

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ
Број: 3-658/2020-II
Дана: 25. септембра 2020. године
НОВИ САД

**ПРЕДСЕДНИЦИ
СКУПШТИНЕ ГРАДА НОВОГ САДА**

На основу члана 142. Пословника Скупштине Града Новог Сада, упућује Вам се Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар-децембар 2019. године, са Закључком Градског већа Града Новог Сада број: 3-658/2020-II од 25. септембра 2020. године, с молбом да се Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар-децембар 2019. године, уврсти у дневни ред седнице Скупштине Града Новог Сада и да Скупштина донесе Закључак у предложеном тексту.

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Милош Вучевић

Милош З. Вучевић

На основу члана 67. став 1. тачка 1. Статута Града Новог Сада («Службени лист Града Новог Сада», број 11/19), Градско веће Града Новог Сада, поводом разматрања Извештаја о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар - децембар 2019. годину, на 2. седници од 25. септембра 2020. године, доноси

ЗАКЉУЧАК

I. У складу са одредбом члана 142. Пословника Скупштине Града Новог Сада, доставља се председници Скупштине Града Новог Сада Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар - децембар 2019. године, и предлаже да Скупштина Града Новог Сада, размотри Извештај и тим поводом закључи:

„Скупштина Града Новог Сада прихвата Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар – децембар 2019. године.“

II. За представника предлагача на седници Скупштине Града Новог Сада и њених радних тела одређује се:

- Милорад Радојевић, члан Градског већа Града Новог Сада, а за повереника:
 - Саша Билиновић, в.д. начелника Градске управе за привреду

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ ГРАДА НОВОГ САДА
Број : 3-658/2020-II
Дана: 25. септембра 2020. године
Н О В И С А Д

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Милош Вучевић

Милош З. Вучевић

Град Нови Сад
ГРАДСКА УПРАВА ЗА ПРОМЕТ

Број: 2408/2020-VII

Датум: 31.07.2020.

Туристичка организација Града Новог Сада Нови Сад

Туристичка организација

Града Новог Сада

Датум: 31.07.2020.

Број: 132 - 31/07/20
Нови Сад

На основу члана 22. Статута Туристичке организације Града Новог Сада, Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада је на 118. седници, одржаној дана 31.07.2020.године, донео следећу:

ОДЛУКУ

УСВАЈА СЕ Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и Планом промотивних активности Града Новог Сада за период Јануар- Децембар 2019.године.

ПРЕДСЕДНИЦА
УПРАВНОГ ОДБОРА

Ана Возар



Град Нови Сад
ГРАДСКА УПРАВА ЗА ПРИВРЕДУ
Број: 2408/2020-VII
Датум: 31.07.2020.
Нови Сад

Туристичка организација
Града Новог Сада
Датум: 31.07.2020.
Број: 132-1-31/07/20
Нови Сад



ИЗВЕШТАЈ

О РЕАЛИЗАЦИЈИ ПРОГРАМА РАДА
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ГРАДА НОВОГ САДА
СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ И ПРОГРАМОМ И ПЛАНОМ
ПРОМОТИВНИХ АКТИВНОСТИ ГРАДА НОВОГ САДА
ЗА ПЕРИОД ЈАНУАР - ДЕЦЕМБАР 2019. ГОДИНЕ

НОВИ САД, Јул 2020. године

САДРЖАЈ:

1	ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	2
2	СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2019. ГОДИНУ	5
3	ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ	6
3.1	ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ САЈМОВИМА	7
3.2	ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА	8
3.3	САРАДЊА СА МЕДИЈИМА	10
3.4	ПОСЕТА МЕЂУНАРОДНИХ ДЕЛЕГАЦИЈА.....	11
3.5	ПРОМОТИВНИ ДОГАЂАЈИ.....	11
3.5.1	ПОСЛОВНИ СКУП – „WELCOME ASIA“	12
3.5.2	ПОСЛОВНИ СКУП – „WELCOME TURKEY“	12
3.5.3	ПОСЛОВНО-ЕДУКАТИВНИ ДОГАЂАЈ „CONVENTA TREND BAR“	13
3.5.4	УЧЕШЋЕ НА КОНФЕРЕНЦИЈИ „ФОКУС“	13
3.5.5	„WINTER & SPA TRAVEL MARKET – WESTM“	14
3.6	ПОДРШКА МАНИФЕСТАЦИЈАМА И ДОГАЂАЈИМА.....	14
3.6.1	МАНИФЕСТАЦИЈА САЈАМ ОМЛАДИНСКОГ ТУРИЗМА, 8. OPENS YOUTH FAIR.....	14
3.7	ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ	15
3.8	ШТАМПАНИ ПРОМО МАТЕРИЈАЛ.....	17
3.9	ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ, ВИДЕО И ФОТО МАТЕРИЈАЛ	19
4	РЕАЛИЗОВАНЕ ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ	20
4.1	НАБАВКА ИЗЛАГАЧКИХ ТЕЗГИ	20
4.2	НАБАВКА МОНТАЖНО ДЕМОНТАЖНОГ ИНФОРМАТИВНОГ ЦЕНТРА.....	20
4.3	АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА.....	20
5	САРАДЊА СА ДРУГИМ УСТАНОВАМА.....	23
5.1	5.2. САРАДЊА СА ФАКУЛТЕТИМА – СТРУЧНА ПРАКСА.....	24
6	КРАТАК РЕЗИМЕ.....	24



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

1 ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ

Туристичка организација Града Новог Сада, индиректни корисник Градске управе за привреду, основана је Одлуком о оснивању Туристичке организације Града Новог Сада ("Службени лист Града Новог Сада", број 53/08).

Туристичка организација Града Новог Сада почела је са радом на основу Решења Вишег трговинског суда број Fi. 55/09 од 21. априла 2009. године.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 96. седници дана 17.12.2018. године усвојио је Програм рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за 2019. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности "Службени лист Града Новог Сада" бр. 59/18), којим је био планиран приход од 115.818.211,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 107. седници дана 14.06.2019. године усвојио је Одлуку о измени Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за 2019. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности "Службени лист Града Новог Сада" бр. 31/19) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 123.318.211,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 110. седници дана 10.10.2019. године усвојио је Одлуку о измени Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за 2019. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности "Службени лист Града Новог Сада" бр. 49/19) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 123.502.235,00 динара.

Износи планираних и остварених средстава у 2019. години дати су у табели која следи:

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2019. ГОДИНУ	ОСТВАРЕНО У 2019. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	73.502.235,00	73.502.235,00	100,00 %
Планирани приходи од боравишне таксе	50.000.000,00	51.134.396,01	102,27 %
УКУПНО	123.502.235,00	124.636.631,01	100,92 %

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

Реализација средстава према врсти прихода у 2019. години дата је у следећој табели.

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2019. ГОДИНУ	РЕАЛИЗОВАНО У 2019. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	73.502.235,00	56.225.101,13	76,49 %
Планирани приходи од боравишне таксе	50.000.000,00	42.935.925,71	85,87 %
УКУПНО	123.502.235,00	99.161.026,84	80,29 %

Укупан износ реализованих средстава износи **99.161.026,84** динара.

Преглед врста активности и извори финансирања који су планирани Програмом рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и Програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада, које је Туристичка организација Града Новог Сада реализовала приказани су у следећој табели:

ВРСТА АКТИВНОСТИ	Извор 01
Програмска активност (1502-0001): Управљање развојем туризма	40.323.765,37
Програмска активност (1502-0002): Промоција туристичке понуде	58.366.441,47
Пројекат (1502-0004): Туристичка сигнализација	470.820,00
Укупно за програм 4 (1502) : Развој туризма	99.161.026,84

Програмска активност (1502-001): Управљање развојем туризма - подразумева рад Туристичке организације Града Новог Сада на спровођењу и реализацији туристичке промоције и сарадње са окружењем са циљем повећања препознатљивости Града као пожељне туристичке дестинације. Трошкови у оквиру ове програмске активности подразумевају трошкове плата, додатке и накнаде запослених, социјалне доприносе на терет послодавца, социјална давања запосленима и накнаде трошкова за запослене. Такође, трошкови обухватају и сталне трошкове неопходне за функционисање и неометан рад ТОНС-а.

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

Програмска активност (1502-0002) : Промоција туристичке понуде - подразумева промоцију туристичких вредности и атракција, учешћем на сајмовима, манифестацијама, скуповима, берзама, али и израду и набавку туристичко информативно-пропагандног материјала. Спровођење рекламних кампања, ажурирање интернет презентације, друштвених мрежа и других промотивних активности.

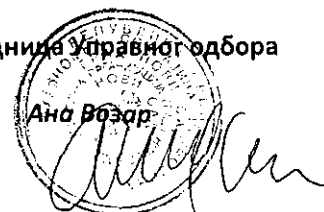
Пројекат (1502-0004): Пројекат туристичке сигнализације – у претходне четири године набављена је и постављена туристичка информативна сигнализација која олакшава туристима сналажење по Граду Новом Саду и упућује их до најзначајних знаменитости. У 2019. години средства су утрошена за пројекат изведеног стања постављене туристичке информативне сигнализације и за редовно одржавање и поправке туристичке информативне сигнализације.

Са стањем на дан 31.12.2019. године у Туристичкој организацији Града Новог Сада било је укупно 9 запослених на неодређено време и 3 запослена на одређено време (једно због повећања обима посла и двоје су замена за запослене који су именовани на јавну функцију). Маса средстава за плате и зараде у складу је са Закључком Градског већа Града Новог Сада бр. II-020-4/2018-71/а од 18.12.2018. године.

На 115. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 14.02.2020. године усвојен је завршни рачун Туристичке организације Града Новог Сада, а на 118. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 31.07.2020. године усвојен је Извештај о реализацији Програма рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар-децембар 2019. године.

Председница Управног одбора

Ана Војар





ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

2 СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2019. ГОДИНУ

Завод за статистику

Доласци

Према подацима Републичког завода за статистику Србије на територији Града Новог Сада у периоду јануар – децембар 2019. године укупно је боравило 221.848 туриста што представља пораст у односу на исти период (јануар – децембар) претходне године за 3,5%. Од тога домаћих туриста је било 78.761 (раст за 3,9%), а страних 143.087 (раст за 3,3%).

Највећи број долазака међу странцима остварили су туристи из Хрватске (17.067), Босне и Херцеговине (14.208), Словеније (11.881), Кине (10.265), Немачке (7.313), Румуније (6.063), Пољске (5.705), Руске Федерације (5.316), Мађарске (5.071), Црне Горе (4.885).

Ноћења

Према истом извору у периоду јануар – децембар 2019. године укупно је остварено 425.149 ноћења што представља пад од 6,1%. Од тога домаћи туристи су остварили 146.012 ноћења (пад за 7,4%), а страни 279.137 (пад за 5,4%).

Највише ноћења међу странцима остварили су туристи из Хрватске (29.400), Босне и Херцеговине (23.056), Словеније (20.246), Кине (16.467), Немачке (14.822), Румуније (12.813), Руске Федерације (12.418), Пољске (12.131), Мађарске (9.849), Црне Горе (9.010).

Просечна дужина боравка

Просечна дужина боравка туриста у 2019. години износила је 1,92 дана. Домаћи туристи су боравили у просеку 1,85 дана, а страни 1,95 дана.

***Напомена:** На основу резултата истраживања ставова и понашања домаћих и страних туриста, које сироводи Туристичка организација Града Новог Сада, око 65% од укупног броја ноћења, остварује се у приватном смештају, а која се за сада у највећој мери не евиденцирају у Републичком заводу за статистику (њихово евиденцирање биће могуће ушлеђањем у рад платформе е-туризма). Како је њихов удео велики у укупном броју ноћења, не изненађује чињеница да се у званичној статистици јојавио пад у оствареним ноћењима у 2019. години.*

Хотели и други смештајни капацитети

На основу података добијених (у просеку) од 28 хотела и 6 других објеката за смештај, у Новом Саду је у 2019. години највише туриста дошло из Србије, затим из Хрватске, Босне и Херцеговине, Словеније, Кине, Немачке, Румуније, Руске федерације, Црне Горе, Пољске. По доласцима туриста прве три ваневропске земље су Кина, САД и Аустралија.

На основу истих података, у Новом Саду су у 2019. години највише ноћења остварили туристи из Србије, затим из Хрватске, Босне и Херцеговине, Словеније, Кине, Немачке, Руске федерације, Румуније, Пољске, Црне Горе. По ноћењима туриста прве три ваневропске земље су Кина, САД и Аустралија.



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

Путнички бродови

Према подацима Агенције за управљање лукама, на пристаништима у Новом Саду у 2019. години пристало је 429 путничких бродова што представља повећање у односу на претходну годину за 22,92%, а искрцало се 55.132 путника што представља повећање у односу на претходну годину за 18,21%. Највише бродова је пристало у јуну и јулу (по 72 у сваком месецу), а у септембру се искрцало највише путника (9.224).

Инфо центри

Инфо центре Туристичке организације Града Новог Сада је 2019. године посетио укупно 4.954 туриста из 74 земље, а од тога 4.703 страних туриста и 251 туриста из Србије. Међу странцима, најбројнији су били туристи из Немачке, затим Француске, Русије, Кине, Велике Британије, Шпаније, Турске, Италије, Холандије, Хрватске. Прве три ваневропске земље су Кина, САД и Аустралија. Највише посета било је у августу (1.005), затим у јулу (806) и септембру (555).

Боравишна такса

У 2019. години наплаћена је боравишна такса у износу од 51.134.396,01 динара што представља пад у односу на износ наплаћене боравишне таксе претходне године за 0,25%. Пад је у највећој мери условљен применом новог Закона о туризму од јула месеца где је физичким лицима власницима смештајних објеката омогућено паушално плаћање боравишне таксе.

Према подацима Народне банке Србије, у периоду јануар – децембар 2019. године остварени девизни прилив од туризма у Србији износио је 1.436.000.000,00 EUR што је 9,1 % више у односу на период јануар – децембар 2018. године.

3 ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ

У складу са програмом рада за 2019. годину, Туристичка организација Града Новог Сада наступала је на међународним и домаћим сајмовима са циљем промоције туристичке понуде града и околине. На сваком од сајмова, одржани су бројни састанци, и то у највећем броју са представницима туроператора (организатора туристичких путовања) у циљу постизања договора да се Нови Сад уврсти у туристичку понуду ових агенција. Такође, сајмови су коришћени и као места медијске промоције и договора о промоцији на бројним медијским каналима, као и ради уговарања тзв. „*fat trip*“ путовања, којима се кроз медијску промоцију промовише дестинација широм региона и Европе, одакле је највећи број медија и дошао у Нови Сад током 2019. године.

Како су сајмови места на која долази велики број посетилаца, том приликом у разговору са посетиоцима представљена је туристичка понуда града и околине како би се посетиоци сајма определили да у наредном периоду посете управо Нови Сад.

Током 2019. године реализоване су бројне медијске камање путем телевизије, радија, штампаних

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

медија и друштвених мрежа. Организован је долазак великог броја новинара и блогера, а организовани су и специјални догађаји за циљна тржишта за организаторе путовања са циљем промоције града, али и пословног повезивања.

3.1 ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ САЈМОВИМА

1)	39. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА, БЕОГРАД, 21-24. ФЕБРУАР 2019.	- Одржана промоција Новог Сада као престонице младих у кући Краља Петра у Београду - Одржани бројни састанци са представницима домаћих медија и туроператора са посебним акцентом на агенције које сарађују са бродским компанијама - Одржани састанци са ТОС-ом и ТОБ-ом у циљу дефинисања заједничких промоција у току године - Потписан споразум о сарадњи и заједничким промотивним активностима са Туристичком организацијом Србије
2)	САЈАМ ТУРИЗМА И АКТИВНОГ ОДМОРА, НИШ, 18 – 20. АПРИЛ 2019.	- Промоција града посетиоцима сајма који су показали интересовање да посете Нови Сад - Састанци са локалним туристичким агенцијама које су заинтересоване да у свој програм уврсте посету Новом Саду
3)	10. ТУРИСТИЧКИ ФОРУМ, БАЊА КОВИЉАЧА, 08 – 10. МАЈ 2019.	- Промоција града посетиоцима манифестације који су показали интересовање да посете Нови Сад
4)	ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ У НОВОМ САДУ, 11 – 17. МАЈ 2019.	- Промоција града посетиоцима манифестације путем промо пулта на ком су имали могућност да сазнају све везано за туристичке атракције града
5)	МАНИФЕСТАЦИЈА „ДАНИ ВОЈВОДИНЕ У БЕОГРАДУ“, 15. И 16. ОКТОБАР 2019.	- Промоција града посетиоцима манифестације који су показали интересовање да посете Нови Сад
6)	52. САЈМА ТУРИЗМА, НОВИ САД, 02 – 06. ОКТОБАР 2019.	- Промоција Новог Сада као омладинске престонице Европе 2019 - Састанци са ТОБ-ом и ТОС-ом у циљу дефинисања промотивних активности до краја 2019. године - Састанци са представницима домаћих

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

		туристичких агенција - Састанак са председником Међународног удружења туристичких водича у циљу прецизирања подршке организације скупа Међународних туристичких водича у Новом Саду 2021. године
--	--	--

3.2 ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА

1)	„СМТ“ ШТУТГАРТ, НЕМАЧКА, 12– 20. ЈАНУАР 2019. ГОДИНЕ	- Представљен Нови Сад и околина града посетиоцима сајма, који су већински заинтересовани за активан одмор - У оквиру промоције Србије у организацији ТОС-а представљен Нови Сад у конференцијској сали сајма посетиоцима сајма
2)	“ALPE ADRIA TOURISM AND LEISURE SHOW”, ЉУБЉАНА, 30. ЈАНУАР – 02. ФЕБРУАР 2019. ГОДИНЕ	- Представљен град и манифестације које се одржавају током године, активан одмор, пешачење у природи, Фрушка гора
3)	„ЕМИТТ“, ИСТАНБУЛ, ТУРСКА, 31. ЈАНУАР. – 03. ФЕБРУАР 2019. ГОДИНЕ	- Састанци са представницима авио компаније „Turkish Airlines“ о промоцији Новог Сада као пожељне туристичке дестинације за бројне туроператоре који су заинтересовани за нове дестинације у Србији - Састанци са бројним туроператорима који су показали интересовање за Нови Сад као нову дестинацију
4)	„ITB“ BERLIN, НЕМАЧКА, 06 – 10. МАРТ 2019. ГОДИНЕ	- Представљен град кроз комуникацију са посетиоцима сајма - Присуство бројним предавањима на разне теме везане за нове трендове у туризму - Састанци са туроператорима и медијима
5)	„PLACE 2 GO“, ЗАГРЕБ, ХРВАТСКА, 15 – 17. МАРТ 2019.	- Представљена понуда града кроз разговоре са посетиоцима - Одржани састанци са представницима медија
6)	БАЊА ЛУКА, 18-20. АПРИЛ 2019. ГОДИНЕ	- Представљена понуда града посетиоцима сајма

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

7)	„LEISURE “, МОСКВА, РУСИЈА, 10-12. СЕПТЕМБАР 2019. ГОДИНЕ	- Представљен град посетиоцима сајма - Одржани састанци са туроператорима заинтересованим за Нови Сад и Србију, као и проширење своје агенцијске понуде на нове дестинације
8)	„IFTM TOP RESA “, ФРАНЦУСКА, 01-04. ОКТОБАР 2019. ГОДИНЕ	- Представљен град посетиоцима сајма - Одржани састанци са туроператорима и медијима
9)	„WORLD TRAVEL MARKET“, ЛОНДОН, ВЕЛИКА БРИТАНИЈА 04 – 06. НОВЕМБАР 2019.	- Представљен град кроз разговоре са посетиоцима сајма - Посета предавањима о новим туристичким трендовима у свету - Састанци са туроператорима и организацијама и агенцијама које се баве пословним туризмом и организацијом догађаја заинтересованим за нове дестинације за неки од њихових следећих догађаја - Бројни састанци са блогерима и медијима - У току боравка у Лондону присуство предавању „Бидовање за међународне конференције“ на Универзитету <i>Greenwich</i> где је представник ТОНС-а добио прилику да представи Нови Сад као дестинацију пословног туризма и његове конгресне капацитете
10)	„TT WARSAW“, ВАРШАВА, ПОЉСКА 21-24. НОВЕМБАР 2019. ГОДИНЕ	- Први пут, град је представљен пред бројним туроператорима, медијима, блогерима који су показали интересовање за Србију и <i>city break</i> дестинације које имају разноврсну понуду за велики број туриста који су заинтересовани за посету у наредном периоду (пре свега у току Нове године и летњег периода)



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

3.3 САРАДЊА СА МЕДИЈИМА

У току 2019. године ТОНС је заједно са ТО Београда, Србије и Војводине организовао бројне пословне посете нашем граду, где су учесници били новинари и организатори туристичких путовања (туроператори) из око 30 земаља света. Остварено је преко 40 туристичких посета, са око 200 чланова пословних делегација.

Највећи број долазака новинара, блогера, фотографа, ТВ станица био је из Кине, а потом из Велике Британије, Немачке, Италије, Француске, Мађарске, Грчке, региона (Хрватске, Словеније, Босне и Херцеговине), Израела, Индије, док су нам туроператори дошли из следећих земаља: Немачке, Холандије, Турске, НР Кине, Јапана, Кореје, Сингапура, Монголије, Киргистана, Шри Ланке, Казахстана, Азербејџана, Филипина, Индије, Тајланда и многих других.

Представници неких од највећих туроператора и травел компанија у Кини међу којима су „C-trip“, „Saga Travel International Tour“, „Beijing China Travel Service“, „Beijing Shengxing International Travel“, „HCG International Travel Group“, „UNIWAY – Beijing Yougo World International Travel Service“, „CAISSA Travel Management“, представник компаније „Fly Dubai“ из Индије, новинар Нил Герати из шкотског часописа „Scotsman“ били су наши гости.

Такође, угостили смо и неколико ТВ станица (НДР из Немачке и „CCTV-6“, из Кине), ради снимања серијала о Новом Саду. Ове емисије су емитоване у току године, а покривеност ових ТВ станица мери се у милионима. Британска ТВ кућа „SKY TV“ која је 2018. године снимала туристичке атракције Србије, где је и Нови Сад имао своју епизоду, 2019. године емитовала је тај серијал који је имао изузетно велику гледаност.

Представници који су нас 2019. године посетили, дошли су из различитих медијских кућа попут „Vogue“, „Dove“ магазина, блогерка са портала „MissClaire“ и радио „Rai 1“, из Италије, „Wanderlust“ и „Independent“ из Велике Британије, „Lameteyle“ из Израела, lifestyle „Naturala“, „Ixica“ „Poslovni dnevnik“, „RTL“ из Хрватске, представници медијске и ТВ куће „Arthur Studio“ и блогер из Пекинга, господин Шен Веи (Shen Wei), представници француских високотиражних недељника, женских и „lifestyle“ магазина „Femme Actuelle“, „Le Parisien Aujourd’hui en France Week end“, „Le Journal des Femmes“, „Télérama“, „Ouest France“, новинари из престижних магазина из Индије „National Geographic Traveller India“, „Times Life“, „Stardust magazine“, млада и позната блогерка „May May“ из Кине.

Крајем године, након студијске посете новинара у организацији Туристичке организације Србије, онлајн магазин www.wanderlust.co.uk, објавио је 11 места у Србији која треба посетити.

Међу бројним дестинацијама (Суботица, Оплепац, Овчарско – Кабларска клисура, Национални парк Тара), нашао се и Нови Сад, који је описан као опуштено место, које има врло разноврсну понуду (архитектуру, писмо, манифестације), као и врло богату понуду у околини где на првом месту представници онлајн магазина издвајају Сремске Карловце и Национални парк Фрушку гору.



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

3.4 ПОСЕТА МЕЂУНАРОДНИХ ДЕЛЕГАЦИЈА

Посета делегације из града побратима Нижњег Новгорода

ТОНС је у 2019. години поред одржавања промотивних туристичких тура за новинаре и туроператоре, имао задовољство да угости колеге, из руског града побратима Нижњег Новгорода. Делегацију су чинили чланови сектора туризма и привреде, а боравили су у Новом Саду у време 8. Сајма омладинског туризма „OPENS YOUTH FAIR” и „EXIT” фестивала. ТОНС је за партнере обезбедио на обе манифестације промо пулт на ком су одржане промоције града, а током боравка сваког дана приређен је и богат програм као и низ пословних састанака.

Делегацију су чинили:

Директор департмана за иностране економске односе и инвестиције, господин Сергеј А. Солдатенков;

Начелница одељења за иностране економске односе, госпођа Марија И. Кондратуева;

Директорка департмана за туризам, Светлана Воробуева;

Два представника туристичких агенција и четири представника универзитета, студенти;

Одржан састанак поводом сарадње са Асоцијацијом за промоцију и развој турзма у регији Темишвар

Током одржавања 8. Сајма омладинског туризма „OPENS YOUTH FAIR”, представила се и Асоцијација за промоцију и развој туризма у регији Темишвар (*Association for the Promotion and Development of Tourism in Timis - APDT*), као и организација која промовише Европску престоницу културе, Темишвар ЕПК 2021. Са представником Темишвар ЕПК 2021 и са извршном директорком Асоцијације за промоцију и развој турзма у регији Темишвар (АПДТ) договорена је сарадња на пољу промоције ова два града ка бројним иностраним организаторима путовања и новинарима, са посебним акцентом на 2021. годину, када ће ова два града носити титулу Европске престонице културе.

3.5 ПРОМОТИВНИ ДОГАЂАЈИ

Туристичка организација Града Новог Сада је у сарадњи са партнерима, Туристичком организацијом Србије, Туристичком организацијом Београда и турском авио компанијом „Turkish Airlines” организовала два велика пословна скупа („WELCOME ASIA” и „WELCOME TURKEY”). Поред ових скупова организовани су и други догађаји са циљем промоције Новог Сада.

3.5.1 ПОСЛОВНИ СКУП – „WELCOME ASIA“

У сарадњи са Туристичком организацијом Србије, Београда и „Turkish Airlines“ компанијом, Туристичка организација Града Новог Сада организовала је пословни скуп „Welcome Asia“ и том приликом позвала туристичке агенције из Новог Сада да се прикључе пословним састанцима са 38 представника туроператора из 12 азијских земаља (НР Кина, Јапан, Кореја, Сингапур, Монголија, Киргистан, Шри Ланка, Казахстан, Азербејџан, Филипини, Индија и Тајланд). Поред тога, Туристичка организација Града Новог Сада је туроператорима из Азије представила град Нови Сад и туристичке атракције, које би могле бити део програма путовања које припремају како би допунили понуду својих агенција.

3.5.2 ПОСЛОВНИ СКУП – „WELCOME TURKEY“

Туристичка организација Града Новог Сада је у сарадњи са „Turkish Airlines“ компанијом и уз подршку Туристичке организације Србије организовала пословни скуп под називом „Welcome Turkey“ у октобру месецу у хотелу „Sheraton“. „Turkish Airlines“ компанија је, током вишемесечне припреме, изказала велико интересовање за овај скуп и узела учешће у спонзорисању авио карата за представнике турских организатора путовања, као и позвала 40 учесника из 15 турских градова. Том приликом су се туроператори из Турске сусрели са туроператорима из Србије са циљем успостављања међусобне пословне сарадње, како би се Србија (Београд, Нови Сад и други делови Србије), нашли у каталогу њихових понуда и на тај начин повећао број долазака и ноћења из Турске. Поред пословних састанака, турским представницима представљен је Нови Сад, његове најзначајније туристичке атракције, као и околина града и пружена могућност да кроз организоване обиласке боље упознају град.



3.5.3 ПОСЛОВНО-ЕДУКАТИВНИ ДОГАЂАЈ „CONVENTA TREND BAR“

„CONVENTA TREND BAR“ је едукативни догађај намењен представницима конгресне индустрије, који се одржава неколико пута годишње у различитим градовима Европе. „CONVENTA TREND BAR“ је 2019. године одржан и у Новом Саду у сарадњи са Туристичком организацијом града Новог Сада, која је позвала представнике конгресне индустрије града, обезбедила простор за догађај, медијску промоцију и подршку, као и подршку у самој организацији едукације. Том приликом окупљени су представници конгресне индустрије града, као што су организатори догађаја, организатори путовања, хотелијери који се баве и организацијом догађаја, као и издавањем конгресних сала.

Током овог догађаја говорило се о конгресима, новим трендовима у области конгресне индустрије и маркетинг трендовима за промоцију дестинације, догађаја и конгресних сала.



Главни део „CONVENTA TREND BAR“ пословног скупа у Новом Саду била је радионица под називом „Успешан маркетинг догађаја“.

3.5.4 УЧЕШЋЕ НА КОНФЕРЕНЦИЈИ „ФОКУС“

Туристичка организација Града Новог Сада узела је учешће у ПРО ПР конференцији у сесији под називом: „The Role of PR from Destination Branding Perspective“ (улога ПР-а у брендирању дестинације), одржаној од 10. до 12. априла 2019. године у Хрватској. Конференција окупља стручњаке из сектора односа са јавношћу и комуникацијском менаџменту на простору југоисточне Европе. Осим стручњака из области комуникација, окупља и велики број представника медија из целе земље. Учешћем у дискусији презентован је и начин рада Туристичке организације Града Новог Сада нарочито када је реч о промотивним активностима на дигиталним платформама или током одржавања тзв. „Familiar trips“.

3.5.5 „WINTER & SPA TRAVEL MARKET – WESTM”

„WINTER & SPA TRAVEL MARKET – WESTM” је догађај намењен представницима конгресне индустрије. Одржан је у Београду од 22. до 24. новембра 2019. године уз подршку Туристичке организације Града Новог Сада, Туристичке организације Београда и Туристичке Призме.



Током догађаја представљен је Град Нови Сад и конгресни капацитети града организаторима догађаја из разних земаља. Одржани су бројни састанци са организаторима догађаја, туроператорима, „DMC i PCO” агенцијама који траже нове дестинације за своје догађаје. Представници ТОНС-а били су учесници панел дискусија, као и слушаоци предавања на различите теме везане за нове трендове у индустрији догађаја, маркетинга и конгресног туризма.

3.6 ПОДРШКА МАНИФЕСТАЦИЈАМА И ДОГАЂАЈИМА

Туристичка организација Града Новог Сада редовно води и ажурира евиденцију о манифестацијама које се одржавају у току године и информације ажурира у календару догађаја на својој интернет страници, преко које и спроводи промоцију и најаву догађаја у Новом Саду.

Туристичка организација Града Новог Сада подржала је фестивале и догађаје (промоцијом и учествовањем у организацији) од значаја за град Нови Сад.

Пружена је и подршка конгресима путем промоције догађаја и пружањем промотивног материјала за учеснике конгреса. Тако је за конгресе одржане у 2019. години, ТОНС обезбедио преко 10.000 промотивних брошура и памфлета града.

3.6.1 МАНИФЕСТАЦИЈА САЈАМ ОМЛАДИНСКОГ ТУРИЗМА, 8. OPENS YOUTH FAIR

У 2019. години када је Нови Сад Омладинска престоница Европе, 8. по реду сајам омладинског туризма „OPENS YOUTH FAIR” одржао се 2. и 3. јула 2019. године, два дана уочи светски познатог музичког фестивала „EXIT”.

8. OPENS YOUTH FAIR одржан је на две локације у центру града (Трг слободе и Католичка порта). На Тргу слободе програм се састојао из два дела: сајамског и музичког. Током сајма, понуду је представио до сада највећи број излагача, а чинили су их туристичке организације из Србије и региона, туристичке агенције, манифестације и фестивали, организације са програмима за младе, а публика је изузетно добро осмишљеном промоцијом на сваком од штандова имала могућност

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

успостављања интеракције са излагачима. У Католичкој порти је Ноћни базар приказао понуду бројних, креативних дизајнера и уметника. Обе вечери су биле резервисане за незаборавне журке уз свирку домаћих и регионалних музичких звезда.

2019. године сајам је први пут имао пријатеља сајма, Туристичку организацију Немачке док је догађај употпунило и представљање града Нижњег Новгорода.

Више од 10.000 посетилаца, оба дана посетили су овај једини омладински сајам туризма у Србији на отвореном.

Туристичка организација Града Новог Сада је организовала сајамски део на Тргу слободе и том приликом окупила 32 излагача из региона, који су на занимљив и разноврстан начин анимирали посетиоце и представили своје активности и програме за младе.



3.7 ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ

Током 2019. године, реализоване су бројне домаће и међународне кампање са циљем промоције града и привлачења туриста.

Главни задаци за 2019. годину односили су се на промоцију града као Омладинске престонице Европе за 2019. годину, као туристичке дестинације која се налази у „ТОП 10“ за 2019. годину по светском туристичком водичу и порталу *„Lonely Planet“*, али и града који ће 2021. године понети титулу Европске престонице културе.

Уз континуирану промоцију града путем телевизије (РТС, РТВ Пинк, Новосадска ТВ, АТВ Бања Лука), радија („Нахи“ радио, „AS FM“ радио, радио „021“), штампаних медија („Bel Guest“, „Топ Србија“, „Туристички Свет“, „Туристичка Призма“, „HELLO“ „Лепота и здраље“, „Diplomacy and commerce“) и друштвених мрежа и портала у 2019. години акценат је стављен на следеће кампање:



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

1. „Нови Сад – Омладинска престоница Европе“

У циљу промоције града Новог Сада као **Омладинске престонице Европе** припремљен је и емитован серијал кратких спотова путем друштвених мрежа као и спот у трајању од 30 секунди који је емитован путем телевизије. Такође, припремљене су и две публикације преведене на више језика које су дељене туристима и које су од стране „ОПЕНС“-а дистрибуиране широм региона. У сарадњи са ОПЕНС-ом у току 2019. године урађен је и низ активности (организована посета новинара, подршка у виду промо материјала које је ОПЕНС организација промовисала приликом посета Српским Амбасадама широм Европе, заједнички рад и допринос на организацији манифестације „OPENS YOUTH FAIR“, као и заједничка промоција у медијима током читаве године).

2. „Лето у Новом Саду“

У циљу промоције летње сезоне припремљен је и емитован спот „Лето у Новом Саду“ путем друштвених мрежа и путем телевизије. Током летње кампање промовисане су летње манифестације, купалишта, Петроварадинска тврђава, Фрушка гора као и главне туристичке атракције Новог Сада и околине.

3. „Зимска Фантазија“

У циљу промоције новогодишњих и божићних празника припремљен је и емитован серијал кратких спотова путем друштвених мрежа као и спот у трајању од 30 секунди који је емитован путем телевизије.

4. Кампање путем интернет портала „Lonely Planet“, Велика Британија

Туристичка организација града Новог Сада у партнерству са Туристичком организацијом Србије, реализовала је промотивну кампању на водећем светском туристичком сајту „*Lonely Planet*“. У питању је дигитална платформа која пружа информације будућим путницима о дестинацијама које би могли да посете и то раде писањем тематских текстова и блогова, као и издавањем преко 1.000.000 публикација сваке године. Заједничка ТОНС и ТОС кампања је обухватала низ промотивних текстова, који трајно остају на овом сајту, а пропратно посетиоци су могли да виде и промотивне филмове, квалитетне фотографије, као и банере, који су повезани са званичним интернет порталом ТОНС-а www.novisad.travel. Ова кампања је уследила након проглашења да је Нови Сад једна од 10 пожељних дестинација за посетити у 2019. години, и то одмах иза Копенхагена и Шен Жена.

Реализоване су и кампање путем портала:

Портал www.travelo.hu, Мађарска

На мађарском порталу www.travelo.hu је уз промотивни текст о граду, организован и промотивни квиз у трајању од две недеље, а на којем је узело учешће више од 500 учесника, где су дародавци били представници туристичке привреде из Новог Сада (хотел Шератон, хотел Велики, Салаш 137 и посластичарница Времеплов).

Портал www.gapyear.travel, Велика Британија

Крајем 2019. године покренута је и промотивна кампања на студентском британском интернет порталу www.gapyear.travel на којем је промовисан град као омладинска и културна станица Европе за 2019. годину, односно 2021. годину.

Портал „Travel Lemming“

Посредством сарадње Туристичке организације Србије и других међународних портала Србија је заузела прву позицију на избору „Emerging Destination Awards“ за најбољу дестинацију на сајту „Travel Lemming“, посвећеном промоцији нових светских туристичких дестинација. Том приликом су посебну пажњу посетилаца сајта привукли Нови Сад и Београд.

3.8 ШТАМПАНИ ПРОМО МАТЕРИЈАЛ

У складу са великом бројем промотивних наступа, радом инфоцентара и захтевом великог броја удружења, факултета, организатора пословних догађаја и других, Туристичка организација Града Новог Сада одштампала је промотивни материјал којим је представљена туристичка понуда Новог Сада.

Одштампане публикације:

Редни број	Назив публикације	Језик
1	Водич Нови Сад са мапом	Енглески
2	Књига - Нови Сад Виситор импресионс	Енглески
3	Сликовница	Српски
4	Водич - Нови Сад за почетнике	Српски латиница
5	Водич - Нови Сад за почетнике	Енглески
6	Брошура – Смештај	Српски – Енглески – Немачки (тројезичан)
7	Брошура Млади	Енглески
8	Туристичка Мапа на савијање	Српски
9	Туристичка Мапа на савијање	Енглески
10	Туристичка Мапа на цепање	Српски латиница
11	Туристичка Мапа на цепање	Енглески
12	Туристичка Мапа на цепање	Немачки
13	Мапа тврђаве на цепање	Српски ћирилица
14	Мапа тврђаве на цепање	Немачки
15	Мапа тврђаве на цепање	Турски
16	Мапа тврђаве на цепање	Кински
17	Мапа тврђаве на цепање	Енглески
18	Мапа пешачке туре	Српски
19	Мапа пешачке туре	Енглески
20	Мапа Фрушка гора	Српски латиница
21	Мапа Фрушка гора	Српски ћирилица
22	Мапа Фрушка гора	Енглески

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

23	Мапа Фрушка гора	Немачки
24	Мапа Фрушка гора	Руски
25	Туристичке атракције	Српски ћирилица
26	Туристичке атракције	Српски латиница
27	Туристичке атракције	Енглески
28	Туристичке атракције	Немачки
29	Туристичке атракције	Турски
30	Туристичке атракције	Руски
31	Туристичке атракције	Кинески
32	Туристичке атракције	Шпански
33	Туристичке атракције	Италијански
34	Туристичке атракције	Француски
35	Туристичке атракције	Словачки
36	Туристичке атракције	Мађарски
37	Туристичке атракције	Грчки
38	Туристичке атракције	Хебрејски
39	Туристичке атракције	Словеначки
40	Туристичке атракције	Румунски
41	Памфлет – Сремски Карловци	Српски ћирилица
42	Памфлет – Сремски Карловци	Српски латиница
43	Памфлет – Сремски Карловци	Енглески
44	Памфлет – Сремски Карловци	Немачки
45	Календар манифестација	Српски
46	Календар манифестација	Енглески
47	Памфлет – Нови Сад за младе	Српски латиница
48	Памфлет – Нови Сад за младе	Српски ћирилица
49	Памфлет – Нови Сад за младе	Руски
50	Памфлет – Нови Сад за младе	Енглески
51	Памфлет – Нови Сад за младе	Кинески
52	Памфлет – Нови Сад за младе	Турски
53	Памфлет – Нови Сад за младе	Бугарски
54	Памфлет – Нови Сад за младе	Словеначки
55	Памфлет – Фрушка гора	Српски латиница
56	Памфлет – Фрушка гора	Српски ћирилица
57	Памфлет – Фрушка гора	Енглески

58	Памфлет – Фрушка гора	Немачки
59	Памфлет – Фрушка гора	Руски
60	Памфлет – Фрушка гора	Кинески
61	Памфлет – Фрушка гора	Турски
62	Памфлет – Тврђава	Српски латиница
63	Памфлет – Тврђава	Енглески
64	Памфлет – Тврђава	Немачки
65	Памфлет – Тврђава	Руски
66	Памфлет – Тврђава	Кинески

Сликовницу под називом “Нови Сад – Град голубијег срца” трећу годину за редом ТОНС је поклатио свим ђацима првацима у свим основним школама на територији града, на српском језику, али и на словачком и мађарском језику. Циљ је да се најмлађи суграђани на врло креативан начин упознају са знаменитостима града, едукују и да на овај јединствен начин боље упознају град у којем живе.

За потребе пословних сарадника, туроператора и делегација, откупљен је промотивни материјал:

- Минимониграфија „Водич Нови Сад“
- Минимониграфија „Водич Сремски Карловци“
- Књига „Од куће до куће 2“ – Студио Бечкерек.
- „Гастро туристички водич – Укуси Војводине“
- Новчић са ликом Марије Терезије

3.9 ИНФОРМАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ, ВИДЕО И ФОТО МАТЕРИЈАЛ

Интернет презентација туристичке организације Града Новог Сада свакодневно се ажурира допуном информација, ажурирањем календара манифестација, али и у смислу унапређења корисничког искуства. За потребе промоције града као Омладинске престонице Европе додат је сегмент „Нови Сад за Младе“ као и календар дешавања за младе. Туристичка организација Града Новог Сада урадила је анализу и пројекат са циљем будуће имплементације информативног система за планирање боравка у новом Саду.

Набављени су видео спотови и фотографије за потребе израде публикација, кампања путем друштвених мрежа, интернет презентације, а у циљу промоције Града Новог Сада.

4 РЕАЛИЗОВАНЕ ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ

4.1 НАБАВКА ИЗЛАГАЧКИХ ТЕЗГИ

Туристичка организација Града Новог Сада у 2019. години реализовала је у оквиру пројектне активности управљањем и развојем туризма набавку излагачких тезги. Како се у Новом Саду одржава велики број манифестација, које у великој мери употпуњују туристичку понуду Новог Сада и чине је занимљивијом, јавила се потреба за набавком модерних тезги које ће одговорити свим захтевима излагача, и које ће визуелно одговарати локацији на коју се постављају, у најчешћем случају у центру града.

Постављени захтеви, односили су се на израду тезге са металном конструкцијом, великим расклопивим боксом за одлагање робе, изолацијом на плафону и бочним странама, простором за рекламне поруке, једноставним системом затварања и закључавања тезге као и једноставног транспорта.

Набављено је 30 тезги које су се током 2019. године користиле за време Омладинског сајма туризма, манифестације Дани меда, и других догађаја. Тезге се издају без накнаде у складу са Правилником Туристичке организације Града Новог Сада.

4.2 НАБАВКА МОНТАЖНО ДЕМОНТАЖНОГ ИНФОРМАТИВНОГ ЦЕНТРА

Нови Сад већ неколико година уназад бележи константан раст долазака и ноћења туриста (број ноћења у 2012. години је износио око 220.842, док је у 2019. години остварено 425.149 ноћења).

Са повећањем броја туриста, али и са оствареним титулама Европске престонице културе и Омладинске престонице Европе, јавила се потреба за постављање монтажно-демонтажног објекта - информативног центра у центру града уз Римокатоличку жупну цркву Имена Маријиног.

Туристичка организација реализовала је набавку модерног монтажно-демонтажног информативног центра чије је првобитно постављање било планирано за децембар 2019. године, које је померено због новогодишње прославе за пролеће 2020. године. Са обзиром на ситуацију насталу око пандемије вируса Ковид 19, постаљање је одложено до стицања адекватних услова.

4.3 АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА

Туристичка организација Града Новог Сада у новембру 2018. године започела је пројекат „Анализе ставова и понашања страних и домаћих туриста у Новом Саду“ спровођењем анкета које обухватају стране и домаће туристе који су посетили Нови Сад и боравили у њему.

Укупан узорак чини 4.800 попуњених анкета на следећи начин:

- а) 2.400 попуњених упитника за стране туристе у периодима новембар 2018. - јануар 2019. и мај - септембар 2019. године и
- б) 2.400 попуњених упитника за домаће туристе у периодима новембар 2018. - јануар 2019. и мај - септембар 2019. године

Кључни налази укупних резултата првог и другог таласа истраживања:

1. Туристе у Новом Саду доминантно чине млади до 30 година старости (тотал: 48,1%), а затим долазе туристи средње доби од 31 до 50 година старости (тотал: 37%);
2. Туристи у Новом Саду су изразито високо образовани (I и II талас, тотал – 52%; I и II талас, домаћи туристи – 35%; I и II талас, страни туристи – 69,1%);
3. Музика, концерти, Егзит фестивал, али и Петроварадинска тврђава су најчешће асоцијација на Нови Сад – представљају симбол града;
4. Пекинг (2,5%), Љубљана (2,2%) и Загреб (2,1%) су градови одакле у Нови Сад долази највећи број страних туриста, док из Београда долази чак 18,9% свих домаћих туриста;
5. Нешто мање од $\frac{1}{3}$ страних туриста долази из „Екс Ју“ региона (27,2%), око 45% из осталих европских земаља, око $\frac{1}{3}$ долази из Азије;
6. Као три најчешће навођена извора информисања о Новом Саду као туристичкој дестинацији, и код домаћих и код страних туриста појављују се: „Позитивно лично искуство“ (страни туристи – 15,4%, домаћи туристи – 76,4%), „Препоруке пријатеља, рођака, колега...“ (страни туристи – 13,9%, домаћи туристи – 46,6%), и „Интернет, друштвене мреже“ (страни туристи – 81,1%, домаћи туристи – 36,7%);
7. Најчешћи случај је да су у туристичкој посети Новом Саду заједно 2 особе, у око $\frac{1}{3}$ случајева, без обзира да ли је реч о страним или домаћим туристима. Генерално, 29,1% туриста су сами у Новом Саду, али ту постоји значајнија разлика јер су домаћи туристи у 37,9% случајева у овој категорији, а страни су самостално у Новом Саду, значајно ређе, тек у 18,3% случајева;
8. Ако се посматрају сви туристи у Новом Саду, 67% је у једнодневной посети Новом Саду, а 33% је у вишедневной посети Новом Саду;
9. Ако се посматрају сви туристи који су у једнодневной посети Новом Саду, 51,3% њих су домаћи туристи, а 48,7% су страни туристи;
 - а) Разлог за једнодневну посету странаца Новом Саду је: излет (85%), културно-историјско наслеђе (56,9%), добар однос цена и квалитета (48,3%), обилазак овог дела Балкана као део пропутовања (34,7%), одмор и опуштање (24,2%);
 - б) Разлог за једнодневну посету домаћих туриста Новом Саду је: близина туристичке дестинације (50,8%), излет (44,1%), културно-историјско наслеђе (40,0%);
10. Ако се посматрају сви туристи који су у вишедневной посети Новом Саду, скоро 52,7% њих су страни туристи, односно 47,3% њих су домаћи туристи;

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

- ✓ Мотиви домаћих и страних туриста у вишедневној посети Новом Саду се разликују:
 - а) Домаћи туристи значајно чешће од страних туриста као мотиве путовања издвајају близину туристичке дестинације (домаћи туристи – 45,9%; страни туристи – 14,2%) и гостопримство (домаћи туристи – 25,4%; страни туристи – 14,0%);
 - б) Страни туристи су значајно чешће од домаћих туриста као мотиве доласка у Нови Сад наводили културно-историјско наслеђе (страни туристи – 53,8%; домаћи туристи – 43,6%), добар однос цене и квалитета (страни туристи – 46,4%; домаћи туристи – 14,4%), гастрономску и енолошку понуду (страни туристи – 25,6%; домаћи туристи – 16,8%), док су природне атракције уједначен разлог доласка;
 - ✓ Начин опредељивања за смештај међу домаћим и страним туристима се разликује. Док страни туристи смештај у Новом Саду доминантно траже преко интернета или друштвених мрежа (страни туристи – 62,2%; домаћи туристи – 36,1%); домаћи туристи смештај у Новом Саду пре свега траже на основу препорука партнера, рођака, колеге или пријатеља (страни туристи – 28%; домаћи туристи – 48%);
 - ✓ У складу са претходним налазом иде и податак о начину резервације смештаја. Наиме, док за резервацију смештаја укупно 45,6% туриста користи неки резервациони систем (31,6% домаћих туриста, и 58,1% страних туриста), 34% туриста резервацију смештаја обави преко пријатеља и рођака (44,4% домаћих туриста и 24,6% страних туриста);
 - као најчешће коришћени интернет сајт за резервацију смештаја у Новом Саду је сајт „booking.com“ који је у ову сврху користило око 53,3% туриста од свих који су користили било који сајт за резервацију смештаја, а друго место заузима сајт „airbnb.com“ са учешћем од 22,5%;
 - ✓ Просечан трошак смештаја (без обзира на дужину боравка у Новом Саду) је међу домаћим туристима 51,5 евра, а међу страним 95,9 евра;
 - ✓ Они који су у вишедневној посети Новом Саду најчешће остају 2 дана (34,4%), те 3 дана (24,5%);
11. 9 од 10 туриста (91,6%) који користе услуге туристичко информативног центра препознаје изузетну корисност услуга туристичко информативних центара Новог Сада;
12. ¼ туриста је заинтересована за једночасовне туре обиласка Новог Сада. Страни туристи су за једночасовне обиласке спремни да издвоје просечно 10,3 евра, а домаћи 4 евра;
13. Око 10% туриста наводи да су користили услуге туристичких агенција, при чему је у 9 од 10 случајева реч о локалним туристичким агенцијама из Новог Сада. Кад је реч о задовољству њиховом услугом, чак 94% туриста је углавном или изузетно задовољно;



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

14. Међу најпосећеније новосадске туристичке локације спадају центар града, Петроварадинска тврђава, паркови и фрушкогорски манастири;

15. Кад је реч о задовољству посетама новосадским туристичким локацијама Петроварадин и центар града су најбоље оцењени, а странци имају доста добро искуство и са посетом фрушкогорским манастирима, парковима и винаријама;

16. Нови Сад би сигурно препоручило чак 82,2% туриста, а вероватно још 17,3% туриста. У овом смислу домаћи туристи у односу на стране донекле чешће показују спремност да би сигурно препоручили Нови Сад;

17. 70,4%, страних туриста и 61,3% домаћих ће поделити утиске о посети Новом Саду. Од друштвених мрежа на којима ће се делити утисци, предњаче Фејсбук (страни туристи – 67,4%; домаћи туристи – 47,4%), Инстаграм (страни туристи – 75,1%; домаћи туристи – 59,6%), а домаћи још и у значајном броју преко Вибера (19,9%);

18. 98,7% домаћих туриста наводи да би поново дошли у Нови Сад, а такав став изражава и чак 94,5% страних туриста;

19. Генерално, највећи број туриста, чак 70,4% њих, нема никакве сугестије како би се унапредила туристичка понуда Новог Сада. Ипак, на основу резултата истраживања види се да се најчешће сугерише да је потребно „Почистити смеће“ (генерално – 3,3%; страни туристи – 1,1%; домаћи туристи – 5,4%), „Побољшати јавни превоз“ (генерално – 2,2%; страни туристи – 1,0%; домаћи туристи – 3,5%), „Обезбедити више садржаја који би привукли туристе“ (генерално – 1,5%; страни туристи – 0,3%; домаћи туристи – 2,6%)...

20. Резултати истраживања потврђују висок степен задовољства туриста у Новом Саду (96,8% задовољних туриста). На укупном нивоу, истраживање је утврдило да је 57,9% туриста који су потпуно задовољни и 38,9% који су углавном задовољни туристичком посетом Новом Саду.

5 САРАДЊА СА ДРУГИМ УСТАНОВАМА

Како је сарадња са осталим туристичким организацијама, у случају ТО Града Новог Сада саставни део активности, сарадња се одвијала на пољу сајмова и промоција са ТО Србије, ТО Београда, ТО Војводине, али и другим организацијама.

- ТОНС је заједно са колегама из Туристичке организације Војводине (ТОВ) пренео своја позитивна искуства и представио алате за промоцију туристичке дестинације групи представника туристичке привреде из Азербејџана, који су Нови Сад посетили са жељом да се ближе упознају са начином промоције туристичке понуде наше земље.
- ТОНС је подржао промоцију летње туристичке понуде града Будве и туристичке понуде Црне Горе у Новом Саду пружајући медијску промоцију путем својих медијских канала и уједно



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

позивањем грађана да посете ову промоцију.

- Представници Туристичке организације Града Новог Сада и Градске Управе за привреду Новог Сада и начелник Одељења за туризам, културу и социјалну политику и представник Туристичке организације Бања Луке одржали су заједнички састанак у Новом Саду. На састанку је било речи о раду Туристичке организације Града Новог Сада и Градске управе за привреду по питању наплате боравишне таксе и искуствима у вези са новим Законом о туризму и угоститељству који је ступио на снагу 1. јула 2019. године, са акцентом на измене које се односе на физичка лица и издавање станова. Поред тога, размењена су искуства о оствареним резултатима и будућим циљевима.

5.1 5.2. САРАДЊА СА ФАКУЛТЕТИМА – СТРУЧНА ПРАКСА

Туристичка организација Града Новог Сада има добру и континуирану сарадњу са високообразовним установама у Новом Саду које школују кадрове у туризму. Сарадња са Природно-математичким факултетом, Департманом за географију, туризам и хотелијерство дефинисана је протоколом о сарадњи. Стручну праксу у ТОНС-у обавило је око 40 студената завршне године Департмана за географију, туризам и хотелијерство.

Студенти су у трајању од 10 радних дана обављали праксу у току прве половине године, а током друге половине, студентима прве године истог факултета представљен је рад ТОНС-а. Кроз праксу су упознати са активностима и радом Туристичке организације Града Новог Сада и предочена им је улога туристичке организације једног града.

6 КРАТАК РЕЗИМЕ

Кратким освртом може се закључити да је 2019. година била изузетно успешна година, како у промоцији тако и у развоју туристичке понуде Града Новог Сада. Када је у питању промоција, Туристичка организација Града Новог Сада имала је 23 промотивна наступа, организовала је и учествовала у организацији два велика догађаја за организаторе путовања из земље и иностранства. Сprovedена је континуирана кампања на телевизији, радију, путем штампаних медија, интернет портала, друштвених мрежа, као и канала светског туристичког водича „Lonely Planet“. Остварена је сарадња са великим бројем новинара и медија који су посетили Нови Сад и којима је представљан Нови Сад, попут кинеске националне телевизије „CCTV-6“. Одштампан је и набављен промотивни материјал којим је промовисан Нови Сад.

Реализоване су пројектне активности набавке излагачких тезги и монтажно-демонтажног информативног центра, за потребе туристичке привреде и манифестација, као и за пружање информација туристима и посетиоцима. Такође, реализовано је истраживање „Анализа ставова и понашања домаћих и страних туриста“.