

Nacionalna turistička organizacija
Crne Gore

Izvještaj o izvršenju Programa rada
za 2024. godinu

PREDLOG



www.montenegro.travel

Podgorica, april 2025. godine

Sadržaj

Uvod.....	4
1. Ostvareni rezultati u 2024. godini.....	5
1.1. Statistički pokazatelji	5
1.2. Podaci relevantnih institucija u praćenju turističkog prometa	8
1.3. Finansijski pokazatelji	9
2. Ciljevi Programa rada za 2024. godinu	11
3. Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom	11
3.1. MICE turizam	11
3.2. Uvođenje marke kvaliteta Montenegro Quality u turizmu Crne Gore.....	16
3.3. Održivi turizam	17
3.3.1. Stvaranje uslova za razvoj održivog turizma.....	17
3.3.2. Održivi kruzing turizam	19
3.4. Kulturni turizam.....	20
3.5. Ruralni turizam	21
3.6. Digitalni nomadi.....	21
3.7. Zdravstveni turizam	22
3.8. Povezivanje turizma i poljoprivrede	23
3.9. Međunarodni projekti i donacije	23
3.10. Program podsticajnih mjera	26
4. Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma.....	27
4.1. Realizovane promotivne aktivnosti u Crnoj Gori.....	27
4.2. Realizovane aktivnostima na tržištima zemalja regiona	29
4.3. Realizovane aktivnosti na tržištima njemačkog govornog područja	33
4.4. Realizovane aktivnosti na tržištu Velike Britanije.....	40
4.5. Realizovane aktivnosti na tržištu Francuske.....	44
4.6. Realizovane aktivnosti na tržištu Poljske.....	48
4.7. Realizovane aktivnosti na ostalim tržištima	50
4.7.1. Realizovane aktivnosti na tržištima baltičkih država	50
4.7.2. Realizovane aktivnosti na tržištu Mađarske	51

4.7.3.	Realizovane aktivnosti na tržištu Belgije.....	52
4.7.4.	Realizovane aktivnosti na tržištu Norveške	53
4.7.5.	Planirane aktivnosti na tržištu Češke Republike	54
4.7.6.	Planirane aktivnosti na tržištu Španije.....	54
4.7.7.	Planirane aktivnosti na tržištu Kazahstana	55
4.7.8.	Realizovane aktivnosti na tržištu Azerbejdžana.....	56
4.7.9.	Realizovane aktivnosti na tržištu SAD.....	56
4.7.10.	Realizovane aktivnosti na tržištu Kine	57
4.7.11.	Dodatno uključena tržišta u odnosu na plan	58
4.8.	Digitalni marketing	60
4.9.	Sažeti prikaz učešća na sajmovima.....	63
4.10.	Promotivni materijal.....	64
5.	Koordinacija marketinga destinacije.....	64
5.1.	Smjernice za lokalne turističke organizacije.....	64
5.2.	Razvoj i promocija turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima Crne Gore.....	65
5.3.	Sastanci, koordinacije sa lokalnim turističkim organizacijama.....	65
6.	Jačanje kapaciteta i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti	67
6.1.	Analize i istraživanja u turizmu.....	67
6.2.	Aktiviranje sistema obavještanja u turizmu.....	68
6.3.	Unapređenje znanja i vještina	68
6.4.	Obilježavanje značajnih datuma za turizam	70
6.5.	Informisanje turista	70
6.6.	Saradnja sa međunarodnim institucijama, organizacijama i u okviru regionalnih inicijativa	71
6.7.	Saradnja s domaćim partnerima	73
7.	Suzbijanje sive ekonomije.....	74
8.	Zaključak.....	75

Uvod

U toku 2024. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore realizovala je strateški definisan i sveobuhvatan program aktivnosti, usmjeren na jačanje međunarodne prepoznatljivosti Crne Gore kao atraktivne, autentične i konkurentne turističke destinacije.

Shodno izvještajima Evropske komisije za putovanja (ETC), Crna Gora je u 2024. godini bila među TOP 10 najbolje ocijenjenih destinacija od strane posjetilaca na online platformama za putovanja, što dodatno potvrđuje da Crna Gora iz godine u godinu unapređuje svoju turističku ponudu i jača poziciju na međunarodnom tržištu.

Polazeći od analize turističkih potencijala zemlje, savremenih trendova u turizmu i izraženih interesovanja na emitivnim tržištima, aktivnosti su bile pažljivo usmjerene na optimalno korišćenje dostupnih resursa i efektivno pozicioniranje destinacije u sve konkurentnijem globalnom okruženju.

Aktivnosti realizovane tokom 2024. godine bile su usmjerene ka ostvarenju ciljeva koji su obuhvatali unapređenje kvaliteta i diverzifikaciju turističke ponude, pozicioniranje destinacije na međunarodnom tržištu, jačanje institucionalnih kapaciteta, koordinaciju marketinga i suzbijanje sive ekonomije u turizmu.

Promotivne aktivnosti su sprovedene uz korišćenjem savremenih komunikacionih kanala i digitalnih alata, uz snažnu saradnju sa domaćim i međunarodnim partnerima iz oblasti turizma. Aktivnosti su realizovane kroz različite marketing kanale, kao što su odnosi sa medijima, oglašavanje putem digitalnog marketinga i offline kanala, aktivnosti u saradnji sa predstavnicima privrede na emitivnom tržištu i dr. Organizacija je bila aktivno prisutna na vodećim međunarodnim sajmovima, poslovnim forumima i stručnim događajima iz oblasti turizma,

Posebna pažnja posvećena je unapređenju digitalnog prisustva, kroz ciljano osmišljenu kampanju koja ističe autentična iskustva i raznovrsnost ponude, kao i kroz implementaciju oznake kvaliteta „**Montenegro Quality**“, namijenjene prepoznavanju ponude koja ispunjava visoke standarde kvaliteta.

Aktivnosti su realizovane na tržištima zemalja Regiona, Njemačke, Švajcarske, Austrije, Velike Britanije, Francuske, Poljske, baltičkih zemalja, Mađarske, Belgije, Norveške, Češke republike, Španije, Kazahstana, Azerbejdžana, SAD-a, Kine. Stepen realizacije Programa rada za 2024. godinu je preko 90%.

Pored planiranih, NTO Crne Gore je realizovala i dodatne aktivnosti što je posebno prikazano u okviru informacija koje su date po tržištima, i proširila marketinško djelovanje i na tržišta koja nijesu bila predviđena programom rada, kao što su Holandija, Italija, Japan i Australija.

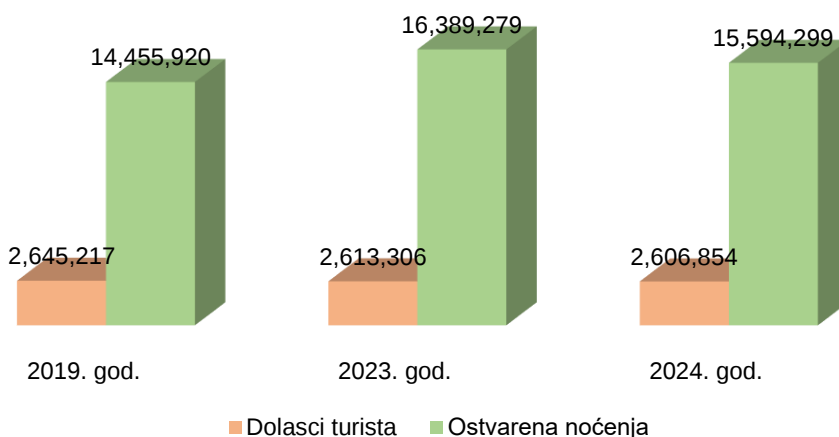
Izvještaj obuhvata ključne aktivnosti i rezultate Nacionalne turističke organizacije Crne Gore u 2024. godini. U prvom poglavlju prikazani su statistički i finansijski pokazatelji, kao i podaci institucija o turističkom prometu. U drugom poglavlju predstavljeni su ciljevi Programa rada, koji predstavljaju okvir za aktivnosti prikazane u narednim cjelinama. Treće i četvrto poglavlje fokusiraju na razvoj i unapređenje turističke ponude i promotivne aktivnosti na domaćem i inostranim tržištima uključujući različite marketing kanale. Peto i šesto poglavlje daju informacije o aktivnostima na koordinaciji marketinga destinacije, jačanju kapaciteta i kreiranju kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti. Osvrt na aktivnosti u pravcu suzbijanja sive ekonomije dat je u sedmom poglavlju.

1. Ostvareni rezultati u 2024. godini

1.1. Statistički pokazatelji

Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore (MONSTAT-a) u ukupnom turističkom prometu (obuhvata kolektivne i individualne/privatne smještajne kapacitete) tokom 2024. godine zabilježeno je 2.606.854 dolaska turista koji su ostvarili 15.594.299 noćenja. Kod dolazaka koji su ostvareni tokom 2024. godine bilježi se ostvarenje od 99,75% u odnosu na 2023. godinu i 98,55% u odnosu na 2019. godinu. Kod ostvarenih noćenja tokom 2024. godine bilježimo ostvarenje od 95,15% u odnosu na 2023. godinu i rast od 7,87% u odnosu na 2019. godinu. Ukoliko iz statistike izuzmemo ruske državljane koji su boravili u individualnom smještaju u 2023. i 2024. godini, s obzirom na neizvjesnost njihovog statusa kao turista usljed rata u Ukrajini, ovako dobijeni podaci govore da je ostvaren rast od 2% i kod dolazaka i kod ostvarenih noćenja u 2024. godini u odnosu na prethodnu.

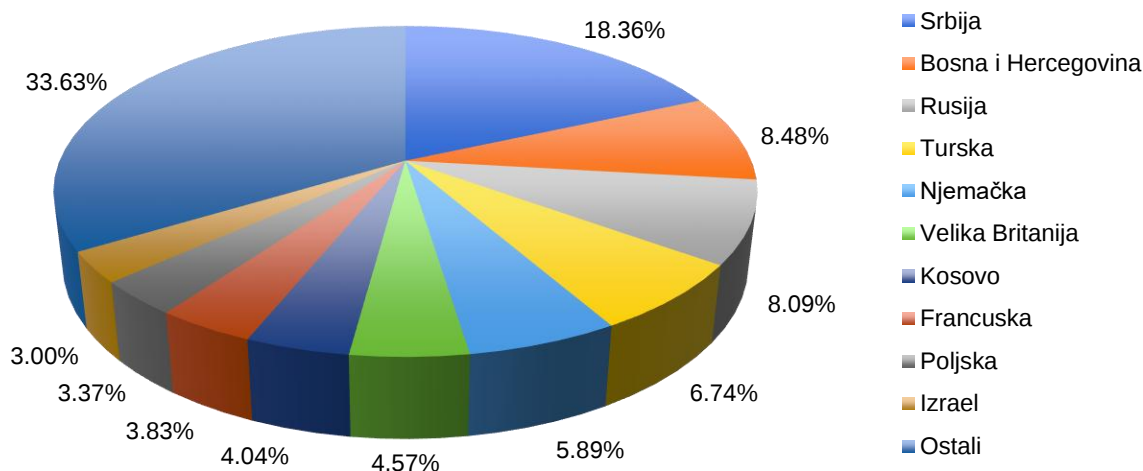
Ukupan turistički promet ostvaren 2019., 2023. i 2024. godine



Grafik br. 1: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja tokom 2019., 2023. i 2024. godine (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2024. godine deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka turista u strukturi dolazaka stranih turista su: Srbija (18,4%), Bosna i Hercegovina (8,5%), Rusija (8,1%), Turska (6,7%), Njemačka (5,9%), Velika Britanija (4,6%), Kosovo (4%), Francuska (3,8%), Poljska (3,4%) i Izrael (3%). Dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 33,6% dolazaka stranih turista.

Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj dolazaka tokom 2024. godine

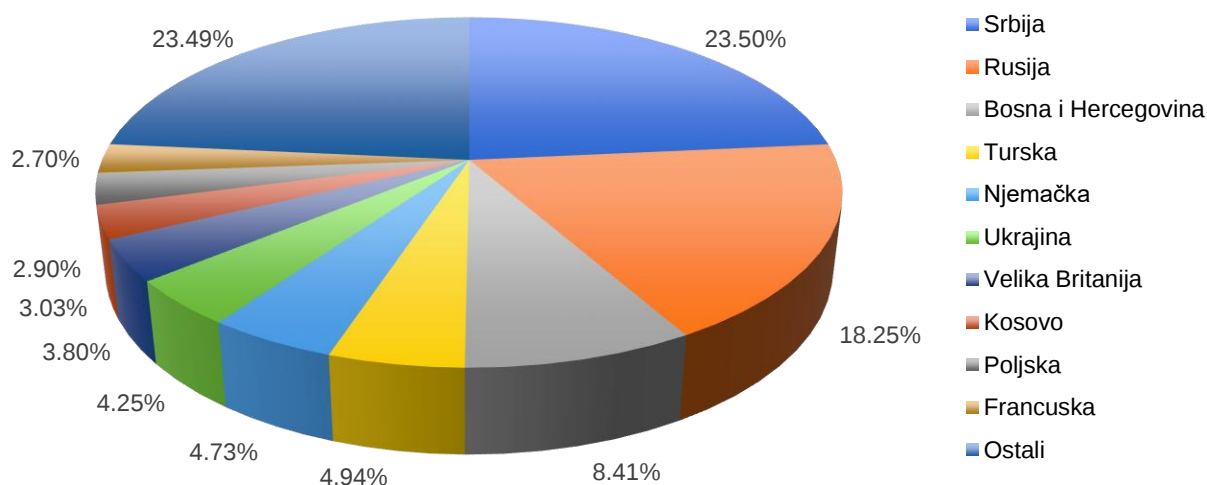


Grafik

br. 2: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj dolazaka tokom 2024. godine (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2024. godine deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja turista u strukturi ostvarenih noćenja stranih turista su: Srbija (23,5%), Rusija (18,2%), Bosna i Hercegovina (8,4%), Turska (4,9%), Njemačka (4,7%), Ukrajina (4,2%), Velika Britanija (3,8%), Kosovo (3%), Poljska (2,9%) i Francuska (2,7%). Dok je sa ostalih tržišta zabilježeno 23,5% ostvarenih noćenja stranih turista.

Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj noćenja tokom 2024. godine

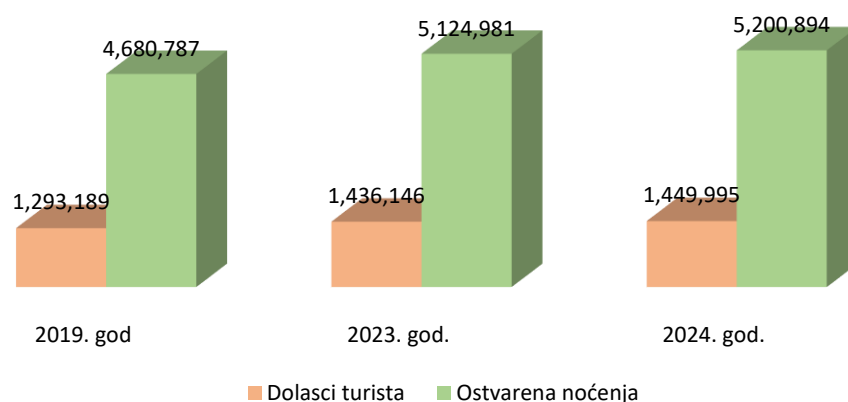


Grafik br. 3: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj ostvarenih noćenja tokom 2024. godine (Izvor: MONSTAT)

Na osnovu podataka Uprave za statistiku Crne Gore (MONSTAT-a) o turističkom prometu u kolektivnom smještaju (hoteli i slični smještajni kapaciteti) u 2024. godini zabilježeno je 1.449.995 dolazaka turista koji su ostvarili 5.200.894 noćenja. Kod dolazaka koji su zabilježeni u 2024. godini ostvaren je rast od 0,96% u odnosu

na 2023. godinu i 12,13% u odnosu na 2019. godinu. Kod ostvarenih noćenja u 2024. godini bilježimo rast od 1,48% u odnosu na u 2023. godini i 11,11% u odnosu na 2019. godinu.

Turistički promet ostvaren u kolektivnom smještaju u 2019., 2023. i 2024. godini

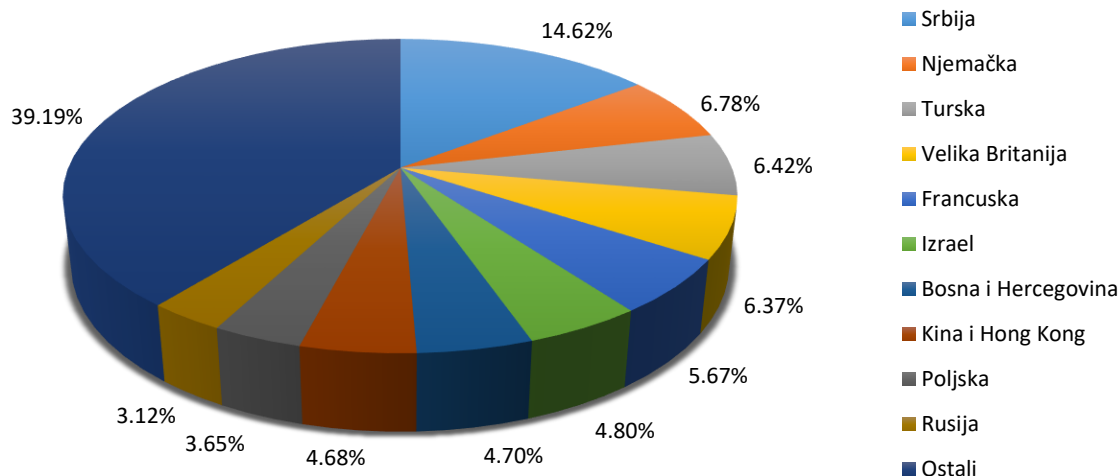


Grafik

br. 4: Broj dolazaka i ostvarenih noćenja u kolektivnim smještajnim kapacitetima u 2019., 2023. i 2024. godini (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2024. godine u kolektivnom smještaju deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka turista u strukturi dolazaka stranih turista su: Srbija (14,6%), Njemačka (6,8%), Turska (6,4%), Velika Britanija (6,4%), Francuska (6,4%), Izrael (4,8%), Bosna i Hercegovina (4,7%), Kina (4,7%), Poljska (3,6%) i Rusija (3,1%). Sa ostalih tržišta zabilježeno je 39,2% dolazaka stranih turista.

Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj dolazaka turista u kolektivnom smještajnim kapacitetima u 2024. godini

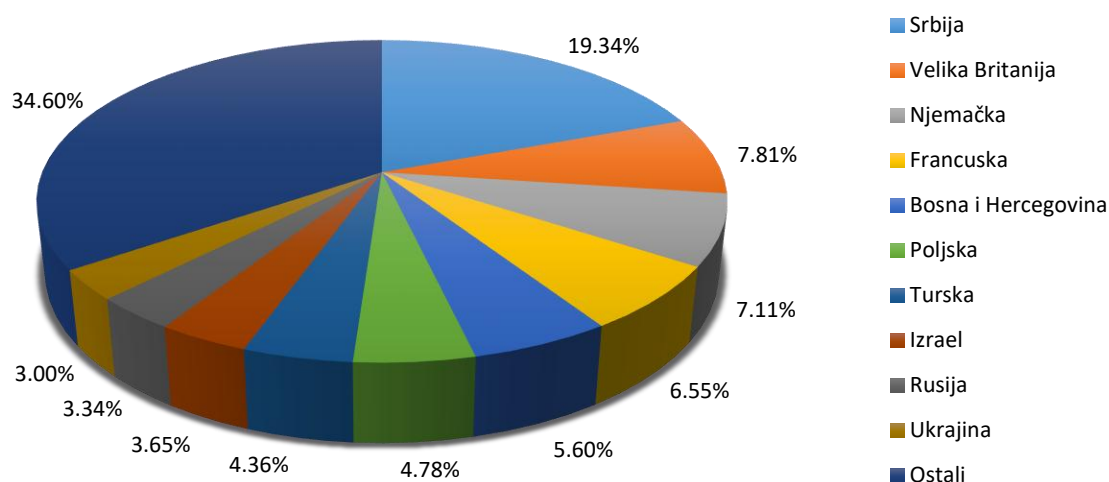


Grafik

br. 5: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj dolazaka u kolektivnom smještaju u 2024. godini (Izvor: MONSTAT)

Tokom 2024. godine u kolektivnom smještaju deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja turista u strukturi stranih turista su: Srbija (19,3%), Velika Britanija (7,8%), Njemačka (7,1%), Francuska (6,5%), Bosna i Hercegovina (5,6%), Poljska (4,8%), Turska (4,4%), Izrael (3,7%), Rusija (3,3%) i Ukrajina (3%). Sa ostalih tržišta zabilježeno je 34,6% ostvarenih noćenja stranih turista.

Deset tržišta sa kojih bilježimo najveći broj ostvarenih noćenja u kolektivnom smještaju u 2024. godini



Grafik br. 6: Deset tržišta sa kojih se bilježi najveći broj noćenja u kolektivnom smještaju u 2024. godini (Izvor: MONSTAT)

1.2. Podaci relevantnih institucija u praćenju turističkog prometa

Prema podacima AD Aerodroma Crne Gore tokom 2024. godine bilježimo rast od 13% u rotacijama vazduhoplova u odnosu na 2023. godinu i realizaciju od 99% u odnosu na 2019. godinu. Posmatrano po aerodromima, na Aerodromu Podgorica bilježimo rast od 9% u odnosu na 2023. godinu i rast od 7% u odnosu na 2019. godinu. Dok u rotacijama aviona na tivatskom aerodromu bilježimo rast od 19% u odnosu na 2023. godinu i ostvarenje od 91% u odnosu na 2019. godinu. Detaljan prikaz u tabeli br. 4.

Tabela br. 1: Promet aviona na crnogorskim aerodromima tokom 2019., 2023. i 2024. godini (Izvor: AD Aerodromi)

<i>Promet aviona 2019., 2023. i 2024. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2023. god.</i>	<i>2024. god</i>	<i>24/23</i>	<i>24/19</i>
Podgorica	14,968	14,678	15,948	109	107
Tivat	14,099	10,777	12,771	119	91
Ukupno	29,067	25,455	28,719	113	99

Tokom 2024. godine bilježimo rast od 15% u broju opsluženih putnika u odnosu na 2023. godinu i rast od 8% u odnosu na 2019. godinu. Posmatrano po aerodromima, na Aerodromu Podgorica bilježimo rast od 6% u odnosu na 2023. godinu i rast od 35% u odnosu na 2019. godinu u broju opsluženih putnika dok na tivatskom aerodromu bilježimo rast od 33% u odnosu na 2023. godinu i ostvarenje od 82% u odnosu na 2019. godinu. Detaljan prikaz u tabeli br. 5.

Tabela br. 2: Promet putnika na crnogorskim aerodromima tokom 2019., 2023. i 2024. godine (Izvor: AD Aerodromi)

<i>Promet putnika 2019., 2023. i 2024. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2023. god.</i>	<i>2024. god.</i>	<i>24/23</i>	<i>24/19</i>
Podgorica	1,297,367	1,657,522	1,757,872	106	135
Tivat	1,367,282	848,188	1,124,203	133	82
Ukupno	2,664,649	2,505,710	2,882,075	115	108

Prema podacima JP Nacionalni parkovi 2024. godine zabilježeno je 717,148 posjeta Nacionalnim parkovima što predstavlja rast od 5% u odnosu na 2023. godinu i rast od 23% u odnosu na 2019. godinu. U 2024. godini prihodovano je 3.310.109€ od prodatih ulaznica što predstavlja rast od 7% u odnosu na 2023. godinu i rast od 87% u odnosu na 2019. godinu. Detaljan prikaz u tabeli br. 6.

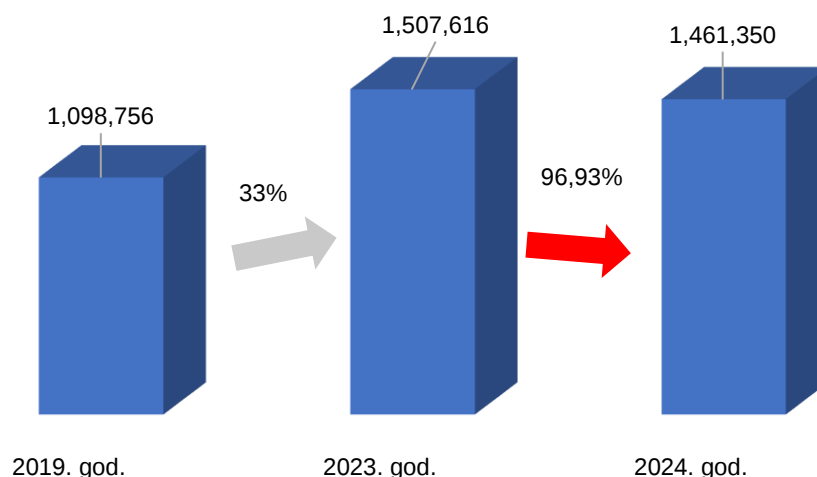
Tabela br. 3: Broj posjetioca i prihod od ulaznica u Nacionalnim parkovima tokom 2019., 2023. i 2024. godine (Izvor: JP Nacionalni parkovi)

<i>Broj posjetilaca i prihod od ulaznica 2019., 2022. i 2023. godina</i>					
	<i>2019. god.</i>	<i>2023. god.</i>	<i>2024. god.</i>	<i>24/23</i>	<i>24/19</i>
Broj posjetilaca	582,869	685,921	717,148	105	123
Prihod od ulaznica	1,773,526	3,095,291	3,310,109	107	187

1.3. Finansijski pokazatelji

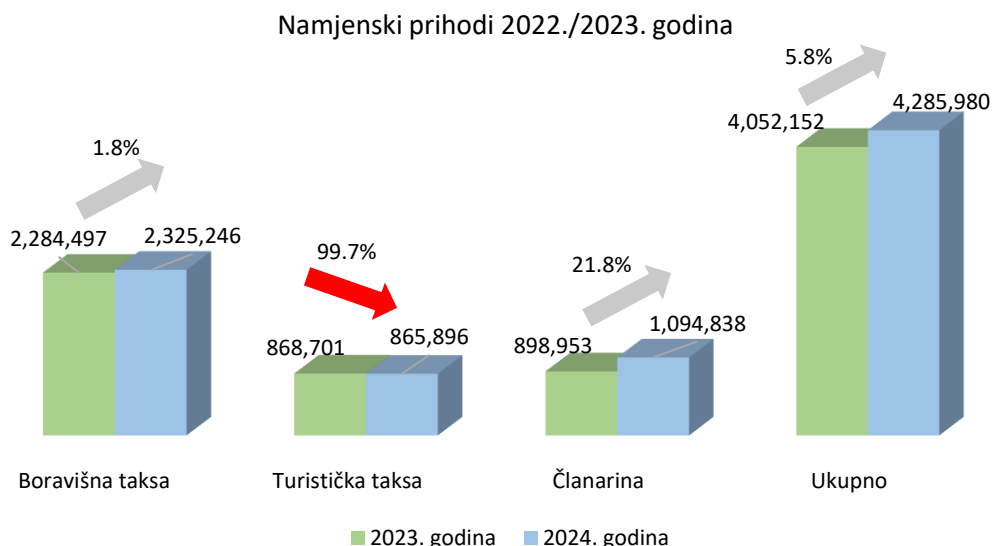
Shodno podacima CBCG tokom 2024. godine ostvareno je 1,46 milijardi € od sektora putovanja/turizma od inostranih turista što predstavlja ostvarenje od 96,93% u odnosu 2023. godinu i rast od 33% u odnosu na 2019. godinu.

Prihodi od turizma/putovanja tokom 2019., 2023. i 2024. godine (u 000€)



Grafik br. 7: Poređenje prihoda od putovanja/turizma ostvarenih tokom 2019., 2023. i 2024. 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 2024. godine iznosili su 4.285.980,05€ što predstavlja rast od 5,77% u odnosu na namjenske prihode ostvarene u 2023. godini. Prihod po osnovu boravišne takse tokom 2023. godine iznosio je 2.325.245,86€, što je predstavlja rast od 1,78% u odnosu na 2023. godinu. Po osnovu turističke takse ostvaren je prihod u iznosu od 865.896,07€, što je predstavlja ostvarenje od 99,68% u odnosu 2023. godinu i po osnovu članskog doprinosa prihodovano 1.094.838,12€ što predstavlja rast od 21,79% u odnosu na 2023. godinu.



Grafik br. 8: Poređenje namjenskih prihoda ostvarenih tokom 2023. i 2024. 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. Zakona o budžetu Crne Gore za 2024. godinu za NTO CG opredijeljena su namjenska sredstva u iznosu od 2.570.299 €, od čega iznos od 2.155.700,20 € za finansiranje aktivnosti iz programa rada, odnosno zakonom opredijeljena sredstva su za preko 1,7 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 CG¹.

2. Ciljevi Programa rada za 2024. godinu

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je, polazeći od zadataka koji su definisani članom 30 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) definisala sljedeće ciljeve za 2024. godinu:

- a) Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom (odnosi se na zadatke iz člana 30 stav 2, tačke: 1, 2, 4, 5, 7, 17, 19);
- b) Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma (odnosi se na zadatke iz člana 30 stav 2, tačke: 1, 2, 4, 8, 9, 13, 14, 17);
- c) Jačanje kapaciteta i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti (odnosi se na zadatke iz člana 30 stav 2, tačke: 10 c), 11, 13, 15, 16);
- d) Koordinacija marketinga destinacije (odnosi se na zadatke iz člana 30 stav 2, tačke: 10, 10a), 12);
- e) Suzbijanje sive ekonomije;

Aktivnosti realizovane na postizanju zadatih ciljeva date su u nastavku teksta.

3. Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom

3.1. MICE turizam

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore prepoznaje značaj MICE turizma kao strateški važnog segmenta u razvoju cjelogodišnje turističke ponude. U tom pravcu, realizuje se niz ciljanih aktivnosti usmjerenih na pozicioniranje Crne Gore kao atraktivne destinacije za organizaciju poslovnih događaja, kongresa i incentiva.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

¹ 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.

Reorganizacija MCB

➤ Sprovođenje procesa sertifikacije - hoteli, agencije, LTO, specijalnih mjesta za organizaciju događaja i dr;

Status realizacije: Aktivnosti se realizuju u skladu sa planom.

U cilju reorganizacije Crnogorskog kongresnog biroa, upućen je poziv privredi za podnošenje prijava za članstvo u MCB, uključujući revidirane obrasce za samoprocjenu u kategorijama predviđenim Pravilnikom o uslovima članstva i postupku standardizacije članstva MCB. Komisija za ocjenu članova Crnogorskog kongresnog biroa izvršila je ocjene dostavljenih prijava, zainteresovanih kandidata za članove Crnogorskog kongresnog biroa, u odgovarajućim kategorijama. Tokom 2024. godine sertifikovano je 40 članova MCB, i to: 20 u kategoriji hotela sa konferencijskim kapacitetima, 1 u kategoriji kongresni hoteli, 10 u kategoriji DMC i incentive agencija, 3 u kategoriji PCO agencija, 2 u kategoriji prostora za posebne događaje, 3 u kategoriji loklanih turističkih organizacija i 1 u kategoriji kongresni centri.

Naziv indikatora: broj sertifikovanih članova;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 40.

➤ Učešće na specijalizovanim sajmovima

Status realizacije: **Aktivnosti su realizovane**

- ✓ Crnogorski kongresni biro u okviru Nacionalne turističke organizacije Crne Gore predstavio je ponudu destinacije na berzi kongresnog turizma „Conventa 2024“, koja se održala 21. i 22. februara 2024. godine u Ljubljani. Predstavници NTO CG i turističke privrede Crne Gore informisali su zainteresovane organizatore poslovnih događaja ne samo iz Evrope, već i iz SAD, Bliskog Istoka, Južne Afrike, i drugih zemalja svijeta, sa ponudom i prednostima destinacije za poslovni turizam. Conventa već 16 godina predstavlja ključno mjesto susreta izlagača (kongresni biro, hoteli, agencije, kongresni centri, profesionalni kongresni organizatori) iz evropskih zemalja sa profesionalnim organizatorima događaja zainteresovanim za ovaj region. U 2024. godini okupila je preko 250 učesnika, a očekuje se da će učešće na ovoj berzi rezultirati održavanjem većeg broja događaja iz oblasti poslovnog turizma u Crnoj Gori u narednim godinama. U organizaciji Crnogorskog kongresnog biroa, na ovom događaju ponudu su predstavili i predstavnici strateškog partnera NTO CG – nacionalne avio kompanije Air Montenegro, Lokalne turističke organizacije Budve, hotelske grupe “Montenegro Stars”, turističkih agencija Congress Travel, Montenegro Concierge i Explorer, kao i hotela Hyatt Regency Kotor Bay Resort, Avala Resort & Villas i The Chedi Luštica Bay.



Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: 28.

- ✓ Crnogorski kongresni biro u okviru Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, u saradnji sa Privrednom komorom Crne Gore, predstavio je ponudu destinacije za poslovna putovanja na sajmu IMEX 2024, koji se održao u periodu od 14. do 16. maja 2024. godine, u Frankfurtu. Crnogorski kongresni biro – Montenegro Convention Bureau (MCB) posvećen jačanju kapaciteta za razvoj poslovnog



turizma i promociji Crne Gore kao atraktivne destinacije za organizaciju raznovrsnih poslovnih događaja, poput konferencija, kongresa, poslovnih sastanaka, motivacionih (incentive) putovanja i drugih. Sajam je predstavljao priliku za susret sa profesionalnim organizatorima događaja (hosted buyers) iz cijelog svijeta i dalje pozicioniranje destinacije na mapi poslovnog turizma. S obzirom na veliki broj održanih sastanaka i grupnih prezentacija na crnogorskom štandu, primjetno je da je tražnja u porastu i da je Crna Gora sve popularnija. Sajam IMEX u Frankfurtu, koji se održao po 22. put, okupio je preko 3800 globalnih organizatora poslovnih događaja i više od 2.900 izlagača, pružaoca usluga iz oblasti kongresnog turizma iz cijelog svijeta, uključujući nacionalne i regionalne kongresne biroe, hotelske grupe, prostore za posebne događaje, kompanije za krstarenje, avio-kompanije, spa rizorte i sl.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30;

Ostvarenje: Ukupno su realizovene 3 grupne prezentacije i održano je 82 individualna sastanka sa profesionalnim organizatorima događaja.

- ✓ Crnogorski kongresni biro u okviru Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom predstavio je ponudu destinacije na specijalizovanom sajmu kongresne industrije „IBTM World“ koji se održao u periodu od 19. do 21. novembra 2024. godine, u Barseloni. Na štandu Crnogorskog kongresnog biroa Nacionalne turističke organizacije Crne Gore ponudu su predstavile lokalne turističke



organizacije Podgorice, Budve i Tivta, hotelska grupa Montenegro Stars, hoteli Hyatt Regency Kotor Bay Resort, Lustica Bay Montenegro, Avala Resort & Villas, Hilton Podgorica, kao i turističke agencije Explorer, Meridian, Luminaris Events, Montenegro in Style i Venn Tour Balkan. Održan je veliki broj sastanaka sa profesionalnim organizatorima poslovnih događaja ne samo iz Evrope, već iz cijelog svijeta, uključujući i deleke zemlje kao što su SAD, Kanada, Australija, Saudijska Arabija, Indija, Indonezija, Brazil, Uganda, Meksiko, Egipat, Hong Kong i dr.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa profesionalnim organizatorima događaja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30;

Ostvarenje: Predstavnici Crnogorskog kongresnog biroa održali su individualne sastanke sa 57 hosted buyer-a iz različitih zemalja svijeta, kojima su prezentovani kapaciteti Crne Gore za MICE turizam.

➤ Organizacija / učešće na specijalizovanom B2B događaju

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana jer je odlučeno da sredstva budu preusmjerena u Program podsticajnih mjera za razvoj MICE turizma**

Shodno Programu rada za 2024. godinu, ova aktivnost je uključivala konsultacije sa članovima Crnogorskog kongresnog biroa (CKB) u vezi sa njenom realizacijom. Kako su članovi CKB-a sve češće upućivali zahtjeve NTO CG za pružanje podrške njihovim planiranim aktivnostima, odlučeno je da se sredstva usmjere kroz Program podsticajnih mjera za razvoj MICE turizma. Dodatno, kao ograničavajuća okolnost je odlazak dvoje zaposlenih koji su bili angažovani na poslovima CKB-a.

➤ **Članstvo u međunarodnim organizacijama**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Crnogorski kongresni biro u okviru Nacionalne turističke organizacije Crne Gore je kontinuirano tokom 2024. godine učestvovao u radu relevantnih međunarodnih institucija:

✓ Međunarodnom udruženju kongresa i konvencija (ICCA), što je omogućilo bolju promociju Crne Gore na međunarodnom MICE tržištu, pristup podacima iz ove oblasti turizma, pristup bazi podataka međunarodnih konferencija i kongresa i apliciranje za iste, edukativne radionice itd.

✓ Strateškoj alijansi evropskih kongresnih biroa (SANCBE) koja okuplja 29 nacionalnih destinacijskih marketinških organizacija. Kao platforma za saradnju u industriji poslovnog turizma, ima za cilj jačanje pozicije Evrope kao vodeće destinacije za međunarodne poslovne događaje. Od svog osnivanja 2014. godine, inicijativa evropskih kongresnih biroa sve više dobija na značaju kao platforma za razmjenu iskustava i znanja između zemalja članica. Pored redovnih online sastanaka Alijanse, predstavnica NTO CG učestvovala je na sastanku Strateške Alijanse nacionalnih kongresnih biroa Evrope (SANCBE), koji se održao 25. i 26. januara 2024. godine, u Barseloni. Redovnom polugodišnjem sastanku prisustvovali su direktori nacionalnih kongresnih biroa 21 evropske zemlje. Diskutovano je o važnim temama koje se tiču razvoja kongresnog turizma, sa fokusom na održivosti, digitalizaciji i inovativnim tehnologijama, kako bi se osigurala pozicija Evrope kao vodeće destinacije za poslovne događaje.

➤ **Studijska putovanja**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U okviru Programa podsticajnih mjera NTOCG je tokom 2024. godine podržala članove MCB u organizovanju 5 studijske posjeta organizatora MICE događaja (hosted buyers) i to: Montenegro Tourist Service za organizaciju studijske posjete organizatora MICE događaja sa tržišta SAD, Kings Park Hotel za organizaciju studijske posjete organizatora MICE događaja sa tržišta Kine i Talas M za organizaciju studijskih posjeta organizatora MICE događaja sa tržišta Njemačke, Brazila, SAD i Australije.

Naziv indikatora: broj učesnika putovanja (hosted buyer-a i novinara);

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: 20.

➤ **Podrška razvoju MICE turizma u Crnoj Gori**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U okviru Programa podsticajnih mjera, NTO CG je podržala 4 međunarodna događaja koja su organizovali članovi MCB tokom 2024. godine, i to: LTO Tivat za organizaciju događaja Tourism Think Tank, Miross za organizaciju događaja XVIII SEEMF, Montenegro Tourist Service za organizaciju događaja ENAMC i Monte Vista Travel za organizaciju događaja Infintech.

Naziv indikatora: broj događaja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 2.;

Ostvarenje: 4.

➤ **Dodatno realizovana aktivnost**

Unapređenje kapaciteta za MICE turizam

U okviru Programa podsticajnih mjera u turizmu, kroz mjeru IVA „Unapređenje kapaciteta za MICE turizam” NTO CG je podržala 4 projekta u ukupnom i to: Kings Park Hotel, JU Muzički centar Crne Gore, Podcafe F&B d.o.o. i HG Budvanska Rivijera.

3.2. Uvođenje marke kvaliteta Montenegro Quality u turizmu Crne Gore

U cilju unapređenja kvaliteta turističke ponude i podizanja standarda usluga u sektoru turizma, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je tokom izvještajnog perioda sproveda niz aktivnosti u okviru implementacije marke kvaliteta Montenegro Quality.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

Planirane aktivnosti:

- ✓ **Izrada koncepta za marku kvaliteta MQ;**
- ✓ **Analiza kvaliteta ponude za turističke destinacije i privredu i izrada smjernica za unapređenje;**
- ✓ **Edukacija i informisanje na teme vezane za kvalitet i za marku kvaliteta MQ;**
- ✓ **Promocija marke kvaliteta MQ;**

Status realizacije: **Aktivnosti su realizovane.**

MQ je dio inicijative Integralno upravljanje kvalitetom destinacije koju NTO CG realizuje od 2023. godine, a koja sadrži nekoliko važnih segmenata, pored ostalog, edukacije za LTO-e i predstavnike privrede u oblasti marketinga i razvoja proizvoda, praćenje online reputacije turističkih destinacija i subjekata iz oblasti turizma, izrada analiza o turizmu u destinaciji.

Ključni segment ove inicijative je marka kvaliteta MQ koju je NTO CG uvela 2024. godine imajući u vidu značaj ispunjavanja zahtjeva i očekivanja turista i važnosti odnosa cijene i kvaliteta. MQ nije samo značajan korak ka unapređenju kvaliteta turističke ponude i jačanju imidža destinacije, već predstavlja i važnu platformu za povezivanje turizma s ostalim privrednim sektorima i drugim oblastima. Takođe, ona omogućava snažno umrežavanje različitih aktera, čime se dodatno podstiče razvoj. Proces standardizacije kvaliteta usluge pomaže privrednicima i da odgovore na tržišne trendove i izazove.

U 2024. godini pripremljen je koncept za marku kvaliteta koji, pored ostalog, sadrži uslove i standarde za dobijanje marke, postupak dodjele i kontrole, kao i sva druga pitanja koja su od značaja za implementaciju marke MQ. Nakon definisanja pravnog okvira, u četvrtom kvartalu 2024. godine, započeta je i implementacija marke. NTO CG je pozvala zainteresovane subjekte iz oblasti turizma i povezanih djelatnosti da se prijave za dobijanje sertifikata MQ. Komisija imenovana od strane direktorice NTO CG, u kojoj su pored predstavnika NTO CG i predstavnici Ministarstva turizma i PKCG, izvršila je kontrolu ispunjenosti uslova i standarda, nakon čega je 27 subjekata dobilo sertifikat.



U okviru projekta NTO CG je obezbijedila konsultantsku podršku LTO-ima za izradu analiza o mišljenju stanovništva i profesionalaca kada je u pitanju turizam opštine, analize digitalnog marketinga, online reputaciju, a održano je i niz edukacija (online i onsite), kako pojedinačnih tako i grupnih, na teme iz oblasti turizma i marketinga, između ostalih, trendovi marketinga u turizmu, destinacijski menadžment, privatni smještaj – trendovi, online reputacija, digitalni marketing i dr.

Pripremljen je plan promocije marke kvaliteta MQ kako bi se sinergiski generisala što bolja vidljivost marke i unapređivano njen renome i koncept za Montenegro Pass karticu kojom će biti uvezani subjekti koji posjeduju sertifikat MQ i turistička ponuda.

Plan je da se marka kvaliteta registruje kao kolektivni žig. U tom pravcu, pored koncepta, uslova i standarda za dobijanje marke MQ, kako je gore navedeno, pripremljen je i Pravilnik o kolektivnom žigu Montenegro Quality i pokrenuta procedura kod Direkcije za intelektualnu svojinu Ministarstva ekonomskog razvoja u pravcu registracije kolektivnog žiga.

3.3. Održivi turizam

3.3.1. Stvaranje uslova za razvoj održivog turizma

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definiše održivi turizam kao "turizam koji u potpunosti uzima u obzir sadašnje i buduće ekonomske, socijalne i ekološke uticaje, obraćajući pažnju na potrebe posjetilaca, industrije, okoline i lokalnih zajednica."² NTO CG je prepoznala važnost održivog turizma te iz tog razloga u svoj program rada za 2024. godinu uključila aktivnosti na daljem unapređenju ponude i praćenja svjetskih trendova.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ GSTC Sustainable tourism course – edukacija.

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Obuka i sertifikacija u okviru Globalnog savjeta za održivi turizam (GSTC) uspješno su realizovane. Dvije zaposlene stekle su GSTC sertifikat, čime je unaprijeđen kapacitet i stručna znanja NTO CG u oblasti održivog turizma.

² ETC-sustainable tourism handbook

Naziv indikatora: dobijanje sertifikata;

Planirana vrijednost indikatora: min. 2 osobe dobile sertifikat;

Ostvarenje: 2 osobe dobile sertifikat.

➤ **Formiranje tima unutar NTO CG sa zadatkom definisanja aktivnosti na unapređenju održivog turizma**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana**

Inicijalno je bilo predviđeno da se po potpisivanju Memoranduma o razumijevanju sa projektom GEF 7, razvije akcioni plan za održivi turizam. Međutim, zbog promjene u Ministarstvu ekologije, turizma, održivog razvoja i razvoja sjevera, došlo je do odlaganja potpisivanja ovog memoranduma, što je prouzrokovalo i kašnjenje u izradi plana. Izrada akcionog plana je pomjerena za 2025. godinu, nakon potpisivanja Memoranduma koji je u proceduri.

➤ **Saradnja sa relevantnim institucijama u cilju unapređenja održivog turizma**

Status realizacije: **Aktivnost je djelimično realizovana**

Ostvarena je saradnja sa projektnim timom GEF7 projekta, pripremljen je Memorandum o razumijevanju koji će biti potpisan između projekta, Ministarstva turizma, Ministarstva ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera i Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Cilj ovog dokumenta je unapređenje razvoja i realizacija aktivnosti u oblasti održivog turizma, sa posebnim fokusom na razvoju turističkih proizvoda zasnovanih na prirodi, podršci preduzetništvu u turizmu i jačanju saradnje sa lokalnim zajednicama.

Projekat ima za cilj integraciju očuvanja biodiverziteta u sektorske politike i prakse, kao i jačanje zaštite ključnih biodiverzitetskih oblasti u Crnoj Gori. Fokus je na unapređenju kapaciteta postojećih i novih zaštićenih područja, zaštiti biodiverzitetskih žarišta izvan zaštićenih područja, te uvođenju principa očuvanja biodiverziteta u sektore turizma, šumarstva i poljoprivrede. Kroz tri komponente—zaštitu ekosistema, sektorsku integraciju i upravljanje znanjem—projekat doprinosi stvaranju održivog okvira za očuvanje prirodnog nasljeđa Crne Gore.

Naziv indikatora: potpisan sporazum;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1 sporazum;

Ostvarenje: sporazum će biti potpisan u 2025. godini.

➤ **Dodatno realizovana aktivnost**

Održivost u okviru marke MQ

NTO CG pokrenula aktivnosti na uvođenju marke kvaliteta Montenegro Quality Ove u cilju unaprijeđenja kvaliteta destinacije i razvoja odgovornog i održivog turizma.

Pored ova osnovna tri nivoa marke (bronzani, srebrni i zlatni) koja su uvedena prošle godine kao prva faza u implementaciji projekta, u drugoj fazi, koja slijedi, uvode se i još tri nivoa kao dodatna vrijednost kroz koje će se posebno vrednovati uslovi koji se odnose na održivost i zaštitu životne sredine, tako da bi svaki navedenih osnovnih nivoa imao i dodatni znak sa aspekta ispunjenosti uslova koji se odnose na održivost.



od

Standardi marke kvaliteta MQ, koju je NTO CG uvela prošle godine, uključuju i određene uslove koji se odnose na održivost, kao što su uslovi koji imaju za cilj uključivanje lokalne zajednice, promociju lokalne privrede, zaposlenost sl. Druga faza u implementaciji MQ brenda – MQ Responsible – fokusiraće se na dublju integraciju principa održivosti, sa akcentom na zaštitu životne sredine, promociju održivih praksi poslovanja, edukaciju i osnaživanje pružalaca usluga.

3.3.2. Održivi kruzing turizam

Izradom Strategije pametne specijalizacije Crna Gora se priključila inicijativi Evropske unije kojom se potencira novi model ekonomskog razvoja na nacionalnom ili regionalnom nivou zasnovan na ciljanoj podršci naučno-istraživačkim i inovativnim aktivnostima. Pametna specijalizacija kao ključni element ekonomske politike razvoja povećava konkurentnost ekonomije koncentrišući i povezujući istraživačko-inovacione resurse s ograničenim brojem determinisanih prioritetnih privrednih oblasti. Na osnovu strateške vizije razvoja Crne Gore, primjenom S3 metodologije i sprovođenjem Procesu preduzetničkog otkrivanja, definisane su četiri prioritetne oblasti: energija i održiva životna sredina; održiva poljoprivreda i lanac vrijednosti hrane; održivi i zdravstveni turizam i ICT.

U cilju unapređenja procesa upravljanja posjetiocima u Kotoru, definisana je aktivnost čiji je nosilac NTO CG a koja se odnosi na Pilot projekat digitalizacije procesa upravljanja posjetiocima u Kotoru u cilju održivog kruzing turizma.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

➤ Digitalizacija procesa upravljanja posjetiocima u Kotoru u cilju održivog kruzing turizma

Status realizacije: **Aktivnost je djelimično realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore kao članica S3 radne grupe i Lokalna turistička organizacija Kotora, prepoznate su kao ključne institucije za sprovođenje pilot projekta digitalizacije procesa upravljanja posjetiocima u Kotoru, s ciljem postizanja održivog kruzing turizma. Ciljevi ovog projekta su smanjenje gužvi kroz bolju organizaciju dolazaka i kretanja turista, kontrola broja posjetilaca kako bi se izbjegla preopterećenja i očuvala lokalna infrastruktura te unapređenje turističkog doživljaja kroz pružanje bolje informisanosti i usmjeravanja turista prema autentičnim lokalnim iskustvima. Realizacija ovih ciljeva doprinijeće dugoročnoj održivosti kruzing turizma u Kotoru, kao i očuvanju prirodne i kulturne sredine.

U pravcu realizacije pilot projekta digitalizacije procesa upravljanja posjetiocima u Kotoru, s ciljem postizanja održivog kruzing turizma, NTO CG je u oktobru 2024. godine zaključila Sporazum o saradnji sa LTO Kotor kojim su definisane obaveze strana potpisnica. Obaveze NTO CG su bile da obezbijedi projektni zadatak sa specifikacijom potrebne opreme i finansijska sredstva potrebna za nabavku i instalaciju opreme, dok su obaveze LTO Kotor da, pored ostalog, sprovede postupak nabavke najkasnije u roku od 12 mjeseci od dana potpisivanja sporazuma i obezbijedi potrebne dozvole i saglasnosti od nadležnih organa. NTO CG je realizovala obaveze po ovom Sporazumu. Predstoji nabavka i instalacija oprema i druge aktivnosti potrebne za stavljanje sistema u funkciju. Rok realizacije pilot projekta pomjeren je sa kraja 2024. godine na oktobar 2025. godine. Do pomjeranja je došlo zbog složenosti projekta, potrebe za izradom kvalitetnog projektnog zadatka koji će poslužiti kao osnova za nabavku potrebne opreme, kao i zbog nužnosti uključivanja kompetentnih menadžera u punom kapacitetu u proces realizacije.

3.4. Kulturni turizam

Razvoj kulturnog turizma je jedan od prioriteta u diverzifikaciji turističke ponude kako bi se smanjila sezonalnost i podstakla turistička aktivnost tokom cijele godine. NTO CG kontinuirano realizuje aktivnosti u pravcu podizanja svijesti o kulturnom turizmu i ponudi zemlje, kako kod domaćeg stanovništva tako i kod ciljnih grupa na značajnim emitivnim tržištima.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Ponuda iz oblasti kulturnog turizma biće uključena u sve programe planiranih studijskih grupa i prezentovana na svim tržištima u okviru marketinških aktivnosti.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U cilju podizanja svijesti o ponudi kod medija i turoperatora sa emitivnih tržišta ponuda iz oblasti kulturnog turizma, bila je uključena u trinaest itinerera realizovanih studijskih posjeta i prezentovana je na svim tržištima u okviru marketinških aktivnosti.

Naziv indikatora: broj organizovanih studijskih grupa;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 13.

- **Ažuriranje websajta NTO CG sa promotivnim tekstovima**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U cilju podizanja svijesti kod turista o ponudi iz oblasti kulturnog turizma objavljeno je pet tekstova o materijalnoj i nematerijalnoj kulturnij baštini.

Naziv indikatora: broj novih tekstova na web sajtu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: 5.

3.5. Ruralni turizam

Ruralni turizam je složeni, višeslojni koncept niza aktivnosti u okviru jedne niše. Vremenom je postao krovni koncept, i danas uključuje mnoge specifične vrste turizma kao što su odmor na farmi, ali i odmor u prirodi i ekoturizam, agroturizam, vinski turizam itd.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Ponuda iz oblasti ruralnog turizma biće uključena u sve programe planiranih studijskih grupa i prezentovana na svim tržištima u okviru marketinških aktivnosti.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U cilju podizanja svijesti o turističkoj ponudi iz oblasti ruralnog turizma kod medija i turoperatora sa različitih emitivnih tržišta, ova ponuda je integrisana u ukupno trinaest itinerera realizovanih studijskih posjeta. Pored toga, ruralni turizam je kontinuirano prezentovan u okviru svih marketinških aktivnosti na ključnim tržištima. Na ovaj način doprinosi se boljoj vidljivosti i prepoznatljivosti ruralnih destinacija Crne Gore, te se podstiče njihova integracija u turističku ponudu zemlje.

Naziv indikatora: broj organizovanih studijskih grupa;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 13.

- **Studijska posjeta influensera koja će biti realizovana u okviru aktivnosti na drugim tržištima.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U cilju podizanja svijesti o ponudi iz oblasti ruralnog turizma, ponuda bila je uključena prilikom posjete četiri influensera/blogera koji su u 2024. godini posjetili Crnu Goru. Više o rezultatima posjete dato je u dijelu *Digitalni marketing putem globalnih platformi*.

Naziv indikatora: realizovana studijska grupa influensera;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1;

Ostvarenje: 4.

3.6. Digitalni nomadi

Porast mogućnosti za rad na daljinu i uticaj društvenih medija u turističkom sektoru povećali su zanimanje za način života digitalnih nomada. Digitalni nomadi, ili oni koji istovremeno rade (onlajn) i putuju, čine desetine miliona svjetske populacije.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Ažuriranje zvaničnog websajta NTO CG sa potrebnim informacijama odnosno podizanje svijesti o procedurama za dobijanje vize i uslovima koje Crna Gora nudi digitalnim nomadima.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Na zvaničnom sajtu sa ciljem podizanja svijesti o procedurama za dobijanje vize i uslovima koje Crna Gora nudi digitalnim nomadima objavljena su tri članka.

Naziv indikatora: broj novih članaka na web sajtu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 3.

- **Dodatna aktivnost**

NTO CG partner je na projektu STAR – „Strengthening tourism offer in cross-border area through attracting digital nomads to the rural areas“ (Unapređenje turističke ponude u prekograničnom području kroz privlačenje digitalnih nomada u ruralna područja), koji je sufinansiran sredstvima Europske unije kroz Program IPA III CBC Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2021.–2027. Projekat se implementira u saradnji sa Tehnopolisom iz Nikšića i Interom iz Mostara. Opšti cilj projekta je doprinos održivom razvoju turizma u prekograničnom području kroz stvaranje preduslova za privlačenje digitalnih nomada kao nove ciljne grupe. U okviru ovog projekta planirana je izrada dokumenta „Mapiranje potencijalnih pružalaca usluga digitalnim nomadima u sektoru turizma“, kreiranje turističke ponude - ruta za digitalne nomade u prekograničnom području, kreiranje tekstualnog, foto i video sadržaja o prekograničnom području i pružaocima usluga za veb platformu.

3.7. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam danas predstavlja jedan od najbrže rastućih segmenata svjetske turističke ponude i dijeli se na dvije kategorije: wellness i medicinski turizam.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Redovno održavanje sekcije na webportalu zvaničnog websajta NTO CG sa potrebnim informacijama odnosno podizanje svijesti o zdravstvenom turizmu.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

S obzirom da zdravstveni turizam nije dobio svoju definiciju u zakonu, niti su definisane potrebne procedure za akreditaciju i sertifikaciju pružalaca usluga, NTO CG nije u prilici da radi sveobuhvatnu promociju, već su aktivnosti fokusirane na ponudu iz oblasti wellness i spa sekcije na websajtu NTO CG koja se redovno ažurira sa aktuelnim ponudama.

Naziv indikatora: broj novih članaka na web sajtu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 3.

3.8. Povezivanje turizma i poljoprivrede

NTO CG nastavlja promociju domaćih proizvoda, hrane i pića u okviru aktivnosti na promociji turističke ponude. Uvođenje marke kvaliteta MQ nije samo značajan korak ka unapređenju kvaliteta turističke ponude i jačanju imidža destinacije, već definisani standardi predstavljaju važnu platformu za povezivanje turizma s ostalim privrednim sektorima, prije svega poljoprivredom.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Promocija domaćih proizvoda, hrane i pića pod sloganom Dobro.Bolje.Domaće. u okviru promotivnih aktivnosti NTO CG.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Tradicionalni proizvodi, hrana i pića promovisani su na sajmovima i događajima u Parizu, Londonu, Beču i dr. Kada se govori posebno o događajima u čijem je fokusu promocija domaćih tradicionalnih proizvoda, NTO CG je učestvovala na sajmu hrane National geographic Food festival u Londonu. Takođe, gastronomski proizvodi promovisani su na humanitarnim bazarima u Ljubljani, Sarajevu i Beogradu.

Naziv indikatora: broj organizovanih događaja;

Planirana vrijednost indikatora: minimum 3;

Ostvarenje: preko 4;

3.9. Međunarodni projekti i donacije

NTO CG je i u 2024. godini učestvovala u realizaciji projekata koji se finansiraju iz fondova Evropske unije. U nastavku su date informacije po projektima.

- **U okviru Programa prekogranične saradnje Interreg EURO MED, NTO CG je partner na projektu „Dialogue 4 Tourism“.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Projekat je u fazi implementacije od 1. januara 2023. godine, a očekivano trajanje projekta je 7 godina. Uloga NTO CG u projektu je pružanje podrške u ključnim projektnim aktivnostima (STPL, NSTO, Cross Network Alliance, DTT Panels) koje se tiču umrežavanja i ostvarivanja sinergije sa ključnim donosiocima odluka u oblasti održivog turizma u području Mediterana i srodnim projektima (Community4Tourism) kroz učešće u sastancima projektnih partnera i pridruženih institucija.

NTO CG je, tokom 2024. godine, učestvovala na više sastanaka: sastanku projektnih partnera održanom u Marseju (Francuska) periodu od 22. do 25. aprila 2024. godine, Online sastanku Circle the Med Forum i sastanku COOL NOONS projecta, trening sesiji "Carbon Footprint Tracking Tool," koju je organizovao kiparski partner MTCW, Sajmu projekata organizovanom u Podgorici 8. juna 2024. godine, tokom kojeg su

predstavljani projekti u kojima učestvuje NTO CG, MedLab tematskoj nedelji u periodu od 9. do 11. decembra 2024. godine.

Naziv indikatora: broj sastanaka usmjerenih na jačanje institucionalne saradnje u zemljama mediteranskog područja.

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 5.

- **U okviru Programa prekogranične saradnje Crne Gore i Kosova, NTO CG je aplicirala za sredstva s projektom „Kulturna renesansa od Skadarskog jezera do Kosova – putovanje kroz vrijeme“. Projekat je odobren za finansiranje. Ugovor o partnerstvu je potpisan u aprilu 2023. godine. Projekat ima za cilj razvoj model "know-how" za očuvanje, valorizaciju, interpretaciju i integraciju prirodne i kulturne turističke ponude kao i zajedničku promociju.**

Planirane aktivnosti:

- Promocija projekta „Kulturna renesansa od Skadarskog jezera do Kosova – putovanje kroz vrijeme“

Status aktivnost: **Nije realizovano zbog kašnjenja u projektu, realizacija je planirana tokom 2025. godine kada se odobri produženje projekta.**

- Organizacija studijske grupe u okviru projekta „Kulturna renesansa od Skadarskog jezera do Kosova – putovanje kroz vrijeme“

Status aktivnosti: **Nije realizovano zbog kašnjenja u projektu, realizacija je planirana tokom 2025. godine kada se odobri produženje projekta.**

Planirane aktivnosti NTO CG nijesu realizovane jer je došlo do zastoja u realizaciji projekta. Inicirano je produženje projekta i pomjeranja rokova realizacije iz razloga što prvobitno planirani rezultati i ishodi nijesu mogli biti ostvareni u okviru predviđenog vremenskog okvira. Više je izazova u implementaciji koji su doveli do navedenog, među kojima se posebno izdvaja značajno kašnjenje u isplati međurata (Interim report) od strane CFCU-a (Direktorat za finansiranje i ugovaranje sredstava EU pomoći), što je tokom druge godine implementacije projekta dovelo do zastoja u realizaciji. Zbog nastale finansijske neizvjesnosti, projektni partneri su bili privremeno spriječeni da nastave sa ispunjavanjem svojih ugovornih obaveza.

- **U okviru Programa prekogranične saradnje Interreg Italija – Albanija – Crna Gora (South Adriatic 2021-2027), NTO CG je partner na projektu „Kulturne i kreativne industrije za južno Jadranski identitet - CREATIVITY_SA“.**

Status realizacije: Aktivnost je realizovana

Cilj projekta je poboljšanje okvirnih uslova za kulturne i kreativne industrije, uključujući mala i srednja preduzeća, digitalizaciju i restauraciju mjesta kulturne baštine kako bi se ponovno koristila kao kreativna središta/turističke atrakcije. Fokus je na mlade, žene i kreativni sektor, uključivanje pružanja politika i alata za pokretanje poslovanja. Projektna ideja: Revitalizacija tvrđave Španjola u Herceg Novom i stvaranje nacionalne kulturne rute, ali i uspostavljanje međunarodnog kreativnog centra. Realizacija projekta je započeta 1. jula 2023. godine.

NTO je tokom 2024. godine učestvovala na više sastanaka tokom 2024. godine: koordinativnom sastanku održanom 12. februara 2024. godine u Ministarstvu evropskih poslova, početnom sastanku projekta organizovanom 29-30 maja 2024. godine u Podgorici, Sajmu projekata organizovanom 8. juna 2024. godine u Podgorici, Online sastancima održanim 23. jula i 24. oktobra 2024 godine, sastanku projektnih partnera 29. oktobra 2024. godine, sastancima projekta DueMari 30. septembra i 3. oktobra 2024. godine.

Naziv indikatora: učešće u partnerskim sastancima za pružanje podrške za izradu 3C 2.0 virtuelne platforme;

Planirana vrijednost indikatora: min. 2 sastanka;

Ostvarenje: 8.

- **U okviru Dunavskog transnacionalnog programa, NTO CG je partner na projektu at Marketinški okvir za razvoj održivi razvoj kulturnog turizma #RomansWineDanube.**

Status realizacije: Aktivnost je realizovana

Glavni cilj projekta je da podrži socio-ekonomski razvoj u Dunavskom regionu primjenom zajedničkih koncepata razvoja kulturnog turizma koji bi rezultirali novim transnacionalnim turističkim proizvodima i doprinjeli unapređenju efektivnosti upravljanja turističkom destinacijom uvođenjem inovativnih i inkluzivnih rješenja. Početak realizacije projekta je 1. januar 2024. godine. Ključna aktivnosti za koju je zadužena NTO biće realizovana u drugoj godini projekta (2025.), a odnosi se na razvoj zelenih turističkih proizvoda za putovanja, odnosno izradu smjernica za kreiranje transnacionalnih zelenih turističkih paketa.

NTO je tokom 2024. godine učestvovala na više sastanaka: početnom sastanku projektnih partnera 4-5. aprila 2024. godine u Budimpešti, online projektnom sastanku 26. juna 2024, Sajmu EU projekata 8.juna 2024. godine u Podgorici, sastanku projektnih partnera u Beogradu 14-15 novembra 2024. godine, sastanku Produkt kluba za Duklju 9. decembra 2024. godine

Naziv indikatora: učešće u partnerskim sastancima i pripremnim aktivnostima.

Planirana vrijednost indikatora: min. 2 sastanka;

Ostvarenje: 5

- **Apliciranje za učešće u novim projektima – kontinuirano**

Status realizacije: Aktivnost je realizovana

U toku izvještajnog perioda, NTO CG aplicirala je kao partner sa četiri projektna prijedloga, od čega dva nisu dobila podršku za finansiranje, dok su dva odobrena za realizaciju:

1. Transdinarica 2, Interreg Dunavski Program 2021-2027, odobren;
2. RevIN, , Interreg Dunavski Program 2021-2027, nije odobren;
3. ASCEND, Program prekogranične saradnje Italija – Albanija – Crna Gora, odobren;
4. Agri-CulTour Lands, Interreg EUROMed, nije odobren.

3.10. Program podsticajnih mjera

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;
- ✚ unapređenje 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 oglasa koji sprovodi Ministarstvo i Nacionalna turistička organizacija Crne Gore.

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

Status realizacije: Aktivnost je realizovana

NTO CG je u 2024. god. bila nosilac realizacije dvije podsticajne mjere - Podrška za razvoj MICE turizma u sa četiri oblasti podrške:

- ✚ Unapređenje kapaciteta za MICE turizam;
- ✚ Podrška u organizaciji međunarodnih događaja u Crnoj Gori;
- ✚ Podrška u organizovanju studijskih posjeta organizatora MICE događaja (hosted buyers);
- ✚ Podrška u podnošenju kandidatura za organizovanje međunarodnih kongresa u Crnoj Gori;

i

Podrška za unapređenje organizovanih avionskih dolazaka putem zajedničke marketing kampanje sa turoperatorima.

U okviru mjere *Podrška za razvoj MICE turizma* podržano je 14 prijava/projekata, dok je u okviru mjere *Podrška za unapređenje organizovanih avionskih dolazaka putem zajedničke marketing kampanje sa turoperatorima*, podržana realizacija dvije kampanje.

Od gore navedenih 16 podržanih aktivnosti/projekata u 2024. godini je realizovano 12, dok će preostale biti realizovane u 2025. godini.

Naziv indikatora: broj zaključenih ugovora;

Vrijednost indikatora: min. 3.

Ostvarenje: 16

4. Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma

4.1. Realizovane promotivne aktivnosti u Crnoj Gori

Pored redovnih aktivnosti koje obavlja PR služba Nacionalne turističke organizacije Crne Gore tokom 2024. godine realizovala je niz promotivnih aktivnosti kojima se želi podstaći domaći turisti da odmor provedu u svojoj zemlji.

U nastavku informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Oglašavanje na portalima (PR tekstovi) u cilju upoznavanja šire javnosti s aktivnostima NTO CG i stvaranje interakcije sa ciljnom publikom, promocije NTO CG i ponude destinacije;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Promovisanje aktivnosti NTO CG u domaćim medijima (objava PR tekstova) je dio redovnih aktivnosti koje osiguravaju kontinuiranu prisutnost NTO CG u domaćim medijima, jačajući pozitivnu percepciju među lokalnim stanovništvom kroz kontinuiranu objavu članaka i prisustvo u najčitanijim crnogorskim medijima. U 2024. godini premašena je vrijednost indikatora postavljena planom, objavljeno je 30 članaka.

Naziv indikatora: broj članaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: 30;

- **Baner kampanje uoči ljetnje i zimske turističke sezone u cilju promocije turističke ponude Crne Gore i jačanje brenda NTO CG;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Tokom 2024. godine realizovana je promocija destinacije putem baner kampanje koja je ostvarila ukupno 600.112 impresija, čime je premašena vrijednost indikatora postavljena planom.

Naziv indikatora: broj impresija;

Planirana vrijednost indikatora: min. 600.000;

Ostvarenje: 600.112;

- **Reportaže u štampanim medijima u cilju predstavljanja raznovrsne turističke ponude Crne Gore i izgradnje imidža destinacije;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Kroz objave reportaža dodatno je promovisana Crna Gora kao turistička destinacija, čime je osigurano njeno prisustvo u javnosti i doprinos izgradnji pozitivnog imidža kod ciljnih grupa. U objavljenim tekstovima, posebno su promovisana turistički manje poznata mjesta. Kroz autentične priče o lokalnim ljudima, običajima, gastronomiji i prirodnim ljepotama, reportaže su doprinijele promociji manje razvijenih područja, sa ciljem da

se doprinese ravnomjernijem turističkom razvoju, smanjenju sezonalnosti i boljoj teritorijalnoj disperziji posjetilaca.

Naziv indikatora: broj tekstova;

Planirana vrijednost indikatora: min. 6;

Ostvarenje: 6;

- **Snimanje događaja po Crnoj Gori u cilju upoznavanja šire javnosti s aktivnostima NTO CG i pravljenje video dokumentacije;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Uz produkciju i distribuciju kvalitetnog video materijala, aktivnosti Nacionalne turističke organizacije Crne Gore su adekvatno prezentovane kroz domaće medijske kanale, čime je ostvarena široka vidljivost i podstaknuto interesovanje javnosti za turističku ponudu destinacije. Ovi video materijali distribuirani su putem televizije, digitalnih medija i društvenih mreža, obuhvatajući širok spektar gledalaca. Kroz emitovanje na najgledanijim nacionalnim kanalima i relevantnim digitalnim platformama, osigurana je velika vidljivost kampanja i povećana je informisanost javnosti o aktivnostima NTO CG.

Naziv indikatora: izrađeni video prilozi;

Planirana vrijednost indikatora: min. 15;

Ostvarenje: 17;

- **Analiza zastupljenosti i promocije destinacije, kao i aktivnosti NTO CG u svim medijima/Press kliping i analiza;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Redovni press clipping doprinio je boljoj efikasnosti u poslovanju PR službe, dok su medijske analize doprinijele boljem planiranju plasiranja PR saopštenja i drugih medijskih istupanja. U 2024. godini izrađeno je 13 medijskih analiza uz svakodnevni press kliping.

Naziv indikatora: izrađeni press kliping;

Planirana vrijednost indikatora: na dnevnom nivou;

Ostvarenje: na dnevnom nivou press clipping;

- **Organizacija 2 studijske posjete/događaja/dodjele nagrada za crnogorske novinare u cilju bolje saradnje sa predstavnicima domaćih medija i bolje promocije kampanja na našem tržištu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

NTO CG je tokom 2024. organizovala događaj za dodjelu nagrada povodom konkursa za najbolju priču, te studijsku posjetu za crnogorske novinare. Organizacija događaja za medije i studijska posjeta doprinijela je

boljoj saradnji sa domaćim medijima i njihovom upoznavanju sa turističkim lokalitetima i atrakcijama Crne Gore.

Naziv indikatora: broj objava;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 20;

➤ **Dodatno realizovana aktivnost**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore i kompanija One Crna Gora, uz podršku Ministarstva unutrašnjih poslova, uspješno su realizovali kampanju „Poveži se sa Crnom Gorom“ na graničnim prelazima. Kampanja je obuhvatila dva granična prelaza Debeli brijeg, u trajanju od mjesec dana i Dobrakovo, u periodu od 16. jula do 31. avgusta tekuće godine, takođe kampanja je realizovana i na aerodromu Tivat.

4.2. Realizovane aktivnostima na tržištima zemalja regiona

Uzimajući u obzir učešće u broju dolazaka i ostvarenih noćenja, zemlje Regiona predstavljaju izuzetno važna tržišta za Crnu Goru. NTO CG je u 2024. godini akcenat stavila na promociju ponude tokom ljetnjih i zimskih mjeseci putem oglašavanja na ovim tržištima kako bi se postigli maksimalno mogući efekti uložениh sredstava.

Od izuzetnog značaja je partnerstvo sa lokalnim turističkim organizacijama kada je u pitanju promocija u zemljama Regiona jer je to dobar primjer kako se zajedničkim aktivnostima postižu veći efekti. Tako se u 2024. godini realizovalo predstavljanje turističke ponude kroz učešće na sajmovima u Regionu i kroz organizaciju drugih događaja kod kojih su nosioci bile lokalne turističke organizacije, a u kojima učešće uzela i NTO CG.

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Učešće na sajmu IFT Beograd;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u saradnji sa Ministarstvom turizma, lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom predstavila crnogorsku turističku ponudu na 45. Međunarodnom sajmu turizma IFT koji se održao u period od 22. do 25. februara 2024. godine u Beogradu. Sajam je okupio oko 400 izlagača iz preko 27 zemalja i više od 30.000 posetilaca. Paralelno sa Sajmom turizma, održan je 19. Međunarodni sajam hotelsko-ugostiteljske opreme HORECA-OPREMA. Sajam je bio jedna od ključnih tema u medijima, sa oko 1.000 akreditovanih novinara iz dvadeset zemalja. Na štandu NTO CG svoju ponudu predstavili su: lokalne turističke organizacije Ulcinja, Tivta, Kotora, Podgorice,



Žabljaka, Kolašina, Rožaja, Andrijevice, Bijelog Polja, Mojkovca, Šavnika, Gusinja, Berana, Rožaja kao i predstavnici privrede i strateški partneri Air Montenegro i One Montenegro. Osim NTOCG svoju ponudu na sajmu samostalno su predstavile LTO Bar, Budva, Herceg Novi i Nikšić.

Naziv indikatora: broj posjetilaca štanda Crne Gore;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1.000;

Ostvarenje: preko 1.000;

➤ **Organizacija B2B događaja u Tirani;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Tokom sajma Tourism Travel Show Albania organizovan je poseban događaj B2BALKAN Platform na kojem su uzeli učešće predstavnici NTO CG. Događaj je organizovan u partnerstvu sa New Deal Europe, organizacijom koja je posvećena unapređenju turizma na Balkanu i jugoistočnoj Evropi. Cilj ovog događaja je uvezivanje sa turoperatorima koji su zainteresovani za Balkan, odnosno za zemlje u regionu. Turooperatori iz Ujedinjenog Kraljevstva činili su većinu prisutnih, dok su događaju prisustvovali i predstavnici iz Sjedinjenih Američkih Država, Belgije, Italije i Grčke.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: preko 10;

➤ **Učešće na sajmovima i drugim događajima kod kojih su nosioci organizacije LTO-i (Ljubljana, Zagreb, Sarajevo i dr);**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

- ✓ Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je u periodu od 31. januar. do 3. februara 2024. godine na sajmu AlpeAdria2024 **u Ljubljani**. Organizator sajamskog nastupa bila je lokalna turistička organizacija Herceg Novog. Sajam okuplja vodeće domaće i međunarodne izlagače specijalizovane za aktivni, kulturni, gastronomski i održivi turizam, a svake godine privlači više od 20.000 posjetilaca koji na jednom mjestu mogu istražiti nove destinacije. Poseban fokus je na zelenom i odgovornom turizmu, kao i na mogućnostima za aktivan odmor u prirodi, što ovaj sajam čini nezaobilaznim događajem za sve one koji teže autentičnim i ekološki osviještenim putovanjima.
- ✓ Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala na 11. Međunarodnom sajmu turizma PLACE2GO koji se održao u periodu od 18. do 20. januara 2024. godine **u Zagrebu**. Na zajedničkom štandu crnogorskih predstavnika svoju ponudu predstavile su lokalne turističke organizacije Herceg Novog, koja je ujedno i organizator ovog nastupa, Budve, Tivta kao i Skijališta Crne Gore. Ovaj sajam je najveći turistički sajam u Hrvatskoj i koncipiran je tako da obuhvata B2B i B2C segment. Sajam je okupio više od 200 izlagača iz 14 zemalja svijeta i oko 15.000 posjetilaca.

- ✓ Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je u periodu 25. do 27. aprila 2024. godine na sajmu "Sarajevo Travel Fest" u **Sarajevu** na kojem je predstavila raznovrsnu turističku ponudu destinacije. Zabilježeno je veliko interesovanje posjetioca sajma, a štand Crne Gore su posjetili i brojni mediji među kojima su: TV Alfa, BH TV, N1 TV, Federalna TV i Kantonalna SA, Radio BH idr. Tokom trajanja sajma, članica Izvršnog odbora NTO CG učestvovala je na konferenciji „Kreativne i održive zajednice u turizmu 21. vijeka“. Sarajevska regionalna razvojna agencija SERDA i Evropska poduzetnička mreža u Bosni i Hercegovini (EEN), uz podršku sajma i brojnih međunarodnih organizacija i agencija iz sektora turizma, organizovali su B2B poslovne susrete. Tom prilikom predstavnici NTO CG održali su brojne sastanke sa predstavnicima privrede i sa potencijalnim partnerima za buduće zajedničke inicijative i projekte. Uz Nacionalnu turističku organizaciju Crne Gore, svoju ponudu su predstavile i lokalne turističke organizacije Ulcinja, Bara, Budve, Tivta, Kotora, Herceg Novog, Podgorice, Žabljaka, Kolašina, Rožaja, Bijelog Polja, Mojkovca, Šavnika, Gusinja, Pljevalja i Andrijevice, kao i strateški partner One Montenegro.
- ✓ Promocija zimske turističke ponude predstavljena je tokom sajma u Novom sadu i na promotivnim događajima, u organizaciji LTO Herceg Novog. Organizovani su prijemi za poslovne partnere, predstavnike kulturnog i javnog života i medija, u Novom Sadu 30. novembra i Beogradu 2. decembra 2024. godine.
- ✓ U okviru promocije u regionu Nacionalna turistička organizacija Crne Gore u saradnji s turističkim organizacijama Prijestonice Cetinje, Kotora i Budve, organizovala je promociju novogodišnjeg dočeka i zimske turističke sezone. Konferenciji za medije, koja je organizovana 11. novembra 2024. godine u Ljubljani, prisustvovali su mediji: revija Demokracija, Nova 24 TV, GTV- Gorenjska TV, Sloveniatravel press, Seniorske novice, www.citylife.si, www.moj-kovcek.si, Reporter media, RTV- Radio Slovenija, vandraj.si / megabon, Delo, evrovizija.com, salomon- ekipa , HIA/ Turist.inov.slov i Media 24. Nakon promocije uslijedila je online kampanja koja je trajala četiri sedmice i koja je bila veoma zapažena.

Naziv indikatora: broj događaja na kojima je predstavljena ponuda;

Planirana vrijednost indikatora: min. 7;

Ostvarenje: 7;

➤ **Promocija putem oglašavanja u zemljama Regiona;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Promocija putem oglašavanja realizovana je u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Slovenji i Hrvatskoj. Iako je inicijalno bilo planirano oglašavanje u 10 različitih medija, kampanja je premašila očekivanja i realizovana u znatno većem broju medija.

Zahvaljujući dodatnim promotivnim aktivnostima i proširenju prisustva u medijima, ostvaren je veći doseg i povećana vidljivost Crne Gore kao turističke destinacije. Fokus kampanje bio je na pozicioniranju Crne Gore kao atraktivne destinacije za odmor, avanturistički i luksuzni turizam, a ciljevi produženje turističke sezone, povećanje prihoda u sektoru turizma i doprinos održivom razvoju lokalnih zajednica.

Pregled oglašavanja po tržištima:

- **Srbija:**
Promotivne aktivnosti sprovedene su putem televizijskih kuća *Nova S, Prva TV, Pink TV, TV B92*, kao i putem portala *Tanjug, News, Nova S i Pink portal*.
- **Bosna i Hercegovina:**
Oglašavanje je realizovano putem medija *Avaz special, BN TV, RTRS, ATV, ELTA TV, TV N1, TV Hayat i BHRT*.
- **Slovenija:**
Kampanja je uključivala štampane i digitalne medije poput dnevnog lista *Delo* i portala *Svet, 24.si, Reporter, Necenzurirano* i dr.
- **Hrvatska:**
Oglašavanje je obuhvatilo jedan od najčitanijih online medija – *Index.hr*.

Naziv indikatora: broj medija i drugih kanala koji su uključeni u promociju;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 22;

➤ Dodatno realizovane aktivnosti na tržištima zemalja regiona:

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je organizovala promociju zimske turističke ponude i novogodišnjeg programa na tržištu BiH u Banja Luci 4. decembra 2024. godine i Sarajevu 6. decembra 2024. godine. Predstavnici turističkih organizacija gostovali su na najuticajnijim televizijskim stanicama Bosne i Hercegovine, a poseban akcenat stavljen je na bogat program dočeka Nove godine, koji uključuje koncerte regionalnih muzičkih zvijezda, kulturne događaje i brojne aktivnosti za sve uzraste. U saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama Herceg Novog, Budve, Kotora i Bara, NTO CG organizovala je svečani prijem u Banja Luci kojem su prisustvovali predstavnici javnog i privrednog sektora, kao i najvažniji mediji iz Republike Srpske. Predstavnici turističkih organizacija gostovali su na najuticajnijim televizijskim stanicama Bosne i Hercegovine. Poseban akcenat stavljen je na bogat program dočeka Nove godine, koji uključuje koncerte regionalnih muzičkih zvijezda, kulturne događaje i brojne aktivnosti za sve uzraste.
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je i u 2024. godine podržala učešće Ambasade Crne Gore u Srbiji, Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj na humanitarnim bazarima koji su održani u Beogradu, Zagrebu i Sarajevu, NTOCG je tradicionalno promovisala ponudu destinacije sa fokusom na tradicionalne suvenire i gastronomske proizvode, a posjetioci su bili na raspolaganju i turističko – promotivni materijal. Štandovi Crne Gore su privukli veliki broj posjetilaca, koji su uživali u raznovrsnoj ponudi različitih regija naše zemlje, a svi proizvodi su prodani u rekordnom roku.



- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na jednom od najznačajnijih događaja u sektoru turizma i putovanja u jugoistočnoj Europi – Samit Otpornost i inovacije. Ovaj događaj, održan 6 i 7. juna ove godine u Sarajevu, okupio je međunarodne lidere u turizmu sa ciljem istraživanja inovacija koje će podsticati održivi rast poslovanja u sektoru turizma i putovanja, sa posebnim fokusom na sigurnost sektora i maksimiziranje koristi za lokalne ekonomije i zajednice. Članica Izvršnog odbora NTO CG, učestvovala je na panelu pod nazivom “Zapadni Balkan – posljednje netaknute destinacije koje treba otkriti.
- Predsjednik izvršnog odbora i predstavnik NTO CG prisustvovali su trećoj za redom uspješno organizovanoj dodjeli “Gault&Millau” nagrada najboljim restoranima i kuvarima pod pokroviteljstvom TO Srbije. Više od 50 godina, Gault&Millau je medijska referenca za širenje gastronomske izvrsnosti širom svijeta. Takođe, održan je sastanak sa izvršnom direktoricom “Gault&Millau” za Srbiju i Sloveniju, na kom se razmatrala mogućnost implementacije vodiča u Crnoj Gori.

4.3. Realizovane aktivnosti na tržištima njemačkog govornog područja

Njemačka

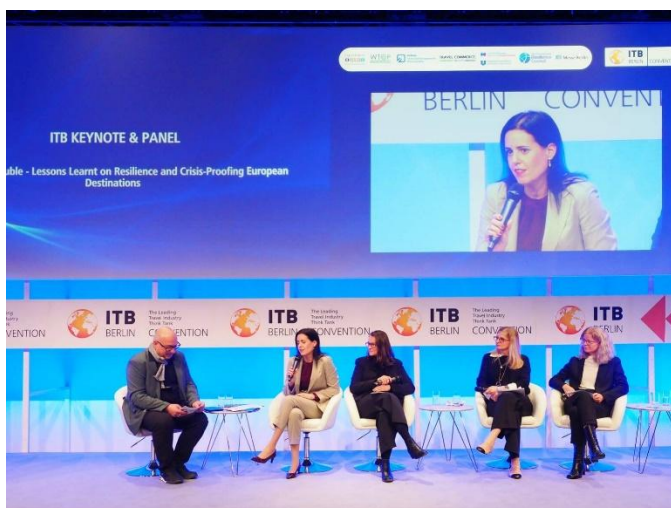
U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ Učešće na međunarodnoj turističkoj berzi ITB Berlin u periodu od 5. do 7. marta 2024. godine;

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na najznačajnijoj međunarodnoj berzi turizma ITB koja se održala u Berlinu u periodu od 5. do 7. marta 2024. godine. Pored NTO CG, na štandu Crne Gore su svoju ponudu prezentovali: strateški partner NTO CG nacionalna avio kompanija Air Montenegro, turističke organizacije Bara, Herceg Novog, Kotor i Podgorice, Aycon Hotels Group, Hotel Group Budvanska Rivijera, Hotels Group Montenegro Stars, Hyatt Regency Kotor Bay Resort, Nikki Beach Resort & Spa, voco Podgorica (an IHG hotel), Gold

Travel DMC, Gulliver Montenegro Travel Agency, Jack Travel, Monte Mare Travel, Montenegro Tourist Service DMC i Montenegro Travel Club. Tokom sajma je organizovan i događaj sa medijima u cilju promocije destinacije. U okviru berze ITB, direktorica NTO CG Ana Tripković Marković je učestvovala i na panelu “No Risk, No Trouble - Lessons Learnt on Resilience and Crisis-Proofing European Destinations”. Panel je bio dio zvaničnog konvencijskog programa berze ITB.



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

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 25;

➤ **Učešće na događaju sa medijima, urednicima, influencerima IMM 2024, 4. marta 2024. godine;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na događaju sa medijima, urednicima i influencerima koji se održao 4. marta 2024. godine u Berlinu. IMM je događaj na kojem se putem direktnih sastanaka može uspostaviti saradnja sa medijima iz oblasti turizma DACH područja. Predstavnici NTOCG održali su sastanke sa renomiranim medijima iz Njemačke, Austrije i Švajcarske na kojima su razmatrane mogućnosti saradnje na promociji turističke ponude Crne Gore, a koji su rezultirali posjetama novinara u cilju pisanja reportaža tokom 2024.

Naziv indikatora: održani sastanci sa predstavnicima medija, urednicima i influencerima na IMM 2024;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 27;

➤ **Organizacija DRV/FVW Destinations Forumu u periodu od 27. maja do 1. juna 2024. godine u cilju povećavanja bukinga sa njemačkog tržišta u saradnji sa Njemačkim turističkim udruženjem, njegovim članovima i vodećim turističkim i poslovnim časopisom u oblasti turizma FVW;**

DRV je njemačko turističko udruženje koje broji oko 3000 članova, koje zastupa interese njemačke turističke industrije, a fvw je vodeći poslovni magazin u Njemačkoj za industriju putovanja i turizma sa više od 120.000 čitalaca.

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

NTO CG je u periodu od 27. maja do 1. juna 2024. godine u saradnji sa Njemačkim turističkim udruženjem (DRV) organizovala DRV fvw Destination Forum, događaj koji je okupio ključne donosiocje odluka njemačke turističke industrije.

DRV fvw Destination Forum pruža platformu za diskusiju, umrežavanje i saradnju između zainteresovanih strana u sektoru putovanja i turizma. Ovaj događaj je bio prilika da se prikažu jedinstvene atrakcije, iskustva i noviteti u ponudi Crne Gore kao turističke destinacije. Događaj je okupio oko 60 pažljivo selektiranih donosioca odluka njemačke turističke industrije uključujući turooperatore, turističke agencije, medije.



Naziv indikatora: broj turoperatora na DRV/FVW Destinations Forumu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30.;

Ostvarenje: 52;

- **Istraživanje tržišta Reiseanalyse u cilju dobijanja detaljnih informacija o turističkom tržištu Njemačke, motivaciji njemačkih turista i interesovanjima, ponašanju prilikom putovanja, analizi brenda i medija u cilju kvalitetnijeg targetiranja potencijalnih putnika;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

U cilju dobijanja rezultata Reiseanalyse o motivaciji i interesovanjima njemačkih turista, ponašanju prilikom putovanja i svim drugim relevantnim podacima koje će pomoći u daljim aktivnostima na ovom tržištu, NTO CG je realizovala:

1. otkup Standardnog Izvještaja Reiseanalyse 2024, tj. podataka koji se odnose na relevantne, opšte tržišne trendove na njemačkom tržištu, razvoj turističkih destinacija na njemačkom tržištu, ponašanje njemačkih turista prilikom putovanja na odmor (planiranje i organizacija, vrste odmora, pratnja na putovanju, vrijeme putovanja, trajanje odmora, način prevoza, smještaj, troškovi), motive za odmor, interesovanja i aktivnosti njemačkih turista na odmoru
2. otkup specifičnih podataka o poziciji i potencijalima Crne Gore kao destinacije na njemačkom tržištu, a koji se odnose na: iskustvo i budući interes za putovanje u Crnu Goru, ponašanje prilikom rezervacije odmora 2023, stavovi o održivim turističkim putovanjima, tipovima odmora idr.

Naziv indikatora: realizacija istraživanje tržišta Reiseanalyse;

Planirana vrijednost indikatora: otakup istraživanja Reiseanalyse;

Ostvarenje: otkup Standardnog Izvještaja Reiseanalyse 2024

otkup specifičnih podataka o poziciji i potencijalima Crne Gore ;

- **Učešće na sajmu f.re.e Minhen koji se održava u periodu od 14. do 18. februara 2024. godine;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistačka organizacija je učestvovala na sajmu turizma f.r.e.e koji se održao u Minhenu u periodu od 14. do 18. februara 2024. godine. Ovaj sajam spada među najposjećenije u južnom dijelu Njemačke, sa preko 120.000 posjetilaca zainteresovanih za aktivni odmor. Poznat je po promociji aktivnog turizma i svih njegovih aspekata. F.re.e je sajam koji obuhvata sve segmente tržišta slobodnog vremena i putovanja, pružajući izlagačima priliku da predstave svoju ponudu širokoj i raznovrsnoj publici. Zajedno sa lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom NTO CG predstavlja cjelokupnu ponudu destinacije sa posebnim akcentom na aktivni turizam i bogatstvo prirodnih ljepota južnog, centralnog i sjevernog dijela naše zemlje. NTO CG je u okviru sajma promovisala turističku ponudu i kroz nastup na najvećoj bini sajma koja pripada TV stanici Bayerischer Rundfunk

Naziv indikatora: broj posjetilaca na sajmu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 80.000 posjetilaca;

Ostvarenje: preko 120.000;

➤ **Učešće na specijalizovanom sajmu za planinarenje i biciklizam, “Fahrrad und WanderReisen” u Štutgartu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na specijalizovanom sajmu za planinarenje i biciklizam, “Fahrrad und WanderReisen” koji se održao u periodu od 13. do 15. januara u Štutgartu u sklopu sajma CMT. Sajam “Fahrrad und WanderReisen” je prevashodno namijenjen turističkoj ponudi aktivnog turizma i uvijek privuče veliki broj posjetilaca i ljubitelja aktivnog odmora. Na štandu NTO CG svoju ponudu predstavilo je osam predstavnika turističke privrede. Na ovom sajmu fokus je bio na promociji turističke ponude aktivnog turizma.

Naziv indikatora: broj posjetilaca na sajmu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 40.000 posjetilaca;

Ostvarenje: preko 48.000;

➤ **PR aktivnosti: a) organizaciju studijskih posjeta, b) oglašavanje, c) slanje tematskih newslettera i saopštenja medijima, te kontinuiranu komunikaciju sa novinarima sa ovog tržišta;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u 2024. godini održavala komunikaciju sa medijima na mjesečnom nivou, realizovala promociju putem newslettera, PR aktivnosti tokom sajma ITB u Berlinu 2024, organizovala događaj sa medijima i studijsko putovanje za predstavnike medije.

Naziv indikatora: broj objavljenih članaka o destinaciji;

Planirana vrijednost indikatora: min. 8;

Ostvarenje: 13;

➤ **Organizacija studijske posjete novinara iz Njemačke;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore tokom 2024. godine organizovala je studijsku posjetu medija. Studijska grupa medija je boravila u Crnoj Gori u periodu od 14. do 18. aprila. Crnu Goru su posjetili predstavnici: Die Welt, Cosy Magazine, TRVL Counter, Stuttgarter Zeitung, Nordwest-Zeitung, Reisen&Golfen, Rhein-Neckar-Zeitung, HNA Hessische-Niedersächsische Allgemeine.

Naziv indikatora: broj novinara koji su posjetili CG;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: 8;

➤ **Organizacija B2C događaja za novinare iz Njemačke;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Tokom međunarodne turističke berze ITB, 5.marta 2024.g., na štandu NTO CG organizovan je događaj za njemačke medije i predstavnike privrede, tokom kojeg je prezentovana turistička ponuda Crne Gore, te upriličena degustacija crnogorske kuhinje i vina. Događaju je prisustvovalo 20 novinara i blogera.

Naziv indikatora: broj novinara koji su prisustvovali B2C događaju za novinare u Njemačkoj;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: 20;

➤ **B2C oglašavanje (print, on line, OOH);**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U period od septembra do decembra 2024. godine NTO CG je realizovala oglašavanje u sljedećim medijima: "Welt am Sonntag", "Reise und Preise", "Wandernmagazine", "Promobil und Caravaning" i "Wandern und Reisen Magazin".

Kampanja koju je NTO CG realizovala tokom 2024. godine putem digitalnog marketinga na globalnim platformama i društvenim mrežama uključila je i tržište Njemačke. Više informacija o kampanji, ciljevima, kanalima komunikacije i ukupnim rezultatima koji su ostvareni dato je u dijelu *Digitalni marketing*, a kada je u pitanju tržište Njemačke ostvareno je preko 90 miliona impresija i preko 1.5 miliona klikova, uz prosječnu CTR stopu od 1,74%. Domet objava dva influensera koji su u okviru kampanje posjetili Crnu Goru je preko 1,6 miliona pregleda, dok je broj interakcija iznosio oko 80 hiljada.

Naziv indikatora: broj B2C oglašavanja (print, on line, OOH);

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: u medijima 5, rezultati digitalne kampanje dati su u dijelu Digitalni marketing;

➤ **Zajedničke marketinške kampanje sa turoperatorima;**

Status realizacije: **Aktivnost je djelimično realizovana.**

Realizacija zajedničke marketinške kampanje sa turoperatorima bila je predviđena u okviru Programa podsticajnih mjera u oblasti turizma ali nijedna prijava njemačkih turoperatora nije mogla biti razmatrana jer nije ispunjavale uslove definisane Programom i Javnim pozivom.

Tokom 2024. godine ostvarena je direktna saradnja sa turoperatorom DER Tour na manjoj zajedničkoj marketinškoj kampanji. U okviru ove saradnje, sprovedena je promocija destinacije putem DERTOUR-ovih kanala, s ciljem povećanja prodaje aranžmana. Kampanja se odvijala putem B2B platforme ComeCloser, DERTOUR newslettera i Facebook stranice ovog turoperatora, dosežući oko 9.500 turističkih agencija na njemačkom tržištu.

Naziv indikatora: broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1.000.000 impresija;

Ostvarenje: Zbog neispunjavanja uslova Javnog poziva od strane njemačkih turoperatora, planirana marketinška kampanja nije realizovana u predviđenom obimu, što je direktno uticalo na postavljeni indikator o broju impresija. Umjesto široke kampanje usmjerene na krajnje potrošače, aktivnosti su se pretežno fokusirale na B2B segment kroz saradnju sa turoperatorom DERTOUR. Kampanja je sprovedena putem B2B platforme ComeCloser, DERTOUR-ovog newslettera i Facebook stranice, dosežući oko 9.500 turističkih agencija na njemačkom tržištu. Shodno tome, iako kampanja nije generisala planirani broj impresija u širem potrošačkom segmentu, omogućila je ciljanu promociju destinacije među ključnim partnerima u turističkoj industriji.

➤ **Marketinška kampanja u saradnji sa rezervacionim sistemom;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U IV kvartalu 2024. godine. realizovana je i programmatic kampanja na tržištu Njemačke. Kampanja se, počev od 4. oktobra tokom dva mjeseca, sprovodila putem platformi Expedia.de i hotels.de, uz dodatnu promociju putem banera. Kampanja je ostvarila ukupno 2,2 miliona impresija i zabilježila 3.3 hiljade klikova, što je rezultiralo prosječnim CTR-om od 0,15%. Prikazivanje na sajtu povećalo je interesovanje za Crnu Goru, sa 378 klikova i 267.733 impresije, postigavši impresivan CTR od 0,14%, što je iznad Expedia referentnog pokazatelja (0,09%). Prikazivanje van sajta takođe je povećalo interesovanje za Crnu Goru, sa 3.000 klikova, 1,98 miliona prikazanih impresija i postignutim CTR-om od 0,15%.

Naziv indikatora: ukupan broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 500.000 impresija u okviru marketinške kampanje;

Ostvarenje: 2,2 miliona;

➤ **Dodatno realizovane aktivnosti**

- U saradnji sa Njemačkim turističkim udruženjem (DRV) 17. oktobra 2024. godine je održan webinar namijenjen turističkim agencijama i turoperatorima. Glavne teme su uključivale najnovije informacije o razvoju turizma, predstojećoj sezoni i aktuelnim trendovima u turističkom sektoru. Pored toga, predstavljene su najatraktivnije turističke ture i iskustva u našoj zemlji. Ova aktivnost je dio kontinuirane saradnje s Njemačkim turističkim udruženjem. Webinaru namijenjenom turističkim agencijama i turoperatorima sa njemačkog tržišta prisustvovalo je 149 predstavnika turističkih agencija i turoperatora.
- NTO Crne Gore, u saradnji sa TO Kotor, pružila je podršku posjeti grupe DERTOUR Deluxe iz Njemačke koja je boravila u Crnoj Gori. DER Tour je organizovao ovaj ekskluzivni fam tripa za VIP agente, sa ciljem poboljšanja prodaje luksuznih hotela. Grupa je obuhvatala predstavnike sljedećih agencija: Travel Network, TUI Reisecenter, RSB. Viva Es Lebe Der Urlaub, RTS Agency, Perpetuum Mobile, Reiseservice Schaedler, Derpart Reisebuero Baden-Baden, Home-Travel, Dertour Deutschland Gmb;
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je tokom 2024. godine. organizovala dolaske individualnih posjeta medija, kao što su:

1. Magazin Merian - U periodu od 6. do 13. aprila 2024. godine u destinaciji je boravio novinar Florian Sanktjohanser koji piše za prestižni njemački magazin Merian. Magazin Merian (www.merian.de) je poznati lifestyle magazin i između ostalog poznat je po tekstovima o jedinstvenim iskustvima, ekskluzivnim smjestajnim kapacitetima, inovativnim restoranima itd. Tema njegovog članka je bio luksuzni odmor na crnogorskoj obali i isti je objavljen krajem juna 2024. godine.
2. U periodu od 30. septembra do 5. oktobra u Crnoj Gori je boravio freelance novinar Marc Oliver Rühle, koji je ranije pisao reportaže o Crnoj Gori za Bild. Ovog puta u fokusu njegovog interesovanja je bilo pisanje članka od desetak stranica za magazin "Wings" kompanije Eurowings o seoskim domaćinstvima i uspješnim ženama koje ih vode. Članak će biti objavljen tokom 2025. godine. Očekuje se objava članka magazina Wings.

Austrija

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ Realizacija digitalne marketinške kampanje na tržištu Austrije.

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG je tokom 2024. godine realizovala digitalnu kampanju na tržištu Austrije koja se sprovodila putem društvenih mreža Facebook i Instagram, Youtube kanala i GDN. Sve reklame u kampanji na austrijskom tržištu generisale su 11,7 miliona impresija i 91.090 klikova, sa prosječnim CTR-om od 0,77%. Kampanja je dosegla više od 1,4 miliona jedinstvenih korisnika. Video reklame su ukupno generisale 500.414 pregleda, uglavnom na YouTube-u, ali i nešto unutar Meta reklama.

Naziv indikatora: ukupan broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 100.000 impresija u okviru marketinške kampanje;

Ostvarenje: 11,7 miliona impresija;

Švajcarska

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ Realizacija digitalne marketinške kampanje na tržištu Švajcarske.

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore sprovela je digitalnu promotivnu kampanju na švajcarskom tržištu putem društvenih mreža Facebook i Instagram, kao i putem YouTube kanala i Google Display Network (GDN) platforme. Kampanja je generisala 9,48 miliona impresija i 57.194 klikova, sa prosječnim CTR-om od 0,60%. Kampanja je dosegla više od 1 milion jedinstvenih korisnika. Video reklame su ukupno generisale 268.458 pregleda, uglavnom na YouTube-u, ali i nešto unutar Meta reklama.

Naziv indikatora: ukupan broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 60.000 impresija u okviru marketinške kampanje;

Ostvarenje: 9,48 miliona impresija;

4.4. Realizovane aktivnosti na tržištu Velike Britanije

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Učešće na međunarodnom sajmu turizma World Travel Market koji se održava u Londonu. Svjetska turistička berza World Travel Market u Londonu 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;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija učestvovala je na 45. Svjetskoj berzi putovanja "WTM 2024", u periodu od 5. do 7. novembra 2024. godine. NTO CG je tokom učešća na sajmu u Londonu premijerno predstavila i novu kampanju, koja uključuje i novi destinacijski spot. Kampanja je namijenjena promociji na tržištu Velike Britanije, Francuske i Njemačke i prikazuje Crnu Goru kao atraktivnu cjelogodišnju destinaciju za sve one koji traže nezaboravan odmor i autentično iskustvo.



Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa turističkim

agentima, turoperatorima i predstavnicima medija i drugih relevantnih partnera za promociju destinacije;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30;

Ostvarenje: preko 50;

- **Učešće na poslovnoj radionici „New Deal Europe 2024“, koja se održava u Londonu, turističkom događaju fokusiranom na region Balkana i Jugoistočne Evrope, posvećen podsticanju turističkog biznisa putem povezivanja donosioca odluka iz turističkih kompanija iz cijelog svijeta sa turističkim organizacijama i kompanijama iz 12 balkanskih zemalja;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na jedinstvenoj turističkoj berzi posvećenoj promociji turizma na Balkanu i Jugoistočnoj Evropi "New Deal Europe 2024", koja je održana 16. aprila 2024. godini u Londonu. Na događaju je održana prezentacija kojoj je prisustvovalo 90 predstavnika turoperatora.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka sa turističkim agentima, turoperatorima i predstavnicima medija;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 20;

➤ **Studijska posjeta novinara;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u periodu od 16. do 20. maja 2024. godine, organizovala je studijsku posjetu predstavnika renomiranih medija sa tržišta Velike Britanije, među kojima su britanski National Geographic Traveller, Sainsbury's Magazine, Arcadia Magazine i The Scotsman. Zahvaljujući ovoj studijskoj posjeti objavljeni su članci u uticajnim britanskim medijima, koji ukupno imaju preko 3 miliona čitalaca na mjesečnom nivou.

Naziv indikatora: broj članaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 7;

➤ **Održavanje i unapređenje imidža destinacije kao atraktivne putem distribuiranja saopštenja za javnost, tematskih newslettera i kontinuirane komunikaciju sa novinarima i iz oblasti turizma, u saradnji sa profesionalnom PR agencijom;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Tokom 2024. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore realizovala je niz promotivnih aktivnosti s ciljem unapređenja imidža Crne Gore kao atraktivne turističke destinacije na međunarodnom tržištu. Organizovane su pažljivo osmišljene studijske posjete za novinare, distribuirana su saopštenja za javnost, kao i pažljivo kreirani tematski newsletter-i koji su doprli do relevantne ciljne publike i dodatno istakli turističku ponudu Crne Gore. Objavljena su 64 afirmativna članaka.

Naziv indikatora: broj afirmativnih članaka u medijima;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30;

Ostvarenje: 64;

➤ **Predstavljanje gastro ponude na festivalu National Geographic Food Festival. Festival ima za cilj predstavljanje jedinstvenog spektra gastro iskustava, hrane i pića iz cijelog svijeta, uz edukativni dio, koji podrazumijeva tematske radionice koje posjetiocima pružaju priliku da uče o hrani i načinu pripreme hrane koja je specifična za određene destinacije;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore predstavila je gastronomsku ponudu Crne Gore na prestižnom festivalu hrane "National Geographic Traveller Food Festival" koji se održao 20. i 21. jula 2024. godine u Londonu. Štand Nacionalne turističke organizacije Crne Gore izazvao je veliko interesovanje među posjetiocima, koji su imali priliku da degustiraju autentične crnogorske delikatese.

Naziv indikatora: broj posjetilaca štanda;

Planirana vrijednost indikatora: min. 200;

Ostvarenje: 7.000;

- **Kada su u pitanju britanski mediji tokom 2024. godine nastavljena je saradnja sa vodećim britanskim medijima uopšte i onima specijalizovanim za oblast turizma, kao i sa influencerima, blogerima, freelance novinarima i fotografima;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Tokom 2024. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je realizovala kampanju u vodećim britanskim medijima i organizovala brojne studijske posjete influencersa, freelance novinara i blogera.

U okviru promotivnih aktivnosti na tržištu Velike Britanije, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore realizovala je kampanju u saradnji sa vodećim britanskim medijima, u periodu od januara do juna 2024. godine. Kampanja je obuhvatila šest članaka u kojima je Crna Gora preporučena kao atraktivna turistička destinacija za Britance, u najčitanijim dnevnim listovima The Guardian i The Evening Standard, kao i u prestižnom magazinu posvećenom putovanjima National Geographic Traveller Food, koji zajedno broje preko 29 miliona čitalaca u svojim štampanim i online izdanjima. Crna Gora je predstavljena kao destinacija koja nudi raznovrsna turistička iskustva tokom cijele godine, od uživanja na prelijepim plažama, istraživanja istorijskih znamenitosti i uživanja u lokalnoj gastronomiji, do skijanja na planinama.

U okviru digitalne kampanje koju je NTO CG realizovala za tržišta Njemačke, Velike Britanije i Francuske, Crna Gora je ugostila popularne influencerke koje su tokom oktobra 2024. godine istraživale ljepote Crne Gore i dijelile svoja iskustva sa brojnom publikom na društvenim mrežama. Domet influencerskih objava u okviru ove kampanje je preko 1,8 miliona pregleda, dok je broj interakcija iznosio preko 115 hiljada.

Šest popularnih blogera iz Velike Britanije, u organizaciji Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i najvećeg britanskog turoperatora Jet2, boravilo je u Crnoj Gori od 15. do 20. avgusta 2024 godine. Njihov boravak predstavljao je jedinstvenu priliku da istraže i dožive prirodne ljepote, kulturu i bogatu istoriju Crne Gore. Organizovano je 8 individualnih studijskih posjeta novinara. Na UK tržištu objavljeno je 113 članaka od kojih je 85 rezultat studijskih posjeta.

Naziv indikatora: broj objavljenih članaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: broj objavljenih članaka 85;

- **Marketinška kampanja u saradnji sa rezervacionim sistemom;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U 2024. godini realizovana je Online Travel Agent (OTA) kampanja na tržištu Velike Britanije u saradnji sa rezervacionom platformom Expedia, koja je druga po zastupljenosti na ovom tržištu i jedna od vodećih na svijetu. Kampanja je imala za cilj podizanje svijesti Crnoj Gori kao atraktivnoj turističkoj destinaciji, jačanje imidža destinacije i podsticanje broja turističkih dolazaka sa tržišta Velike Britanije. Putem komunikacionih kanala Expedia i eksternih kanala ostavreno je 1.803,492 miliona impresija uz 2607 klikova. Tokom kampanje putem ove platforme sa tržišta UK ostvarene su rezervacije za Crnu Goru u vrijednosti od 419,880 USD, povrat investicije je 3:1.

Naziv indikatora: Ukupan broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 500.000 impresija u okviru marketinške kampanje;

Otvarenje: 1.803.492 impresija;

➤ **Zajedničke marketinške kampanje sa turoperatorima.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Kroz program podsticajnih mjera realizovana je zajednička marketinška kampanja u partnerstvu sa najvećim turoperatorom na tržištu Velike Britanije Jet2holidays. Kampanja je uključivala promociju putem digitalnih kanala i korišćenja modernih marketinških alata kao što je vještačka inteligencija i programatik, društvenih mreža, ali i tradicionalne kanale promocije kao što su radio i bilbord kampanja, te email kampanja koja targetira kako turističke agente tako i korisnike Jet2usluga i široki auditorijum. Online kampanja je imala rezultat od 9.783,260 impresija. Digitalna audio kampanja je imala doseg od 2.837.479 miliona, dok je kampanja na društvenim mrežama takođe bila efikasna sa preko 10 miliona impresija.

Naziv indikatora: broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Vrijednost indikatora: min. 1.000.000 impresija;

Ostvarenje: preko 10 mil.

➤ **Digitalna kampanja putem globalnih platformi;**

Kampanja koju je NTO CG realizovala tokom 2024. godine putem digitalnog marketinga na globalnim platformama i društvenim mrežama uključila je i tržište Velike Britanije. Više informacija o kampanji, ciljevima, kanalima komunikacije i ukupnim rezultatima koji su ostvareni dato je u dijelu *Digitalni marketing*, a kada je u pitanju tržište Velike Britanije ostvareno je preko **110** miliona impresija i **1.7** miliona klikova, uz prosječnu CTR stopu od **1,56%**.

➤ **Dodatno realizovane aktivnosti**

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala je na prestižnom godišnjem događaju „A Night with the Stars“ u Lidsu, u organizaciji najvećeg britanskog turoperatora i avio kompanije Jet2.com i Jet2holidays. Ovaj događaj okupio je preko 1.000 turističkih agenata, visoke zvanice u oblasti turizma iz čitavog svijeta, kao i donosiocice odluka u turističkoj industriji. NTO CG je imala priliku da dodatno učvrsti saradnju sa Jet2holidays, partnerstvom koje ostvaruje izvanredne rezultate, učestvujući kao jedan od sponzora. Događaj je svečano otvorio izvršni direktor Jet2holidays, koji je istakao da je Jet2 lider na britanskom tržištu, sa statusom najbolje avio-kompanije prema ocjenama TripAdvisora i jednim od najomiljenijih turističkih brendova po ocjenama vodeće organizacije za zaštitu potrošača u Velikoj Britaniji – Which.
- U okviru promotivne kampanje koju je Nacionalna turistička organizacija Crne Gore realizovala u saradnji sa čuvenom globalnom medijskom kućom BBC, snimljena je putopisna emisija posvećena Crnoj Gori pod nazivom “The Travel Show Montenegro”. Ekipa BBC World Travel Show je u okviru putopisne emisije „The Travel Show Montenegro” predstavila jedinstveno putovanje kroz bogatu kulturu, netaknutu prirodu i uzbudljive avanture koje Crna Gora nudi. Putovanje su započeli u Boki,

gdje su imali priliku da istraže bogatstvo podvodne kulturne baštine, roneći i snimajući na olupinama u Boki Kotorskoj, u akvatorijumu Herceg Novog.

- U organizaciji Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i avio kompanije EasyJet, u periodu od 22. do 26. jula 2024. godine, novinari britanskih medija: The Sun, Daily mail, Press association i Reach PLC posjetili su Crnu Goru i imali priliku da upoznaju turističku ponudu i brojne turističke atrakcije destinacije. EasyJet, britanska niskobudžetna aviokompanija sa sjedištem na aerodromu London Luton, ima preko 900 domaćih i međunarodnih avio-linija u više od 34 zemlje preko svojih pridruženih aviokompanija EasyJet UK, EasyJet Switzerland i EasyJet Europe.

4.5. Realizovane aktivnosti na tržištu Francuske

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Učešće na sajmu IFTM Top Resa u cilju promocije destinacije i uspostavljanja i unapređenja poslovnih veza sa predstavnicima medija, turoperatora i aviokompanija;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore u saradnji sa Ministarstvom turizma Crne Gore učestvovala je na sajmu "IFTM Top Resa 2024" koji se održao u Parizu u periodu od 17. do 19. septembra 2024. godine. Riječ je o jednom od glavnih događaja za industriju putovanja i turizma koji svake godine posjeti preko 30 hiljada profesionalaca i oko hiljadu predstavnika medija. Predstavnici NTO CG su održali veliki broj sastanaka sa predstavnicima turističke industrije iz Francuske, među kojima su renomirani turoperatora, mnogobrojne turističke agencije specijalizovane za razne segmente turizma, kompanije iz oblasti marketinga i komunikacija. Ponudu destinacije su na sajmu prezentovali strateški partner NTO CG – nacionalna avio kompanija Air Montenegro i HG Budvanska rivijera, lokalne turističke organizacije Podgorice i Bara, hoteli: HG Montenegro Stars, Karisma hotels Adriatic Montenegro, Lustica bay residences, Beppler& Jacobson, Tara i Voco, turističke agencije: Gold Travel DMC, Montenegro Tourist Service, Luminallis Events, Fun Trip Montenegro, Montenegro Tour Organization, Venn Tour i Gulliver Montenegro.



Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: 22;

- **Učešće na B2B događaju za medije IMM TravMedia sa ciljem uspostavljanja kontakata sa medijima i influencerima;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je učestvovala je na događaju „TravMedia International Media Marketplace (IMM)“, koji je održan u Parizu 13. marta 2024. godine. 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. Predstavnice NTO CG su održale preko 20 sastanaka sa predstavnicima značajnih medija iz Francuske, između ostalih sa TV5MONDE, La Quotidienne, Le Temps d'un Voyage, Femme Actuelle, Désirs de Voyages, Courants d'Air Magazine i Le Routard. Razgovarano je o mogućnostima saradnje na promociji Crne Gore kao turističke destinacije, ističući širok spektar turističkih iskustava koje nudi naša zemlja.



Naziv indikatora: broj sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: 24;

- **Organizacija vebinara sa ciljem informisanja predstavnika turističke privrede Francuske o turističkoj ponudi Crne Gore i novinama u njoj, u cilju generisanja većeg turističkog prometa sa ovog tržišta;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je, u saradnji sa turoperatorom FRAM, organizovala jednosatnu online prezentaciju destinacije za 75 prodajnih agenata ove kompanije. Tokom webinara predstavljena je sveobuhvatna turistička ponuda Crne Gore, uključujući najznačajnije atrakcije i nove smještajne kapacitete, čime su agenti dobili korisne informacije koje će im pomoći u radu sa klijentima. Glavni cilj ove aktivnosti bio je edukacija agenata u cilju povećanja turističkog prometa sa francuskog tržišta.

Naziv indikatora: broj učesnika vebinara;

Planirana vrijednost indikatora: min. 50 agenata prodaje;

Ostvarenje: 75;

- **Organizacija B2B događaja u Francuskoj;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore uspješno je organizovala B2B radionicu koja je okupila predstavnike turističke privrede iz Crne Gore i Francuske. Događaj je održan 10. decembra u Parizu, a cilj radionice bio je unapređenje saradnje i kreiranje novih poslovnih prilika između ovih tržišta.

Više od 30 učesnika, uključujući turooperatore, turističke agencije, predstavnike nacionalne avio-kompanije i medije, imali su priliku za direktne sastanke u cilju uspostavljanja i proširivanja saradnje. Radionica je bila i značajan događaj za razmjenu ideja, inovacija i kreiranje partnerstava u cilju praćenja zahtjeva turista i

unaprijeđena pozicije Crne Gore na francuskom tržištu. Tokom događaja organizovan je interaktivni kviz za učesnike sa vrijednom nagradom, putovanjem u Crnu Goru za dvije osobe, što je izazvalo veliko interesovanje prisutnih. Na poslovnoj radionici u Parizu svoju ponudu predstavili su strateški partner NTO CG – nacionalna avio kompanija Air Montenegro, Montenegro Tourist Service, Montenegro Tour Organisation, Luminalis DMC, kao i Fun Trip Montenegro.

Naziv indikatora: broj učesnika;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: preko 30;

➤ **Realizacija PR aktivnosti:**

- **kontinuirane PR aktivnosti sa ciljem podizanja svijesti o crnogorskoj trusitičkoj ponudi kroz plasiranje zanimljivog i inspirativnog sadržaja;**
- **slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima i kontinuirana komunikacija sa novinarima;**

Status realizacije: **Aktivnost je djelimično realizovana.**

Plan NTO CG je bio angažovanje marketing / PR agencije sa ciljem kontinuirane realizacije PR aktivnosti na tržištu Francuske. Međutim, postupak jednostavnih nabavki nije uspije iz razloga što dostavljene ponude nijesu pripremljene u skladu sa Zakonom o javnim nabavkama. PR aktivnosti su realizovane u manjem obimu od planiranog kroz realizaciju aktivnosti prije i tokom sajma IFTM Top Resa kroz pripremu i slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima putem mailing liste agencije koja je angažovana za realizaciju ovih aktivnosti i kontinuiranu komunikaciju sa novinarima.

Naziv indikatora: broj objavljenih newslettera i objavljenih članaka;

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

Ostvarenje: 1 newslettera i 3 članka;



➤ **Promocija putem oglašavanja (online / offline);**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG realizovala je promociju putem kanala jednog od najznačajnijih magazina na teritoriji Francuske „Le Parisien“. Promocija se odvijala putem profila Le Parisien Week End na mrežama Facebook i Instagram. Oglašavanje je uključilo 2 članka na Facebook stranici Le Parisien Week End, 1 video objavu na Facebook stranici Le Parisien Week End i objavu na Instagram profilu Le Parisien Week End, što je generisalo 400.000 impresija. Tokom trajanja sajma IFTM Top Resa, video spot NTO CG bio je promovisan putem jumbo video bima, tokom tri dana trajanja sajma.

Kampanja koju je NTO CG realizovala tokom 2024. godine putem digitalnog marketinga na globalnim platformama i društvenim mrežama uključila je i tržište Francuske. Više informacija o kampanji, ciljevima, kanalima komunikacije i ukupnim rezultatima koji su ostvareni dato je u dijelu *Digitalni marketing*, a kada je u pitanju tržište Francuske ostvareno je blizu 179 miliona impresija i preko 2,5 miliona klikova, uz prosječnu CTR stopu od 1,40 %.

Naziv indikatora: ostvareni doseg;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1.000.000 impresija;

Ostvarenje: Imajući u vidu rezultate digitalne kampanje indikator je značajno premašen;

➤ **Zajednička marketinška kampanja sa turoperatorima;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Realizacija zajedničke marketinške kampanje sa turoperatorima bila je predviđena u okviru Programa podsticajnih mjera u oblasti turizma ali prijava turoperatora iz Francuske nije mogla biti razmatrana jer nije ispunjavala uslove definisane Programom i Javnim pozivom.

➤ **Marketinška kampanja u saradnji sa rezervacionim sistemom;**

Status realizacije: **Aktivnosti vezane za nabavku usluga su realizovane u 2024. god. Kampanja će biti realizovana u prvoj polovini 2025.**

NTO CG je u 2024. god. nakon jednog neuspjelog postupka jednostavnih nabavki obnovila poziv i nakon realizovane procedure zaključila ugovor za realizaciju kampanje putem rezervacione platforme Lastminute. Kampanja će biti realizovana u prvoj polovini 2025. god. Cilj kampanje je da se kroz kreiranje i plasiranje inspirativnih i informativnih sadržaja o turističkoj ponudi Crne Gore i uz mogućnost direktne rezervacije letova/hotela i odabira paketa, doprinese podizanju nivoa svijesti o Crnoj Gori kao turističkoj destinaciji i povećanju broja dolazaka turista iz Francuske. Kampanja je usmjerena na individualne turiste iz Francuske i obuhvata promociju u okviru tri turistička proizvoda i to: Sunce i plaža, Priroda i outdoor aktivnosti i Kultura i gastronomija.

Naziv indikatora: Ukupan broj impresija u okviru marketinške kampanje;

Planirana vrijednost indikatora: min. 500.000 impresija u okviru marketinške kampanje.

Ostvarenje: u 2025. godini.

➤ **Organizacija studijske posjete medija;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO CG) je ugostila francuske novinare, koji su u periodu od 28. maja do 1. juna 2024. godine boravili u našoj zemlji. Raznovrsna turistička ponuda Crne Gore je predstavljena novinarima francuskih medija: La Quotidienne, Premium magazine, Routard.com i Ulyces, koji ukupno broje

preko 27 miliona čitalaca na mjesečnom nivou. Tokom posjete novinari su upoznali sa raznovrsnom turističkom ponudom Crne Gore.

U okviru realizacije digitalne kampanje Crna Gora je ugostila tri popularna influencersa koji su dijelili iskustva u Crnoj Gori sa brojnom publikom na društvenim mrežama. Domet influencerskih objava u okviru ove kampanje je preko 5,4 miliona pregleda, dok je broj interakcija iznosio preko 350 hiljada.

Organizovana je studijska posjeta novinarke turističkog vodiča *Lonely Planet* iz Francuske koja je u Crnoj Gori boravila u septembru 2024. god. *Lonely planet* je platforma koja je specijalizovana za putovanja, koja pored vodiča, ima i sekciju koja se odnosi na putopisne članke, sa dosegom od 300.000 posjeta na mjesečnom nivou. Kao rezultat posjete, u februaru 2025. godine objavljen je afirmativni članak: *Visiting Montenegro: A Week Off the Beaten Path*.

Naziv indikatora: broj medija;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: 8

➤ **Dodatno realizovana aktivnost:**

- ✓ NTO CG učestvovao je na webinaru za medije, na kojem su prisustvovali predstavnici francuskih medija *lepoint.fr*, *Yonder.fr*, *Désirs de Voyages*, *OUI Magazine*, *Air France's travel magazine*, *vie de luxe*, *Voyager ici et ailleurs*. Medijima je predstavljena Crna Gora kao cjelogodišnja turistička destinacija.

4.6. Realizovane aktivnosti na tržištu Poljske

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Winter fam trip (jedrenje), posjeta specijalizovanih turoperatora za jedrenje;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Studijska posjeta specijalizovanih turoperatora za jedrenje nije realizovana, jer dostupne opcije nijesu u dovoljnoj mjeri odgovarale definisanim kriterijumima u pogledu cijene, kvaliteta i profila turoperatora, te ciljevima Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Takođe, na osnovu dodatno dobijenih informacija od partnera iz Poljske, utvrđeno da je potrebno detaljnije pristupiti istraživanju navedenog segmenta.

➤ **Organizacija događaja za predstavnike medija/B2B partnere;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Ovogodišnji samit top menadžera *wakacje.pl*, najboljeg online portala za OTA i putovanja u Poljskoj, koji se organizovao u septembru 2024. god. u Ulcinju, bio je značajna prilika za promociju Crne Gore na poljskom tržištu. Učesnici su izrazili interesovanje za bolje upoznavanje sa radom Nacionalne turističke organizacije Crne Gore (NTO CG) i turističkom ponudom destinacije.

Naziv indikatora: broj predstavnika/medija;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30.

Ostvarenje: 50.

➤ **PR aktivnosti:**

a) slanje tematskih newslettera, press releasea i saopštenja medijima

b) oglašavanje i

c) kontinuirana komunikacija sa novinarima;

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Newsletteri koji su pripremljeni na teme: Otkrij Crnu Goru biciklom - očekuju te nezaboravni pogledi, Bokokotorski zaliv - jedan od najljepših zaliva na svijetu, Ahoj avantura – jedrenje u Crnoj Gori, Planiraš li odmor na planini? Izaberi Crnu Goru, Ideš li u Crnu Goru? Pogledaj ove gradove, Odmor na crnogorskom prmorju, Ne propusti atrakciju - Kotor Cable car, Digitalni detoks, kao i press release čija je tema bila kalendar zanimljivih ljetnjih događaja distribuirani su na preko 12.000 adresa po newsletteru/press releaseu. Kroz 399 objavljenih članaka čiji je doseg bio preko 23 miliona korisnika/čitalaca plasiran je sadržaj o cjelogodišnjoj turističkoj ponudi koji su objavili najznačajniji poljski mediji poput: Onet, Interia, National Geographic, Gazeta, TVN24, Business Traveler.

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

Planirana vrijednost indikatora: min. 40;

Ostvarenje: 399.

➤ **Digitalna kampanja putem rezervacione platforme u cilju objavljivanja zanimljivog sadržaja za odabir Crne Gore kao destinacije za odmor;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Planirana aktivnost nije realizovana tokom prvog i drugog kvartala tekuće godine zbog nedostatka raspoloživih finansijskih sredstava i iz tog razloga nemogućnosti da se blagovremeno objavi postupak nabavke usluga. U skladu s tim, aktivnost je prvobitno odložena za drugu polovinu godine. Nakon dodatnog sagledavanja potrebnog vremena za sprovođenje postupka nabavke i realnog roka u kojem bi se mogla realizovati aktivnost, zaključeno je da je svrsishodnije istu odložiti za 2025. godinu i realizovati je u okviru programa podsticajnih mjera.

➤ **Dolazak TV ekipe i snimanje emisije u cilju plasiranja informativnog i zanimljivog sadržaja gledaocima koji može uticati na njihovu pozitivnu percepciju destinacije i razlog za odabir putovanja u Crnu Goru, a ne u neku konkurentsku zemlju;**

Status realizacije: **Aktivnost je odložena za april 2025. god.**

Studijska grupa TVN Poland je zbog nemogućnosti dolaska ekipe u planiranom periodu odložena za april 2025. god. kada je posjeta i realizovana.

➤ **Promocija putem oglašavanja (online / offline);**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Ponuda Crne Gore je promovisana u najprestižnijim poljskim medijima: National Geographic Traveler, Glamur.pl, Wiadomości Turystyczne, Business Travel Poland i National-geographic.pl, čiji je doseg bio 225 495 čitalaca.

Naziv indikatora: broj medija

Planirana vrijednost indikatora: min. 2.

Ostvarenje: 5.

4.7. Realizovane aktivnosti na ostalim tržištima

4.7.1. Realizovane aktivnosti na tržištima baltičkih država

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Učešće na sajmu turizma "Balttour" koji se održava od 2. do 4. februara 2024. godine u Rigi u cilju nastavka razvoja tržišta, B2B pregovora, stvaranje preduslova za nove aranžmane, saradnju sa avio kompanijama;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, predstavila je turističku ponudu destinacije na sajmu turizma "Balttour" u Rigi, u periodu od 2. do 4. februara 2024. godine. Ovaj sajam je bio od velikog značaja za predstavljanje Crne Gore kao cjelogodišnje turističke destinacije na tržištu Letonije, Litvanije i Estonije i okupio je oko 900 izlagača iz 30 svjetskih destinacija, 5.000 profesionalaca iz oblasti turizma iz baltičkih zemalja, i zabilježio posjetu od preko 30.000 posjetilaca. U fokusu je bilo predstavljanje turističke ponude Crne Gore kao cjelogodišnje destinacije. Na crnogorskom štandu pored NTO CG turističku ponudu predstavile su i hotelske grupe „Budvanska rivijera“, Montenegro Stars“, turističke agencije „Gold“, „New Port“ i „Prometheus, kao i lokalna turistička organizacija Herceg Novog. Održano je preko 40 sastanaka kako sa predstavnicima turoperatora, tako i PR kućama i drugim akterima turizma Baltika.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka na sajmu turizma;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: preko 40.

➤ **Organizacija B2B događaja ili vebinara u cilju uspostavljanja saradnje predstavnika turističke privrede dvije zemlje i aviokompanija;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U sklopu sajma "Baltour" organizovan je i B2B događaj u saradnji sa "Baltas"-om i Alte (Asocijacije turoperatorai i agenata) i uz podršku počasne konzulke Crne Gore u Letoniji. Događaj je okupio preko 40 turoperatora i drugih članova turističke privrede i ujedno bio prilika za razmjenu informacija, utisaka o Crnoj

Gori, kao i o narednim planovima. Događaju su, između ostalih, prisustvovali predstavnici turoperatora Ap Sauli, Kols, Tez tour, Novaturas, Estravel, Marco Polo, 1 Travel, Coral Travel, TBS, Alani, Astra Ture, Olimpija, Aviopasaule, Viabono.

Naziv indikatora: broj učesnika na događaju ili webinaru iz baltičkih zemalja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 12;

Ostvarenje: preko 40.

➤ **Realizacija PR aktivnosti, slanje tematskih newslettera i saopštenja medijima;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Aktivnost nije realizovana, jer je tokom pripremne faze ustanovljeno da ciljna tržišta zahtijevaju specifičan pristup i da je u cilju postizanja boljih efekata i osiguravanja adekvatne prezentacije destinacije, potrebno sprovesti dodatnu analizu i pripremu svih neophodnih preduslova prije realizacije ove aktivnosti što između ostalog uključuje i prilagođavanje materijala/web-a na jezicima baltičkih država.

➤ **Promocija putem oglašavanje;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U inflight magazinu "Air Baltic"-a objavljena su dva članka u kojima je predstavljena turistička ponuda Crne Gore, kao i oglas koji je dodatno promovisao destinaciju među putnicima navedene avio-kompanije.

Pored štampanih sadržaja, promocija je proširena i na digitalne kanale – informacije o Crnoj Gori objavljene su na zvaničnom blogu, web sajtu i društvenim mrežama kompanije Air Baltic, čime je ostvarena dodatna vidljivost i prisustvo destinacije na ključnim komunikacionim kanalima.

Naziv indikatora: broj različitih kanala komunikacije;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3 različita kanala komunikacije (magazin, društvene mreže, online portal i sl);

Ostvarenje: 4. (magazin, website, blog, društvene mreže);

4.7.2. Realizovane aktivnosti na tržištu Mađarske

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

➤ **Promocija putem oglašavanja (online ili offline) na tržištu Mađarske;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U toku aprila i maja oglašavanje je sprovedeno u inflight magazinu mađarske aviokompanije "Wizzair".

Naziv indikatora: ostvareni doseg;

Planirana vrijednost indikatora: min. 800.000.

Ostvarenje: 12.000.000.

➤ **Dodatna aktivnost u odnosu na plan:**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore i turistička organizacija Herceg Novog podržali su Balkan Rally 2024, naime Crna Gora je u periodu od 11. do 13. septembra 2024. godine bila domaćin trećeg izdanja Balkan Rally-a, međunarodnog automobilskeg događaja koji je ove godine okupio rekordan broj učesnika. Sa 160 učesnika iz različitih zemalja za Crnu Goru, Balkan Rally 2024. predstavio je izuzetnu priliku za promociju njenog turističkog potencijala, posebno u sferi avanturističkog i ekoturizma. Učesnici su istraživali atraktivne destinacije, uključujući nacionalne parkove, planinske prevoje, kanjone i obalu.

4.7.3. Realizovane aktivnosti na tržištu Belgije

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

➤ **Učešće na B2B događaju za medije Glenaki Media Workshop;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je učestvovala na B2B događaju za medije Glenaki Media Workshop koji se održao 18. marta 2024. godine. Tokom događaja, predstavnik NTOCG održao je sastanak sa predstavnicima belgijskih medija i influensera u cilju ostvarivanja dalje saradnje.

Naziv indikatora: broj sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: 20;

➤ **Studijska grupa turoperatora iz Belgije;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore ugostila je turooperatore iz Belgije, koji su imali priliku da se upoznaju sa raznovrsnom turističkom ponudom Crne Gore. U cilju umrežavanja crnogorskih turističkih privrednika sa belgijskim tržištem, NTO CG je organizovala poslovnu radionicu, na kojoj je učestvovalo više od 20 crnogorskih turističkih privrednika. Ovaj događaj predstavljao je važan korak u jačanju prisustva Crne Gore na belgijskom tržištu i otvaranju novih poslovnih prilika.

Naziv indikatora: broj turoperatora;

Planirana vrijednost indikatora: min. 6.

Ostvarenje: 6.

➤ **Studijska grupa novinara iz Belgije u cilju upoznavanje krajnjih korisnika sa crnogorskom turističkom ponudom putem najznačajnijih medija;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U cilju promocije Crne Gore na belgijskom tržištu, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore organizovala je studijsku posjetu belgijskih medija u periodu od 18. do 22. aprila 2024. godine. Posjetu su činili predstavnici više štampanih medija, koji zajedno broje oko 3 miliona čitalaca i imaju značajan uticaj na čitalačku publiku širom Belgije. Ova inicijativa doprinijela je jačanju vidljivosti Crne Gore kao atraktivne turističke destinacije i otvaranju novih mogućnosti za promociju na ovom emitivnom tržištu.

Naziv indikatora: broj novinara;

Planirana vrijednost indikatora: min. 6;

Ostvarenje: 6

- **U okviru PR aktivnosti na tržištu Belgije planirano je slanje press clippinga nakon završenih studijskih grupa;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Naziv indikatora: broj članaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 6;

Ostvarenje: 6.

4.7.4. Realizovane aktivnosti na tržištu Norveške

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Učešće na sajmu turizma Travel Expo u Oslu (organizator sajamskog nastupa LTO Herceg Novi);**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore predstavila je turističku ponudu destinacije na međunarodnom sajmu turizma „Travel Expo“, koji je održan u Oslu od 12. do 14. januara 2024. godine.

Nastup Crne Gore na ovom značajnom događaju organizovala je Lokalna turistička organizacija Herceg Novi. Sajam je okupio 166 izlagača sa svih kontinenata, a atraktivna i raznovrsna ponuda privukla je više od 9.000 posjetilaca tokom drugog i trećeg dana sajma. Crna Gora je izazvala veliko interesovanje posjetilaca koji su se informisali o mogućnostima odmora, prirodnim ljepotama, kulturnim atrakcijama i aktivnostima koje destinacija nudi tokom cijele godine.

Naziv indikatora: broj posjetilaca sajma;

Planirana vrijednost indikatora: min. 8.000;

Ostvarenje: preko 8.000;

- **Dodatna aktivnost u odnosu na plan**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore podržala je studijsku posjetu novinara iz skandinavskih zemalja koju je organizovala TO Herceg Novi u saradnji sa turističkim organizacijama Tivta i Kotora. Novinari su u Crnoj Gori boravili u periodu od 18. do 22. maja tekuće godine.

4.7.5. Planirane aktivnosti na tržištu Češke Republike

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Organizacija B2B radionice tokom sajma Holiday World u Pragu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG u saradnji s nacionalnom avio kompanijom Air Montenegro održala je poslovna radionica za češke turooperatore i medije u okviru sajma turizma Holiday World & Region World u Pragu. Radionica je okupila 16 turoperatora. Poslovnoj radionici u Pragu su pored NTO CG i kompanije Air Montenegro prisustvovali: lokalne turističke organizacije Budve, Herceg Novog, Bara i Tivta, Montenegro Stars, Budvanska rivijera, hotel Olea Ulcinj, Maestral Hotel and Casinos i Avala resort & Villas.

Naziv indikatora: broj turoperatora;

Planirana vrijednost indikatora: min. 15;

Ostvarenje: 15.

➤ **Organizacija studijske posjete medija iz Češke Republike, u saradnji sa nacionalnom aviokompanijom Air Montenegro;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG je u saradnji s nacionalnom avio kompanijom realizovala studijsku posjetu medija (Reflex magazin, TTG magazin, Objektiv ČT1, CNN Prima News, Radio impuls) koja je rezultirala sa medijskim objavama, TV priložima i dnevnicima, člancima i radio priložima).

Naziv indikatora: broj tv priloga;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 3;

4.7.6. Planirane aktivnosti na tržištu Španije

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Učešće na međunarodnoj berzi turizma FITUR koja će se održati u Madridu u periodu od 24. do 28. januara 2024. godine. Ovaj sajam okuplja oko 8.500 izlagača i oko 86.000 posjetilaca;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG je prvi put učestvovala na sajmu „FITUR 2024“ u Madridu, održanom od 24. do 28. Januara 2024. godine, gdje je ostvarila značajne kontakte s turoperatorima i aviokompanijama, s ciljem povećanja broja španskih turista u Crnoj Gori. Tokom sajma, Crna Gora je nagrađena za najbolji turistički proizvod – „Putevima

katuna“, uz dodatnu promociju u magazinu AireLibre. Pored NTO CG, svoju ponudu predstavili su Avala Resort & Villas, Gold Travel DMC, Talas M DMC i turističke organizacije Podgorice i Herceg Novog.

Naziv indikatora: broj sastanaka na sajmu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: 21.

4.7.7. Planirane aktivnosti na tržištu Kazahstana

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Organizacija studijske posjete turoperatora u saradnji sa kompanijom Air Astana;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Planirana studijska posjeta turoperatora iz Kazahstana Crnoj Gori nije realizovana iz razloga što je Odluka o privremenom oslobađanju od pribavljanja vize za državljane republike Kazahstan donijeta krajem aprila 2024. godine što je iz ugla kompanije Air Astana bilo kasno za pravovremeno planiranje i sprovođenje promotivnih aktivnosti. Kompanija je razmatrala i da li da pokreće letove za Crnu Goru iz navedenog razloga ali su iznađene mogućnosti i letovi su, iako smanjeni broj rotacija u odnosu na prethodnu godinu, realizovani u periodu od 11. juna do 21. septembra.

➤ **Organizacija događaja za predstavnike privrede, u saradnji sa kompanijom Air Astana, u Astani ili Almatiju;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Organizacija događaja nije realizovana iz razloga koji su pojašnjeni u obrazloženju prethodne aktivnosti.

➤ **Promocija putem oglašavanja u cilju informisanja turista o Crnoj Gori kao turističkoj destinaciji;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U tri broja inflight magazina kompanije Air Astana TENGRI objavljeni su tekstovi o Crnoj Gori.

Naziv indikatora: članci o destinaciji u magazinu;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3.

Ostvarenje:3.

➤ **Organizacija studijske grupe predstavnika medija iz Kazahstana;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana.**

Studijska posjeta predstavnika medija nije realizovana iz razloga što je Odluka o privremenom oslobađanju od pribavljanja vize za državljane republike Kazahstan donijeta krajem aprila 2024. godine što je iz ugla kompanije Air Astana bilo kasno za pravovremeno planiranje i sprovođenje promotivnih aktivnosti.

4.7.8. Realizovane aktivnosti na tržištu Azerbejdžana

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

➤ **Organizacija radionice na tržištu Azerbejdžana;**

Status realizacije: **Aktivnost nije realizovana, realizovana je posjeta influensera.**

Nakon detaljne komunikacije sa turoperatorima iz Azerbejdžana i sagledavanja potrebnih finansijskih sredstava za organizaciju B2B radionice, donijeta je odluka da se, umjesto radionice, organizuje studijska posjeta influensera iz Azerbejdžana. Influenseri su boravili u Crnoj Gori u periodu od 6. do 13. juna, tokom kojeg su imali priliku da se upoznaju sa raznolikom turističkom ponudom destinacije.

4.7.9. Realizovane aktivnosti na tržištu SAD

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Učešće na sajmu turizma "New York Travel Show";**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore zajedno sa resornim ministarstvom i turističkom privredom, prvi put je predstavila turističku ponudu Crne Gore na sajmu turizma u Njujorku, koji je održan 27. i 28. januara 2024. godine. Tokom dvodnevnog sajma štand NTO CG je pored velikog broja građana Njujorka, posjetilo i oko 275 agenata za putovanja koji su imali priliku da se upoznaju sa ponudom destinacije. Osim Ministarstva turizma, ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera i NTO CG, na sajmu turizma u Njujorku su se predstavile i lokalne turističke organizacije Kotora i Budve, hotelske grupacije Montenegro Stars i Budvanska rivijera, hotel Maestral, ski centar Kolašin 1600, kao i turističke agencije MTS, Kompas, Caeli i Talas M.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka na sajmu turizma;

Planirana vrijednost indikatora: min. 30.

Ostvarenje: preko 30.

➤ **Realizacija PR aktivnosti na tržištu SAD;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Kroz PR aktivnosti, uključujući kreiranje posebne stranice posvećene promociji destinacije i redovno informisanje o svim prednostima Crne Gore, nastojalo se doprinijeti izgradnji imidža zemlje kao atraktivne destinacije za odmor, avanturu i luksuzni turizam.

PR agencija je, putem sastanaka, elektronske pošte, obavještenja i ciljanog lobiranja, osigurala učešće predstavnika četiri renomirana američka medija koji su posjetili Crnu Goru. Ova aktivnost imala je za cilj

dodatno približiti crnogorsku ponudu američkom tržištu i uspostaviti dugoročne odnose sa ključnim medijskim akterima.

Naziv indikatora: broj afirmativnih članaka u medijima;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: Promo tekstovi o destinaciji objavljeni od strane 3 novinara u 4 medija.

➤ **Organizacija studijske posjete medija iz SAD;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore organizovala je studijsku posjetu za predstavnike američkih medija u periodu od 4. do 8. novembra 2024. godine. U posjeti su učestvovali novinari koji sarađuju sa prestižnim magazinima i portalima: **JohnnyJet.com, Matador Network, Adventure.com, The New York Times, The Caterer i SUITCASE Magazine**. Tokom boravka novinari su imali priliku da se upoznaju sa raznovrsnom turističkom ponudom Crne Gore.

Naziv indikatora: broj članaka;

Planirana vrijednost indikatora: min 3;

Ostvarenje: 6;

➤ **Marketinške aktivnosti putem globalne digitalne platforme za rezervaciju putovanja.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Tokom decembra 2024. godine realizovana je Online Travel Agent (OTA) kampanja na tržištu SAD u saradnji sa rezervacionom platformom Expedia, koja jedna od najzastupljenijih na ovom tržištu i jedna od vodećih na svijetu. Kampanja je imala za cilj podizanje svijesti o Crnoj Gori kao atraktivnoj turističkoj destinaciji i jačanje imidža destinacije i podsticanje broja turističkih dolazaka sa tržišta SAD, putem izdizanja Crne Gore, kao atraktivne turističke destinacije, u fokus interesovanja američkih turista. Kampanja je rezultirala sa 630 000 impresija i rezervacijama za Crnu Goru u vrijednosti od 317.335 \$.

Naziv indikatora: broj impresija;

Vrijednost indikatora: min. 500,000.

Ostvarenje: 670.000 impresija;

4.7.10. Realizovane aktivnosti na tržištu Kine

U nastavku su date informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ **Učešće na sajmu turizma ITB China koji se održava od 27. do 29. maja 2024. godine u Šangaju uz PR podršku tokom sajma;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana**

Sajam ITB China je održan u periodu od 27 - 29. maja 2024. u Šangaju. Ponuda Crne Gore predstavljena je u okviru štanda ETC (Evropske komisije za putovanja) gdje ponudu predstavljaju i ostale evropske destinacije poput Njemačke, Francuske itd. Tokom sajma održana je prezentacija za predstavnike medija i turoperatora, a kao rezultat objavljeno je 5 članaka o Crnoj Gori. Na sajmu su se pored Nacionalne turističke organizacije predstavile agencija Fly Montenegro, Montenegro Escape tours i Venn Tour.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka na sajmu turizma;

Planirana vrijednost indikatora: min. 10;

Ostvarenje: preko 10.

➤ **Digitalna kampanja na društvenim mrežama Weibo i WeChat;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je, u saradnji sa PR kućom iz Kine, u periodu od 01.01.2024. do 31.12.2024. promovisala turističku ponudu Crne Gore putem društvenih mreža Weibo i Wechat

Na zvaničnom Weibo profilu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore koji broji 15 277 pratilaca, u periodu od januara do decembra 2024. godine objavljena su 204 posta, sa ukupno 3460 interakcija. Na zvaničnom WeChat profilu NTO CG koji ima 4,946 pratilaca objavljeno je 25 postova sa 107,181 pregleda.

Naziv indikatora: broj objava na društvenim mrežama;

Planirana vrijednost indikatora: min. 9 mjesečno;

Ostvarenje: 19 mjesečno;

4.7.11. Dodatno uključena tržišta u odnosu na plan

❖ **Realizovane aktivnosti na tržištu Holandije**

Aktivnosti je realizovana kao dodatna u odnosu na plan.

NTO CG organizovala je studijsku posjetu holandskog novinara magazina ANWB Kampeer Kampioen, koji je u Crnoj Gori boravio u periodu od 25. do 30. septembra 2024. godine. Cilj posjete bio je istraživanje prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti zemlje za potrebe pisanja članka o putovanju po Crnoj Gori, s posebnim naglaskom na Kotor, obalu i Nacionalni park Durmitor. ANWB Kampeer Kampioen, časopis koji se bavi kampovanjem i putovanjima, jedan je od najvećih u Evropi sa cirkulacijom od 35.000 primjeraka i približno 260.000 čitalaca. Časopis cilja na publiku stariju od 50 godina koja je zainteresovana za putovanja po Evropi. Poznat je po promovisanju održivog načina putovanja, pružajući inspiraciju i korisne informacije ljubiteljima prirode i avantura na otvorenom. Članak će biti objavljen u junu 2025. godine.

❖ Realizovane aktivnosti na tržištu Italije

Aktivnosti je realizovana kao dodatna u odnosu na plan.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u oktobru 2024. godine na poziv Privredne komore Crne Gore predstavila turističku ponudu na Levantskom sajmu koji se održao u periodu od 1. do 4. oktobra 2024. godine u Bariju. U toku trajanja sajma Crnogorska delegacija je predstavila potencijale i iznijela mogućnosti saradnje sa regijom Pulja u raznim sektorima: od tehnologije do obnovljivih izvora energije, poljoprivrede, turizma, Takođe, istaknuto je i koliko Crna Gora može igrati ključnu ulogu kao ulazna tačka za buduće ekonomske odnose i saradnju Italije sa Zapadnim Balkanom.

❖ Realizovane aktivnosti na tržištu Japana

Aktivnosti na japanskom tržištu realizovane su kao dodatne u odnosu na plan.

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u saradnji sa Ministarstvom turizma i turističkom privredom predstavila turističku ponudu Crne Gore na sajmu „Tourism Expo Japan“, koji se održao od 26. do 29. septembra u Tokiju. Crna Gora se na sajmu predstavila u okviru štanda Evrope, u organizaciji Evropske komisije za putovanja (European Travel Commission ETC), krovne međunarodne institucije za promociju evropskog turizma na udaljenim tržištima, zajedno sa još 9 evropskih zemalja članica ETC-a (Portugalom, Francuskom, Švajcarskom, Njemačkom, Islandom, Belgijom, Turskom, Monakom i Kiprom) i još 8 partnerskih kompanija ETC. Cilj ovog događaja je podsticanje potražnje za putovanjima, kako unutar tako i izvan Japana, te dalja revitalizacija turističkog sektora, prepoznatog po svojoj ulozi u stimulanju regionalnih ekonomija i kreiranju novih radnih mjesta.
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u saradnji sa lokalnom turističkom organizacijom Budva i JPNPCG pružila podršku u organizaciji snimanja dokumentarne japanske emisije “Sekai neko aruki” koju je realizovala Nacionalna japanska televizija NHK iz Shibuya Cityja. Snimanje emisije realizovano je u periodu od 10. do 23. decembra 2024. godine u Perastu, Kotoru, Njegušima, Durmitoru, kanjonu rijeke Tare i Ostrogu.
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je podržala studijsku posjetu ekipe „TBS“, jedne od vodećih japanskih televizija koja je krajem decembra 2024. godine snimala emisiju pod nazivom "Samuraj (putnik)". U emisiji će biti zastupljeno selo Japan, kao i Podgorica, a premijera je zakazana za 25. januar 2025.



❖ Realizovane aktivnosti na tržištu Australije

Aktivnost je realizovana kao dodatna u odnosu na plan.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore ugostila je sredinom juna 2024. godine australijansku novinarku magazina The Sydney Morning Herald Traveller, koja je imala priliku da se upozna sa raznovrsnom turističkom ponudom naše zemlje. Nakon boravka u destinaciji, u magazinu The Sydney Morning Herald će biti objavljen dodatak Traveller, u kojem će se naći „Vodič za Crnu Goru“. The Sydney Morning Herald jedan od najčitanijih magazin sa više od 7 miliona čitalaca na svim platformama. Dodatak "Traveller", gdje će biti objavljen vodič za Crnu Goru, ima mjesečnu čitanost od nešto više jednog miliona čitalaca za štampano i online izdanje. Pored NTO CG, podršku u organizaciji studijske posjete novinarke iz Australije dale su i lokalne turističke organizacije Cetinja, Podgorice, Bara i Ulcinja, hotel CUE Podgorica, kao i The New Hotel Mediteran – Villa Edition

4.8. Digitalni marketing

U nastavku informacije o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

➤ Digitalni marketing putem globalnih platformi

Tokom 2024. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je sproveda promotivnu kampanju pod nazivom “Uncover Your Wild Side” s ciljem povećanja svijesti i interesovanja za Crnu Goru kao turističku destinaciju. Kampanja je bila fokusirana na ključna emitivna tržišta – Veliku Britaniju, Francusku i Njemačku, kroz digitalni marketing na globalnim platformama. Sadržaji su kreirani i plasirani na engleskom, francuskom i njemačkom jeziku, a aktivnosti su realizovane putem zvaničnog web portala www.montenegro.travel, društvenih mreža Facebook, Instagram i YouTube, kao i kroz saradnju sa influencerima, Google Display Network (GDN) i Google Search kampanjama.



Zadati ciljevi kampanje koji su uključivali minimalno 2,3 miliona posjeta sajtu www.montenegro.travel, najmanje 80 miliona impresija i jedinstveni doseg od 16 miliona korisnika, kao i prosječno vrijeme zadržavanja na sajtu koje je iznosilo 30 sekundi, su uspješno ostvareni.

Ukupno je ostvareno 3.722.207 posjeta sajtu www.montenegro.travel, preko 380 miliona impresija, 5,8 miliona klikova, uz prosječnu CTR stopu od 1,53%. Jedinstveni doseg je preko 20 miliona korisnika, a prosječno vrijeme zadržavanja na sajtu je iznosilo 40 sekundi.

U okviru kampanje ostvarena je saradnja sa osam influencersa koji imaju više od 300.000 pratilaca i angažman iznad 3%. Ukupan domet influencerskih objava dostigao je 8,9 miliona pregleda, dok je broj interakcija iznosio 546.073.

Na osnovu ostvarenih rezultata, može se zaključiti da je kampanja ispunila očekivanja i doprinijela povećanju prepoznatljivosti Crne Gore kao atraktivne turističke destinacije. Optimizacija budžeta i kreativnih materijala značajno je poboljšala rezultate tokom trajanja kampanje, dok su YouTube i Meta oglasi pokazali izuzetnu

efikasnost. Francuska se izdvojila kao najuspješnije tržište, dok su strategije digitalnog marketinga omogućile širok doseg i angažman korisnika na svim ciljnim tržištima.

Rezultati ostvareni po tržištima Njemačke, Velike Britanije i Francuske u okviru ove kampanje prikazani su u okviru realizovanih aktivnosti na tržištu. Takođe, NTO CG je realizovala kampanje putem društvenih mreža Facebook i Instagram, Youtube kanala i GDN i za tržišta Austrije i Švajcarske, a informacije o postignutim rezultatima, takođe, date su u okviru informacija o realizovanim aktivnostima na tržištu.

Naziv indikatora:

- *ukupan broj posjeta montenegro.travel sajtu*
- *ukupan broj impresija*
- *prosječno vrijeme zadržavanja na montenegro.travel sajtu*
- *jedinstveni doseg*

Planirana vrijednost indikatora:

- *ukupan broj posjeta montenegro.travel sajtu putem kampanje min. 2,300,000*
- *ukupan broj impresija min. 80,000,000*
- *prosječno vrijeme zadržavanja na montenegro.travel sajtu putem kampanje - 30 sekundi.*
- *jedinstveni doseg min. 16,000,000*

Ostvarenje:

- *ukupan broj posjeta montenegro.travel sajtu putem kampanje je iznosio 3.722.207*
- *ukupan broj impresija 380.075.229*
- *prosječno vrijeme zadržavanja na montenegro.travel sajtu putem kampanje je iznosilo 40 sekundi*
- *jedinstveni doseg je iznosio 20.589.351.*

➤ **Izrada promotivnog spota za realizaciju nove marketinške kampanje;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore pokrenula je novu kampanju s ciljem promocije prirodnih ljepota, bogatog kulturnog nasljeđa i aktivnosti, ističući raznovrsna iskustva koja su dostupna posjetiocima. Kampanja pod nazivom „Uncover Your Wild Side“, koja se nadovezuje na logo Crne Gore *Wild Beauty*, ima za cilj da inspiriše putovanja u Crnu Goru, obećavajući autentično iskustvo turistima.

Kampanja se realizuje kroz različite marketing kanale kako bi pozicionirala Crnu Goru kao izuzetnu destinaciju koja nudi zadržavajuću prirodu, profinjen luksuz, bogato kulturno nasljeđe i uzbudljive aktivnosti. U okviru kampanje pripremljen je i promotivni spot koji gledaoce vodi na uzbudljivo putovanje kroz raznolike pejzaže Crne Gore. Film je produciran od strane podgoričke kompanije Artikulacija Film u saradnji sa njemačkom produkcijom Bonaparte Films i nagrađivanim rediteljem Nicom Kreisom. Spot koristi filmski koncept i poziva gledaoce da „odgovore na poziv Crne Gore“ i krenu u misiju otkrivanja njenih ljepota. Takođe, u sklopu kampanje pripremljeni su vizuali za različite marketing kanale sa prelijepim pejzažima koji promovišu različite sezone u zemlji.



Destinacijski spot *Uncover Your Wild Side* je osvojio značajne nagrade - za najbolji turistički film u kategoriji "TV/Cinema Commercials" na međunarodnom festivalu turističkog filma The Golden City Gate u Berlinu, na prestižnom 7. Japanskom svjetskom festivalu turističkog filma (JWTFF) osvojio je zlatnu nagradu u kategoriji "Turističke destinacije – zemlje", a na 29. godišnjem *Webby Awards* spot je dobio priznanje u kategoriji Video & Film – Travel & Lifestyle.

Pored promotivnog spota "Uncover Your Wild Side", za potrebe nove kampanje izrađena su i nova vizuelna rješenja s ciljem promocije Crne Gore kao turističke destinacije putem različitih komunikacionih kanala. U okviru prve faze kampanje kreirano je sedam osnovnih vizuala koji prikazuju spoj različitih aktivnosti i raznolike destinacijske ponude. Takođe, za drugu fazu kampanje pripremljeno je dodatnih 15 vizuala, fokusiranih na promociju različitih regiona i turističkih proizvoda destinacije. Ovi vizuali obuhvataju teme poput odmora na moru, avantura u prirodi, ruralnih područja, wellbeing-a, lokalne gastronomije, kulturnog naslijeđa i životnog stila, luksuznog odmora i sl. s ciljem targetiranja različitih ciljnih grupa.



Naziv indikatora: izrada spota;

Indikator: promo spot je pripremljen

Ostvarenje: izrađen promo spot

Portal www.montenegro.travel

- **Angažovanje copywritera za 7 jezičkih verzija za pisanje tematskih story tellinga baziranih na personalizovanom sadržaju u cilju prelaska sa generalizovanog na personalizovani sadržaj korisnicima websita, koji će biti i dobra osnova za sprovođenje generalne digitalne marketing kampanje;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Promotivni tekstovi na temu kulturnog turizma pripremljeni su u okviru projekta Due Mari, uz dodatne provjerene, pripremljene i prilagođene tekstove za ruralni, zdravstveni turizam i digitalne nómade.

Naziv indikatora: broj storytellinga po jezičkoj verziji sajta;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5.

Ostvarenje: 5.

- **Licenca i instalacija modernog UGC softvera na websajtu www.montenegro.travel u cilju veće zastupljenosti UGC na websajtu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Shodno napretku tehnologija instaliran je UGC softver bez ograničenja odnosno kupovine dodatne licence na određeni period. Sajt je povezan sa UGC sadržajem korisnika sa FB i IG.

Naziv indikatora: dužina trajanja perioda licence;

Planirana vrijednost indikatora: min. 1 godina.

Ostvarenje: 1. godina.

- **Tehnički razvoj weba u cilju unapređenja i ubrzanja komunikacije sa internet korisnicima, turističkom industrijom, partnerima i praćenja potreba korisnika weba (smjernice za unapređenje korisničkog iskustva, dodatne analize Google analytics za potrebe digitalnih kampanja, tehničke interakcije, licenca za mailerlite - newsletter servis).**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U skladu s novom kampanjom Uncover Your Wild Side, realizovan je redizajn stranica koji je uključivao tehnička unapređenja u segmentima banera, tipografije i boja, čime je dodatno unaprijeđen vizuelni identitet i funkcionalnost portala.

Naziv indikatora: broj tehničkih servisa;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3.

Ostvarenje: 3

4.9. Sažeti prikaz učešća na sajmovima

U tabeli br. 4. prikazano je na kojim sajmovima turizma je Nacionalna turistička organizacija Crne Gore učestvovala tokom 2024. godine.

Tabela br. 4: Kalendar sajмова na kojim je učestvovala Nacionalna turistička organizacija Crne Gore tokom 2024. god.

Predlog sajмова na kojima je NTO CG uzela učešće u 2024. godini			
r.b.	Naziv sajma	Grad/Država	Vrijeme održavanja
Turistički sajmovi i berze			
1	Fahrrad und WanderReisen	Štuttgart, Njemačka	od 13. do 15. januara
2	FITUR	Madrid, Španija	od 24. do 28. januara
3	New York Travel Show	Njujork, SAD	27. i 28. januara
4	Balttour	Riga, Letonija	od 02. do 04. februara
5	f.re.e Minhen	Minhen, Njemačka	od 14. do 18. februara
6	IFT	Beograd, Srbija	od 22. do 25. februara
7	ITB	Berlin, Njemačka	od 05. do 07. marta
8	ITB Šangaj	Šangaj, Kina	od 27. do 29. maja
9	National Geographic Food Festival	London, Velika Britanija	20. i 21. jul
10	IFTM Top Resa	Pariz, Francuska	od 17. do 19. septembra
11	Tourism Expo Japan	Tokio, Japan	od 26. do 29. septembra
12	WTM	London, Velika Britanija	od 5. do 7. novembra
13	Sajmovi u saradnji sa LTO-ima	Oslo, Prag, Ljubljana, Zagreb, Sarajevo i dr.	U skladu sa kalendarom
Kongresni sajmovi			
14	Conventa	Ljubljana, Slovenija	od 20 do 24. februara
15	IMEX	Frankfurt	od 13. do 16. maja
16	IBTM	Barselona, Španija	od 19. do 21. novembra

4.10. Promotivni materijal

U cilju promocije turističke ponude na inostranim tržištima, NTO CG je u 2024. godini koristila novi promotivni destinacijski TV spot *Uncover Your Wild Side*, za koji su pripremljeni vizuali, baneri, rol upovi i ostali promotivni materijal koji prati kampanju. Destinacijski spot, u skladu sa ciljnim tržištima i promotivnom strategijom NTO, realizovan je i dostupan u tri jezičke varijante: engleska, njemačka i francuska. U toku je prilagođavanje spota i kampanje za tržišta regiona.



Takođe, korišćeni štampani promotivni materijali, destinacijski i tematski, zavisno od kanala promocije i tržišta na kojim se aktivnost realizuje, a koje je NTO CG pripremila u ranijem periodu, pa je tako odrađen reprint sledećeg promotivnog materijala na više jezičkih verzija: Destinacijski magazin, brošura Aktivni odmor, Gastro vodič/Arome i ukusi Crne Gore, Turistička karta i dr.

5. Koordinacija marketinga destinacije

5.1. Smjernice za lokalne turističke organizacije

- **Izrada Smjernice za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana za 2025. godinu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

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”. Izvršni odbor Nacionalne turističke organizacije je 6. 10. 2023. usvojio Smjernice za izradu programa rada i finansijskih planova turističkih organizacija za 2024. godinu.

Dokument sadrži opšte smjernice za izradu programa i finansijskog plana i smjernice po svakom od definisanih ciljeva, a to su:

- Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom;
- Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma;
- Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti
- Suzbijanje sive ekonomije

Naziv indikatora: izrada smjernica;

Vrijednost indikatora: Smjernice su pripremljene.

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

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

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.

Tokom 2024. godine NTO CG je razmatrala programe i finansijske planove za 2024. godinu, izmjene i dopune dokumenata, kao i programe i planove za 2025. godinu.

Naziv indikatora: broj datih mišljenja / saglasnosti;

Planirana Vrijednost indikatora: data mišljenja /saglasnosti na sve dobijene predloge programa i finansijskih planova;

Ostvarenje: 75 mišljenja, 27 saglasnosti

5.2. Razvoj i promocija turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima Crne Gore

- **Kreirana lista kriterijuma za promociji na ustupljenom dijelu prostora bez plaćanja participacije**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistačka organizacija je na osnovu unaprijed postavljenih kriterijuma i u 2024. godini sačinila listu kriterijuma na osnovu koje se obezbjeđuje učestvovanje na sajmovima na ustupljenom dijelu prostora bez plaćanja participacije turističkim organizacijama kojima to kriterijumi dozvoljavaju.

Naziv indikatora: izrada Liste kriterijuma;

Planirana vrijednost indikatora: Lista kriterijuma je pripremljena

Ostvarenje: Lista je pripremljena

5.3. Sastanci, koordinacije sa lokalnim turističkim organizacijama

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Organizacija redovnih sastanaka sa predstavnicima LTO-a;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Tokom 2024. godine, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore nastavila je kontinuiranu i posvećenu saradnju sa lokalnim turističkim organizacijama. U tom periodu realizovano je preko 35 sastanaka, kako individualnih, tako i grupnih, sa ciljem razmjene informacija i usaglašavanja aktivnosti na nacionalnom i lokalnom nivou.

Ovi sastanci omogućili su detaljnu razmjenu planova, izazova i prioriteta u oblasti promocije i razvoja turističke ponude. Poseban fokus bio je na koordinaciji zajedničkih promotivnih aktivnosti, kao i na pravovremenom informisanju lokalnih organizacija o novoj nacionalnoj marketinškoj kampanji, s ciljem postizanja snažnijeg sinergijskog efekta. Takođe, ostvarena je saradnja u okviru projekata od strateškog značaja, poput inicijative *Montenegro Quality*.

Naziv indikatora: Broj sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 20;

Ostvarenje: preko 35;

➤ **Organizacija obilaska i priprema analize stanja u LTO-ima na Sjeveru Crne Gore;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U cilju sveobuhvatnog uvida u stanje i izazove rada lokalnih turističkih organizacija sa sjevera Crne Gore i sagledavanja mogućnosti unapređenja NTO CG organizuje sastanke sa svim lokalnim turističkim organizacijama sa sjevera i priprema godišnji izvještaj. Fokus je na organizacionim kapacitetima, finansijama, turističkim proizvodima, marketingu, saradnji, kao i na problemima i podršci koju Lokalne turističke organizacije očekuju od Nacionalne turističke organizacije (NTO).

Na sastancima je diskutovano o kadrovskim kapacitetima, postojećim i potencijalnim turističkim proizvodima, tržištima, strategijama promocije, kao i o saradnji sa turističkom privredom i relevantnim institucijama.

Naziv indikatora: Priprema analize stanja;

Planirana vrijednost indikatora: Analiza je pripremljena;

Ostvarenje: Pripremljena analiza;

➤ **Učešće u radu skupština LTO-a;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Shodno članu 25. Zakona o turističkim organizacijama, Skupštinu lokalne turističke organizacije čine predstavnici Nacionalne turističke organizacije, predstavnici članova lokalne turističke organizacije i predstavnici nadležnog organa lokalne samouprave, kao obavezni članovi, kao i predstavnici ostalih članova lokalne turističke organizacije koji se dobrovoljno učlane.

U skladu sa navedenim zakonskim okvirom, predstavnik Nacionalne turističke organizacije Crne Gore redovno je učestvovao na svim sjednicama skupštine lokalnih turističkih organizacija koje su sazvane u skladu sa važećim poslovnikom.

Naziv indikatora: Broj sjednica na kojima je NTO CG učestvovala;

Vrijednost indikatora: Sve sjednice za koje je NTO CG dobila poziv u skladu sa poslovníkom LTO-a;

Ostvarenje: 21;

6. Jačanje kapaciteta i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti

6.1. Analize i istraživanja u turizmu

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Analize i istraživanja sa ciljem formiranja kvalitetne osnove za donošenje odluka o aktivnostima na ciljnim emitivnim tržištima;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je tokom 2024. godine je realizovala interne analize za ciljna emitivnim tržištima u cilju donošenja odluka o aktivnostima, a za tržište Njemačke obezbjeđena je *Raizyeanalise*.

Takođe, u okviru projekta Montenegro Quality NTO CG je pružila podršku lokalnim turističkim organizacijama za sprovođenje anketa/analiza o mišljenju stanovništva i profesionalaca o razvoju turizma u opštini. U okviru MQ projekta, u dijelu aktivnosti na unapređenju online prisustva i promocije turističkih subjekata, izrađeno je 100 detaljnih i personalizovanih marketinških analiza, koje su dostavljene relevantnim subjektima. Svaka analiza sadržala je konkretne preporuke, kao i identifikaciju prostora za unapređenje u oblasti digitalnog marketinga. Subjektima koji su iskazali interesovanje, pruženi su individualni savjeti o implementaciji preporuka, prilagođeni njihovim kapacitetima i vrsti poslovanja.

Naziv indikatora: broj istraživanja;

Planirana vrijednost indikatora: min. 5;

Ostvarenje: realizovano je preko 5 analiza;

- **Organizacija prezentacije rezultata „Guest Survey 2023“ o stavovima i potrošnji turista.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u martu 2024. godine predstavila rezultate Istraživanja o stavovima i potrošnji turista u Crnoj Gori – Guest Survey 2023, koje je realizovano u periodu od jula do kraja oktobra 2023. godine. U cilju doprinosa sveukupnom unapređenju destinacije, NTO CG je rezultate istraživanja učinio dostupnim svim relevantnim institucijama za turizam što će pružiti dobru informacionu osnovu za rad i djelovanje u okvirima njihovih nadležnosti, posebno resornom ministarstvu, Centralnoj banci Crne Gore, Privrednoj komori Crne Gore, Upravi za statistiku MONSTAT, LTO-ima, akademskoj zajednici, turističkoj

privredi, kompanijama koje su vezane za turizam kao što su Aerodromi Crne Gore, Air Montenegro, Nacionalnim parkovima Crne Gore, Javnom preduzeću za upravljanje Morskim dobrom, i dr.

Naziv indikatora: Organizacija prezentacije;

Planirana vrijednost indikatora: Prezentacija je organizovana;

Ostvarenje: Organizovana prezentacija;

6.2. Aktiviranje sistema obavješćavanja u turizmu

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je započela uspostavljanje onlajn sistema za vizuelizaciju podataka i istraživanja iz različitih izvora. Pripremljen je sistem ali za njegovo funkcionisanje neophodno je obezbijediti obimnu bazu podataka čiji su izvor relevantne institucije čija je nadležnost direktno i indirektno povezana sa turizmom. Aktivnost su započete ali se NTO CG suočava sa problemom blagovremenog dobijanja pouzdanih podataka. To je razlog što se pristupilo izradi detaljnih procedura koje će pratiti proces. Aktivnost će biti finalizovana u 2025. godini.

Indikator: Stavljanje sistema u funkciju;

Status realizacije: Aktivnost nije realizovana, realizacija odložena za 2025. godinu;

6.3. Unapređenje znanja i vještina

U nastavku informacija o realizovanim aktivnostima u odnosu na plan.

- **Izrada i realizacija plana obuka za 2024. godinu za zaposlene u Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je izradila plan obuka za zaposlene za 2024. godinu koji je imao za cilj unapređenje vještina u sledećim oblastima: Krizni menadžment i upravljanje u turizmu, Praćenje trendova u sektoru turizma, Vještačka inteligencija u upravljanju destinacijom i marketing, Ljudski resursi, Obuka za računovođe u javnom sektoru, Upravljanje projektima, Trening medijskih nastupa, Kursevi stranih jezika, Mentorski rad za pripravnike, Interne obuke, Bezbjedna kritična infrastruktura – Korak ispred sajber prijetnji, Meta Marketing Science Week (analitika, mjerenje rezultata, kvalitetna rješenja za generisanje potencijalnih klijenata kroz Meta tehnologije, implementacija rješenja), Razvoj ljudskih resursa za kreiranje turističkih destinacija za održivi turizam, Učešće projektnog tima na edukativnim događajima i dr.

Naziv indikatora: broj obuka/broj učesnika;

Planirana vrijednost indikatora na kraju: min. 5/min. 20.

Ostvarenje: preko 20/ preko 50.

- **Krizni menadžment i upravljanje u turizmu;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u 2024. godini učestvovala u projektu “Krizni menadžment i upravljanje u turizmu”, koji je organizovala EISMEA (European Innovation Council and SMEs Executive Agency) u cilju boljeg upravljanja u turističkom sektoru čineći ga spremnim da efikasno odgovori na krizne situacije. Nakon niza održanih onlajn sastanaka, kao i završne poslovne radionice na kojoj su crnogorski stejkholderi u saranji sa expertom iz Njemačke kreirali dokument sa konkretnim primjerima i prikazali načine za rješavanje mogućih kriznih situacija izrađen je akcioni plan.

Naziv indikatora: izrađen akcioni plan;

Planirana vrijednost indikatora na kraju: min. 1;

Ostvarenje: Izrađen akcioni plan

- **Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je uspostavila saradnju sa kompanijom DTTT (Digital Tourism Think Tank), globalnom mrežom za destinacije, turistička istraživanja i turističke događaje.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je tokom 2024. godine imala pristup bazi podataka kompanije DTTT na kojoj se nalaze radionice kojima se može pristupiti online. Pristup je bio omogućen svim zaposlenim u NTOCG na aktuelne teme iz oblasti marketinga i turizma. Takođe kroz saradnju je omogućeno prisustvo tematskim radionicama, okruglim stolovima, radionicama i sl.

Predstavnica NTOCG je prisustvovala događaju u organizaciji Digital Tourism Think Thank, u Londonu u sjedištu Skyscanner-a 9. i 10. decembra u sklopu kojeg su organizovani okrugli stolove na teme: *Trendovi za 2025, Hoće li generativna vještačka inteligencija premostiti jaz vještina u analitici podataka? Standardizovani naspram prilagođenih platformi podataka, Da li su indeksi podataka budućnost praćenja turističkog učinka?, Koja je uloga otvorenih podataka u održivom turističkom marketingu?*

Naziv indikatora: broj održanih radionica/broj učesnika;

Planirana vrijednost indikatora na kraju: min. 4/min. 12;

Ostvarenje: preko 5/preko 20.

- **Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u 2024. godini uspostavila saradnju sa kompanijom Group NAO u projektu koji se odnosi na razumijevanje i konkretizovanje potencijala i izazova generativne vještačke inteligencije u upravljanju destinacijom i marketingu – u mnogim različitim funkcijama. Kompanija Group NAO je kreativna i istraživačka agencija, a projektu se kao partner pridružila i ETC (European Travel Commission).**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Zaposlenim u NTOCG tokom 2024. godine bio je omogućen pristup resursnom centru kompanije NAO na kojima je omogućena platforma za online komunikaciju sa svim učesnicima projekta kao i pristup bazi podataka koja je između ostalog sadržala 12. sesija na različite teme na polju vještačke inteligencije, demonstracije različitih alata i platformi, brzu školu, etiku vještačke inteligencije i slično. Program u okviru ovog projekta je osmišljen da bude: praktičan, visoko usmjeren na korisnike s fokusom na visoku funkcionalnost, interaktivan i baziran na međusobnom učenju i dijeljenju. Usmjeren je na omogućavanje destinacijama razvoj strategija vještačke inteligencije.

*Naziv indikatora: broj održanih radionica/broj učesnika;
Planirana vrijednost indikatora na kraju: min. 4/min. 12;
Ostvarenje: 12/ preko 40.*

6.4. Obilježavanje značajnih datuma za turizam

➤ **Realizacija aktivnosti kojim se obilježava Svjetski dan turizma i Svjetski dan turističkih vodiča;**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Povodom Svjetskog dana turizma, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore raspisala je u 2024. godini nagradni konkurs za najbolji članak na temu "Neotkrivene priče Crne Gore – putovanje kroz autentična iskustva. Cilj ovog konkursa je da se kroz članke otkriju skrivena bogatstva Crne Gore – od skrivenih sela u planinama, tradicionalnih manifestacija i kulturno-istorijskog nasljeđa, do susreta s lokalnim stanovništvom i njihovim običajima.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je u saradnji sa lokalnom turističkom organizacijom Pljevalja, organizovala 2. marta 2024. godine izlet povodom Međunarodnog dana turističkih vodiča.

*Naziv indikatora: broj objava u medijima;
Planirana vrijednost indikatora: minimum 5 objava po događaju;
Ostvarenje: preko 5.*

6.5. Informisanje turista

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

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

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

Nacionalna turističke organizacija Crne Gore kontinuirano pruža informacije zainteresovanim subjektima putem veb-portala i kol-centra. Tokom 2024. godine na broj kol centra pristiglo je 236 poziva od koji su se 65 poziva odnosila na pritužbe, a 171 poziva na informacije. Pritužbe su se odnosile na glasnu muziku, nesredjene plaže, zagađenost vode, građevinske radove, kao i na visoke cijene sa primoriju. Kada su u pitanju informacije odnosile su se na davanje kontakt telefona turističkih organizacija, autobuskih stanica, aerodroma, zatim informacije o plažama, informacije o putevima, o prelasku granice, dešavanjima, događajima i manifestacijama u gradovima, o prijavi stranaca.

*Naziv indikatora: broj dostavljenih informacija;
Planirana vrijednost indikatora: minimum 150;
Ostvarenje: 236.*

6.6. Saradnja sa međunarodnim institucijama, organizacijama i u okviru regionalnih inicijativa

➤ Saradnja sa institucijama iz oblasti turizma;

Nacionalna turistička organizacija je nastavila saradnju sa sledećim institucijama, asocijacijama i organizacijama:

- ✓ 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 održanoj 108. Generalnoj skupštini Evropske komisije za putovanja (ETC) u Evropskom kongresnom centru u Luksemburgu 21. novembra godine, direktorica Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, dr Ana Tripković Marković izabrana je za potpredsjednicu ETC-a. Protivkandidat u izboru bio je direktor Nacionalne turističke organizacije Švajcarske. Na Generalnoj skupštini, između ostalog, razmatrane su i važne dnevno-reda, uključujući odobrenje Akcionog programa i godišnjeg budžeta za 2025. godinu, kao i pitanja vezana za članstvo i buduće aktivnosti ETC-a. Takođe razmatrani su odnosi ETC-a sa Evropskom komisijom, te su predstavnici članica diskutovali o ljetnjim rezultatima i budućim prioritetima.



2024.

tačke

U Atini je u periodu od 6. do 9. februara 2024, godine održan godišnji sastanak Evropske komisije za putovanja. Na godišnjem sastanku održani su sastanci i radionice u okviru radnih grupa Marketing Inteligente, Marketing group i Capther Earth, kao i zajednički sastanci.

- ✓ ICCA (International Congress and Convention Association) - Članstvo NTOCG u Medjunarodnom udruženju kongresa i konvencija ICCA organizaciji koja je globalni lider u ovoj oblasti, omogućava bolju promociju Crne Gore na medjunarodnom MICE tržištu i pruža pristup najnovijim podacima iz ove oblasti turizma, kao i pristup bazi podataka međunarodnih konferencija i kongresa, te učešće u edukativnim programima, a sve u cilju razvoja poslovnog turizma.
- ✓ Kongresni biro na tržištu Evrope – saradnja u cilju realizacije zajedničkih projekata, razmjene iskustava i informacija na MICE tržištu.
- ✓ Jadransko-jonska inicijativa (JJI) – U cilju pružanja podrške koheziji, konkurentnosti i inovativnosti šireg regiona, uspostavljene su mreže institucionalne saradnje između osam država članica jadransko-jonske regije, od kojih sedam ima izlaz na Jadransko ili Jonsko more: Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora,

Grčka, Hrvatska, Italija, Slovenija i Srbija (po principu sukcesije članstva). Crna Gora je na ministarskoj konferenciji Jadransko-jonske inicijative, održanoj u Sarajevu, 31. maja – 1. juna 2007. godine, primljena u punopravno članstvo. Ministarstvo nadležno za turizam i NTO CG učestvuju u radnim tijelima i grupama JJI.

- ✓ Inicijativa 17 + 1 – Crna Gora je aktivna članica ovog velikog projekta koji sprovodi NR Kina. Inicijativa 17+1 jedan je od uspješnijih programa saradnje zemalja centralne i jugoistočne Evrope i njihovog povezivanja s Kinom. Ministarstvo nadležno za turizam i NTO CG učestvuju u okviru segmenta Inicijative koji se odnosi na oblast turizma.
- ✓ Ostale institucije i međunarodna udruženja iz oblasti turizma – SITE (Society of Incentive and Travel Executives), JICA (Japan International Cooperation Agency) i dr.

➤ **Dodatno realizovane aktivnosti u odnosu na plan:**

- ✓ Predstavica Nacionalne turističke organizacije Crne Gore učestvovala je u radu 107. sjednice Generalne skupštine Evropske komisije za putovanja (European Travel Commision - ETC), koja je održana od 22. do 23. maja 2024. godine u Kaunasu (Litvanija). Događaju su prisutvovali lideri turizma iz 27 zemalja Evrope, a u okviru njega razmatrane su teme u vezi otpornosti i razvoja okvira za upravljanje krizama u turizmu. Na sjednici je jednoglasno prihvaćena kandidatura Crne Gore za domaćina Generalne skupštine i Odbora direktora Evropske komisije za putovanja na proljeće 2026. godine, a koja će okupiti direktore nacionalnih turističkih organizacija i druge visoke zvaničnike iz 35 zemalja Evrope, kao i predstavnike pridruženih članica.
- ✓ Predstavnik NTO CG 12. i 13. septembra 2024. godine prisustvovao je 19-oj radionici i seminaru u organizaciji Evropske komisije za putovanja ETC-a, Modul Univerziteta i Saveza gradskih destinacija/City Destinations Alliance (19th TourMIS User's Workshop & International Seminar on "Sustainable Tourism Indicators: Data Driven Strategies For Destinations). Na radionici za korisnike programa TourMIS predstavljen je unos i upravljanje podacima za evropske destinacije koje isporučuju podatke ETC-u (TourMIS Users' Workshop), dok je drugog dana održan međunarodni seminar na temu Pokazatelji održivog turizma: Strategije vođene podacima za destinacije (Sustainable Tourism Indicators: Data-Driven Strategies for Destinations). Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je punopravni član Evropske komisije za putovanja.
- ✓ Nacionalna turistička organizacija Crne Gore podržala je organizaciju Evropskog foruma za smanjenje rizika od katastrofa (EFDRR), koji se održao od 6. do 8. novembra 2024. godine u Crnoj Gori. Za učesnike ovog događaja organizovan je jednodnevni izlet u NP Lovćen kao i posjeta Mauzoleju.
- ✓ Direktorica NTO CG imala je izlaganje na sesiji posvećenoj održivom razvoju turizma u okviru 2. Međuparlamentarnog foruma Jugoistočne Evrope delegacija pri OEBS Parlamentarnoj skupštini, pod nazivom "Regionalna saradnja za uspješan turistički sektor" koji se održao 19. septembra 2024. godine. Forum, održan u Skupštini Crne Gore, okupio je učesnike iz zemalja Jugoistočne Evrope, predstavnike parlamenta, turizma i ekonomije kako bi razgovarali o značaju regionalne saradnje za unapređenje turizma i ekonomskog rasta u regionu. Međuparlamentarni forum Jugoistočne Evrope bio je prilika za

otvoreni dijalog i razmjenu najboljih praksi u turizmu, sa posebnim osvrtom na pitanja održivosti, inovacija i otpornosti sektora.

- ✓ Predstavnic NTO CG je 4. i 5. septembra 2024. godine prisustvovala događaju AI opener for destinations Botcamp koji se održao u Kopenhagenu na temu vještačke inteligencije kako bi se destinacijama pružala podrška da razvijaju AI strategiju, dalje istražuju i iskoriste na pravi način potencijal AI. Događaju je prisustvovalo blizu 50 profesionalaca iz oblasti turizma iz više od 20 destinacija.

6.7. Saradnja s domaćim partnerima

U 2024. godini nastavljena je saradnja i međusobna podrška NTO CG i Ministarstva turizma u praćenju realizacije strateških dokumenata iz oblasti turizma, sagledavanju postojećeg pravnog okvira i potrebnog unapređenja, kao i na realizaciji projekata i aktivnosti iz oblasti turizma kao što je projekat Montenegro Quality.

NTO CG ima intenzivnu saradnju sa lokalnim turističkim organizacijama, kako u oblasti planiranja zajedničkih nastupa na inostranim tržištima, prije svega na tržištima zemalja regiona, tako i u organizaciji studijskih grupa novinara i turoperatora i na realizaciji pojedinačnih promotivnih kampanja.

Kontinuirana je i dobra saradnja NTO CG sa Privrednom komorom Crne Gore, a saradnja se ostavlja i sa drugim udruženjima i asocijacijama kao što su Crnogorsko turističko udruženje, Asocijacija turističkih vodiča, Udruženje ugostitelja, Udruženje turističkih agencija, ali i s pojedinačnim turističkim kompanijama, s kojima realizuje značajan broj promotivnih aktivnosti.

Kontinuirana saradnja ostvarena je i s diplomatsko-konzularnim predstavništvima Crne Gore, lokalnim samoupravama, NVO sektorom, medijima, marketinškim agencijama, sa inostranim predstavništvima, crnogorskom dijasporom i organizacijama u Crnoj Gori.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan:

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

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

NTO CG je ima kontinuiranu saradnju sa predstavnicima lokalnih turističkih organizacija. Pored aktivnosti koje su obrazložene u dijelu *Koordinacija marketinga destinacije*, NTO CG i LTO-i sarađuju kroz implementaciju sporazuma o saradnji na realizaciji posebnih inicijativa, aktivnosti i projekata.

Program saradnje NTO CG sa partnerima iz turističke privrede nastavljen je i u 2024. godini. U skladu s Pravilima NTO CG, postoji nekoliko nivoa saradnje kroz partnerstva u realizaciji aktivnosti, a to su: strateški partner, marketinški partner, partner sezone i partner projekta. U 2023. godini nastavljeno je strateško partnerstvo sa nacionalnim avioprevoznikom kompanijom „Air Montenegro“ i hotelskom grupacijom Budvanska rivijera kao i marketinško partnerstvo sa kompanijom One Crna Gora.

U cilju dalje promocije i pozicioniranja Crne Gore kao atraktivne destinacije za razvoj filmskog turizma u 2024. godini nastavljena je bliska saradnja sa Filmskim centrom Crne Gore sa kojim NTO ima potpisan Sporazum o saradnji.

Naziv indikatora: broj zaključenih sporazuma/ugovora;

Planirana vrijednost indikatora: min. 3;

Ostvarenje: 9;

7. Suzbijanje sive ekonomije

Siva ekonomija je kompleksan problem i u turizmu i ugostiteljstvu je prisutna u svim segmentima. Pored ostalog, rad bez posjedovanja odobrenja za rad nadležnog organa, zatim u dijelu neprijavljivanja pravog broja gostiju od strane registrovanih subjekata, u oblasti zapošljavanja, organizovanja izleta i dr.

U nastavku informacija o realizovanoj aktivnosti u odnosu na plan.

- **Intenzivna saradnja NTO CG sa predstavnicima institucija čiji je djelokrug nadležnosti vezan za oblast sive ekonomije (prijava gostiju, evidencija turističkog prometa, nadzor i dr) u dijelu razmjene informacija i podataka, u pravcu efikasnijeg djelovanja. U prvom redu to su MUP, Ministarstvo turizma, ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera, MONSTAT, lokalne turističke organizacije i inspekcijski organi.**

Status realizacije: **Aktivnost je realizovana.**

U cilju unapređenja prijave i evidencije turista, predstavnici NTO CG su tokom 2024. godine održali sastanke sa predstavnicima MUP-a na temu unapređenja sistema RB 90. Takođe, NTO CG je i u 2024. godini nastavila sa donacijom softverskog rješanja/aplikacije za prijavu gostiju u privatnom smještaju LTO-ima iz svih nerazvijenih ili manje razvijenih opština.

Naziv indikatora: broj održanih sastanaka;

Planirana vrijednost indikatora: min. 2;

Ostvarenje: preko 3;

8. Zaključak

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je tokom 2024. godine uspješno realizovala program rada, s ciljem pozicioniranja Crne Gore kao autentične, sigurne i cjelogodišnje turističke destinacije. Fokus je bio na unapređenju kvaliteta turističke ponude i snažnijem prisustvu na ključnim emitivnim tržištima.

Kampanja „Uncover Your Wild Side“ predstavljala je centralni element digitalne promocije, sa izuzetnim rezultatima: ostvareno je preko 380 miliona impresija, dok je zvanični sajt destinacije zabilježio više od 2,3 miliona posjeta. U okviru ove kampanje, realizovan je i promotivni spot, koji je korišćen za predstavljanje Crne Gore na međunarodnoj sceni i kao dio digitalnog marketinga. Aktivnost je uspješno sprovedena, a spot je proizveden u skladu s najvišim standardima.

Promotivne aktivnosti su sprovedene na tržištima zemalja Regiona, Njemačke, Švajcarske, Austrije, Velike Britanije, Francuske, Poljske, baltičkih zemalja, Mađarske, Belgije, Holandije, Norveške, Češke republike, Italije, Španije, Kazahstana, Azerbejdžana, SAD-a, Kine, Japana i Australije. Posebno je značajno učešće na više od 20 sajmovi i poslovnih događaja, kao i saradnja s medijima, influencerima i turoperatorima, što je dodatno doprinijelo vidljivosti destinacije.

Program podsticajnih mjera dao je direktan doprinos razvoju kongresnog (MICE) turizma, dok je uvođenje marke kvaliteta „Montenegro Quality“ postavilo temelje za sistemsko unapređenje turističkih usluga.

Aktivnosti su bile usmjerene na konkretne potrebe tržišta i savremene trendove kao što su edukacije na temu korišćenja AI tehnologija u promociji i analitici.

Kroz sveobuhvatan i odgovoran pristup, NTO CG je potvrdila svoju ulogu ključnog aktera u razvoju i promociji turizma Crne Gore.



Nacionalna turistička organizacija Crne Gore
Ulica Slobode broj 2
81000 Podgorica, Crna Gora
Tel.: +382 77 100 001
E-mail: info@montenegro.travel
www.montenegro.travel

Broj: 0110515-907

Podgorica, 26.05.2025.

Na osnovu člana 25 alineja 3 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore (Sl. list Crne Gore br. 26/10 od 07.05.2010. godine) na predlog direktorice, Izvršni odbor NTO CG na XXII elektronskoj sjednici sjednici 4. saziva održanoj dana 26.05.2025. godine donio je

ODLUKU

o usvajanju Izvještaja o izvršenju Programa rada NTO CG za 2024. godinu

Usvaja se Izvještaj o izvršenju Programa rada Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za 2024.godinu.

Izvještaj o izvršenju Programa rada NTO CG za 2024. godinu čini sastavni dio ove Odluke.

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

Obrazloženje

U vezi sa Izvještajem o izvršenju Programa rada za 2024.godinu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, konstatuje se:

Aktivnosti Nacionalne turističke organizacije Crne Gore su zasnovane na Programu rada i Finansijskom planu, strateškim smjernicama za oblast turizma i setu zakona i podzakonskih akata koji se odnose na djelokrug rada NTO CG.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je svoje aktivnosti realizovala u skladu sa utvrđenim Programom rada za 2024. koji je definisan uzimajući u obzir aktuelno stanje u turizmu, sugestije i predloge LTO i turističke privrede i raspoloživi budžet.

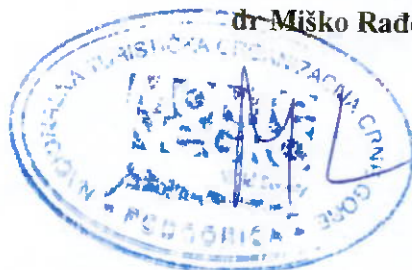
Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je utrošila sredstva u skladu sa Finansijskim planom za 2024. godinu.

U skladu sa članom 25 alineja 3 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i djelokrugom rada i ovlašćenja Izvršnog odbora NTO CG, a u vezi sa obavezom donošenja i usvajanja Izvještaja o izvršenju Programa rada za 2024. godinu, donijeta je odluka kao u dispozitivu.

Izvršni odbor NTO CG

Predsjednik

dr Miško Radenović





Nacionalna turistička organizacija Crne Gore

Ulica slobode broj 2

81000 Podgorica, Crna Gora

Tel.: +382 77 100 001

E-mail: info@montenegro.travel

www.montenegro.travel

Broj: 0110513-1207

Podgorica 11.07.2025.

Na osnovu člana 30 i 31 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore (Sl. list Crne Gore br. 26/10 od 07.05.2010. godine) Nadzorni odbor NTO CG na III sjednici 4. saziva održanoj 11.07. 2025.godine donosi

ODLUKU

o usvajanju Izvještaja o izvršenju Programa rada NTO CG za 2024. godinu

Usvaja se Izvještaj o izvršenju Programa rada Nacionalne turističke organizacije Crne Gore za 2024.godinu.

Izvještaj o izvršenju Programa rada NTO CG za 2024. godinu čini sastavni dio ove Odluke.

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

Obrazloženje

U vezi sa Izvještajem o izvršenju Programa rada za 2024.godinu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, konstatuje se:

Aktivnosti Nacionalne turističke organizacije Crne Gore su zasnovane na Programu rada i Finansijskom planu, strateškim smjernicama za oblast turizma i setu zakona i podzakonskih akata koji se odnose na djelokrug rada NTO CG.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je svoje aktivnosti realizovala u skladu sa utvrđenim Programom rada za 2024. koji je definisan uzimajući u obzir aktuelno stanje u turizmu, sugestije i predloge LTO i turističke privrede i raspoloživi budžet.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore je utrošila sredstva u skladu sa Finansijskim planom za 2024. godinu.

U skladu sa djelokrugom rada i ovlašćenjima Nadzornog odbora NTO CG, a u vezi sa obavezom donošenja i usvajanja Izvještaja o izvršenju Programa rada za 2024. godinu, donijeta je odluka kao u dispozitivu.

Predsjednik NO

Jovan Ristić