

РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ
Број:3-326/2021-II
Дана:19. маја 2021. 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 2020. године, са Закључком Градског већа Града Новог Сада број: 3-326/2021-II од 19. маја 2021. 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 2020. 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 2020. годину, на 55. седници од 19. маја 2021. 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 2020. 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 2020. 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:3-326/2021-II
Дана:19. маја 2021. године
Н О В И С А Д

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Милош Вучевић

Милош 3 Вучевић

Туристичка организација Града Новог Сада

Туристичка организација

Града Новог Сада

Датум: 13-05-2021

Број: 294-1-13/05/21
Нови Сад

На основу члана 10. Одлуке о оснивању Туристичке организације Града Новог Сада и члана 22. Статута Туристичке организације Града Новог Сада, Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада је на 126. седници, одржаној дана 13.05.2021. 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 2020. годину.

ПРЕДСЕДНИЦА
УПРАВНОГ ОДБОРА

Ана Возар





Туристичка организација

Града Новог Сада

Датум: 13-05-2021

Број: 234-13/05/21

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 2020. ГОДИНЕ**



НОВИ САД, мај 2021. године

САДРЖАЈ:

1.	ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	2
2.	СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2020. ГОДИНУ	5
3.	ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ	7
3.1.	ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ ПРЕ ПРОГЛАШЕЊА ПАНДЕМИЈЕ „COVID 19“	7
3.1.1.	ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ И МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА.....	8
3.1.1.1.	42. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА, БЕОГРАД.....	8
3.1.1.2.	САЈАМ „CMT – The Holiday Exhibition“ ШТУТГАРТ	9
3.1.1.3.	САЈАМ ТУРИЗМА – „FERIEN“ У БЕЧУ	9
3.1.1.4.	САЈАМ ТУРИЗМА И ГАСТРОНОМИЈЕ У БРАТИСЛАВИ	9
3.1.1.5.	САЈАМ ТУРИЗМА „ALPE-ADRIA“ У ЉУБЉАНИ	10
3.1.1.6.	САЈАМ ТУРИЗМА „EMITT“ ИСТАНБУЛ	10
3.1.1.7.	САЈАМ ТУРИЗМА „HOLIDAY & SPA EXPO“ У СОФИЈИ	11
3.2.	ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НАКОН ПРОГЛАШЕЊА ПАНДЕМИЈЕ „COVID 19“	11
3.2.1.	АНАЛИЗА СИТУАЦИЈЕ И ДЕФИНИСАЊЕ ПЛАНА РАДА У НОВИМ ОКОЛНОСТИМА.....	12
3.2.2.	ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ ЕЛЕКТРОНСКИХ И ШТАМПЕНИХ МЕДИЈА	13
3.2.2.1.	КАМПАЊА – 52 ВИКЕНДА У НОВОМ САДУ	14
3.2.2.2.	КАМПАЊА – „ПЛАТИ ДВЕ НОЋИ – ОСТАНИ ТРИ“	14
3.2.2.3.	КАМПАЊА – ЛЕТО У НОВОМ САДУ.....	15
3.2.2.4.	КАМПАЊА – ЈЕСЕН У НОВОМ САДУ.....	15
3.2.2.5.	КАМПАЊА – ЗИМСКА ФАНТАЗИЈА У НОВОМ САДУ – ФОТОКОНКУРС.....	16
3.2.2.6.	КАМПАЊА – ПУТЕМ ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛА, ШТАМПЕНИХ МЕДИЈА И ТЕЛЕВИЗИЈЕ	16
3.2.3.	АНИМАЦИЈА ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА У ЗЕМЉИ И РЕГИОНУ	17
3.2.4.	САРАДЊА СА МЕДИЈИМА, НОВИНАРИМА И БЛОГЕРИМА.....	17
3.2.5.	ПРОДУКЦИЈА ВИДЕО МАТЕРИЈАЛА И УНАПРЕЂЕЊЕ САЈТА.....	18
4.	РЕАЛИЗАЦИЈА ПРОЈЕКТА – АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА....	19
5.	САРАДЊА СА ДРУГИМ УСТАНОВАМА И ОРГАНИЗАЦИЈАМА.....	21
6.	КРАТКИ РЕЗИМЕ	22

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 112. седници дана 04.12.2019. године усвојио је Програм рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за 2020. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 61/19), којим је био планиран приход од 116.832.950,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 120. седници дана 05.10.2020. 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 2020. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 46/20) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 76.783.950,00 динара.

Износ планиранх и остварених средстава у 2020. години дати су у наредној табели.

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2020. ГОДИНУ	ОСТВАРЕНО У 2020. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	56.783.950,00	56.783.950,00	100,00 %
Планирани приходи од боравишне таксе	20.000.000,00	21.788.309,92	108,94 %
УКУПНО	76.783.950,00	78.572.259,92	102,33 %

Реализација средстава према врсти прихода у 2020. години дата су у следећој табели.

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2020. ГОДИНУ	РЕАЛИЗОВАНО У 2020. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	56.783.950,00	32.383.706,87	57,03 %
Планирани приходи од боравишне таксе	20.000.000,00	18.741.788,82	93,71 %
УКУПНО	76.783.950,00	51.125.495,69	66,58 %

Укупан износ реализованих средстава износи **51.125.495,69** динара.



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

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 приказан је у следећој табели:

ВРСТА АКТИВНОСТИ	Извор 01
Програмска активност (1502-0001): Управљање развојем туризма	23.772.216,83
Програмска активност (1502-0002): Промоција туристичке понуде	27.353.278,86
Пројекат (1502-0004): Туристичка сигнализација	0,00
Укупно за програм 4 (1502) : Развој туризма	51.125.495,69

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.

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 кампањи, 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 2020. години није било кварова на туристичкој информативној сигнализацији, па самим тим није било ни трошкова на овој позицији.

Са стањем на дан 31.12.2020. године у Туристичкој организацији Града Новог Сада било је укупно 10 запослених на неодређено време и 3 запослених на одређено време (једно због повећање 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-020-4/2019-73/а од 02.12.2019. године и Закључком Градског већа Града Новог Сада бр. II-020-4/2020-46/б од 03.10.2020. године.

На 125. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 09.02.2021. године усвојен је завршни рачун Туристичке организације Града Новог Сада за 2020.годину, а на 126. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 13.05.2021. године усвојен је Извештај о реализацији Програма рада Туристичке

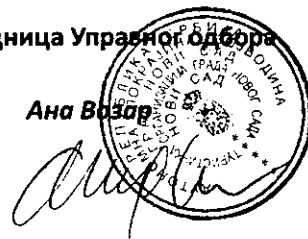


ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за период јануар – децембар 2020. године.

Председница Управног одбора

Ана Вазар





ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

2. СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2020. ГОДИНУ

Завод за статистику

Доласци

Према подацима Републичког завода за статистику Србије на територији Града Новог Сада у периоду јануар – децембар 2020. године укупно је боравило 76.091 туриста што представља пад у односу на исти период (јануар – децембар) претходне године за 65,7%. Од тога домаћих туриста је било 41.408 (пад за 47,4%), а страних 34.683 (пад за 75,8%).

Највећи број долазака међу странцима остварили су туристи из Босне и Херцеговине (5.019), Хрватске (3.513), осталих европских земаља (1.832), Словеније (1.827), Немачке (1.650), Турске (1.344), Руске Федерације (1.280), Аустрије (1.275), Румуније (1.236), Црне Горе (1.182).

Ноћења

Према истом извору у периоду јануар – децембар 2020. године укупно је остварено 179.090 ноћења што представља пад од 57,9%. Од тога домаћи туристи су остварили 96.751 ноћење (пад за 33,7%), а страни 82.339 (пад за 70,5%).

Највише ноћења међу странцима остварили су туристи из Турске (16.518), Босне и Херцеговине (8.005), Хрватске (5.655), Румуније (4.165), Руске Федерације (3.618), Словеније (3.420), Немачке (3.151), осталих европских земаља (2.840), Црне Горе (2.325), осталих азијских земаља (2.055).

Просечна дужина боравка

Просечна дужина боравка туриста у 2020. години износила је 2,35 дана. Домаћи туристи су боравили у просеку 2,34 дана, а страни 2,37 дана.

Напомена:

У периоду пре проглашења епидемије, у прва два месеца 2020. године забележен је пораст како долазака тако и ноћења туриста у Новом Саду. Наш град је посетило 21.788 туриста што представља пораст у односу на 2019. годину за 15,7%, а који су оставрили 40.526 ноћења што такође представља пораст од 4,4%.

У периоду проглашења епидемије, чак у два наврата забележен је пораст ноћења домаћих туриста и то у октобру (4,1%) и децембру (1,2%).

Путнички бродови

Према подацима Агенције за управљање лукама, на пристаништима у Новом Саду у 2020. години пристало је 5 путничких бродова, а искрцало се 283 путника. По један брод



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

пристао је у фебруару, јулу и октобру, а два у септембру када се искрцало и највише путника (143).

Инфо центри

Инфо центре Туристичке организације Града Новог Сада је 2020. године посетило укупно 796 туриста из 41 земље, а од тога 543 страних туриста и 253 туриста из Србије. Међу странцима, најбројнији су били туристи из Турске, затим Русије, Израела, САД-а, Немачке, Француске, Пољске, Шпаније, Кине, Мађарске. Прве три ваневропске земље су САД, Кина и Јапан. Највише посета било је у јануару (159), затим у фебруару (134) и октобру (95). Током ванредног стања, од средине марта до краја маја, инфо центри су били затворени за посетиоце. У јулу, августу и децембру радио је само инфо центар у Јеврејској улици.

Боравишна такса

У 2020. години наплаћена је боравишна такса у износу од 21.788.309,92 динара што представља пад у односу на износ наплаћене боравишне таксе претходне године за 57,39%. Правна лица уплатила су 19.670.748,88 динара, а физичка 2.117.560,04 динара.

Према подацима Народне банке Србије, у периоду јануар – децембар 2020. године остварени девизни прилив од туризма износио је 975.000.000,00 EUR у Србији што је 39,7 % мање у односу на период јануар – децембар 2019. године.

3. ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ

Туристичка организација Града Новог Сада у складу са планом и програмом у првом кварталу 2020. године реализовала је све планиране промотивне активности, попут спровођења кампање путем електронских медија, наступа на сајмовима као и других промотивних активности.

Након глобално проглашене пандемије, пред крај првог квартала 2020. године, дошло је до потпуног застоја у међународним, али и домаћим путовањима, те је самим тим стопирана и сајамска активност, док су остале активности на промоцији морале бити обустављене и реорганизоване у складу са новонасталом ситуацијом.

3.1. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ ПРЕ ПРОГЛАШЕЊА ПАНДЕМИЈЕ „COVID 19“

Према унапред дефинисаном плану рада у првом кварталу Туристичка организација Града Новог Сада наступила је на шест међународних сајмова који су се одржали почетком 2020. године. На међународним сајмовима, ТОНС је наступио у оквиру штанда ТО Србије или ТО Војводине. Такође, поред међународних сајмова ТОНС је наступио самостално и на једином одржаном домаћем сајму туризма у 2020. години у Београду.

Трећу годину за редом ТОНС је у свим основним школама на територији града, свим ђацима првацима поконио сликовнице на српском језику, али и на словачком и мађарском језику са циљем да се најмлађи суграђани на врло креативан и занимљив начин упознају са знаменитостима града, едукују и боље упознају град у којем живе. Сликоница за најмлађе под називом „Нови Сад – Град голубијег срца“ јединствени је примерак туристичког водича кроз Нови Сад, а кроз занимљиве приче и богато илустровану публикацију, воде их Гога и Голубан.



Веома успешне кампање путем друштвених мрежа, као и у претходним годинама, настављене су и почетком 2020. године, од којих треба истаћи кампању Зимска фантазија у Новом Саду, кроз коју су такође испраћени и најзначајнији догађаји и дешавања у граду у периоду зимских месеци (Дочек Нове године, предаја титуле Омладинске престонице Европе, Ледена шума, *Winter fest...*).

Туристичка организација Града Новог Сада узела је учешће у обележавању Светског дана туристичких водича и у сарадњи са Удружењем туристичких водича организовала и промовисала бесплатне промотивне шетње по Новом Саду и Петроварадинској тврђави.

С обзиром да су претходне године биле веома успешне и са значајним порастом како броја туриста тако и броја ноћења, 2020. година је према свим очекивањима и прогнозама требала бити једна од најуспешнијих година до сада, са највећим бројем туриста и ноћења,

што су прва два месеца по статистичким подацима и била. Велики број значајних манифестација и конгреса на међународном и светском нивоу био је планиран за 2020. годину који би са собом носили и посету великог броја страних туриста Новом Саду.

Такође и успешна промоција Новог Сада путем „Lonely planet“-а у 2019. години, своје успешне резултате требала је показати у 2020. години, а кроз пораст броја туриста и ноћења.

3.1.1. ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ И МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА

3.1.1.1. 42. МЕЂУНАРОДНИ САЈАМ ТУРИЗМА, БЕОГРАД

Датум одржавања: 20 – 23. фебруар 2020. године

ТОНС је и 2020. године одржао промоцију на свом штанду на 42. Међународном Београдском сајму туризма. Под слоганом „Пут под ноге“ у халама Београдског сајма, туристичку понуду и смештајне капацитете, културу и обичаје, вина и специјалитете, представило је више од 700 директних излагача и суизлагача из 40 земаља. Заједно са пословним гостима на сајму су укупно биле присутне 44 државе. Заједно, на све четири манифестације, учествовало је преко 900 излагача и 66.784 посетилаца.



У оквиру међународног сајма туризма, одржан је и 16. Сајам угоститељске опреме „HORECA“, 11. Међународни сајам вина „BeoWine“, као и 16. Сајам сувенира „Види Србију“.

Штанд ТО Новог Сада се налазио у хали 4, где су биле и остале туристичке организације: Србије, Београда, Западне регије, Војводине, Централне Србије, и других.

Највећи број заинтересованих туроператора дошао је из земаља региона, али и из Немачке, Турске и Руске Федерације. С обзиром на то да је акценат био стављен на јубиларни 20. „EXIT“, као и на титулу коју је Нови Сад требао да понесе следеће 2021. године као Европска престоница културе, на штанду ТОНС-а налазили су се и представници „Фондације 2021“.

Такође и представници града Нижњи Новгород, града побратима Новог Сада, представили су туристичку понуду ове регије.

Другог дана сајма, директор ТО Новог Сада, Бранислав Кнежевић потписао је протокол о сарадњи са директорком ТО Ужице, мр Данијелом Ђорђевић Арсић. Циљ потписивања овог протокола било је повезивање ове две туристичке дестинације и унапређење међусобне сарадње у области туризма и културе кроз реализацију заједничких промотивних и пројектних активности.



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

3.1.1.2. САЈАМ „СМТ – The Holiday Exhibition“ ШТУТГАРТ

Датум одржавања: 11 – 19. јануар 2020. године

Туристичка организација Града Новог Сада представила је туристичку понуду града на међународном сајму туризма „СМТ – The Holiday Exhibition“ који је одржан у Штутгарту у Немачкој. Овај сајам представља најпосећенији сајам намењен широкој публици. Сајам је посетило преко 250.000 посетилаца, а излагало више од 2.000 излагача из 100 земаља.

Туристичка понуда Новог Сада представила се у оквиру штанда Туристичке организације Србије, где су се представиле и Туристичка организација Војводине, Београда, Чачка, Ваљева, Атомска бања Горња Трепча и Туристичка агенција Глоб Метрополитен.

Посетиоци су се информисали о могућностима за активни одмор у Новом Саду и околини. Посебно интересовање владало је за одмор на Дунаву, Фрушку гору, пешачке и бициклистичке руте, салаше, кампове.

3.1.1.3. САЈАМ ТУРИЗМА – „FERIEN“ У БЕЧУ

Датум одржавања: 16 – 19. јануар 2020. године

Сајам туризма „Ferien“ у Бечу окупио је велики број земаља из целог света. Сајам је продајног карактера и око 30% аранжмана у Бечу се прода управо за време овог сајма. На заједничком штанду Привредне коморе Војводине и Привредне коморе Србије учествовало је преко 35 излагача из Србије. Од самог отварања сајам је био изузетно посећен, као и сам штанд на којем је ТОНС излагао.

Што се тиче заинтересованости за Нови Сад, највише су се распитивали за сам град и знаменитости, као и за бициклистичке туре.

3.1.1.4. САЈАМ ТУРИЗМА И ГАСТРОНОМИЈЕ У БРАТИСЛАВИ

Датум одржавања: 23 – 26. јануар 2020. године

Туристичка организација Града Новог Сада, посредством Туристичке организације Војводине, наступала је на сајму туризма и гастрономије „ITF Slovakiaitour i Danubius Gastro“ у Братислави.

Овај догађај, са традицијом дугом 26 година, посети више од 70.000 посетилаца током сајамских дана. Излагачи из 20 земаља, најпре из Словачке, Чешке и других европских земаља, као и оних удаљенијих и екзотичнијих (Индонезија, Куба, Мексико, Грузија, Молдавија) традиционално су представљали своју културну, историјску и природну баштину обиљем промотивног материјала, али и на нешто иновативније начине, нпр. кроз аудио-визуелну

промоцију. Посетиоци све чешће могу да уживају у занимљивим наративима, креативним филмовима и инспиративним фотографијама, као анимацијама и симулацијама, кроз које дестинације представљају свој идентитет и вредности на којима темеље туристичку понуду.

Нови Сад је свакако била дестинација у фокусу. Посетиоци су се највише интересовали за туристичку понуду града, Петроварадинску тврђаву и подземне војне галерије, смештај у граду и гостономију, као и за различите туристичке активности и „нове“ доживљаје, како у Новом Саду, тако и у његовој околини.

3.1.1.5. САЈАМ ТУРИЗМА „ALPE-ADRIA“ У ЉУБЉАНИ

Датум одржавања: 29. јануар – 01. фебруар 2020. године

На 31. Међународном сајму туризма „Alpe-Adria – International Fair for Green Active Tourism, Camping and Caravanning“ Туристичка организација Града Новог Сада излагала је са осталим туристичким организацијама из Војводине.

Посетиоци сајма су углавном били заинтересовани за активан одмор, боравак у природи, пешачење, вожњу бицикла, камповање. Поред тога, када је Нови Сад у питању, показали су велико интересовање и за обилазак манастира, посету салашима и чардама, као и за културну понуду града. Међу млађом популацијом посебно је била интересантна чињеница да је „Exit“ фестивал те године требао да прославља 20. рођендан. Поред „Exit“-а 2.0 посебан акценат је био стављен и на титулу коју је Нови Сад требао да понесе 2021. године као Европска престоница културе. Новосадска туристичка понуда представљена је путем штампаног материјала на словеначком, српском и енглеском језику у директном контакту са публиком.

Дан уочи сајма, одржано је Војвођанско вече. У Парохијском дому Српске православне цркве у Љубљани, окупило се око 100 представника медија, туристичких агенција и специјализованих удружења из Словеније. У опуштеној атмосфери уз војвођанске специјалитете и вина, одржани су пословни састанци између њих и туристичких организација из Покрајине.

3.1.1.6. САЈАМ ТУРИЗМА „EMITT“ ИСТАНБУЛ

Датум одржавања: 30. јануар – 02. фебруар 2020. године

На међународном сајму туризма „EMITT“ (East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition), који се одржао 24. пут у Истанбулу, по други пут представила се и Туристичка организација Града Новог Сада. Према неким оценама овај сајам спада у групу најзначајнијих сајмова туризма у свету одмах након „WTM“ (Лондон) и „ITB“ (Берлин). На сајму „EMITT“ су се представиле 94 земље, 1201 излагач, који промовишу хотелски смештај, туристичке агенције, градове, приватна предузетништва, како у Турској тако и у свету.

С обзиром на то да је ТОНС 2019. године у сарадњи са ТО Србије и „Turkish Airlines“ авиокомпанијом, са седиштем у Београду, организовао први пословни сусрет туроператора из Турске са домаћим туроператорима, наставак промоције на овом тржишту веома је значајан.

Поред бројних састанака са туроператорима из Турске и Блиског Истока, који су унапред договорени, одржани су првог дана сајма и састанци са медијским кућама из Турске, које су заинтересоване да промовишу туристичку понуду Новог Сада.

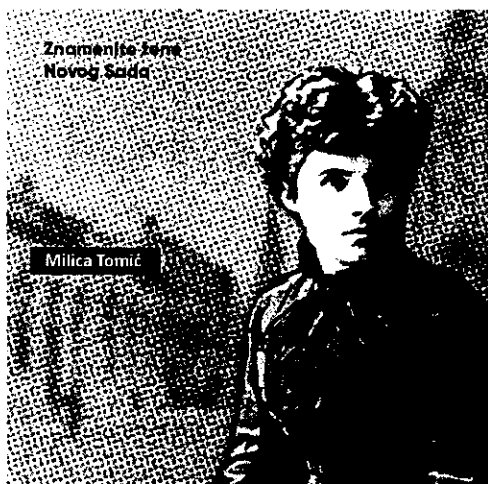
3.1.1.7. САЈАМ ТУРИЗМА „HOLIDAY & SPA EXPO“ У СОФИЈИ

Датум одржавања: 13 – 15. фебруар 2020. године

Према подацима Републичког завода за статистику, туристи из Бугарске су се према броју долазака и остварених ноћења 2019. године нашли међу првих 10 земаља из којих су туристи посетили Нови Сад.

Туристичка организација Града Новог Сада представила је Нови Сад као атрактивну „city break“ дестинацију, туристичке атракције града и околине, бројне манифестације које се одрже током читаве године. Посебно интересовање, како туроператора, тако и осталих посетилаца владало је за посетом Новог Сада са околином, гастрономским и винским турама, Фрушком гором, посетом манастирима, као и фестивалима. Посебно одушевљење посетилаца изазвале су и промотивне брошуре на бугарском језику.

3.2. ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НАКОН ПРОГЛАШЕЊА ПАНДЕМИЈЕ „COVID 19“



Након проглашења ванредног стања у нашој земљи, туризам као делатност је у потпуности стао са активностима чиме је постао једна од најугроженијих грана привреде.

Туристичка организација Града Новог Сада у кратком року је реорганизовала своје планиране активности и прилагодила кампање новонасталој ситуацији.

Током ванредног периода, ТОНС је наставио са промоцијом града и околине путем друштвених мрежа и сајта, са кампањом под називом **„Остани код куће – Упознај Нови Сад“** са циљем пружања квалитетног садржаја свим посетиоцима наших

страница, као и држања града у фокусу као туристичку дестинацију коју треба посетити након што се ситуација са пандемијом поправи. Свака од ових објава имала је пратеће тзв. „hash tag“ (#) „остани код куће“ „остани одговоран“, јер је то била и међународна ознака којом је Светска здравствена организација позивала на опрезност и одговорно понашање. Ове приче су се



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА ГРАДА НОВОГ САДА

састојале од три теме:

- *Приче о палатама Новог Сада*
- *Приче о петроварадинском подграђу*
- *Приче о знаменитим женама Новог Сада*

3.2.1. АНАЛИЗА СИТУАЦИЈЕ И ДЕФИНИСАЊЕ ПЛАНА РАДА У НОВИМ ОКОЛНОСТИМА

С обзиром да су у наведеном периоду, током рада од куће, редовно праћени релевантни и важни међународни и домаћи „on-line“ вебинари на тему: „Туризам током и након пандемије“, донети су закључци са циљем поновног покретања туризма и пружања подршке туристичкој привреди града Новог Сада са планом промотивних активности до краја текуће године.

Најважнији закључци са вебинара који је организовао водећи светски туристички водич „Trip Advisor“:

- На путовање најпре ће се одлучити **домаћи туристи** у оквирима своје земље, јер се ту осећају најбезбедније. Почетак путовања треба очекивати у периоду од два месеца након завршетка ванредног стања;
- Када је реч о структури туриста, очекује се да ће млади први кренути на путовања;
- Следећа група туриста који се могу очекивати су **регионални туристи**, из земаља у окружењу, који ће у зависности од попуштања мера и отварање граница у својим земљама, кренути на путовања;
- Када је реч о **међународним туристичким кретањима**, очекују се прва већа кретања на пролеће 2021. године, док се повратак на обим из 2019. године, очекује тек 2022/2023. године
- Према анкети спроведеној од стране „Trip Advisor“-а, туристи од наредних путовања очекују следеће:
 - релаксација и освежење,
 - остваривање успомена са породицом и пријатељима,
 - бекство из свакодневнице и чист ужитак,
 - док, када је у питању удаљеност дестинације опредељују се за путовања на дестинације које су доступне аутомобилом или краћим летовима;
 - активност и садржаји који ће туристе привлачити у наредном периоду, поред наведених, су „wellness & spa“, пешачење, боравак у природи, очување менталног и физичког здравља;
- Када су у питању активности туристичке привреде (Туристичке организације, агенције, угоститељски и смештајни објекти...) веома је важно и обезбедити континуитет у промоцији путем друштвених мрежа, портала и интернет сајта, али и путем традиционалних канала маркетинга како би „остали пред очима“ потенцијалних туриста и како би константно промовисали своју дестинацију и позивали на посету.

Према анализи структуре ноћења у Новом Саду према земљама доласка, у односу на тренутну ситуацију, узимајући у обзир и препоруке са вебинара као и сагледавајући ситуацију у земљи и свету и „стање на терену“, одлучено је да се највећи део промотивних активности за 2020. годину односе на домаће туристе који чине 1/3 у укупном броју туристичког промета, али и промоцију која ће се односити на „шири“ регион (Словенија, Црна Гора, БиХ, Македонија, Грчка, Хрватска, Бугарска, Румунија, Мађарска, Аустрија), који такође чине 1/3 туристичког промета у Новом Саду у складу са развојем ситуације око пандемије.

На основу спроведене анализе донете су смернице за реализацију промотивних активности за период: мај – децембар 2020. године

- **Промоција Новог Сада са околином**
 - са акцентом на одмор, релаксацију, боравак у природи и културно-историјско наслеђе.
- **Промоцију понуде смештајних капацитета**
 - Дефинисање специјалне понуде у сарадњи на хотелијерима Новог Сада
- **Нови Сад у агенцијским понудама** – анимација туристичких агенција да у своје програме укључе понуду обиласка Новог Сада
- **Реализација кампање 52 Викенда у Новом Саду**
 - Дефинисање предлога за излет туристима и посетиоцима за сваки викенд током периода од 12 месеци
- **Промовисање блогова о туристичкој и културној понуди нашег града**
 - Активирање блога са занимљивим текстовима о туристичкој и културној понуди
- **Канали промоције: друштвене мреже, „Google Ads“, портали, штампани медији**

Предности:

Одличан имиџ Новог Сада у земљи и региону као кулурне и туристичке дестинације; укључивање у систем ваучера; Титуле Европске престонице културе и Омладинске престонице Европе; Велика количина припремљеног материјала за реализацију кампањи; Спремност великог дела смештајних објеката да се укључи у кампању са промотивним пакетима.

Претње:

Неизвесност око дужине трајања пандемије и могућности појаве другог таласа; Већа заинтересованост за бање и планине за летњи одмор, „Борба“ око истог тржишта.

3.2.2. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ ЕЛЕКТРОНСКИХ И ШТАМПАНИХ МЕДИЈА

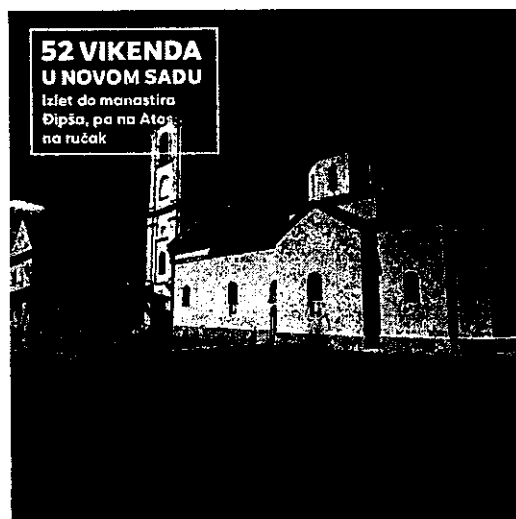
Туристичка организација Града Новог Сада, годинама уназад развијала је однос са потенцијалним туристима путем друштвених мрежа, односно путем промоције на тзв. „on line“ каналима промоције, што је допринело завидном броју пратилаца путем ових канала.

Након завршетка ванредног стања, од маја месеца до краја 2020. године, ТОНС је покренуо и реализовао више промотивних кампања са циљем пружања помоћи туристичкој привреди

града Новог Сада, али и остваривања континуиране присутности код потенцијалних посетилаца и туриста.

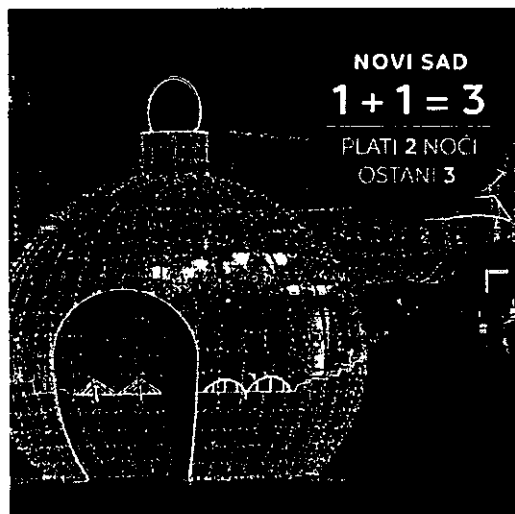
3.2.2.1. КАМПАЊА – 52 ВИКЕНДА У НОВОМ САДУ

Кампања је имала за циљ да сваког четвртка, када су обављивани предлози за предстојећи викенд, афирмише и промовише одређене туристичке производе и понуде које постоје у Новом Саду и околини, и које се могу током предстојећег викенда посетити. Циљ ове кампање је да свим циљаним групама одржи Нови Сад у фокусу управо уочи викенда када се реализује највећи број туристичких путовања, нарочито у градским центрима. За ову кампању, одабране се и припремљене 52 теме, са акцентом на опуштање, ужитке, природу и културно-историјско наслеђе.



3.2.2.2. КАМПАЊА – „ПЛАТИ ДВЕ НОЋИ – ОСТАНИ ТРИ“

Након завршетка ванредног стања, одржано је неколико састанака са представницима новосадских хотелијера са циљем дефинисања и покретања заједничке кампање. Туристичка организација Града Новог Сада предложила је покретање кампање: „Плати 2 – остани 3 ноћи“ која омогућава туристима да за две плаћене ноћи, трећу добију гратис. Кампања је имала за циљ да промовише све заинтересоване партнере (смештајне капацитете) који су се одазвали позиву да са понудом за две ноћи обезбеде трећу ноћ гратис, али и да у временима када градови нису у фокусу тражње привуче туристе и посетиоце у Нови Сад, као и да представи туристичку привреду Новог Сада као добро организовану и спремну да се брзо прилагоди новонасталој ситуацији. Због успешности кампање и на захтев хотелијера, кампања је реализована током целе године, путем Инстаграма, Фејсбука, Гугл реклама, као и утицајних портала.



3.2.2.3. КАМПАЊА – ЛЕТО У НОВОМ САДУ

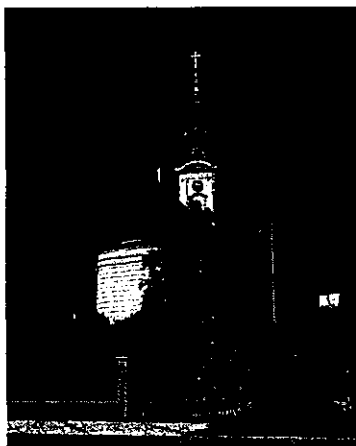
Током летњег периода, реализована је кампања са циљем промоције туристичке понуде Новог Сада са околином (Старо градско језгро, Петроварадинска тврђава, Фрушка гора, понуда салаша/чарди...). Током промоције приказан је нови видео спот „Нови Сад за 3 дана“ са слоганом „Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула“. Такође, припремљени су ПР текстови са темама како упознати Нови Сад за 3 дана и како провести лето у Новом Саду, који су пласирани путем утицајних портала.

Такође, током летњег периода покренуте су и кампање „Мурали Новог Сада“, која је пре свега била намењена младима и представљању града као будуће Европске престонице културе, и кампања „Утисци странаца о Новом Саду“ која је била намењена туристима из региона.

Novi Sad Utisci posetilaca

Visitors' Impressions

Menno Welja,
www.vakantiearena.nl
(2017)



3.2.2.4. КАМПАЊА – ЈЕСЕН У НОВОМ САДУ

Како лето није погодовало туризму градова, већ планинама и бањама, већа очекивања су била окренута ка јесењој туристичкој сезони. Јесен има своје чари и другачије боје када је природа у питању, али и гастрономија. Фокус кампање поред старог градског језгра, петроварадинске тврђаве и установа културе, био је окренут ка обиласку чарди и салаша уз дегустацију јесењих ђаконија, али такође и ка Фрушкој гори и њеном јесењем изгледу, манастирима, винаријама и излетиштима. Такође, у јесењим месецима припремљени су ПР текстови на тему како провести јесен у Новом Саду, који су пласирани путем најутицајнијих портала.



3.2.2.5. КАМПАЊА – ЗИМСКА ФАНТАЗИЈА У НОВОМ САДУ – ФОТОКОНКУРС

Са обзиром да је епидемиолошка ситуација била значајно погоршана крајем новембра и током децембра месеца 2020. године, ТОНС је био принуђен да у потпуности одустане од планиране кампање и да за кратко време осмисли и реализује нову кампању, придржавајући се мера и прилагођавајући се новонасталој ситуацији.

Зима у Новом Саду једнако је бајковита са снегом и без њега, јер је град са старим здањима у зимско доба прелепо окићен, а притом обилује романтичним и узбудљивим локацијама, доступним посетиоцима чак и у специфичним, неизвесним временима каква су била у децембру 2020. године. Нови Сад је свакако град чији становници традиционално прослављају два Божића и две Нове године, поштујући Јулијански и Грегоријански календар. То је време зимских празничних свечаности, радости, срећних тренутака, даривања и дељења. Због свега наведеног, осмишљен је наградни Фото конкурс „Зимска фантазија у Новом Саду – Бирамо најлепше зимске фотографије“.



Циљ фото конкурса био је анимација и активација суграђана, туриста и посетилаца да, у ситуацији када су угоститељски објекти затворени и када су отказане прославе празника, учествују у фото конкурс тако што ће, шетајући најлепшим деловима града и уживајући у чаробним моментима, јер је град био веома лепо окићен, послати своје фотографије. Пропозиције фото конкурса дозвољавале су и свима онима који су долазили ранијих година у Нови Сад за време празника да пошаљу своје фотографије, јер је услов био да фотографије не буду старије од две године. Путем кампање, дате су сугестије за места на којима се могу направити одличне фотографије, и притом доживети нешто ново и несвакидашње, попут центра града са својим главним улицама – Змај Јовина и Дунавска, затим Дунавски парк, Петроварадинска тврђава, али и околина Новог Сада (Фрушка гора, Сремски Карловци), као и многобројни салаши. На овај начин индиректно је урађена и промоција туристичких атракција Новог Сада.

Како је зима време празника и даривања, тако су и за овај фото конкурс припремљени поклони за 20 најбољих фотографија од стране пословних партнера, док је ТОНС припремио мали промо пакет за све остале учеснике, у знак захвалности за учествовање у фото конкурс.

На фото конкурс учествовало је 133 аутора са близу 400 фотографија.

3.2.2.6. КАМПАЊА – ПУТЕМ ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛА, ШТАМПЕНИХ МЕДИЈА И ТЕЛЕВИЗИЈЕ

Током 2020. године реализоване су и кампање путем утицајних портала: Блиц, Б92, Мондо, Радио 021, Мој Нови Сад, Портал Делта радио, Србију Волимо, Бел Гест,

Туристички Свет и конгресни портал „СЕЕВТМ“. Путем ових портала промовисана је туристичка понуда града путем промотивних чланака, банера и серијала текстова „52 Викенда у Новом Саду“. Такође, урађена је и кампања путем часописа „Hello“, „Лепота и здравље“ и „Топ Србија“ као и ТВ кампања на РТВ ПИНК, „Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула“ и „Јесен у Новом Саду“.

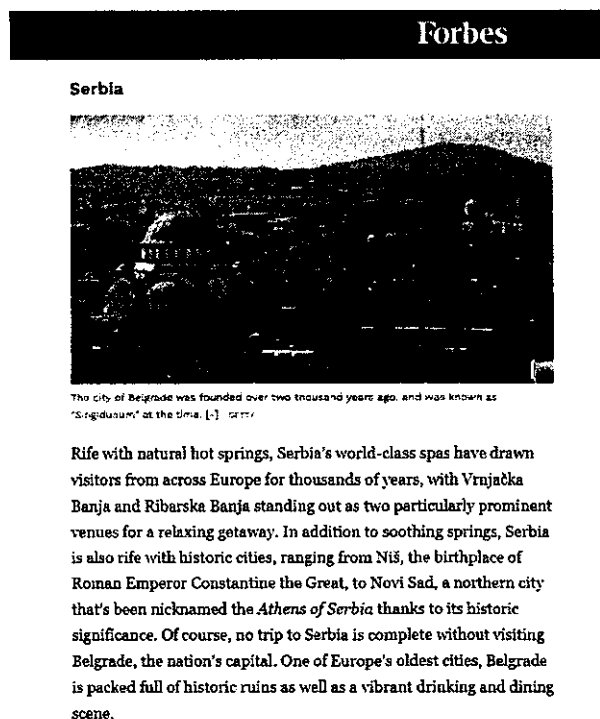
3.2.3. АНИМАЦИЈА ТУРИСТИЧКИХ АГЕНЦИЈА У ЗЕМЉИ И РЕГИОНУ

Туристичка организација Града Новог Сада, у склопу својих активности на промоцији туристичке понуде града и привлачењу домаћих гостију, покренула је и акцију анимирања туристичких агенција у Србији. На имејл адресе 130 домаћих туристичких агенција из бројних градова Србије, достављен је допис са предлозима програма за обилазак Новог Сада и околине у форми излета, викенд путовања и продуженог викенда. Такође, на адресе 70 туристичких агенција поштом су послате промотивне брошуре и програми обиласка Новог Сада. Ова акција је наишла на веома позитивне реакције и допринела је креирању и реализацији неколико аранжмана посете Новом Саду од стране домаћих туристичких агенција.

3.2.4. САРАДЊА СА МЕДИЈИМА, НОВИНАРИМА И БЛОГЕРИМА

Крајем 2020. године познати амерички магазин Форбс (Forbes) је уврстио Србију на листу пет земаља које препоручује туристима жељним да посете мање познате европске дестинације, а уз нашу земљу на својеврсној топ листи налазе се и Молдавија, Летонија, Словачка и Црна Гора. Поред других градова, препоручују се и посете градовима са историјским наслеђем, попут Ниша или Новог Сада, уз напомену да је први родни град римског цара Константина, а да је другом надимак „Српска Атина“.

Поред Форбса, Нови Сад је промовисан и у најпрестижнијем бугарском туристичком часопису „Voyage“. Поред Петроварадинске тврђаве и центра града, у престижном бугарском часопису „Voyage“, описана је и Фрушка гора са својим смештајним капацитетом високе категорије, која привлачи велики број иностраних гостију.



Због пандемије изазване вирусом „COVID-19“, у другој половини 2020. године било је само неколико посета представника медија нашем граду, где су учесници били новинари, блогери, фотографи. Овом приликом гости су имали прилику да обиђу град, стекну искуство о гастрономији, пробају вина са наших простора, а реакције су биле изванредне и сигурно је да ћемо у наредној години већ имати резултате рада.

Почетком септембра 2020. године, Нови Сад посетио један од најпознатијих светских продуцената, Џонатан Лег из САД-а, иначе међународно познат као водитељ и продуцент путничких и авантуристичких емисија које су се емитовале на телевизијским каналима као што су „Travel Channel“, „National Geographic“, „History“, „TLC“ и „Animal Planet“. Током боравка у Новом Саду имао прилику да обиђе центар града, Петроварадинску тврђаву, али и да ужива у гастрономској понуди. Све је то забележено камером кроз занимљиву причу, која се налази на Џонатановом „YouTube“ каналу. Емисија о Србији емитована је на америчком телевизијском каналу „Travel Channel“, у емисији „Пут којим се мање путовало са Џонатаном Легом“ (енг. „Road less Traveled with Jonathan Legg“).

У октобру месецу 2020. године, у посети нам је била трочлана ТВ екипа из Турске, која уређује и снима популарну емисију под називом „Културна раскрсница“ („Culture Crossroads/Kesisen Kulturler“), у којој се поред описа предела, дају и конкретни предлози шта се све може обићи на некој локацији (пијаце, ресторани, винарије, продавнице, установе културе). С обзиром на то да су туристи из Турске били ограничени на могућност путовања у само неколико земаља света, где спада и Србија, ово је била одлична прилика да им се Нови Сад и Србија представе као место где могу посебно да уживају у културним и природним лепотама и гастрономским специјалитетима.

Познати водитељ доомаће емисије „Домаћинске приче“, Ненад Гладих, почетком новембра месеца, био је гост Туристичке организације Града Новог Сада са жељом да у своје промоције уврсти и причу о врло аутентичним гастрономским специјалитетима који се могу наћи само у Новом Саду и околини, као и о врло занимљивим рецептима за колаче, торте и друге послastiце. Поред кулинарске приче, у емисији су се нашле и туристичке атракције које Нови Сад издвајају од осталих туристичких места у земљи и региону (Атеље 61, поставка шлемова у Музеју Војводине, палате и знамените жене Новог Сада и бројне друге занимљиве приче). Емисија је емитована на Нова С ТВ каналу, како у земљи, тако и у региону, а читав свет може ову емисију да прати и преко „You Tube“ канала.

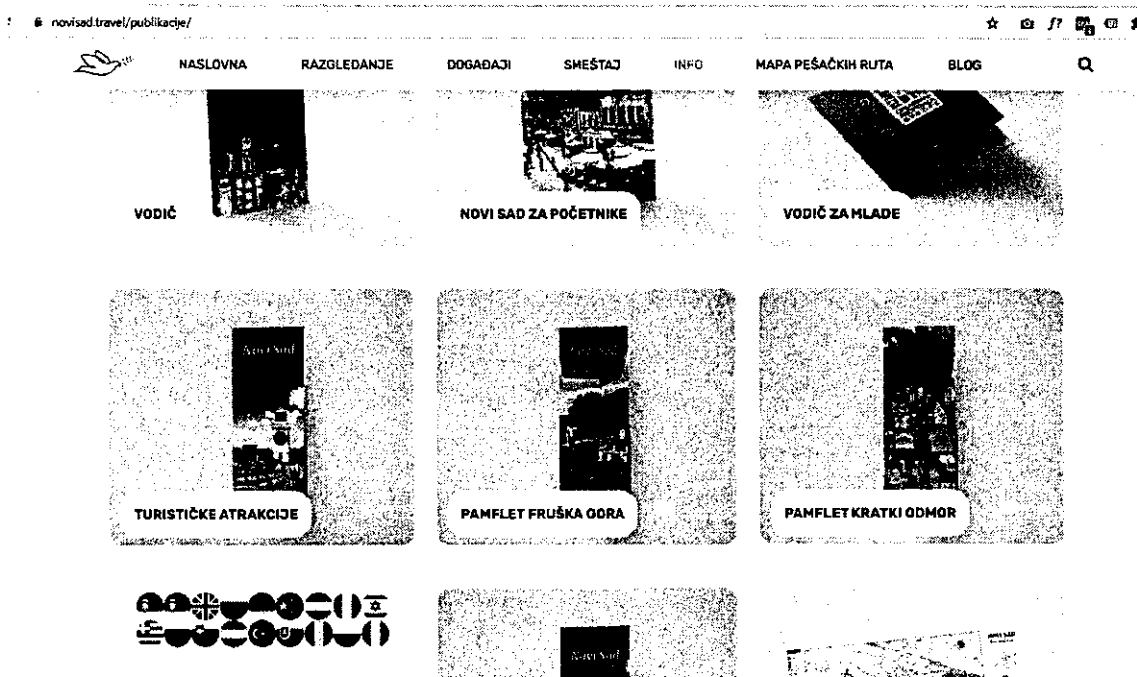
Велику атракцију у Новом Саду прошле године, изазвало је присуство боливудске продукције, а поводом снимања индијске серије „Ја прихватам“ („Qubool Hai“). Ова ТВ екипа је у Новом Саду боравила четири дана, снимања су обављена на неколико локација, а Нови Сад је одабран на основу ранијег искуства са путовања, где се Нови Сад памти као веома занимљив туристички град, изузетне историје.

3.2.5. ПРОДУКЦИЈА ВИДЕО МАТЕРИЈАЛА И УНАПРЕЂЕЊЕ САЈТА

У циљу промоције туристичке понуде Новог Сада, али и туристичке понуде околине града, током 2019. године започета је продукција промотивних спотова. Упркос пандемији и потешкоћама током 2020. године, завршена је продукција 35 кратких спотова који ће бити

коришћени у промотивне сврхе на друштвеним мрежама и телевизији.

Током пандемије посебна пажња посвећена је ажурирању сајта Туристичке организације Града Новог Сада. Ажурирани су подаци и информације, покренут је и активно вођен блог и реорганизована је страница на којој се налазе публикације у електронском издању, а које се могу преузети на различитим језицима.



4. РЕАЛИЗАЦИЈА ПРОЈЕКТА – АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА

Туристичка организација Града Новог Сада је и у 2020. години наставила пројекат „Анализе ставова и понашања страних и домаћих туриста у Новом Саду“, а који је започет крајем 2019. године, спровођењем анкета које обухватају стране и домаће туристе који посећују и бораве у Новом Саду.

Укупан узорак је 2498 попуњених анкета и то 1600 од стране домаћих туриста и 898 од стране страних туриста. Локације истраживања су централна градска зона, Петроварадинска тврђава, железничка станица, парк, аутобуска станица, на месту смештаја туриста и Шtrand. Истраживање је спроведено у два таласа, у више различитих термина, на почетку, средином и крајем наведених месеци, и то:

- Први талас: децембар 2019. године (анкетирано је 500 туриста)
- Други талас: јул (666 туриста), август (492 туриста), септембар (427 туриста) и октобар 2020. године (413 туриста).

За потребе истраживања је састављен упитник који садржи питања из следећих група:

- Демографске карактеристике туриста
- Мотиви и карактеристике путовања
- Смештај
- Извори информисања
- Препоруке и утисци

Кључни налази су следећи:

- Туристе у Новом Саду доминантно чине млади до 30 година који осим у првом таласу (децембар 2019) чине преко половине туриста у сваком таласу.
- Туристи у Новом Саду су изразито високо образовани. Док је у истраживању међу страним туристима у просеку било око 2/3 њих са вишим и високим образовањем (63%), међу домаћим туристима је забележено око 51% високо образованих.
- Бијељина и Бања Лука су градови одакле у Нови Сад долази највећи број страних туриста, а из Београда долази чак 32,7% свих домаћих туриста.
- Највећи број страних туриста долази из „ExYu“ региона (43,1%), затим из Источне Европе (25,5%), Азије (13,9%), Западне Европе (11,6%), Јужне Америке и Африке (4,1%) и Северне Америке и Аустралије (1,8%). Код домаћих туриста највише их долази из Војводине (35,1%), затим из Западне Србије и Шумадије (26,6%), исто толико из региона Београда, а најмање из Јужне и Источне Србије (11,7%).
- Као најчешће навођени извори информисања о Новом Саду као туристичкој дестинацији, и код домаћих и код страних туриста појављују се: „Препоруке пријатеља, рођака, колега...“, и „Интернет, друштвене мреже“.
- Најчешћи сапутници су пријатељи, рођаци и партнери.
- Преко половине туриста у сваком месецу као разлог своје посете наводи туристичке мотиве (обилазак града, одмор, забава). Следећи разлог је посета рођацима и пријатељима. Евидентно је да је због пандемије мали удео пословних догађаја наведен као разлог боравка у Новом Саду.
- Осим у августу 2020. године, већина туриста је била у једнодневной посети Новом Саду. Од туриста који су ноћили у Новом Саду, две трећине је пореклом из Србије.
- Највећи број туриста определио се за два ноћења (28,9%), затим једно ноћење (18,8%), три ноћења (15,6%), четири или пет ноћења (15%), више од седам ноћења (12,6%) и шест или седам ноћења (9,1%).
- Најзаступљенији је приватан смештај (апартман, соба, стан) и то 35,4% туриста је одсело у овој врсти смештајног објекта. Затим следи смештај код рођака и пријатеља (21,4%), па у хотелима до 3* (13,7%), хостелима (10,4%), преноћишту (10%), и на крају у хотелима са 4 и 5* (7,3%).
- Најприсутније је информисање преко интернета и информације добијене од рођака и пријатеља.
- Близу половине туриста 45,7% смештај је резервисала преко неког резервационог система (најчешће преко booking.com), док су пријатељи и рођаци резервисали смештај за 37,6% туриста.
- Домаћи туристи су за једно ноћење издвајали најчешће до 25 евра, а страни између 26 и 50 евра.

- Приближно две трећине туриста је задовољно смештајем.
- Изразита већина туриста (чак 99%) изјавила је да би поново посетила Нови Сад.

5. САРАДЊА СА ДРУГИМ УСТАНОВАМА И ОРГАНИЗАЦИЈАМА

Како је сарадња са бројним туристичким организацијама, у случају ТО града Новог Сада саставни део активности, сарадња се и током 2020. године одвијала на пољу сајмова и промоција са ТО Србије, ТО Војводине и ТО Београда. Када су у питању домаћи и међународни сајмови, ТОНС је сарађивао са ТО Србије, ТО Београда и ТО Војводине, као и када је у питању долазак представника међународних медија. У случају консултација, помоћи у реализацији пројеката, медијске подршке, ТОНС сарађује и са бројним локалним организацијама и удружењима.

ТОНС је изашао у сусрет Здравствено-туристичком центру „Бања Врућица“ из Теслића, Република Српска, и у септембру 2020. године, помогао сарадницима да уз нашу подршку одрже промотивне и пословне активности у Новом Саду. Представници „Бање Врућице“ су одржали састанак са заинтересованим туристичким агенцијама, и на локалним телевизијама презентovali своју туристичку понуду.

На Светски дан туризма, који се обележава сваке године 27. септембра, туристички водичи обележили су радно, те су уз подршку ТОНС-а организовани бесплатни обиласци старог језгра Новог Сада и Петроварадина, а у складу са препорукама градског епидемиолошког кризног штаба.

У току 2020. године, одржана је и промоција српских туристичких дестинација, у оквиру неколико тематских емисија, на РТПС-у у оквиру манифестације „Дани Српске у Србији“.

У једној од поменутих колажних ТВ емисија, гостовао је и директор ТО Града Новог Сада, заједно са министарком трговине и туризма у Влади Републике Српске и директором Туристичке организације Републике Српске. Емисија је била посвећена туризму Српске и Србије и будућим планираним заједничким пројектима, као и наступу на трећим тржиштима, где је директор ТОНС-а истакао и пријатељску сарадњу два града, Новог Сада и Бања Луке.

6. КРАТКИ РЕЗИМЕ

Кратким освртом може се закључити да је 2020. година приказала два потпуно различита лица. Почетак 2020. године који је носио двоцифрени раст ноћења и долазака туриста и велика очекивања са обзиром на велики број промотивних активности и кампања које су спроведене током 2019. године, али и због великог броја најављених међународних конгреса и великих фестивала попут прославе 20 година Егзита и преостали део године у којем је туризам доживео потпуни застој услед пандемије.

Пандемија није подједнако утицала на све дестинације. У ситуацији која је задесила цео свет, када говоримо о туризму, највише су погођене градске дестинације које су претрпеле велики пад доласка и ноћења туриста за разлику од планина и бања које су биле у фокусу тражње. Пад ноћења туриста у Новом Саду за 2020. годину износи 57,9%, што је у просеку других светских градских дестинација попут Њујорка, Берлина... и других градова. Са обзиром да је структура гостију у Новом Саду таква да страни туристи чине две трећине гостију, пад се највише односио управо на изостанак долазака страних туриста. Међутим, прошле године, током јесени забележен је и раст ноћења и долазака домаћих туриста, што потврђује чињеницу да су кампање које је ТОНС спроводио током целе године дале резултата.

Туристичка организација Града Новог Сада након проглашења пандемије, успела је да се брзо организује и припреми велики број промотивних кампања које су ишле током целе године. Током кампања дешавала су се честа померања, као и одустајања дела кампања услед ситуације са пандемијом која је била променљива и непредвидива. Из наведених разлога, као и због спроведених јавних набавки у првом кварталу, а за којима је престала потреба, дошло је до смањења извршења планираног буџета.

Након тешке и неизвесне 2020. године, са појавом вакцина и масовном вакцинацијом очекивања су да би 2021. година требала да буде доста боља када су питању доласци и ноћења туриста у Новом Саду. Главни адути Новог Сада су свакако титула Европске престонице културе, и веома богата и разнолика туристичка понуда града са његовом околином, што је и представљено кроз серијал објава „52 Викенда у Новом Саду“.