacija mape puteva u Blicu, 30. jun. Format A2



2. Intervju direktora NTO CG Saše Radovića u Blicu 1/1, 30. jula
3. Intervju direktora NTO CG Saše Radovića u Novostima 1/1, 18. avgusta

Magazini:

1. Gloria – 4 objave (4x2/1) u periodu od 28.06. pa do 19.07 uključujući i intervju direktora NTO CG Saše Radovića
2. Adria Media (Story, Cosmo, MH, National Geographic, Sensa, Lisa) – advertorijali 1/1 – po dvije objave u svim ovim magazinima

Ove godine akcenat je bio na predstavljanju ponude za aktivni odmor, posebnih turističkih proizvoda (Putevi vina, meda i sira), eko sela, skrovitih mjesta, novih kapaciteta Porto Montenegro i Aman Resort, program dešavanja tokom sezone itd.

Internet kampanja

Sajt	Tipologija	Period
B92.net/sport	Sport paket	24. jun - 10. jul 2011.
B92.net/putovanja	Putovanja	24. jun - 24. jul 2011.
gdestinacija.rs	Putovanja	Jul-11
Superodmor.rs	Putovanja	Jul-11
Aladin.info/putovanja	Putovanja	22.jun - 31. jul 2011
Putovanja.info	Putovanja	22. jun - 31. jul 2011.
rts.rs	info	Jul-11
Facebook ads	Facebook	22. jun - 31. jul 2011.
Nadlanu.com	Zabava	25. jun - 15. avgust 2011.
mojodmor.rs	Putovanja	25. jun - 15. avgust 2011.

iLike.me



U saradnji sa agencijom LUNA/TBWA iz Beograda tokom avgusta realizovan je foto konkurs „iLike.me“ na društvenoj mreži Facebook koji je pozivao zainteresovane da pošalju svoje fotografije sa odmora u Crnoj Gori u kategoriji „active“ i „lazy“. Fotografije koje su pristigle ovim putem NTO CG će moći da koriste u svoje promotivne svrhe. Za najbolje i najkreativnije fotografije NTO CG je obezbijedila tri nagrade i to:

- Desetodnevno ljetovanje za dvije osobe u nekom od ekskluzivnih hotela u Crnoj Gori
- 7 dana zimovanja za dvije osobe
- Povratna avionska karta na nekoj od linija Montenegro Airlines-a

Tokom konkursa pristiglo je više od 150 fotografija. Stranica „iLike.me“ ima preko 26.500 „fanova“ i 550.000 pregleda.

SLOVENIJA

TV kampanja

Televizija	Broj emitovanja	Period
POP TV	186	19.jun – 16.avgust 2011.
TV 3	182	19.jun – 16.avgust 2011.

Ukupan broj ostvarenih GRP-a: 665

Spot Crne Gore barem jednom vidjelo je 0,8 miliona gledalaca ili 78% cijele populacije. Barem tri puta spot je vidjelo 0,58 miliona gledalaca, a barem 5 puta spot je vidjelo 0,43 miliona gledalaca ili 41% populacije.

Štampani mediji

Posebni dodaci u okviru Dnevnika: 151.000 primjeraka

Večer: 65.000 primjeraka

Obrazi: intervju direktora NTO CG Saše Radovića 1/2, 14. juna

BOSNA I HERCEGOVINA

TV kampanja

FTV

Pink BiH

Program Plus

Hayat

Period: 15. jun – 14. avgust

Broj emitovanja: 1.362

Prosječan broj emitovanja spotova po danu: 23

Ukupan broj ostvarenih GRP-a: 2.628

Najveći broj emitovanja realizovan je na Pink BiH.

Spot Crne Gore barem jednom vidjelo je 3,4 miliona gledalaca ili 91% cijele populacije. Barem tri puta spot je vidjelo 2,9 miliona gledalaca, a barem 5 puta spot je vidjelo 2,7 miliona gledalaca ili 72% populacije.

MAKEDONIJA

TV kampanja

A1

MTV (Makedonska televizija)

Period: 21.jun – 12.avgust 2011.

Ukupan broj emitovanja – 550

Ukupan broj ostvarenih GRP-a: 949,5

Spot Crne Gore barem jednom vidjelo je 1.12 miliona gledalaca ili 72% cele populacije. Barem tri puta spot je vidjelo 0.94 miliona gledalaca, ili 60.56% populacije.

KOSOVO

TV kampanja

Televizija	Broj emitovanja	Period
TV 21	222	18.jun – 15.avgust 2011.
KTV	416	18.jun – 15.avgust 2011.

ALBANIJA

TV kampanja

Televizija	Broj emitovanja	Period
Top Channel	154	16.jun – 14.avgust 2011.
Vizion +	332	16.jun – 14.avgust 2011.

2.2. Outdoor kampanja u Regionu

Tržište Srbije: Megaboard Brankov most

Tržište Bosne i Hercegovine: Superboard u centru Sarajeva i u Banja Luci

Tržište Makedonije: 5 bilborda u Skoplju

Sarajevo



Skoplje



Beograd



2.2. Turistička ponuda Crne Gore predstavljena u Sarajevu



U organizaciji Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i njenog predstavništva u Bosni i Hercegovini, u Sarajevu je 9. i 10. juna, predstavljena turistička ponuda Crne Gore za ljetnju sezonu.

Promocija u Sarajevu se paralelno održavala u ljetnjoj bašti restorana "Kišobran" i na glavnom gradskom trgu ispred „BBI Centra“, gdje su zainteresovani građani mogli dobiti informacije o ovogodišnjoj ponudi turističkih mjesta. U saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama Herceg Novog, Tivta, Bara, Budve i Ulcinja NTO je promovisala ukupnu turističku ponudu naše zemlje za sezonu 2011. godine.

Na radnom doručku, koji se održao 10 juna u Sarajevu, i koji je okupio sve značajnije medije Bosne i Hercegovine („TV BiH“, „Federalna TV“, „Hayat“ TV, TV „Vogošća“, „Radio Federacije BiH“, „Radio 8“, „Radio M“, „Dnevni Avaz“, „Oslobodjenje“, novinske agencije „Onasa“ i „FENA“, magazini „Gracija“, „Magazin „Putovanja“ i „E-kapija“ i dr.) predstavnici NTO CG, TO Herceg Novog, TO Tivta i HG „Budvanska rivijera“ su govorili o ovogodišnjoj turističkoj ponudi i dali izjave za pojedine TV kuće i štampane novine i časopise. Direktor NTO CG, Saša Radović je govorio o novitetima u turističkoj ponudi Crne Gore.

2.3. Press konferencija Montenegro Airlines-a i NTO-a u Parizu



U saradnji Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i nacionalne aviokompanije "Montenegro Airlines" u Parizu je 24. juna 2011. godine održan press koktel na kojem je, u prisustvu brojnih gostiju iz francuske turističke privrede, predstavljena turistička ponuda Crne Gore, kompanija "Montenegro

Airlines" i njeni planovi za naredni period. Presentaciji je prisustvovalo tridesetak francuskih novinara, a kompanija „Budvanska rivijera“ je tom prilikom potpisala višegodišnji ugovor o saradnji sa francuskim turoperatorom „Prodintour“.

3. Eventi i taktičke akcije u zemlji

3.1. „After Beach Parties“

I ove sezone u organizaciji Montenegro Event Agency i Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, a pod pokroviteljstvom Ministarstva održivog razvoja i turizma i brojnih sponzora, organizovan je program zabave na crnogorskim plažama tzv. „After beach parties“.

Festival „After beach parties“ koji je namijenjen uglavnom mlađoj populaciji, zaljubljenicima u elektronsku muziku različitih žanrova, održan je u periodu od 15. jula do 13. avgusta na deset crnogorskih plaža u Herceg Novom, Tivtu, Kotoru, Budvi, Baru i Ulcinju.

Tokom ukupno 300 zabava, sve posjetioce ovih plaža u navedenom periodu zabavljali su neka od najvećih imena regionalne i svjetske DJ scene i izvođači kao što su: Hernan Cataneo, Tom Novy, Inna, Miss Divine, Jamie Lewis, Yolanda be cool, Paolo Barbato i brojni drugi.

Chill Out Budva



Almara beach, Tivat



Cuba Libre, Sutomore

3. 2. Prvi avion "Air Berlin-a" sletio na Tivatski aerodrom

Na osnovu ugovora o uspostavljanju čarter linije za ljetnju turističku sezonu 2011. koji su Ministarstvo održivog razvoja i turizma i Nacionalna turistička organizacija Crne Gore potpisali sa kompanijom »Air Berlin« 18. maja, prvi avion te kompanije sletio je na Aerodrom Tivat.



Letom na relaciji Nirnberg – Tivat stiglo je oko 100 turista koji su proveli svoj odmor u našoj zemlji. Za turiste na prvom letu organizovana je i nagradna igra, a dobitniku je Nacionalna turistička organizacija obezbjedila nagradu u vidu ljetovanja za dvije osobe tokom 2012. godine u hotelu po izboru u Crnoj Gori.

U periodu od 18. maja do 14. septembra realizovano je planiranih 19 rotacija, (jedna nedjeljno), iz četiri njemačka grada (Hamburg, Hanover, Diseldorf i Ninberg) i Beča.

3.3. Crna Gora 2012. godine domaćin godišnjeg kongresa Njemačkog turističkog udruženja (DRV)

Tokom juna mjeseca donijeta je odluka da će novembru 2012. godine Crna Gora biti domaćin godišnjeg kongresa Njemačkog udruženja turoperatora i turističkih agencija (DRV).

Kongres DRV-a, koje kao krovno udruženja turističkih agencija i turoperatora broji 4000 najvećih njemačkih kompanija, je najznačajniji događaj u turističkoj industriji Njemačke i okuplja 800 do 1000 predstavnika značajnih njemačkih turističkih subjekata. Oko 80% ukupnog turističkog prometa sa ovog tržišta se realizuje preko članica ovog udruženja. DRV je zajedno sa ASTA (SAD) i ABTA (Velika Britanija) jedno od tri najveća svjetska turistička udruženja.

Za kongres DRV apliciraju najveće turističke destinacije. Prethodni DRV kongres (2010) je održan u Maroku, dok će ovogodišnji biti održan u Južnoj Koreji, u okviru kojeg je planirana prezentacija turističke ponude Crne Gore.

3.4. Otvorene prodavnice brenda „Wild beauty“



U Kotoru, Budvi i Hotelu „Splendid“ otvorene su prodavnice kompanije „Wild Wind“. Riječ je o liniji sportske odjeće za ženu i muškarca, koja je inspirisana crnogorskim brendom „Wild beauty“, a idejni tvorac modne linije je italijanska dizajnerka Alessandra della Salda. Pored garderobe od najkvalitetnijih materijala, u ponudi su i kozmetički preparati, parfemi kao i nakit, inspirisani bojama i aromama Crne Gore.

Na osnovu tendera koji je Nacionalna turistička organizacija Crne Gore raspisala 27.12.2010. kompaniji „Wild Wind“ ustupljena su prava na korišćenje znaka Crne Gore „Wild Beauty“ pa će se on naći na svim proizvodima kompanije. Pravo na korišćenje znaka izdato je na pet godina. Ovim će se dodatno pozicionirati i ojačati nacionalni turistički brend „Wild Beauty“.

Prodavnice se nalaze u Kotoru – Stari grad Pjaca od mlijeka, u Budvi – Stari grad ul. Vuka Karadžića br.10 i u hotelu „Splendid“ u Bečićima.

4. Studijske grupe novinara i turoperatora

NTO CG je omogućila ili pomogla produkciju sljedećih emisija o CG:

1. Studijski boravak ekipe serijala „**Autostoperi (30. maj- 2. jun)** – emisija kroz koju je promovisan novi put od Srbije ka Bokokotorskom zalivu, emitovana je 26. juna na najgledanijem regionalnom TV kanalu Pinku.
2. Studijski boravak u Crnoj Gori grupe **njemačkih novinara “Presse – Reise Montenegro”** u cilju promocije kamping turizma (5 -10. jun 2011.)
3. Ekipa **RTS** snimila dvije epizode popularne emisije **“SAT”** koja obuhvata teme saobraćaja, automobilizma i turizma (22. jun- 7. jul). U jednoj epizodi predstavljen je put od Beograda, preko Pljevalja i Žabljaka do Herceg Novog, čime je promovisana nova

saobraćajnica Risan-Žabljak, kojom se značajno skraćuje putovanje i zaobilazi kanjon Platije, dok je u drugoj, na zahtjev gledalaca sa juga Srbije, predstavljeno putovanje starim putem, od Kraljeva preko Novog Pazara, Rožaja i Kolašina do Budve.

4. Italijanski javni servis **Rai UNO** pripremio emisiju **“Dreams Road”** (28.06 do 05.07.2011.) Reportaža o Crnoj Gori će biti emitovana u okviru novog editorijala koji čini jedanaest epizoda od septembra do decembra 2011. godine. Procjena je da ova emisija



dostiže gledanost od 2 miliona ljudi u Italiji, a prenos će biti obezbjeđen i preko Rai Italia International-a.

5. **Japanska televizija TV “Asahi”** snimila reportažu o Crnoj Gori (22. - 27. jul 2011.) Emisija pod nazivom **“Sa svjetskih pruga”** (**“Sekai no shaso kara”**) će biti emitovana od septembra do januara 2012. godine svakog dana u 22 h, u trajanju od po 5min.

6. Site inspection **Japanske nacionalne televizije NHK** (16 -24. avgust 2011.) Realizovan je prvi dio studijske posjete japanske televizije NHK. Snimanje dokumentarne emisije putopisnog karaktera o Kotoru u trajanju od 45 min pod nazivom **“Najljepši gradovi svijeta-najljepši odmori**, nastavlja se od 29. 09.-06. 10. 2011, nakon čega će biti prikazani japanskim gledaocima.

7. Ekipa **TV Discovery Channel** (24.08. do 04.09.) snimila je u našoj zemlji emisiju **„I Want A House Abroad“** koja će se emitovati na tržištu Rusije i bivših SSSR zemalja. Serija od 20 epizoda će se emitovati dva puta nedjeljno, od sredine mjeseca oktobra 2011. Inicijativu za ovu produkciju uputila je naša Ambasada u Moskvi.

5. Informisanje turista

5.1. Novi promotivni materijal



Ove godine NTO CG je, pored reprinta promotivnog materijala, uradila i novo izdanje magazina Explorer. Explorer je svojevrsni vodič, ali i informator, u kome je, uz obilje aktualnih servisnih informacija i atraktivnih fotografija sa crnogorskim motivima predstavljena turistička ponuda Crne Gore. Magazin je namijenjen prvenstveno inostranim turistima i sadrži najvažnije novosti, kao i posebne autorske tekstove crnogorskih književnika, publicista i novinara, koji se tiču kulture, istorije, umjetnosti, nacionalnih parkova, kao i tekstove o ponudi u gradovima primorja, kulturno-zabavnim i sportskim manifestacijama, novim hotelima, tradicionalnoj kuhinji itd. Explorer sadrži i kompletnu bazu podataka hotela, agencija, restorana i agencija koje nude specifične turističke proizvoda.

Trenutno je u izradi nova turistička mapa Crne Gore.

5.2. Statistika posjećenosti webportala www.montenegro.travel



U periodu od 1. juna do 1. septembra o.g. na zvaničnom sajtu turizma Crne Gore www.montenegro.travel zabilježeno je 298,687 posjeta, što predstavlja porast oko 24% u odnosu na prethodnu godinu.

Na prvom mjestu su posjete iz Srbije, potom slijede posjete iz: Crne Gore, Italije, Bosne i Hercegovine, Njemačke, Hrvatske, Austrije, Slovenije, SAD, Makedonije...

Posjetioce sajta su najviše zanimala: informacije o odmoru, smještaju, turističke vijesti, prirodne ljepote, informacije o kampanji „Zove more“ itd.

6. Promotivna kampanja u cilju promocije vansezona 2011/2012

U saradnji sa Montenegro Airlinesom i turističkom privredom NTO CG sprovodi intenzivne aktivnosti u cilju produženja turističke sezone. U narednom periodu biće formirani posebni paket aranžmani za vansezona 2011/2012 koji će obuhvatati hotelski smještaj i avionski prevoz iz 8 destinacija-Rima, Beča, Frankfurta, Ciriha, Ljubljane, Londona, Pariza i Beograda. Ovom kampanjom Crna Gora će i u postsezoni ostati konkurentna na evropskom tržištu, što će rezultirati boljom posjetom i generisanjem dodatnih prihoda.

Npr. Sedam noćenja na bazi polupansiona sa uključenim avio prevozom u hotelima sa 3* iznosi 298eur, 375eur (4*) i 512eur (5*). Ovi aranžmani uključuju avionski prevoz iz Rima, Beča, Ljubljane, Ciriha, Londona, Frankfurta i Pariza. Za sedmodnevni aranžman koji obuhvata avio prevoz iz Beograda potrebno je izdvojiti od 232 do 446eur u zavisnosti od kategorije hotela.

Paket aranžmani će biti formirani u zavisnosti od reda letenja Montenegro Airlinesa i obuhvataće kraći i duži vremenski period. Navedeni paket aranžmani važe za period vansezona 2011 i 2012 i ne uključuju novogodišnje, božićne i uskršnje praznike.

V IZVJEŠTAJ CALL CENTRA MONTENEGRO -1300

Služba telefona za informacije, sugestije, pritužbe i pohvale specijalnog telefona **1300**, za potrebe Nacionalne turističke organizacije, **za tri mjeseca (jun, jul i avgust) 2011. godine primila je ukupno 3897 poziva, od čega: 53,5% odnosilo se na pružanje različitih informacija, 44% na pritužbe i 2,5% na pohvale.**

U junu, julu i avgustu 2011. godine u odnosu na isti period 2010. godine zabilježen je 1751 poziv više, odnosno 81,59%. Veći broj poziva je evidentiran ne samo zbog porasta broja turista koji su u ovom periodu boravili u Crnoj Gori, već i zbog sve veće pažnje domaćih i inostranih medija za rad Call centra Montenegro, reklamiranja u zemlji i regionu putem bilborda, brošura, TV i radio emisija...

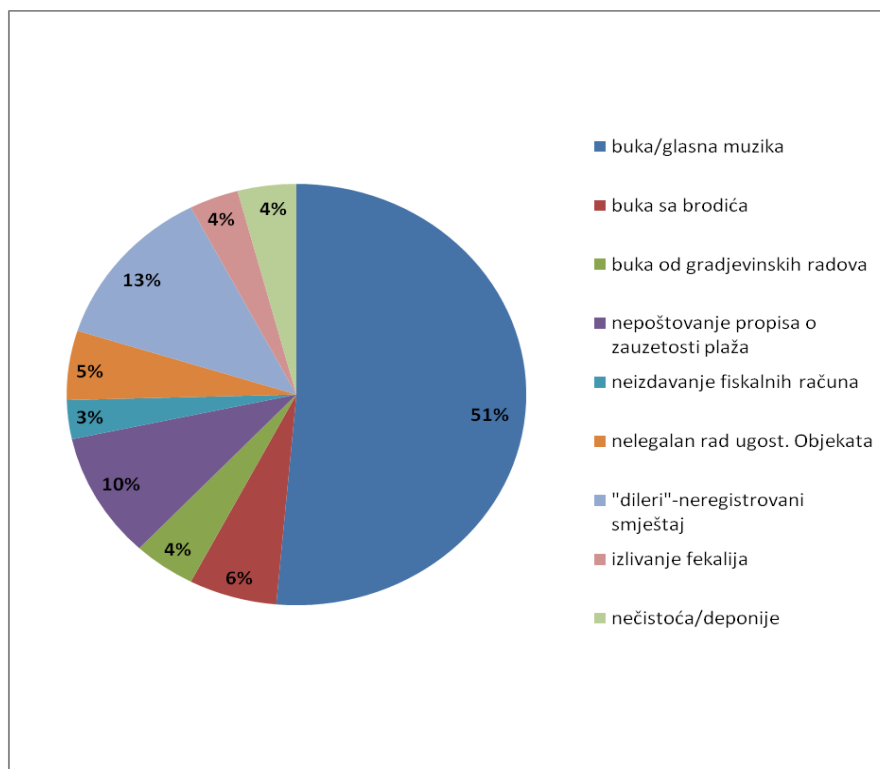
Ove godine pritužbe su raznovrsnije, ali je evidentiran i određen broj neosnovanih i nepotpunih pritužbi.

Najizraženiji problem tokom juna, jula i avgusta, na crnogorskom primorju bila je buka. Bilo da je to prekomjerna buka iz lokala, buka sa brodića koji reklamiraju obilaske primorja ili gostovanja u restoranima, lokalima ili noćnim klubovima, buka od građevinskih radova u sezoni ili buka od mašina.

U posmatranom tromjesečnom periodu na broj telefona 1300 stiglo je ukupno 792 pritužbi u vezi sa problemom buke, što je 46,18% od ukupnog broja pritužbi.

Pored buke, izraženi su i problemi u vezi sa nepoštovanjem propisa o zauzetosti plaže mobilijarom (50/50), nelegalnim radom ugostiteljskih objekata, neizdavanje fiskalnih računa, neregistrovanim smještajem i dilerima smještaja, kvalitetom smještaja i usluga, izlivanjem fekalija i deponovanjem otpada.

Grafik 7. Struktura žalbi – Call centar 1300



Ministarstvo održivog razvoja i turizma kroz akcioni plan za pripremu ljetnje turističke sezone 2012. , u saradnji sa nadležnim organima i institucijama, i rad Koordinacionog tima za pripremu i praćenje turističkih sezona, definisaće set mjera u pravcu prevazilaženja identifikovanih problema.