



Crna Gora
Ministarstvo održivog razvoja i turizma

2 0 1 4

An aerial photograph showing the Montenegrin coastline. The sea is a deep blue, and the land is a mix of green fields, small towns, and a sandy beach. In the background, there are mountains and a large body of water, likely Lake Skadar.

KVALITATIVNI I KVANTITATIVNI EFEKTI TURISTIČKE SEZONE ZA PRVIH OSAM MJESECI 2014

Statistički podaci



- **PRIHODI OD TURIZMA**

za prvih osam mjeseci ove godine iznose **643 mil. €** - rast **2,2%** u odnosu na prošlogodišnji period

- **POSJETA TURISTA**

1.199,741 turista – rast **1,14%**

- **OSTVARENA NOĆENJA**

7.900,051 noćenja – rast **1,23%**

- **INOSTRANI PROMET**

70% učešća u ukupno ostvarenom turističkom prometu/noćenjima stranih turista imaju Rusija, Srbija, Bosna i Hercegovina, Ukrajina, Kosovo, Bjelorusija i Francuska
Vanevropske zemlje (Japan **+117,54%**, SAD **+18,67%** i Kanada **+14,89%**)
Evropske zemlje **+1,9%** noćenja

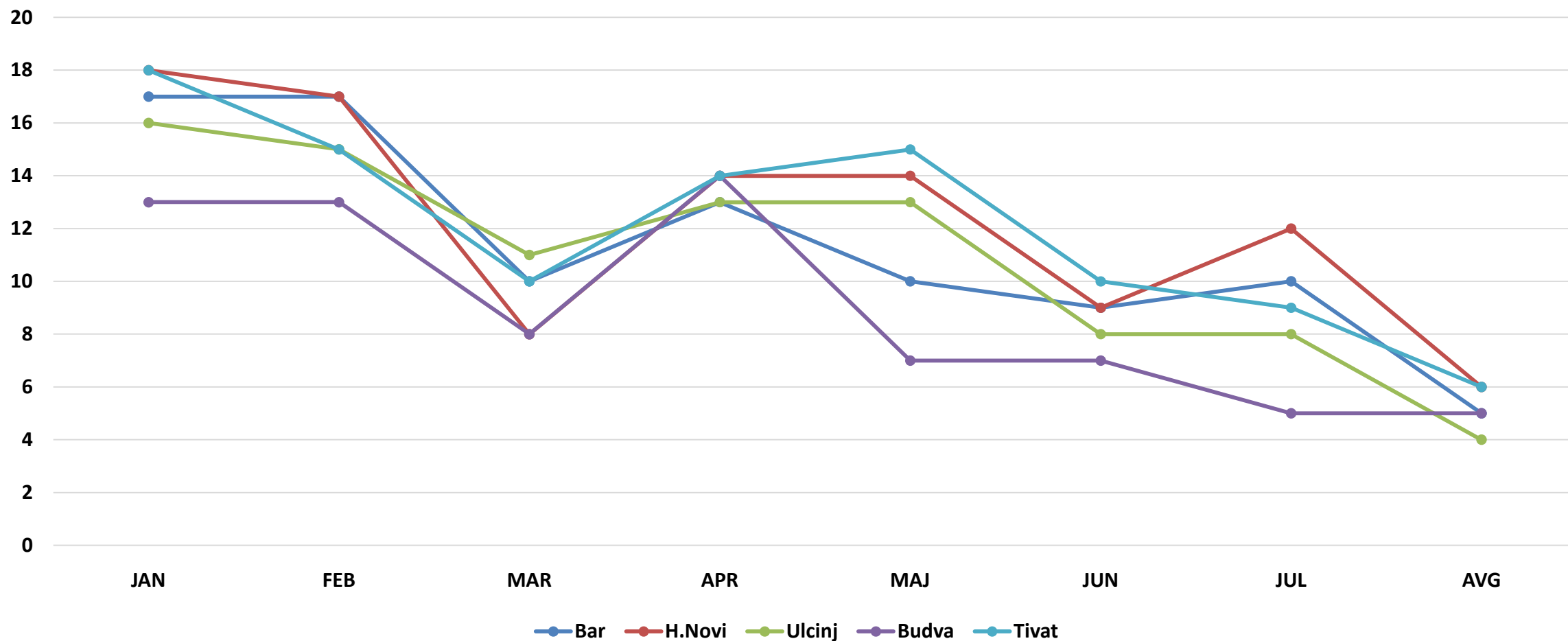
Statistika – kvartalno 2014.



period	turisti	noćenja	index - turisti	index - noćenja
januar – mart	54728	206301	+2.2%	+8,23%
april – jun	288178	1530217	+1.5%	-2%
jul – avgust	856835	6163533	+0.9%	+1,8%

Nepovoljne vremenske prilike u Crnoj Gori i elementarne nepogode u Regionu uzrokovale su slabiju posjetu ekskurzija i turista u predsezoni (april – jun)

Kišni dani u primorskim opštinama

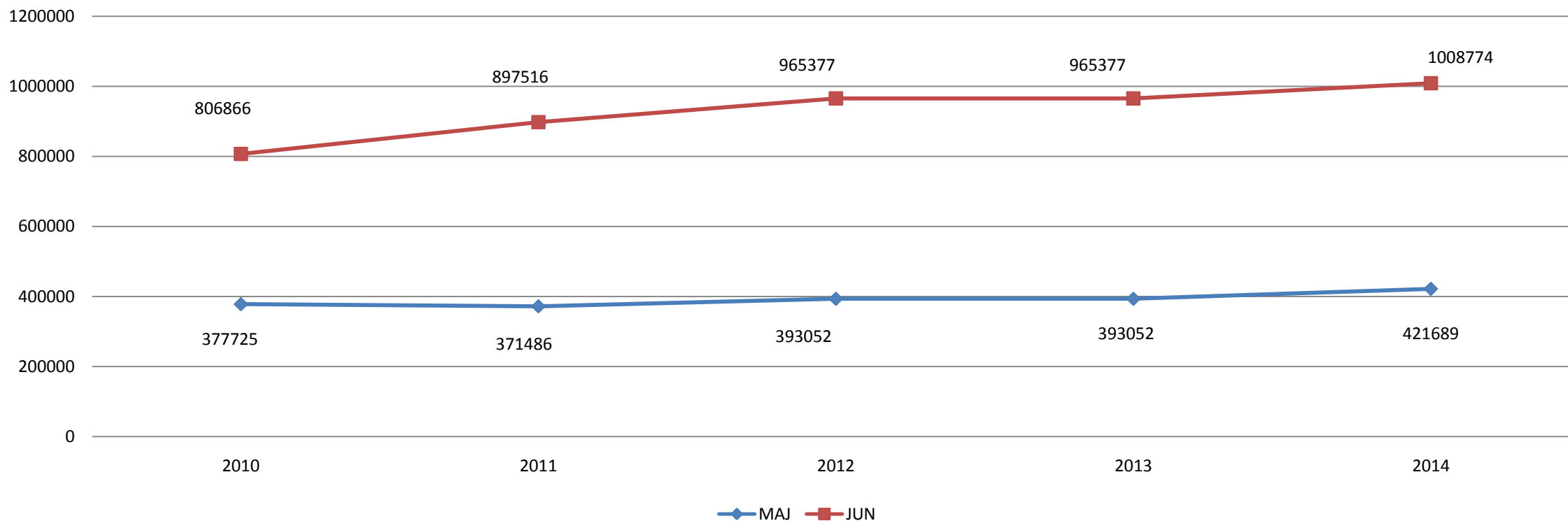


U periodu april – avgust bilo je preko 60 kišnih dana, od toga 40 u periodu predsezone april – jun

Noćenja - predsezona (2010 – 2014)



Noćenja maj/jun poslednjih 5 godina



I pored ovogodišnje slabije posjećenosti, za prethodnih pet godina bilježimo trend rasta noćenja u predsezoni

Promet po opštinama (noćenja)

- Budva +5,2%
- Tivat +11%
- Ostale primorske opštine -0,5% do -5%
- Cetinje +12,3%
- Podgorica +6,5%
- Nikšić +5,4%

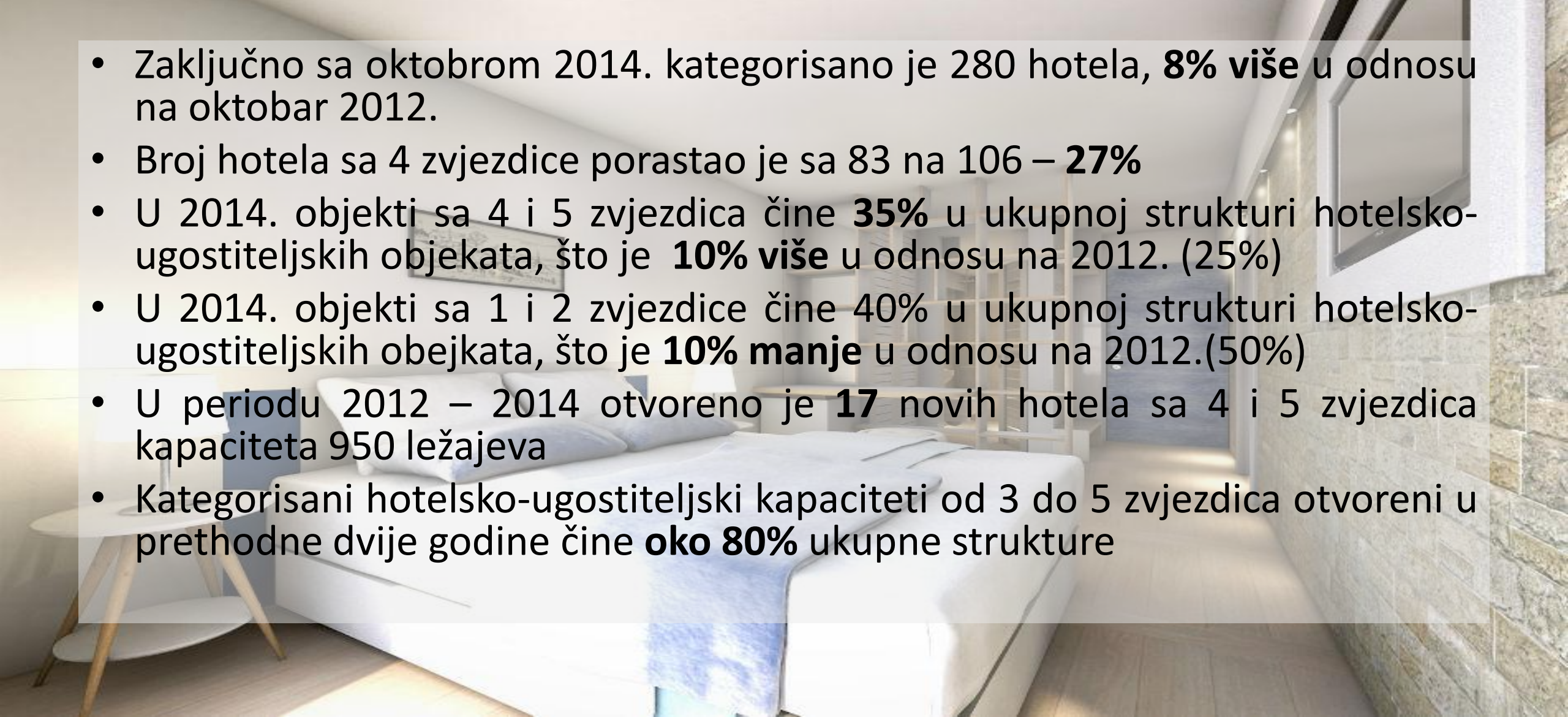
Rast u Budvi, Tivtu, Nikšiću i Cetinju je rezultat brojnih manifestacija, a u Podgorici povećanja broja poslovnih ljudi

- U cilju produženja sezone, Ministarstvo odživog razvoja i turizma je raspisalo Javni poziv za organizovanje tematskih skupova i kulturnih, zabavnih, gastronomskih, sportskih i drugih manifestacija u periodu oktobar–decembar 2014. g. u iznosu od 150.000€

Progres u strukturi smještajnih kapaciteta



- Zaključno sa oktobrom 2014. kategorisano je 280 hotela, **8% više** u odnosu na oktobar 2012.
- Broj hotela sa 4 zvjezdice porastao je sa 83 na 106 – **27%**
- U 2014. objekti sa 4 i 5 zvjezdica čine **35%** u ukupnoj strukturi hotelsko-ugostiteljskih objekata, što je **10% više** u odnosu na 2012. (25%)
- U 2014. objekti sa 1 i 2 zvjezdice čine 40% u ukupnoj strukturi hotelsko-ugostiteljskih objekata, što je **10% manje** u odnosu na 2012.(50%)
- U periodu 2012 – 2014 otvoreno je **17** novih hotela sa 4 i 5 zvjezdica kapaciteta 950 ležajeva
- Kategorisani hotelsko-ugostiteljski kapaciteti od 3 do 5 zvjezdica otvoreni u prethodne dvije godine čine **oko 80%** ukupne strukture



Kruzing turizam



2012.

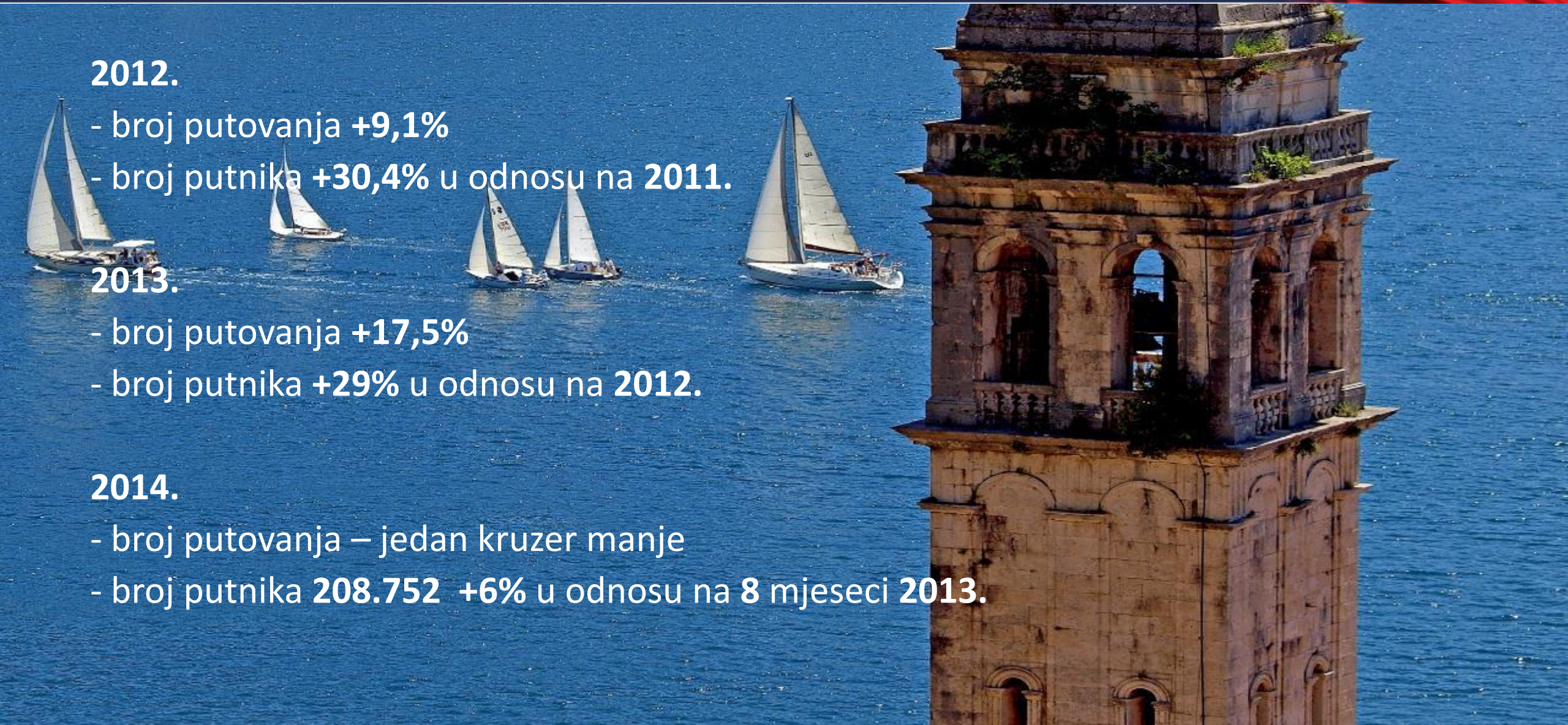
- broj putovanja **+9,1%**
- broj putnika **+30,4%** u odnosu na **2011.**

2013.

- broj putovanja **+17,5%**
- broj putnika **+29%** u odnosu na **2012.**

2014.

- broj putovanja – jedan kruzer manje
- broj putnika **208.752 +6%** u odnosu na **8 mjeseci 2013.**



Yachting turizam



Luka Kotor

- Jahte + 8%
- 2013 – 1.230
- 2014 – 1.332
-

Putnici +18%

5.274

6.252

Porto Montenegro

- Jahte + 9%
- 2013 -1.578
- 2014 – 1.716

Putnici

2.731

Kupališta



Ukupno 299 kupališta sa 477 spasilaca

- 32 hotelska
- 259 javnih
- 8 specijalnih
- 16 plaža sa Plavom zastavicom
- 13 plaža u pilot fazi programa Plave zastavice

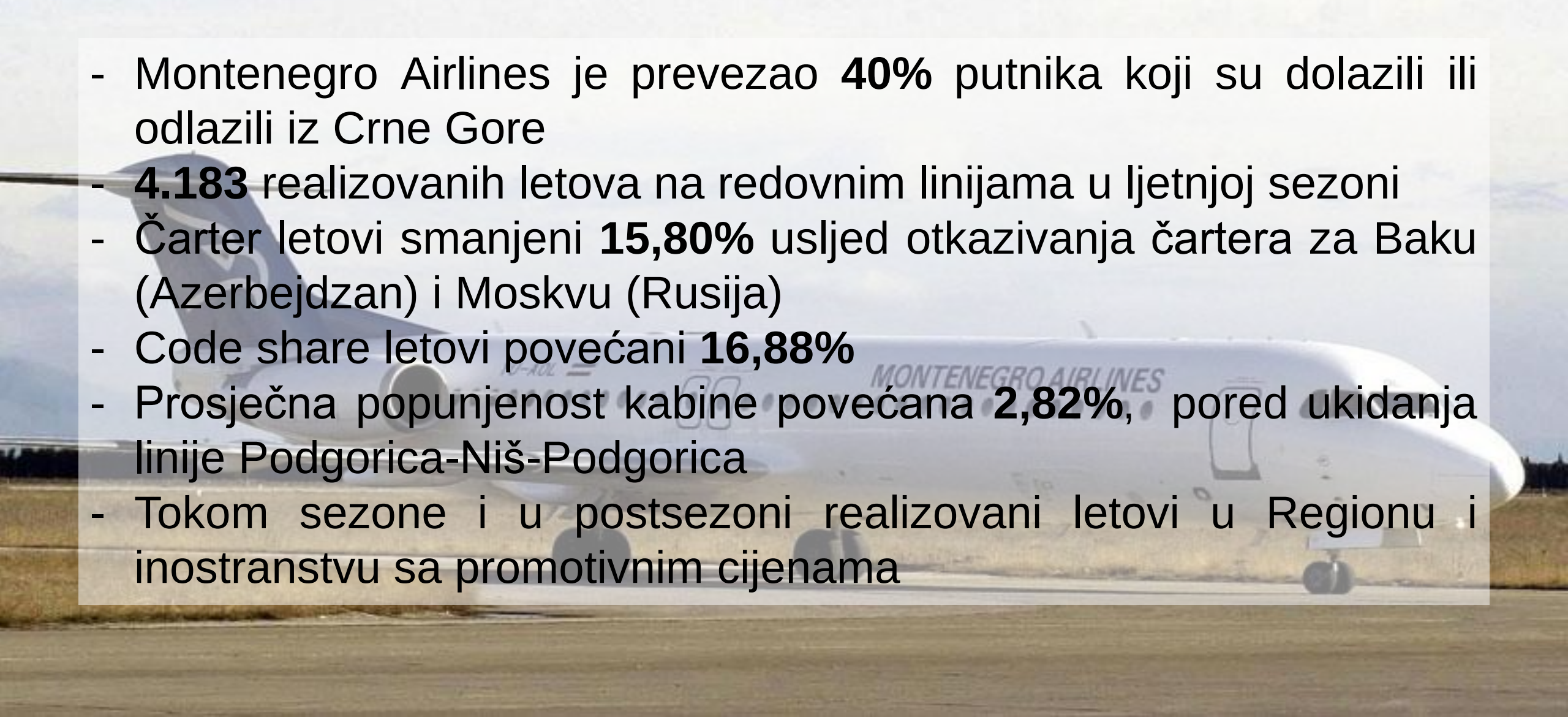
Kvalitet morske vode odličnog i zadovoljavajućeg kvaliteta na većini kupališta



Montenegro airlines



- Montenegro Airlines je prevezao **40%** putnika koji su dolazili ili odlazili iz Crne Gore
- **4.183** realizovanih letova na redovnim linijama u ljetnjoj sezoni
- Čarter letovi smanjeni **15,80%** usljed otkazivanja čartera za Baku (Azerbejdzan) i Moskvu (Rusija)
- Code share letovi povećani **16,88%**
- Prosječna popunjenost kabine povećana **2,82%**, pored ukidanja linije Podgorica-Niš-Podgorica
- Tokom sezone i u postsezoni realizovani letovi u Regionu i inostranstvu sa promotivnim cijenama



Aerodromi

- broj putnika **919.746 +3,5%**
- broj aviona **5.263 -5%**
- **46** avio kompanija iz **20** zemalja saobraćalo je prema Crnoj Gori
- Najveći broj putnika došao je iz Rusije **35%** i Srbije **28%**

Ministarstvo i Nacionalna turistička organizacija podržale avio linije 2 niskobudžetna avio prevozioca Ryan air i Norwegian i čarter konekciju Air Berlina

Ryan air realizovao 90 rotacija i prevezao 28.164 putnika

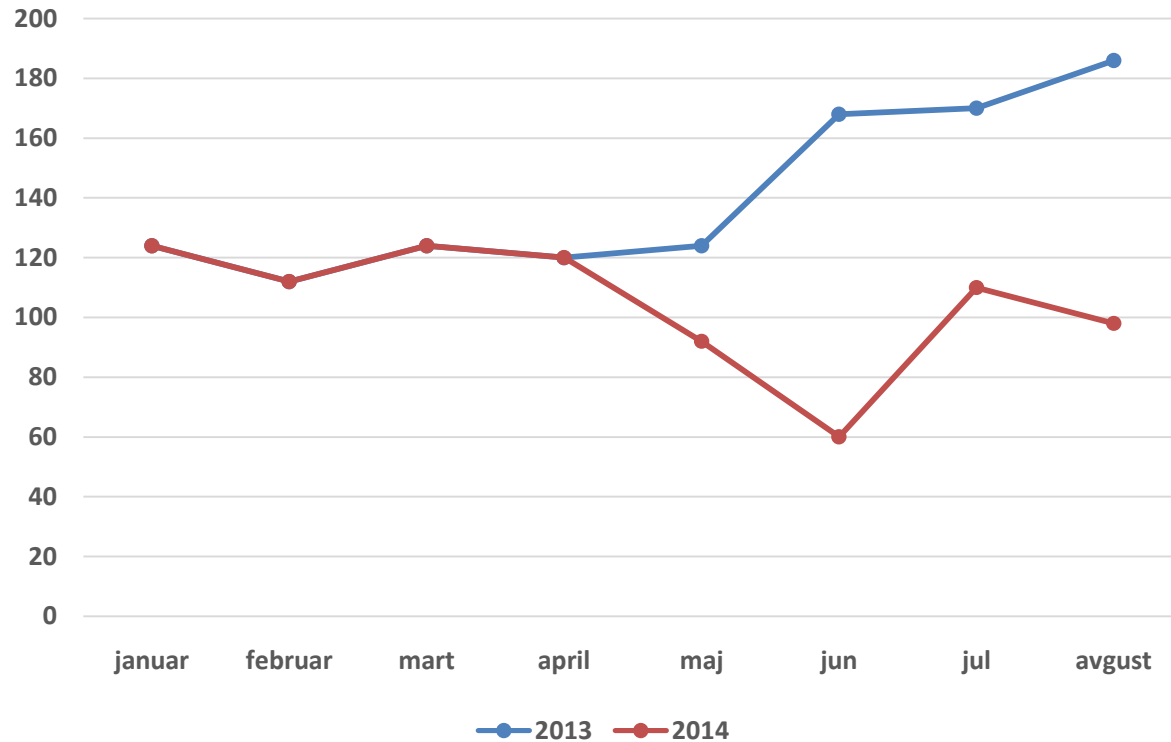
Air Berlin realizovao 16 rotacija i prevezao 3.558 putnika

Norwegian realizovao 8 rotacija i prevezao 2.303 putnika

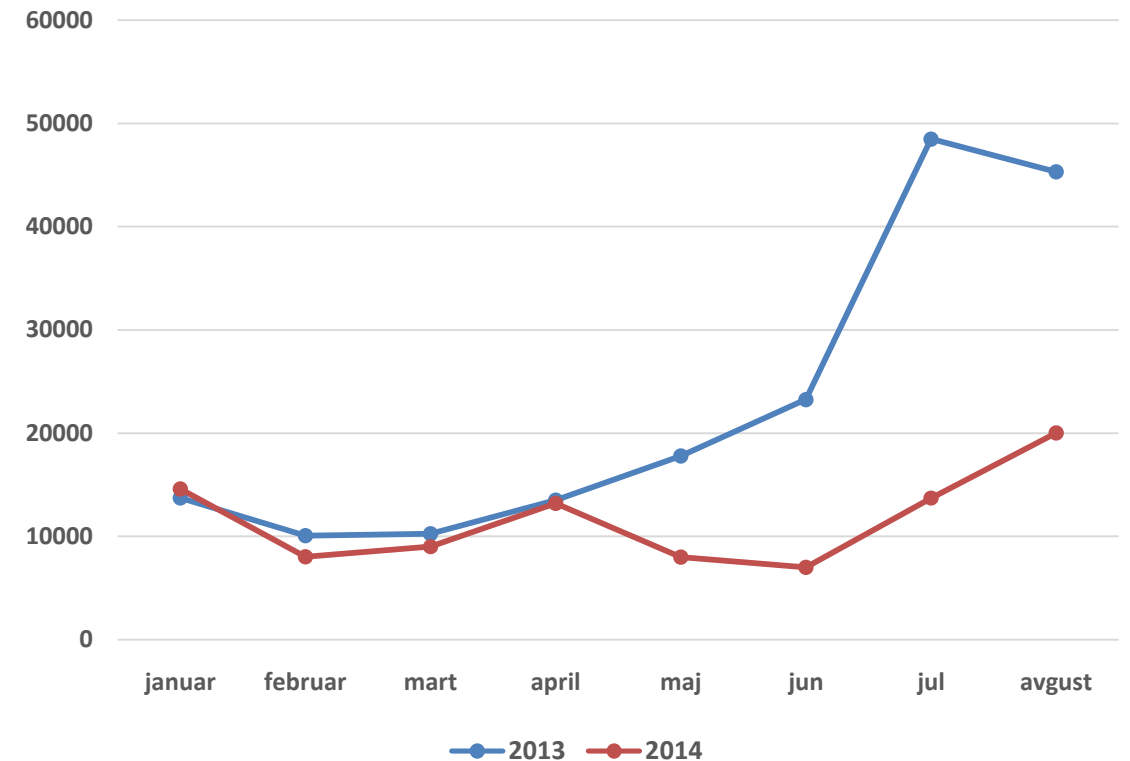
Željeznički saobraćaj



Broj vozova



Broj putnika



- Zabilježeni manji broj putnika i vozova u periodu maj – avgust uslovljen je poplavama koje su zadesile Srbiju
- Zbog poplava je dolazilo i do prekida željezničkog saobraćaja što je takodje uticalo na smanjen broj vozova i putnika

Nacionalni parkovi



Broj posjetilaca 210.438 +16%

Prodate ulaznice

NP Durmitor +9%

NP Biogradska gora +16%

NP Lovćen +3000%

NP Skadarsko jezero -15%

NP Prokletije – nije vršena naplata

Uprava policije (sektor granične policije) aktivnosti jun –septembar

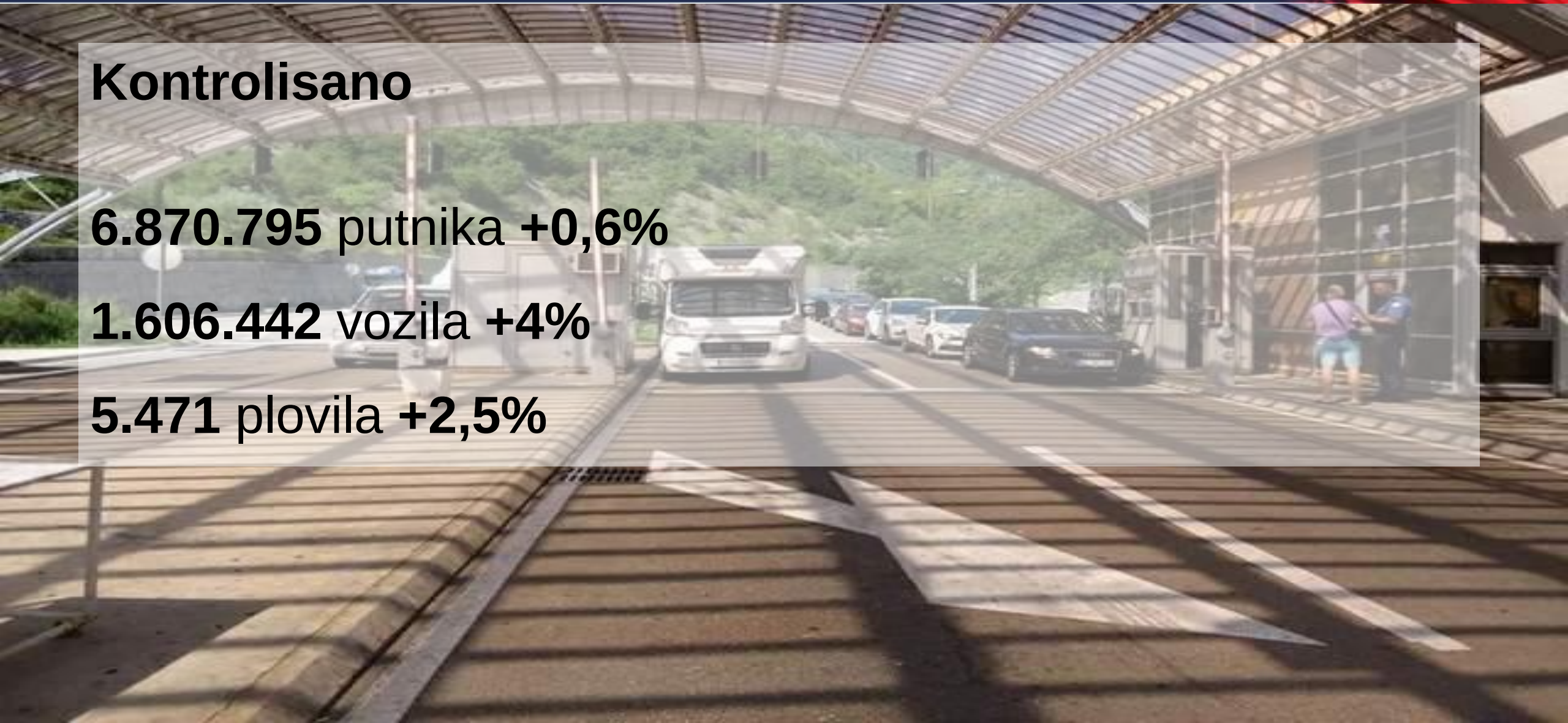


Kontrolisano

6.870.795 putnika +0,6%

1.606.442 vozila +4%

5.471 plovila +2,5%



**Kampanja Neka bude čisto (Zavod za
zapošljavanje, Ministarstvo održivog razvoja i
turizma, JP Morsko dobro, opštine)**



Održavanje magistralnih i regionalnih puteva u dužini od 1300km

Angažovano 100 lica sa evidencije Zavoda za zapošljavanje

U planu realizacija kampanje tokom cijele godine



CNN Kampanja “Crna Gora – Investiciona destinacija”

Tržišta EU i Bliskog Istoka

Spot kampanje od **30** i **10** sek. emitovan **218** puta

7,8 miliona ljudi vidjelo spot

Planira se nastavak kampanje sa budžetom od **80.000** eura

Kampanja “Kao na filmu – Crna Gora”

Tržišta Regiona, Albanije, Rusije



Promotivne aktivnosti Ministarstva i NTO



Roadshow

Beograd, Novi Sad, Kragujevac, Niš, Priština, Banja Luka

Medjunarodni sajmovi i berze turizma

Ministarstvo i NTO predstavili ponudu na **11 medjunarodnih sajmova**

Beč, Beograd, Berlin, Moskva, Baku, Sankt Peterburg, Budva, Lukavac
BIH, Ljubljana, Frankfurt, Pariz

Studijske posjete agencija, tour operateara i novinara

18 studijskih grupa posjetilo Crnu Goru

Iz:

Azerbejdžana, Austrije, Turske, Francuske, Kine, Velike Britanije, Rusije, Njemačke, SAD, Srbije, Makedonije, Bosne i Hercegovine, Ukrajine, Italije

Zvanični portal www.montenegro.travel

Posjetilaca **439.845**

Pogledano **1.633.968** strana

Rast posjeta **25%**

E – marketing:

Facebook stranica Wild Beauty NTOCG – preko **53** miliona pregleda

Youtube kanal – promotivni spot pregledalo preko **323.000** posjetilaca

Google – preko **10,5** miliona prikaza vidjeli turisti Regiona, EU, Azerbejdžana i Rusije

Call centar NTO

Primljeno **6.825** poziva, od čega **5.513** za informacije i **1.245** za pritužbe

Kampanja u Regionu Srbija, Slovenija, BiH, Makedonija



Srbija

- 6 TV stanica (TV Pink, Prva TV, RTS1, RTS2, TV B92 i Studio B) emitovalo promotivni spot kampanje koji je vidjelo preko **4,5 mil.** građana Srbije - **66,53%** populacije
- 4 najtiražnije i najuticajnije dnevne i sedmične novine (Večernje Novosti, Blic, Hello i Glorija) objavili **11** promotivnih članaka u ukupnom tiražu preko **1 mil.** primjeraka., koje je pročitao preko **4,5 mil.** ljudi
- 22 lokacije u Beogradu su „pokrivene“ bilbordima kampanje

Slovenija

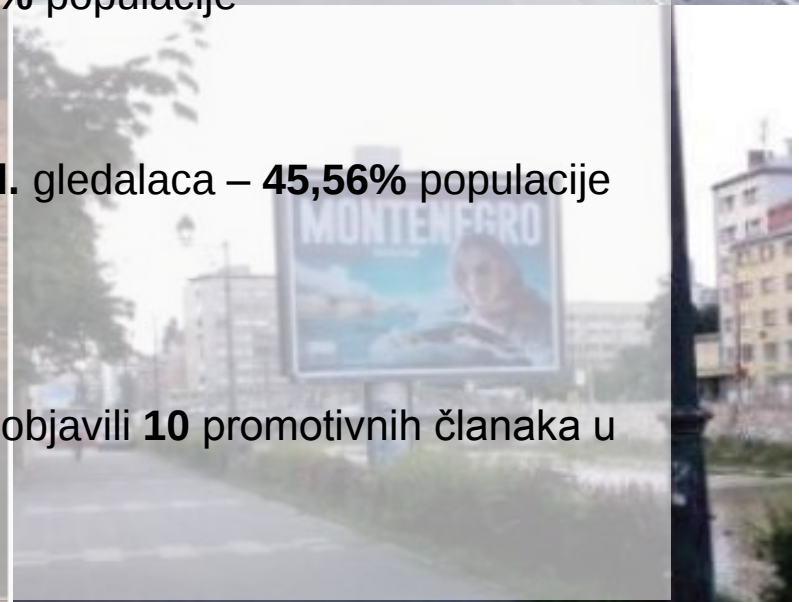
- POP TV je emitovala spot kampanje koji je vidjelo preko pola miliona ljudi – **28,40%** populacije

Bosna i Hercegovina

- 2 TV stanice (Federalna TV i Hayat TV) emitovalo spot koji je vidjelo preko **1,5 mil.** gledalaca – **45,56%** populacije
- 13 lokacija u centru Sarajeva sa bilbordima kampanje

Makedonija

- 5 dnevnih i sedmičnih novina (Dnevnik, Vest, Utrinski Vesnik, Tea moderna i GTA) objavili **10** promotivnih članaka u ukupnom tiražu do **87.000** primjeraka koje je pročitao blizu **300.000** ljudi



Dogadjaji u Crnoj Gori



Festival Exit- Sea Dance

30.000 ljudi posjetilo festival

11% povećana posjeta

7 mil. Eura ostvaren prihod

Prestižni turistički vodič Lonely Planet proglasio festival za drugi najbolji u svijetu u 2014.

After beach parties

19 plaža

Preko 500 žurki

Preko 120.000 posjetilaca



Afirmativno u sezoni 2014.



- 1. Trend rasta prihoda i prometa
- 2. Crna Gora i dalje na prvom mjestu po očekivanom godišnjem rastu u 2014. i prema dugoročnoj prognozi rasta u periodu od 2014. do 2024. (WTTC)
- 3. Značajno povećanje broja noćenja sa vanevropskih tržišta (Japan, SAD, Kanada)
- 4. Otvoren hotel Regent sa 5 zvjezdica i 4 nova hotela sa 4 zvjezdice u primorskom i kontinentalnom dijelu Crne Gore. Renoviran hotel Pine u Tivtu i Castellastva u Petrovcu
- 5. Festival Exit – Sea Dance povećao posjetu 11%. Tokom festival ostvaren prihod 7 mil. eura
- 6. Poboljšana avio dostupnost Crne Gore saobraćanjem niskobudžetnih avio kompanija Ryan Air, Air Berlin i Norwegian i akcijskim cijenama avio karata “Montenegro airlines-a”
- 7. Tokom sezone u turizmu i ugostiteljstvu radilo 6.415 radnika iz Crne Gore, što je rast od 9,5% u odnosu na 2012. godinu
- 8. Crna Gora dobila bronzanu plaketu Destination of Excellence za doprinos održivom turizmu koje dodjeljuje vodeća kompanija za putovanja Thomas Cook
- 9. Nacionalne parkove Crne Gore posjetilo je 16% više turista u odnosu na isti period prethodne godine
- 10. Pojačana promotivna kampanja putem on line komunikacija na inostranom trzistu i Regionu