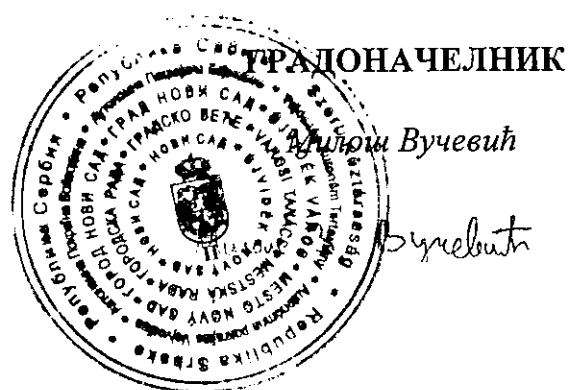


РЕПУБЛИКА СРБИЈА
АУТОНОМНА ПОКРАЈИНА ВОЈВОДИНА
ГРАД НОВИ САД
ГРАДСКО ВЕЋЕ
Број: 3-435/2022-II
Дана: 14. јула 2022. године
НОВИ САД

**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 2021. године, и Закључком Градског већа Града Новог Сада, број: 3-435/2022-II од 14. јула 2022. 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 2021. године, уврсти у дневни ред седнице Скупштине Града Новог Сада и да Скупштина донесе Закључак у предложеном тексту.



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 2021. годину, на 151. седници од 14. јула 2022. 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 2021. 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 2021. 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: 3-435/2022-II
Дана: 14. јула 2022. године
Н О В И С А Д





ТУРИСТИЧКА
ОРГАНИЗАЦИЈА
ГРАДА
НОВОГ САДА

Туристичка организација

Града Новог Сада

Датум: 18-05-2022

Број: 631-1-18/05/22

Нови Сад

1665/2022-VI

18.05.2022.

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 135. седници, одржаној дана 18.05.2022.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 2021.годину.

ПРЕДСЕДНИЦА
УПРАВНОГ ОДБОРА



Ана Возар

Туристичка организација Града Новог Сада, Трг Слободе 3/III, тел. 021/425 522,
фах 021/6618383, дин. рачун: 840-990664-22 ПИБ: 106066942
матични број: 08903280

Туристичка организација

Града Новог Сада

Датум: 18-05-2022

Број: 631-18/05/22
Нови Сад



ТУРИСТИЧКА
ОРГАНИЗАЦИЈА
ГРАДА
НОВОГ САДА

1865/2022-VII
18.05.2022.

**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 2021. ГОДИНЕ**



НОВИ САД, мај 2022. године

САДРЖАЈ:

1. ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	2
2. СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2021. ГОДИНУ	5
3. ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ.....	7
3.1. ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ САЈМОВИМА У 2021. ГОДИНИ	7
3.1.1. САЈАМ ТУРИЗМА У НИШУ	7
3.1.2. 88. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ.....	7
3.2. ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА	8
3.3. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ШТАМПАНОГ МАТЕРИЈАЛА	9
3.4. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ВИДЕО МАТЕРИЈАЛА	11
3.5. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА И ПОРТАЛА	11
3.6. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ БИЛБОРДА И ДИГИТАЛНИХ ЛЕД ЕКРАНА	12
3.7. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ШТАМПАНИХ МЕДИЈА СА АНАЛИЗОМ „PRESS CLIPPING“-а	13
3.8. ПРОМОЦИЈА И САРАДЊА СА ПРЕДСТАВНИЦИМА МЕДИЈА, ТУРОПЕРАТОРИМА И БЛОГЕРИМА	14
4. САРАДЊА СА ТУРИСТИЧКОМ ПРИВРЕДОМ ИЗ ЗЕМЉЕ И РЕГИОНА	17
5. ПОДРШКА ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ И МАНИФЕСТАЦИЈАМА	19
6. УНАПРЕЂЕЊЕ ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦЕ У ЦИЉУ ПРОМОЦИЈЕ ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ	20
7. ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ	23
8. РЕАЛИЗОВАНИ ПРОЈЕКТИ.....	28
8.1. ПРОЈЕКАТ – ВИНСКИ ПУТЕВИ ФРУШКЕ ГОРЕ.....	28
8.2. ПРОЈЕКАТ – УСТАНИЧКА ФРУШКА ГОРА	29
8.3. ПРОЈЕКАТ – АНКЕТА И АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА	29
9. КРАТАК РЕЗИМЕ	31

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, 29/09, 34/13, 63/14, 8/16 и 56/21).

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 121. седници дана 08.12.2020. године усвојио је Програм рада Туристичке организације Града Новог Сада са Финансијским планом и програмом и планом промотивних активности Града Новог Сада за 2021. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 59/20), којим су планирана средства од 112.217.986,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 126. седници дана 13.05.2021. 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 2021. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 24/21) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 112.217.986,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 128. седници дана 30.09.2021. 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 2021. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 45/21) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 106.217.986,00 динара.

Управни одбор Туристичке организације Града Новог Сада на 130. седници дана 01.12.2021. 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 2021. годину, на који је Скупштина Града Новог Сада дала сагласност (Решење о давању сагласности „Службени лист Града Новог Сада“ бр. 56/21) – ребаланс. Планирани износ средстава износио је 106.289.886,00 динара.

Износ планиранх и остварених средстава у 2021. години дати су у наредној табели.

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2021. ГОДИНУ	ОСТВАРЕНО У 2021. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	78.289.886,00	78.289.886,00	100,00 %
Планирани приходи од боравишне таксе	28.000.000,00	35.676.732,72	127,42 %
УКУПНО	106.289.886,00	113.966.618,72	107,22 %

Реализација средстава према врсти прихода у 2021. години дата су у следећој табели.

ВРСТА ПРИХОДА	ПЛАН ЗА 2021. ГОДИНУ	РЕАЛИЗОВАНО У 2021. ГОДИНИ	Учешће у % (3/2*100)
1	2	3	4
Приходи из буџета Града Новог Сада	78.289.886,00	63.801.782,39	81,49 %
Планирани приходи од боравишне таксе	28.000.000,00	25.884.029,68	92,44 %
УКУПНО	106.289.886,00	89.685.812,07	84,38 %

Укупан износ реализованих средстава износи **89.685.812,07** 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 приказан је у следећој табели:

ВРСТА АКТИВНОСТИ	Извор 01
Програмска активност (1502-0001): Управљање развојем туризма	34.292.314,99
Програмска активност (1502-0002): Промоција туристичке понуде	55.393.497,08
Укупно за програм 4 (1502) : Развој туризма	89.685.812,07

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.

Са стањем на дан 31.12.2021. 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-020-4/2020-62/а од 11.12.2020. године.

На 133. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 14.02.2022. године усвојен је завршни рачун Туристичке организације Града Новог Сада за 2021.годину, а на 135. седници Управног одбора Туристичке организације Града Новог Сада одржаној 18.05.2022. 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 2021. године.

Председница Управног одбора


Ана Возар


2. СТАТИСТИЧКИ ПОКАЗАТЕЉИ ЗА 2021. ГОДИНУ

Завод за статистику

Доласци

Према подацима Републичког завода за статистику Србије на територији Града Новог Сада у периоду јануар – децембар 2021. године укупно је боравило 134.267 туриста што представља раст у односу на исти период (јануар – децембар) претходне године за 76,5%. Од тога домаћих туриста је било 64.369 (раст за 55,5%), а страних 69.898 (раст за 101,5%).

Највећи број долазака међу странцима остварили су туристи из Босне и Херцеговине (9.655), Хрватске (5.399), Словеније (4.026), Немачке (3.925), Турске (3.690), Руске Федерације (3.409), Мађарске (2.771), Северне Македоније (2.695), осталих азијских земаља (2.602), Црне Горе (2.368).

Ноћења

Према истом извору у периоду јануар – децембар 2021. године укупно је остварено 335.738 ноћења што представља раст од 87,5%. Од тога домаћи туристи су остварили 153.034 ноћења (раст за 58,2%), а страни 182.704 (раст за 121,9%).

Највише ноћења међу странцима остварили су туристи из Турске (40.140), Босне и Херцеговине (16.068), Хрватске (9.847), Словеније (8.578), Немачке (8.466), Руске Федерације (8.201), Мађарске (5.607), Француске (5.600), осталих азијских земаља (5.599), Румуније (5.119).

Просечна дужина боравка

Просечна дужина боравка туриста у 2021. години износила је 2,5 дана. Домаћи туристи су боравили у просеку 2,38 дана, а страни 2,61 дана.

Хотели и други смештајни капацитети

На основу података добијених (у просеку) од 26 хотела и 1 другог објекта за смештај, у Новом Саду је у 2021. години највише туриста дошло из Србије, затим из Босне и Херцеговине, Хрватске, Немачке, Словеније, Руске Федерације, осталих азијских земаља, Македоније, Мађарске, Аустрије. По доласцима туриста прве три ваневропске земље су САД, Индија и Бразил.

На основу истих података, у Новом Саду су у 2021. години највише ноћења остварили туристи из Србије, затим из Босне и Херцеговине, Хрватске, Немачке, Руске Федерације, Словеније, Турске, Индије, Румуније, осталих азијских земаља. По ноћењима туриста прве три ваневропске земље су Индија, САД и Уједињени Арапски Емирати.

Путнички бродови

Према подацима Агенције за управљање лукама, на путничком пристаништу у Новом Саду

у 2021. години пристало је 132 путничка брода, а искрцало се 11.717 путника. Навише бродова је пристало у септембру (54) када се искрцало и највише путника (5.008). Потом следе октобар, са 32 пристајања бродова и 2.779 путника и август, са 25 пристајања и 2.182 путника.

Инфо центри

Инфо центре Туристичке организације Града Новог Сада је 2021. године посетило укупно 1.292 туриста из 61 земље, а од тога 1.112 страних туриста и 180 туриста из Србије. Међу странцима, најбројнији су били туристи из Немачке, затим Русије, Француске, Шпаније, Турске, Индије, САД-а, Словеније, Холандије, Велике Британије. Прве три ваневропске земље су Индија, САД и Уједињени Арапски Емирати. Највише посета било је у августу (320), затим у јулу (245) и септембру (163).

Боравишна такса

У 2021. години наплаћена је боравишна такса у износу од 35.676.732,72 динара што представља раст у односу на износ наплаћене боравишне таксе претходне године за 63,74%. Правна лица уплатила су 33.130.382,00 динара (раст за 68,42%), а физичка 2.546.350,72 динара (раст за 20,25%).

3. ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ

Сходно епидемиолошкој ситуацији у земљи и иностранству ТОНС је наступао на неколико догађаја у земљи и региону. На сваком од ових промотивних догађаја, фокус је био на састанцима са туроператорима са ових дестинација, као и са посетиоцима у циљу предстаљања нове понуде на територији града и у околини.

3.1. ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА ДОМАЋИМ САЈМОВИМА У 2021. ГОДИНИ

3.1.1. САЈАМ ТУРИЗМА У НИШУ

У оквиру Међународног сајама туризма у Нишу који је одржан у септембру 2021. године Туристичка организација Града Новог Сада излагала је на сопственом штанду, пружајући информације и делећи промотивни материјал (мапе, брошуре, разгледнице, беџеве) о Новом Саду, Фрушкој гори и Сремским Карловцима. Сајам је био изузетно добро посећен од стране грађана и медијских кућа, а презентација новосадске туристичке понуде је изазвала велику пажњу и занимање свих присутних. Штанд ТОНС-а је посетила делегација на челу са градоначелницом Ниша, госпођом Драганом Сотировски, и в.д. директорком Ниша, госпођом Драганом Петковић, и том приликом нам је уручена захвалница за учешће и подршку манифестацији „Дани туризма у Нишу“.

Под називом „Дани туризма у Нишу“ сајам је одржан на новој локацији, на отвореном у парку Седми јули у складу са важећим епидемиолошким мерама. Представило се преко 30 туристичких организација из Србије и једна из Бугарске, винарије и дестилерије из овог дела Србије, као и Удружење угоститеља из Ниша.

3.1.2. 88. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ

Туристичка организација Града Новог Сада је узела учешће на 88. Међународном пољопривредном сајму одржаног у периоду од 18. до 24. септембра 2021. године.

Туристичка организација Града Новог Сада је имала свој штанд, где је био дељен промотивни штампани материјал који промовише Нови Сад и његову околину. Као и сваке године до сада, учешће на Међународном пољопривредном сајму било је значајно за Туристичку организацију Града Новог Сада јер је на тај начин промовисала град и околину, како домаћим, тако и иностраним посетиоцима и разменила искуства са колегама из земље и иностранства.

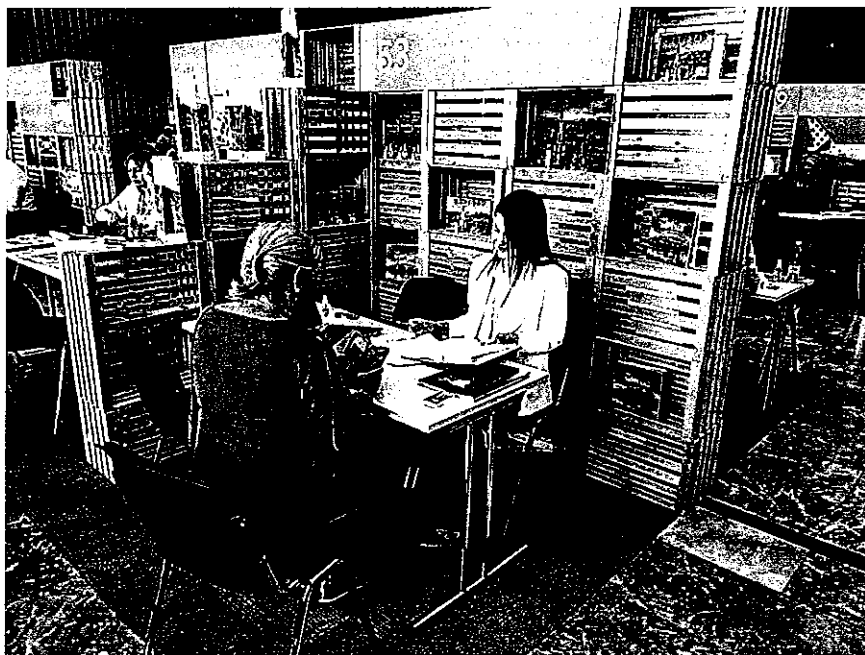
3.1.3. ТУРИСТИЧКИ ФОРУМ СРБИЈЕ – СРЕБРНО ЈЕЗЕРО

У периоду од 26. до 28. септембра 2021. године на Сребрном језеру, Туристичка организација града Новог Сада учествовала је на Туристичком форуму који је организовала Туристичка организација Србије, у сарадњи са Туристичком организацијом Општине Велико Градиште. Учесће на Туристичком форуму било је значајно за Туристичку организацију Града Новог Сада, због могућности едукације о новим трендовима у туризму, као и због повезивања и јачања сарадње са туристичким организацијама и представницима медијама.

3.1.4. 8. КОНФЕРЕНЦИЈА WESTM 2021

Своје учешће, на конференцији WESTM 2021, као и претходних година, узела је и Туристичка организација Града Новог Сада. На конференцији говорио је и директор ТОНС-а, Бранислав Кнежевић, који се у оквиру свог обраћања на панелу „Градови региона као генератори развоја туристичке понуде“ дотакао различитих актуелних тема које се тичу последица COVID пандемије, пројеката које је Туристичка организација Града Новог Сада уврстила у своју понуду током ванредног стања као и будућих планова за нову, значајну годину за град. Директор ТОНС-а се такође осврнуо и на све активности које је ТОНС током прве године пандемије до данас спровео.

3.2. ПРОМОТИВНИ НАСТУПИ НА МЕЂУНАРОДНИМ САЈМОВИМА



Током 2021. године није реализован нити један међународни сајам „уживо“, већ је већи број ових сајмова имао своју „online“ верзију, из разлога глобалне пандемије COVID-19.

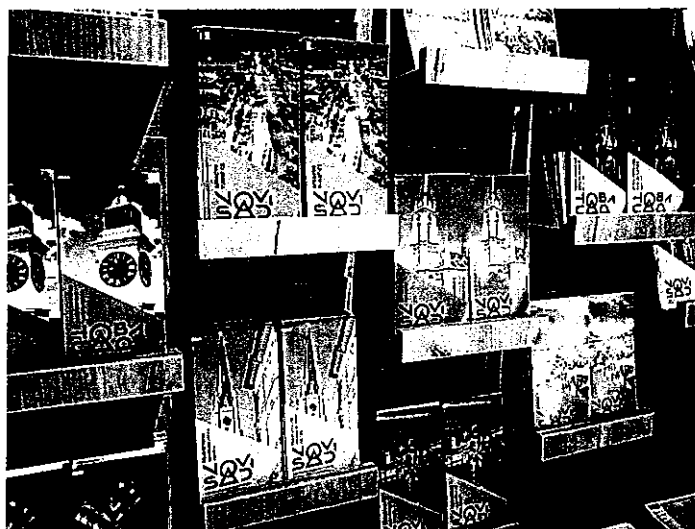
Једини догађај који је одржан у току прошле године од међународних догађаја пословног типа, без присуства публике, била је „CONVENTA“, одржана у Љубљани од 24. до 26.08.2021. године, на којој се окупио велики број регионалних туристичких агенција које се баве организацијом пословних путовања.

„CONVENTA“, која се већ традиционално одржава 12 година за редом, прошле године први пут у хибридној форми, окупила је преко 200 учесника: организаторе догађаја, представнике РСО, ДМС агенција, представнике конгресних бироа широм Европе, са циљем успостављања међусобне сарадње.

Представник Туристичке организације Града Новог Сада током 33 званична састанка, у току два дана, представио је понуду Новог Сада и пружаоце услуга на дестинацији, који могу на адекватан начин одговорити на исказана интересовања, као и могућности за организацију пословних скупова, конференција и других пословних посета. Такође, с обзиром на запажено интересовање за места за „team bilding“ активности у природи, организацију приватних подстицајних путовања, гастро и винске туре, представљена је и понуда Фрушке горе, као значајног чиниоца туристичке понуде Новог Сада и њене околине.

3.3. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ШТАМПАНОГ МАТЕРИЈАЛА

У циљу што боље припреме за годину у којој је град Нови Сад носилац престижне титуле Европске престонице културе, и у складу са очекивањима не само повратка, него и раста долазака и ноћења домаћих и страних туриста, припремљене су нове и ажуриране постојеће публикације.



Нове публикације:

1. „52 Викенда у Новом Саду“ – која туристима даје 64 предлога како провести сваки викенд у току године у Новом Саду и околини. Ова публикација је урађена на српском (ћирилица и латиница) и енглеском језику.
2. „Нови Сад културно-туристички водич“ – овај јединствени водич урађен је на основу дугогодишњег искуства у раду са туристима и у складу са њиховим интересовањима. Водич обухвата културно-туристичку понуду града и туристима нуди конкретне предлоге и препоруке за обилазак.

1.	Водич Града Нови Сад, енглески језик
2.	Нови Сад Културно-туристички водич, енглески језик
3.	Нови Сад Културно-туристички водич, немачки језик
4.	Нови Сад Културно-туристички водич, српски језик ћирилица
5.	Нови Сад Културно-туристички водич, српски језик латиница
6.	Водич: Нови Сад за почетнике, српски језик
7.	Водич: 52 Викенда у Новом Саду, српски језик ћирилица
8.	Водич: 52 Викенда у Новом Саду, српски језик латиница
9.	Водич: 52 Викенда у Новом Саду, енглески језик
10.	Мапа: Устаничка Фрушка гора, српски језик ћирилица
11.	Мапа: Устаничка Фрушка гора, српски језик латиница
12.	Памфлет: Туристичке атракције, српски језик ћирилица
13.	Памфлет: Туристичке атракције, српски језик латиница
14.	Памфлет: Туристичке атракције, енглески језик
15.	Памфлет: Туристичке атракције, руски језик
16.	Памфлет: Туристичке атракције, немачки језик
17.	Памфлет: Туристичке атракције, кинески језик
18.	Памфлет: Туристичке атракције, мађарски језик
19.	Памфлет: Туристичке атракције, италијански језик
20.	Памфлет: Туристичке атракције, хебрејски језик
21.	Памфлет: Туристичке атракције, грчки језик
22.	Памфлет: Туристичке атракције, бугарски језик
23.	Памфлет: Туристичке атракције, словеначки језик
24.	Памфлет: Туристичке атракције, шпански језик
25.	Памфлет: Туристичке атракције, турски језик
26.	Памфлет: Туристичке атракције, словачки језик
27.	Памфлет: Туристичке атракције, румунски језик
28.	Памфлет: Туристичке атракције, пољски језик
29.	Памфлет: Туристичке атракције, француски језик

3.4. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ВИДЕО МАТЕРИЈАЛА

У циљу промоције туристичке понуде Града Новог Сада урађени су следећи видео спотови:

- Спот „Нови Сад град културе и моде“
- Спот „Нови Сад Зимска фантазија“

3.5. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА И ПОРТАЛА

Туристичка организација Града Новог Сада већ неколико година у назад негује однос са потенцијалним туристима путем друштвених мрежа, као и путем промоције на тзв. „online“ каналима промоције.

Кампање које је ТОНС спровео у претходној години су:

„Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула“

Почетком маја 2021. године, Туристичка организација Града Новог Сада је на друштвеним мрежама Фејсбук и Инстаграм, покренула кампању под називом „Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула!“, која је поред 30-ак нових промотивних видео спотова обухватала и велики број занимљивих текстова. Промотивни текстови су објављени на нашем блогу, сајту, као и на друштвеним мрежама ТОНС-а.

Промоција је обухватала све туристичке атракције по којима је Нови Сад препознатљив и приказала је, поред центра и Петроварадинске тврђаве, Фрушку гору са манастирима и винским рутама, музеје, галерије и културне станице, салаше, чарде, као и активности на Дунаву и Сремске Карловце.

Такође, на основу бројних анализа тржишта, пратећи трендове туристичких кретања у свету, ТОНС је покренуо промотивне кампање и на међународним порталима попут Руске Газете, „Trip Advisor“-а. Промоција на порталу Руска Газета обухватила је два ПР текст један током пролећа и други током јесени, док је на претраживачу „Trip Advisor“ промоција трајала 3 месеца у периоду сезоне, а обухватила је тржишта Руске Федерације, Немачке и Хрватске.

У првом кварталу 2021. године покренута је још једна страница на друштвеним мрежама Фејсбук и Инстаграм, назива „Novi Sad Travel Blog“ (@novisad.travelblog). На овим страницама сав садржај који се објављивао био је на енглеском језику јер је био намењен циљној групи која већински није упозната са српским језиком. Са тих страница кампање су ишле ка Москви, Истанбулу и Тел Авиву и у великом броју случајева, текстуални опис тих кампања био је на матерњим језицима циљаних група. На овим страницама реализовани су следећи пројекти (утисци посетилаца, занимљиве блог приче у складу са интересовањима тржишта), а представљене су и лепоте Новог Сада и околине.

Кампање су ишле у периоду од априла до септембра 2021. године и то највише са Инстаграм странице. Резултати показују како се промовисани садржај појавио преко 16 милиона пута на екранима корисника, који су били циљна група кампања. У том периоду близу 12.000 пута је посећен сам профил, док је аналитика Инстаграм странице највећи досег остварила током јуна када је 2.018.477 корисника ове мреже видело неки од промовисаних садржаја. Након завршене кампање број пратилаца Инстаграм странице намењене иностраном тржишту износио је 620.

Вински путеви

У циљу промоције пројекта „Вински путеви Фрушке горе“ спроведена је кампања путем друштвених мрежа и портала. Током кампање представљено је шест винских путева са 57 винарија и туристичким атракцијама у околини.

„52 викенда у Новом Саду“

Кампања је трајала током целе године, а циљ је био да се сваког четвртка објављују предлози за предстојећи викенд и самим тим афирмишу и промовишу одређени туристички производи и понуде које постоје у Новом Саду и околини. Фокус кампање је био на викендима јер се тада и реализује највећи број туристичких путовања, нарочито у градским центрима као што је Нови Сад.

Литерарни конкурс

У оквиру кампање „Нови Сад – хармонија која инспирише и буди сва чула“ био је организован и наградни литерарни конкурс под називом „Нови Сад – хармонија која инспирише – записи и доживљаји Новог Сада“. Конкурс је трајао од јуна до септембра месеца, пристигло је преко 80 радова, а свим учесницима конкурса додељени су поклон пакети у виду промотивног материјала ТОНС-а. Пет најбољих радова објављено је на сајту ТОНС-а и награђено од стране дародаваца.

Кампања на „Tripadvisor“-у

Туристичка организација Града Новог Сада је успешно реализовала кампању на највећој платформи за путовања „Tripadvisor“-у. Кампања је трајала три месеца и обухватала је промоцију туристичке понуде и атракција нашег града, туристима из Русије, Немачке и Хрватске. „Tripadvisor“ је најзначајнија платформа помоћу које туристи истражују нове дестинације, добијају корисне савете и смернице и резервишу своје путовање. Са више од 934 милиона рецензија о 8 милиона туристичких локалитета и предузећа, ова платформа олакшава планирање путовања. Присутна је на 43 тржишта и 22 језика, те је и због тога изузетно важна за промоцију туристичке понуде Новог Сада.

3.6. ПРОМОТИВНЕ КАМПАЊЕ ПУТЕМ БИЛБОРДА И ДИГИТАЛНИХ ЛЕД ЕКРАНА

Туристичка организација Града Новог Сада је успешно реализовала кампању у земљи и региону путем билборда и дигиталних лед екрана.

Кампања путем билборда реализована је у Новом Саду, Београду, Нишу, Бања Луци, Подгорици, Љубљани и Загребу. У односу на тржишта пласиране су следеће кампање:

1. „52 Викенда у Новом Саду“
2. Европско првенство у планинском бициклизму
3. Литерарни конкурс
4. Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула



Кампања путем дигиталних лед екрана реализована је у Новом Саду, Крагујевцу, Нишу, Суботици, Вршцу, Чачку, Сомбору, Златибору, Шапцу, Инђији, Бијељини и Београду. У односу на тржишта пласиране су следеће кампање:

- 1) Европско првенство у планинском бициклизму
- 2) Нови Сад – Хармонија која инспирише и буди сва чула
- 3) Вински путеви Фрушке горе

3.7. ПРОМОЦИЈА ПУТЕМ ШТАМПЕНИХ МЕДИЈА СА АНАЛИЗОМ „PRESS CLIPPING“-а

Анализа медијске експонираности за 2021. годину, на основу „press clipping“-а, показује како је током прошле године објављено близу 1000 прилога у домаћим, регионалним и интернационалним медијима у којим је спомињана туристичка понуда Новог Сада, Туристичка организација Града Новог Сада. Од укупног броја прилога, највећи број објављен је на интернет порталима, затим у електронским медијима, док је у штампаним медијима објављено најмање прилога. Највећи број прилога били су позитивног тонаитета, док је изузетно мали број (око 10

прилога током целе године) имао неутралан тоналитет. У овом периоду није било прилога са негативном конотацијом.

Најекспониране теме медијских објава биле су: Преглед кампања, Туристички промет и Литерарни конкурс „Хармонија која инспирише – записи и доживљаји“.

Током године реализоване су и посебне промотивне кампање у часописима „Diplomacy & Commerce“, „Hello“, „National Geographic“, „Лепота и здравље“ и „Топ Србија“.

3.8. ПРОМОЦИЈА И САРАДЊА СА ПРЕДСТАВНИЦИМА МЕДИЈА, ТУРОПЕРАТОРИМА И БЛОГЕРИМА

Иако је 2021, као и претходну 2020. годину, обележио вирус COVID-19, Нови Сад је 2021. године привукао интересовање медија из региона, али и појединих светски познатих портала, као што су „BBC“ и „EURONEWS“. Такође, било је доста пословних посета нашем граду, где су учесници били туроператори, новинари, блогери и фоторепортери. Овом приликом гости су имали прилику да обиђу град, стекну искуство о гастрономији, пробају вина са наших простора, а реакције су биле позитивне.

Туроператори из Украјине

Туристичка организација Града Новог Сада је почетком маја била домаћин украјинској групи туроператора и туристичких агенција (њих 12 представника), који су позвани да обиђу Србију од стране њихове партнерске туристичке агенције „Glob Metropolitan Tours“ из Београда. Туроператори су били у једнодневной посети Новом Саду, у организацији ТОНС-а. Поред обиласка тврђаве, центра града, појединих хотела и салаша, обишли и Галерију Матице српске.

Украјинску делегацију је окупила агенција „Join up!“ која од априла месеца 2021. године реализује туре по Србији у сарадњи са агенцијом „Glob Metropolitan Tours“ из Београда. Украјинска „Join up!“ агенција из Кијева, једна је од водећих емитивних агенција у Украјини, са пословницама у већим градовима (Кијев, Одеса, Харков, Дњепар, Лавов и другим градовима). Главни партнер овој агенцији је нискобуџетна украјинска авио компанија „Sky up airlines“ са два лета недељно (уторком и петком) на релацији Кијев-Београд-Кијев.

ТВ екипа из Руске Федерације

Телевизијска екипа из Русије, на челу са ауторком путописне емисије Владиславом Јазири, у Новом Саду провела је два дана, где је између осталог посетила Петроварадинску тврђаву, фрушкогорски манастир Крушедол и Сремске Карловце. Такође, гости из Русије су дегустирали препознатљиве војвођанске специјалитете и уживали у обиласку наших културних установа.

Немачка продукцијска кућа

Продукцијска кућа „Kobalt“ из Берлина, током јуна снимила је путописну емисију о Европској престоници културе за 2022 – Нови Сад, са акцентом на културне програме који се припремају за 2022. годину а за потребе немачке ТВ куће „ZDF“.

Уз асистенцију ТО Града Новог Сада забележени су бројни кадрови Петроварадинске тврђаве, Музеја Града Новог Сада, центра града, Штранда, а с обзиром на то да је акценат био на објави прелиминарног програма за 2022. годину, ТО Града Новог Сада је посредовала у успостављању сарадње са „Фондацијом 2022“.

Грчка национална телевизија „ERT“

Заједно са сарадницима из Фондације „Нови Сад 2022“, Туристичка организација Града Новог Сада током јула месеца била је домаћин екипи ТВ емисије „Balkan Express“, која се емитује на грчкој националној телевизији „ERT“.

Повод доласка ТВ екипе из Грчке, била је чињеница да ће Нови Сад у 2022. години бити Европска културна престоница, и управо из тог разлога, највећи број саговорника у овој емисији били су из области културе и уметности. Емисија је емитована почетком октобра прошле године.

Туроператори из Анкаре

Почетком новембра Туристичка организација Града Новог Сада у сарадњи са туристичким организацијама Србије и Београда, била је домаћин туроператорима из Турске поводом увођења директног лета компаније „Anadolujet“ између Београда и Анкаре. Захваљујући новим директним линијама омогућена је активнија и лакша организација будућих програма обиласка Србије и Новог Сада. За госте из Анкаре био је уприличен обилазак града и ручак на салашу.



„BBC travel“ и „Euronews.travel“

На посебној платформи специјализованој за путовања „BBC travel“ која истражује различите делове света, посебно је истакнут Нови Сад као носилац титуле Европске престонице културе 2022. Нови Сад је од стране овог угледног светског медија, окарактерисан као отворен и толерантан град са љубазним људима који су поносни на своју културну разноликост. „BBC travel“ своје читаоце позивао је да посете будућу Европску престоницу културе и наводе „10 невероватних разлога за то“. На почетку је истакнута мултикултуралност, лака доступност за истраживање како бициклом тако и пешке, као и близина Националног парка Фрушка гора. Туристима је предложено да у летњем периоду посете градску плажу Штрاند или да освежење пронађу на Рибарском острву и обавезно пробају локалну храну. Шопинг је представљен као неизоставан, а како пишу, најбоље се пазари на градским пијацама. Посебан акценат је стављен на културу и уметност. Наглашена је урбана уметничка сцена, али и богато културно-историјско наслеђе и споменици. Од фестивала, истичу „EXIT“, напомињући да је то један од највећих и најбољих фестивала у Европи.

На платформи Euronews.travel објављен је чланак о препорукама како провести викенд у Новом Саду. У чланку се наводи пет ствари које туристи могу урадити у будућој Европској престоници културе. На почетку аутори су издвојили посету културним станицама које су отворене управо у склопу овог пројекта. Посетиоцима је, такође препоручено да истраже прошлост града тако што ће прошетати старим градским језгром и потом отићи до Петроварадинске тврђаве, једне од најбоље очуваних европских утврђења. У Музеју Војводине, како наводе, никако не треба пропустити да се виде позлаћени римски шлемови. За љубитеље уметности, кажу да ће бити размажени великим избором културних институција са дугом традицијом, као и модерних креативних простора у којима до изражаја долазе локални таленти. Уличну уметност је тешко заобићи, јер је центар препун креативних графита. Од фестивала истичу „EXIT“, затим Градић фест и Стеријино позорје.

Домаћи и регионални путни блогери

Јована Квржић, популарна млада путна блогерка у јуну месецу прошле године, посетила је Нови Сад и, занимљивим текстовима на свом Инстаграм налогу, представила наш град свим пратиоцима. У оквиру три дана боравка, Јована је имала веома разноврстан и активан програм. У сарадњи са Паркинг сервисом, Јована је бициклом обишла Кеј жртава рације и популарно купалиште Штранд. Посебне две тематске туре са водичем биле су Каменички парк и Мурали Новог Сада.

Борис Радошевић познатији по Инстаграм налогу Лутајући путник, поред главних атракција у граду, обишао је Ковиљски рит и Бешеновачко језеро, као и манастире, Врдник и Малу Ремету. Својим пратиоцима на друштвеној мрежи Инстаграм детаљно је представио све локације које је посетио током боравка у Новом Саду и околини.

Зоран Матић путописни блогер из Босне и Херцеговине, који се на друштвеној мрежи Инстаграм представља под називом Путник намјерник у Новом Саду боравио је два дана и том приликом посетио је неколико атрактивних локација у нашем граду и околини. Зоран је такође и аутор туристичког водича „50 топ локација Босне и Херцеговине“, као и бројних туристичких текстова на омладинском порталу – Ехо портал. На свом Инстаграм налогу, Зоран је неколико дана

објављивао своје импресије о Новом Саду и тако својим пратиоцима презентовао све туристичке атракције града које је обишао.

Популарни хрватски путописни блогер Бранимир Камбер који на популарној платформи „YouTube“ има преко 110.000 претплатника у сарадњи са ТОНС-ом и уз пратњу лиценцираног водича из Удружења туристичких водича Новог Сада обишао је Нови Сад и снимио три полусатне епизоде.

„Baya&Joga“

На позив ТОНС-а, ауторка јединствене емисије, посебног концепта посвећеног духу и телу, посетила је Нови Сад и снимила више емисија које су емитоване на ТВ Нова С, а након тога и на „Sport Klubu“. Гошћа је обишла следеће локације: Иришки венац на Фрушкој гори, Петроварадинска тврђава и Салаш 137. Поред приказивања на телевизији, емисија коју је ауторка „Baya“ посветила Новом Саду може се погледати на „YouTube“ каналу и њеној званичној интернет страници.

„BalkanTrip TV“

Екипа популарне „BalkanTrip“ телевизије чији се програм може редовно пратити и путем званичног „YouTube“ канала, снимила је занимљиву туристичку емисију са корисним саветима о местима која би требало да се посете у Новом Саду. Чланови екипе посетили су и забележили кадрове у два угоститељска објекта, два хотела, а неизоставне су биле установе културе и Петроварадинска тврђава.

Емисија Домаћинске приче

Ненад Гладих, аутор емисије Домаћинске приче која се емитује на телевизији Нова С, по други пут је био у посети Новом Саду. Уз помоћ ТОНС-а, обишао је многобројне угоститељске објекте у Новом Саду и околини, као и неке установе културе, између осталог Спомен збирку Павла Бељанског и Културну станицу Свилара. Инспирисан дводневним боравком у Новом Саду, снимио је серијал емисија које су емитоване на ТВ Нова С као и на званичном „YouTube“ каналу.

4. САРАДЊА СА ТУРИСТИЧКОМ ПРИВРЕДОМ ИЗ ЗЕМЉЕ И РЕГИОНА

Предлог програма обиласка за агенције

Туристичка организација Града Новог Сада, у склопу својих редовних активности на промоцији туризма и привлачењу туриста, покренула је кампању анимирања туристичких агенција у Србији и региону. На адресе домаћих и регионалних туристичких агенција редовно су достављани предлози програма за обилазак Новог Сада и околине у форми излета, викенд путовања и продуженог викенда.

Промоција туристичке понуде града Неума

Туристичка организација Града Новог Сада помогла је Удружењу хотелијера Општине Неум у организацији промоције туристичке понуде Општине Неум која је одржана 25.05.2021. године у Хотелу Парк у Новом Саду, којој је присуствовао и градоначелник Града Новог Сада, Милош Вучевић.

Састанак између туристичке привреде Новог Сада и Нижњег Новгорода

На позив града побратима Нижњег Новгорода, а поводом обележавања 800-те годишњице од оснивања града, 27.05.2021. године, одржан је „online“ пословни састанак између Новог Сада и Нижњег Новгорода са циљем успостављања међусобне сарадње туристичких агенција оба града. Током састанка представници туристичких агенција су имали прилику да представе своје капацитете и могућности за успостављање туристичких аранжмана, размене контакте и размене већ постојеће програме које имају у понуди.

Протокол о сарадњи између ТО Будва и ТО Града Новог Сада

Током одржавања промоције Туристичке организације Црне Горе у Новом Саду, у просторијама Туристичке организације Града Новог Сада, 26. маја 2021. године, директор ТОНС-а Бранислав Кнежевић и директорка ТО Будва Маја Лијешевић потписали су Протокол о заједничкој сарадњи на опоравку туризма од кризе изазване пандемијом „COVID-19“.

Протокол обухвата низ заједничких активности у циљу унапређења туристичке понуде Будве и Новог Сада, са посебним акцентом на сарадњу у циљу превазилажења кризе и опоравка туризма у доба пандемије „COVID-19“.

Посебна тачка овог споразума регулише и консултативну стручну помоћ приликом израде стратегије за опоравак туризма након кризе изазване пандемијом корона вируса, као других пројеката из делокруга ТОНС-а и ТОБ-а, у складу са dobrим пословним обичајима и принципима поверења, те важећим правним прописима Србије и Црне Горе.

Дани Војводине и фестивал „Good food and wine“

Туристичка организација Града Новог Сада учествовала је на манифестацији Дани Војводине у оквиру фестивала „Good food and wine“, која је била одржана у Београду на шеталишту Сава Променада. На засебном штанду, посетиоцима су представљени туристички потенцијали Новог Сада са посебним акцентом на летње догађаје. Такође, пажњу присутних су привукли и излетнички правци Новог Сада, нарочито Ченеј и Фрушка гора.

Европско првенство у планинском бициклизму

Европско првенство у планинском бициклизму одржано је у Новом Саду, тачније на Петроварадинској тврђави у периоду од 12. до 15. августа. Поред тога што је подржала такмичење Туристичка организација Града Новог Сада је имала и свој штанд са промотивним материјалима и брошурама о Новом Саду, током свих дана трајања такмичења. Такође, обезбеђена су ноћења за

стране новинаре као и туристичко разгледање града у пратњи лиценцираних водича из Удружења туристичких водича Новог Сада.

Промоција Републике Српске у Новом Саду

Туристичка организација Републике Српске у сарадњи са локалним туристичким организацијама и туристичким субјектима широм Српске, у оквиру манифестације „Дани Српске у Србији“ представила је најатрактивнију понуду и производе из Републике Српске. Туристичка промоција у Новом Саду одржана је у Змај Јовиној улици 29. и 30. септембра, када је представљена туристичка понуда најатрактивнијих дестинација Српске, као што су Бањалука, Требиње, Јахорина, Лакташи, Бијељина, Вишеград, Зворник, Билећа, Приједор.

Учешће на фестивалу „Укуси Војводине“

На фестивалу „Укуси Војводине“ који се традиционално одржава у Лиманском парку, Туристичка организација Града Новог Сада наступила је заједно са винаријама Шукац из Сремске Каменице и Војновић из Бегеча.

Током два дана трајања фестивала, велики број посетилаца је био заинтересован, како за дегустацију вина новосадских винара, тако и за промотивни материјал ТОНС-а.

Промотивне туристичке туре поводом Дана примирја у Првом светском рату

Поводом обележавања Дана примирја у Првом светском рату, а у сусрет обележавању Дана присаједињења Војводине Србији, Удружење туристичких водича Новог Сада уз подршку Туристичке организације Града Новог Сада, организовали су две бесплатне тематске туристичке туре кроз старо језгро града.

5. ПОДРШКА ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ И МАНИФЕСТАЦИЈАМА

Поред вођења евиденције листа угоститељских и смештајних објеката, које се скоро свакодневно ажурирају, вођења евиденције о манифестацијама у току године и креирања календара догађаја као и пружања помоћи у спровођењу и промоцији истих, вршена је и редовна комуникација са установама културе и туристичком привредом.

Туристичка организација Града Новог Сада подржала је фестивале и догађаје тако што је већем броју манифестација припремила веће количине промотивног материјала за потребе гостију и учесника (МЕКСТ, Европско првенство у бициклизму, Европско првенство у шаху за младе, Укуси Војводине и друге). Такође, ТОНС је обезбедио и неколико организованих тура разгледања, у сарадњи са Удружењем туристичких водича Новог Сада, за одређене манифестације које су показале потребу да својим гостима покажу град.

С обзиром на све специфичности које је ова година са собом донела, а то је између осталог и немогућност окупљања великог броја људи на једном месту, већина догађаја се није одржала или се одржала без публике, а емитовала онлајн путем интернет портала и друштвених мрежа. Неке манифестације су помериле датум када се традиционално одржавају на период године у ком је епидемија била на свом минимуму те су се, уз строго поштовање свих прописаних мера, ипак

одржале. Све те догађаје, било онлајн или уживо, ТОНС је пропратио објавом у Календару догађаја на свом сајту.

Када је у питању сарадња са установама културе ТОНС је током целе године упућивао блогере, медије и туроператоре, у циљу најаве и промоције Новог Сада као Европске престонице културе за 2022. годину, а што је довело до великог броја објава путем штампаних, електронских и интернет медија.

Поводом обележавања 60 година од отварања музеја за јавност, Туристичка организација Града Новог Сада добила је захвалницу за подршку у реализацији програма Спомен-збирке Павла Бељанског у 2021. години.

6. УНАПРЕЂЕЊЕ ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦЕ У ЦИЉУ ПРОМОЦИЈЕ ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ

Током 2021. године Туристичка организација развила је неколико нових сегмената на сајту са циљем унапређења туристичке понуде и корисничког искуства.

Блог

У циљу пласирања текстова са занимљивим причама из области туризма и културе развијен је посебан сегмент на сајту у виду блога. Страница блога се састоји из три дела:

- Први део на страници Блога је „ТОП Прича“, односно извођени чланак који препоручујемо.
- Други део чине последњи објављени чланци где је истакнуто девет објава из било које категорије Блога.
- Трећи део чини шест категорија блога (Нови Сад град културе, Топ приче – предлози за посетиоце, Нови Сад – „Going Local“, Гастрономске приче, Месечна културна дешавања и Вести).

На насловној страници сајта издвојен је сегмент у којем се приказују шест последњих објава из секције Блога.

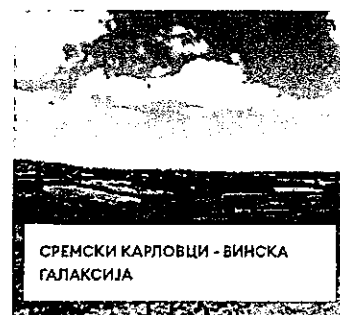
Пословни туризам

Урађен је нови сегмент и изглед странице за пословни туризам путем које су представљени чиниоци Конгресне индустрије у Новом Саду. Ова страница обухвата следеће категорије:

- Конгресне сале
- Посебни догађаји („Special Venues“)
- Хотели
- Гастрономија
- Туроператори
- Агенције за трансфер и изнајмљивање возила
- Пре и после туре
- Пружаоци услуга
- Подршка ТОНС-а

Вински путеви

У оквиру реализације пројекта Вински путеви Фрушке горе, урађен је нови сегмент на сајту путем којег је представљено шест винских путева, са 57 винарија. Такође, представљене су и туристичке атракције које посетиоци могу да обиђу на сваком винском путу. Израда странице поред шест винских путева, обухватила је израду издвојених категорија за винарије са описима и локацијама на мапи.

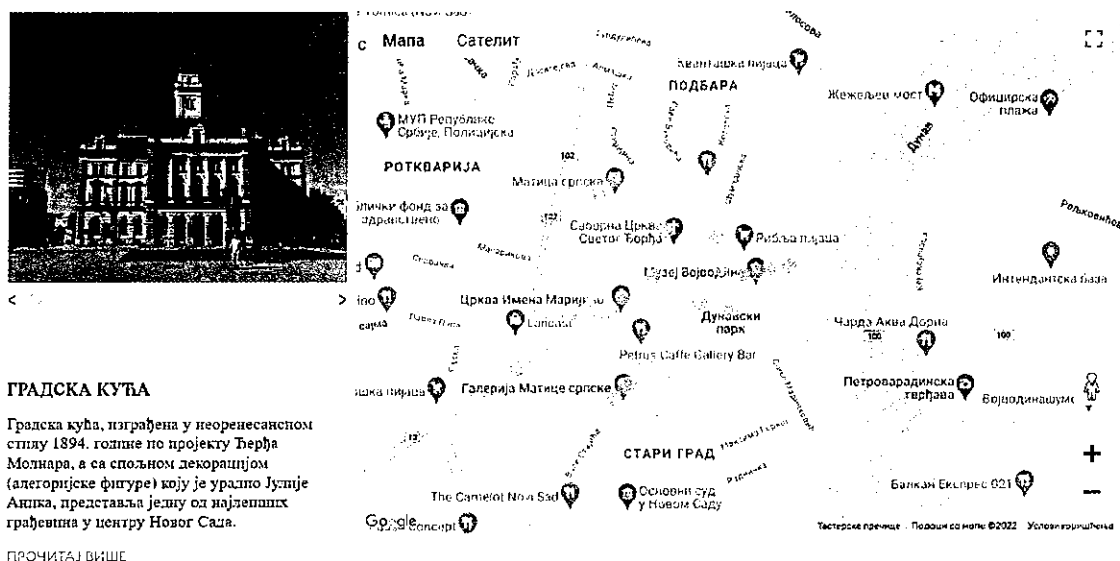


52 викенда у Новом Саду

У оквиру реализације кампање „52 викенда у Новом Саду“, урађен је нови сегмент на сајту који чине предлози како провести викенд у Новом Саду и околини. Овај сегмент обухвата 64 предлога за 52 викенда распоређених по месецима.

Центар града

У оквиру странице Туристичке атракције – Центар града, урађен је нови изглед странице на којој је додата интерактивна мапа центра града са најважнијим туристичким атракцијама, њиховим описима и фотографијама у циљу лакшег сналажења корисника сајта.



Препоручујемо

На насловној страници сајта израђен је сегмент „Препоручујемо“, ради лакшег сналажења и бољег корисничког искуства, а који садржи:

- Календар догађаја у години Европске престонице културе
- 52 викенда у Новом Саду
- Винске путеве

Сва унапређења на сајту Туристичке организације Града Новог Сада која подразумевају проширење туристичке понуде, реализују се на српском (ћирилица и латиница) и енглеском језику. Такође, ради бољег рангирања сајта, урађена је и оптимизација најважнијих страница.

7. ВИЗУЕЛНИ ИДЕНТИТЕТ

Туристичка организација Града Новог Сада крајем 2021. године завршила је израду новог визуелног идентитета, односно бренда.

У складу са припремама града за годину Европске престонице културе и у односу на чињеницу да визуелни идентитет ТОНС-а није мењан 12 година и да је била потребна модернизација, као и да су стечени сви предуслови јер је у претходном периоду много тога урађено на развоју туристичке понуде, донета је одлука да се и овај сегмент реализује.

Бренд је много више од логоа, имена и слогана – он је целокупно искуство и доживљај који се ствара у људима када дођу у додир са одређеним производом, компанијом, организацијом или услугом. Бренд се популарно дефинише као осећај у стомаку код особе која дође у било какав контакт са њим. Обично је базиран на **првом утиску** који је од изузетног значаја.

Због тога се сматра да су брендови заправо дефинисани кроз индивидуални доживљај сваког човека, а не кроз призму компаније, тржишта или опште јавности. Управо због тога је изузетно важно шта и како ће се комуницирати кроз тај први доживљај.

Задатак креирања једног бренда налази се у стратешкој конструкцији будуће комуникације која мора бити базирана и утемељена на основним и правим вредностима које ће даље да стварају односе и везе са индивидуама који долазе у додир са брендом.

Главни задатак брендирања је проналазак искрене и истините приче која се већ осети у енергији одређеног објекта или појма који се брендира. То искуство је потребно јасно интерпретирати у мулти-димензионалну причу која након тога наставља да се развија у смеру који смо одредили.

Идеологија искреног бренда говори да се у сржи и иза сваке идеје налази права сврха онога ко ју је осмислио и његова аутентична прича. У том случају **наш задатак је био да пронађемо аутентичну причу о граду, тј. оно што креира његов дух и енергију и чини га онаквим какав заправо јесте. Ако то посматрамо кроз идеологију искреног бренда, причу о граду пронаћи ћемо у искуству онога ко је град доживео, као и онога ко у њему живи. Кроз искуство и доживљај људи проналази се права есенција града коју смо визуализовали и остварили кроз брендирање.**

Посматрајући кроз ту призму, аутентичну причу о граду пронашли смо у искуствима оних који су град доживели, као и свих оних који у њему живе. Пронашли смо праву есенцију града и сврха ТОНС бренда налази се управо у овоме, а то је да ту причу аутентично исприча свима који дођу у додир са брендом.

Туристичка организација Града Новог Сада је пре пет година урадила публикацију „Нови Сад – Утисци посетилаца“ коју чине утисци туриста и посетилаца о нашем граду, која је у изради новог бренда на неки начин била основ за развој.

„Има нешто у њему...” / "There is something about it..."

Има нешто у њему... нешто што није никада само једна ствар. Нешто што те позитивно збуњује и због чега се у исто време осећаш узбуђено, а опет врло смирено. Нешто што је врло привлачно јер не можеш разумети, мораш осетити.

Не труди се да га разумеш, осети...

Осети звук
Осети топлоту
Осети радост
Осети мир
Осети младост
Осети удобност
Осети лежерност
Осети гостољубивост
Осети лакоћу живота
Осети традицију
Осети уметност
Осети природу
Осети добродошлицу

**Не труди се
да разумеш,
осети.**



ТОНС бренд постоји да би испричао аутентичну причу о граду и:

- пренео то искуство свима који га још нису посетили – пробудио им жељу да посете и постану део приче;
- подсетио оне који су били, да дођу поново – подсетио их зашто се прва љубав никада не заборавља;
- пробудио „туристе у свом граду“ у грађанима Новог Сада – едуковао их и инспирисао да сазнају више и истраже са знатижељом коју имају када отпутују у друге градове;
- подстакao грађане да постану поносни амбасадори свог града и да причају међусобно

или јавно, са ТОНС-ом своје аутентичне приче и откривају скривене кутке/занимљивости које су њима драге – подстакао да грађани едукују једни друге, пријатеље, свет (интернет) и пре свега ТОНС о занимљивостима и доживљајима из свог личног угла у циљу аутентичнијег упознавања града кроз призму индивидуалног доживљаја;

- инспирисао грађане да се креативно и надахнуто ангажују у неговању духа и енергије Новог Сада, дајући свој лични печат и допринос у надоградњи приче града – у циљу ширења потенцијала које град има: Нови Сад на реци, кластери, аутентичан израз – „шта је то новосадски“, жеља за неговањем и унапређивањем категорија (култура, уметност, традиција, гастрономија, зелени Нови Сад, итд).

Дефинисане су вредности које Нови Сад има и које жели да истакне посетиоцима и туристима:

1. Едукативан
2. Иновативан
3. Аутентичан
4. Различитост
5. Поштовање
6. Радост/весео
7. Лежеран
8. Спокојан (опуштен, миран, топао)
9. Удобан/угодан
10. Оригиналан
11. Јединствен

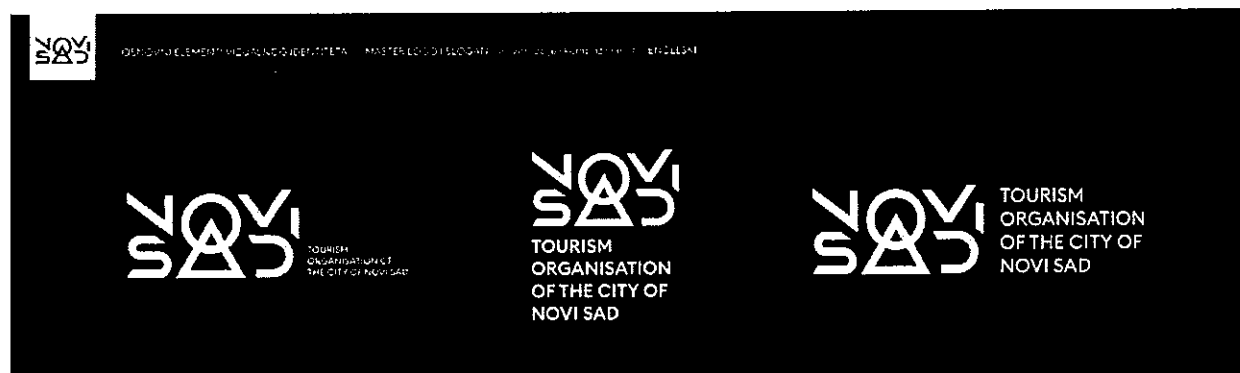
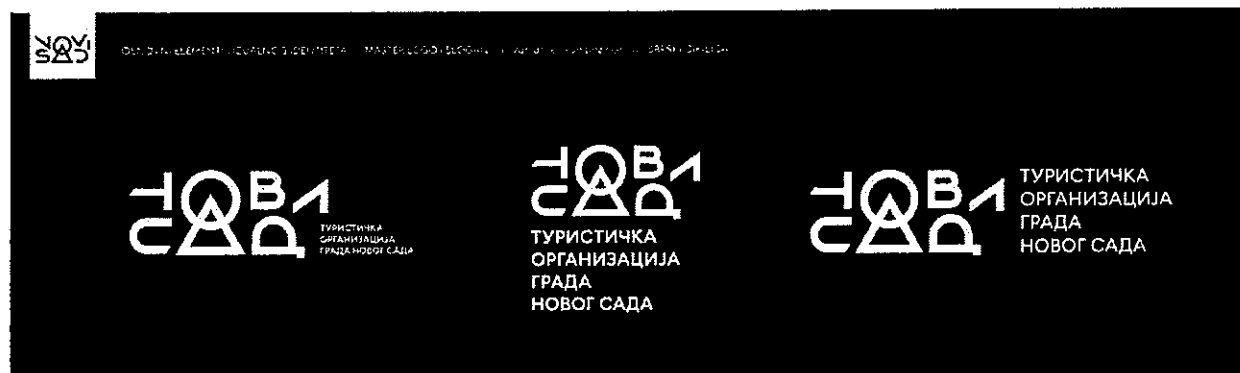
Такође, како је Нови Сад град са пуно контраста, они су препознати као велика предност у дефинисању новог бренда.

Нови Сад је нешто између:

- урбаног и традиционалног
- великог и малог
- брзог и лаганог
- старог и новог
- отуђеног и интимног

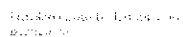
Нови знак и лого ТОНС-а управо сублимира све наведене чињенице. У својој основи је модеран и концептуалан, јак и једноставан и аутентичан. Садржи два основна елемента, круг и троугао. Ови елементи симболизују контрасте и вредности, а њихов пресек управо је микс онога што Нови Сад јесте. Лого је урађен на српском и енглеском језику.

За основне боје које се примењују, у зависности од потреба, дефинисане су: црна, плава, зелена, као и сет помоћних боја. Боје су дефинисане у више колорних система у складу са применом и врстом медија.





OSNOVNI ELEMENTI VIZUALNOG IDENTITETA | PRAVILNA UPOTREBA LOGOTIPA





8. РЕАЛИЗОВАНИ ПРОЈЕКТИ

Током 2021. године Туристичка организација Града Новог Сада је реализовала три пројекта са циљем унапређења туристичке понуде као и анализе ставова и понашања страних и домаћих туриста.

8.1. ПРОЈЕКАТ – ВИНСКИ ПУТЕВИ ФРУШКЕ ГОРЕ

Туристичка организација Града Новог Сада започела је, у априлу 2021. године, пројекат Вински путеви којим је предвиђен и реализован обилазак 57 винарија, подељених на укупно шест Винских путева и то:

- 1) **Новосадски вински пут** – обухвата винарије на подручју Општине Нови Сад, али и раковачке и темеринске винарије и винске подруме
- 2) **Вина кићеног Срема** – винарије у Беочину, Черевиху и Баноштору
- 3) **Сремски Карловци – винска галаксија** – винарије у Сремским Карловцима
- 4) **Виногради у загрљају Дунава, са погледом на Тису** – винарије источног дела Фрушке горе (Крчедин, Сланкамен, Инђија)
- 5) **Трагом властелинске породице Одескалки** – винарије западног дела Фрушке горе (Сусек, Нештин, Ердевик, Шид, Бикић До)

6) Иришке винске приче – винарије у Иригу и околним местима

Примарни циљ теренског истраживања био је обилазак винарија, винских подрума и винских кућа на подручју Фрушке горе и околине Новог Сада, како би се креирао нови туристички производ који ће бити понуђен, како домаћим и страним агенцијама, тако и појединцима и групама које долазе у наш град. Осим винарија, пројекат Вински путеви обухвата и целокупну туристичку понуду и атракције самих места и општина у којима се винарије налазе, па смо тиме креирали комплетан туристички производ.

Циљ пројекта је, такође, и да се кроз унапређење туристичке понуде Новог Сада туристи дуже задрже и самим тим остваре већи број ноћења.

Пројекат је завршен почетком септембра 2021. године, а све информације су доступне на сајту Туристичке организације Града Новог Сада (www.novisad.travel) у одељку Храна и вино.

8.2. ПРОЈЕКАТ – УСТАНИЧКА ФРУШКА ГОРА

Пројекат „Устаничка Фрушка гора” реализован је у циљу представљања бројних обележја која сведоче о антифашистичкој борби народа Срема током Другог светског рата. Дуж Партизанског пута, и у насељима која му гравитирају, на потезу од Чортановаца до Визића истражено је 66 локалитета. Подељени су у категорије од спомен-комплекса, спомен-обележја, бисти до спомен-плоча. Пројекат је укључио проналажење и обилазак локалитета, фотографисање, прикупљање грађе и писање текстова о споменицима Народно-ослободилачке борбе. Овим пројектом добија се нови јединствени туристички производ, који Фрушку гору и простор Партизанског пута, третира и кроз наслеђе и кроз приче из Народно-ослободилачке борбе (НОБ).

Резултат пројекта била је израда туристичке мапе Устаничке Фрушке горе, на којој су унети и разврстани у категорије истражени споменици НОБ-а, али и остали локалитети, попут излетишта, манастира, винских центара и планинарских стаза.

8.3. ПРОЈЕКАТ – АНКЕТА И АНАЛИЗА СТАВОВА И ПОНАШАЊА ДОМАЋИХ И СТРАНИХ ТУРИСТА

Туристичка организација Града Новог Сада у децембру 2021. године, започела је пројекат „Анализе ставова и понашања страних и домаћих туриста у Новом Саду”, спровођењем анкета које обухватају стране и домаће туристе који посећују и бораве у Новом Саду.

Укупан предвиђени узорак је 3.600 попуњених анкета на следећи начин:

- минимум 1.800 попуњених упитника за стране туристе
- минимум 1.800 попуњених упитника за домаће туристе

Истраживање се спроводи у децембру 2021. године и јануару, мају, јуну, јулу, августу, септембру и октобру 2022. године.

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

- Демографске карактеристике туриста
- Мотиви и карактеристике путовања
- Смештај

- Извори информисања
- Обилазак Новог Сада
- Туристичке локације и садржаји Новог Сада
- Препоруке и утисци
- Опште задовољство

На основу истраживања ставова и понашања домаћих и страних туриста у Новом Саду у децембру 2021. година, на узорку од 450 туриста (225 домаћих и 225 страних), дошло се до следећих закључака:

1. Туристе у Новом Саду у највећој мери чине особе у старосној доби између 31 и 50 година, у 42,2% случајева;
2. Домаћи туристи у Новом Саду су претежно средњег образовања, у 52,9% случајева, док су туристи странци највише високог образовања, у 55,6% случајева;
3. Три четвртине туриста остварује просечне приходе;
4. Бијељина са 3,1% и Будимпешта са 2,7% су градови из којих долази највише страних туриста;
5. Највише страних туриста је из источне Европе 33,3% и бивше Југославије 30,2%;
6. По регионима, највише домаћих туриста је из Војводине (43,1%), а по градовима, из Београда (20,4%);
7. Већина туриста је већ посећивала Нови Сад, страни у 52,9% случајева, и домаћи у 93,3% случајева;
8. Културно-историјско наслеђе је најчешћи мотив путовања у Нови Сад – то наводи 61,3% страних и 37,9% домаћих туриста;
9. Од природних атракција доминира река Дунав што издваја 36,4% страних и 22,2% домаћих туриста. Код културно-историјских атракција на првом месту је Петроварадинска тврђава, што потврђује 48,9% страних туриста, и 26,2% домаћих туриста.
10. Домаћи туристи најчешће одседају код рођака и пријатеља, у 46,9% случајева, а страни туристи у приватном смештају, у 41,1% случајева.
11. Најчешћи начини резервације смештаја је преко резервационог система, и то преко „booking.com“, код домаћих туриста у 69% случајева, а код страних туриста у 69,4% случајева.
12. Домаћи туристи су у највећој мери боравили 2 ноћи (33,3%), а страни 4 – 5 ноћи (28,6%);
13. Код страних туриста Инстаграм је доминантна друштвена мрежа када треба поделити утиске и њега у ту сврху користи 68,8% испитаника пореклом из иностранства, док домаћи туристи најчешће користе Фејсбук, у 59% случајева;
14. Већина страних туриста, њих 88,4%, као и већина домаћих, њих 98,7%, поново би посетили Нови Сад.

9. КРАТАК РЕЗИМЕ

Може се закључити да је 2021. година била година опоравка, где је у летњем периоду забележен раст туристичког промета у поређењу са изузетно успешном 2019. годином. Просечна дужина боравка туриста је у 2021. години повећана у односу на претходне године и износила је 2,5 дана, што је најбољи резултат у последњих десет година.

Година 2021. је била веома значајна за промоцију града као будуће Европске престонице културе, али и брзог опоравка и враћања, пре свега страних туриста чији се пад највише осетио током пандемије. Реализоване су бројне кампање путем различитих канала масовне комуникације, али и остварена је сарадња са великим бројем блогера, туроператора, као и медија из државе, региона и света.

Поред промоције, пажња је била усмерена ка развојним активностима и пројектима. Рађено је на уређивању и ажурирању интернет странице ТОНС-а новим садржајима, штампању публикација које су посебно припремљене за годину Европске престонице културе. Реализована су три нова пројекта која значајно унапређују туристичку понуду Новог Сада и околине.

Одржавана је и унапређена сарадња са свим чиниоцима туристичке привреде, посебно са установама културе у циљу припрема за Европску престоницу културе.

Према подацима Републичког завода за статистику Србије на територији Града Новог Сада у периоду јануар – децембар 2021. године укупно је боравило 134.267 туриста и остварено је 335.738 ноћења. Према подацима Агенције за управљање лукама, на путничком пристаништу у Новом Саду у 2021. години пристало је 132 путничка брода, а искрцало се 11.717 путника.