



TURISTIČKA ORGANIZACIJA TIVAT

www.tivat.travel

PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE TIVAT ZA 2022.GOD.

SADRŽAJ

UVOD	2
Trendovi na svjetskom turističkom tržištu	
Aktivnosti TO Tivat	
Statistički pokazatelji	
Finansijski pokazatelji	
 ODRŽIVO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	
“GREEN DESTINATIONS/QUALITY COAST”	9
 PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA	
I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA	10
Panoramski put na poluostrvu Luštica - “Život na Luštici”	
Razvoj MICE turističkog proizvoda	
Razvoj drugih turističkih proizvoda	
 PROMOTIVNE AKTIVNOSTI	12
B2C promotivne aktivnosti	
Marketing kampanja	
Učešće u roadshow aktivnostima i pres konferencijama	
B2B aktivnosti	
Organizacija studijskih putovanja za novinare, turoperatore i organizatore događaja	
Učešće na pres konferencijama i workshop-ovima	
Učešće na sajamskim manifestacijama	
Expo Dubai	
 INFORMISANJE TURISTA	14
Turistički info punktovi	
Webportal www.tivat.travel , društvene mreže	
Izrada promotivnog, foto i video materijala	
 ORGANIZACIJA MANIFESTACIJA	15
Manifestacije koje podržavamo	
Manifestacije TO Tivat	
Ostale manifestacije	
 INTERNI MARKETING I AKTIVNOSTI	16
Anketa turista	
Monitoring broja gostiju na dan	
Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	
Valorizacija kulturne baštine	
Organizacija edukativnog kongresa “Tourism 360-ThinkTankTivat”	
Godišnja nagrada u turizmu “Biramio najbolje u turizmu i ugostiteljstvu”	

UVOD

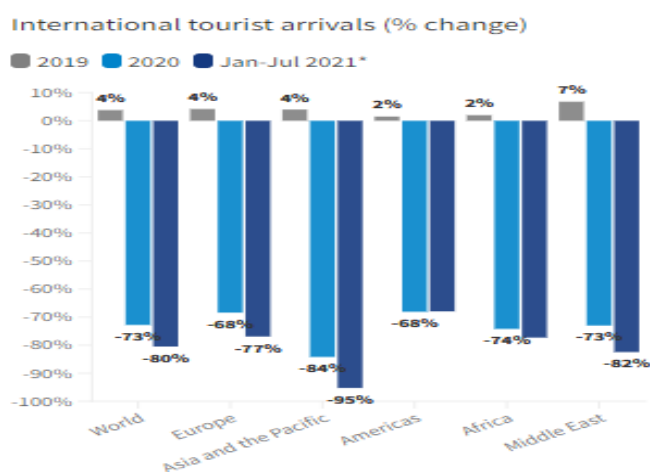
Program rada Turističke organizacije Tivat za 2022.g. prati smjernice „Strategije razvoja turizma Opštine Tivat u periodu 2020-2024“, smjernice Nacionalne turističke organizacije, te zakonom i statutom utvrđene zadatke.

Strategijom razvoja turizma Opštine Tivat za period od 2020. do 2024.g. definisan je razvoj Tivta kao visokokvalitetne turističke destinacije nautičkog i održivog turizma koja je aktivna tokom cijele godine, sa bogato razvijenim proizvodima sunca i mora, nautičkog, kulturnog, ruralnog, sportskog, gastronomskog, MICE i aktivnog turizma.

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

Prema posljednjem izvještaju Svjetske turističke organizacije (UNWTO World Tourism Barometer) međunarodni turizam je pokazao znake oporavka u junu i julu 2021. jer su neke destinacije ublažile ograničenja putovanja i vakcinacija je napredovala u mnogim dijelovima svijeta. Većina destinacija koje su objavile podatke za jun i jul 2021. zabilježile su umjereni rast međunarodnih dolazaka u odnosu na 2020. Ipak, 2021.g. je i dalje godina izazova za globalni turizam, sa međunarodnim dolascima manjim za 80% u periodu januar-jul u odnosu na 2019.g. Azija i Pacifik su imali najslabije rezultate u periodu od januara do jula, sa padom od 95% broja međunarodnih dolazaka u odnosu na 2019.g. Bliski Istok (-82%) zabilježio je drugi najveći pad, a slijede Evropa i Afrika (-77%). Amerika (-68%) je zabilježila relativno manji pad, pri čemu su Karibi pokazali najbolji učinak među svjetskim podregijama. U međuvremenu, neka mala ostrva na Karibima, u Africi, Aziji i Pacifiku, zajedno sa nekoliko malih evropskih destinacija, zabilježili su najbolje rezultate u junu i julu, sa dolascima blizu, ili ponekad iznad rezultata prije pandemije.

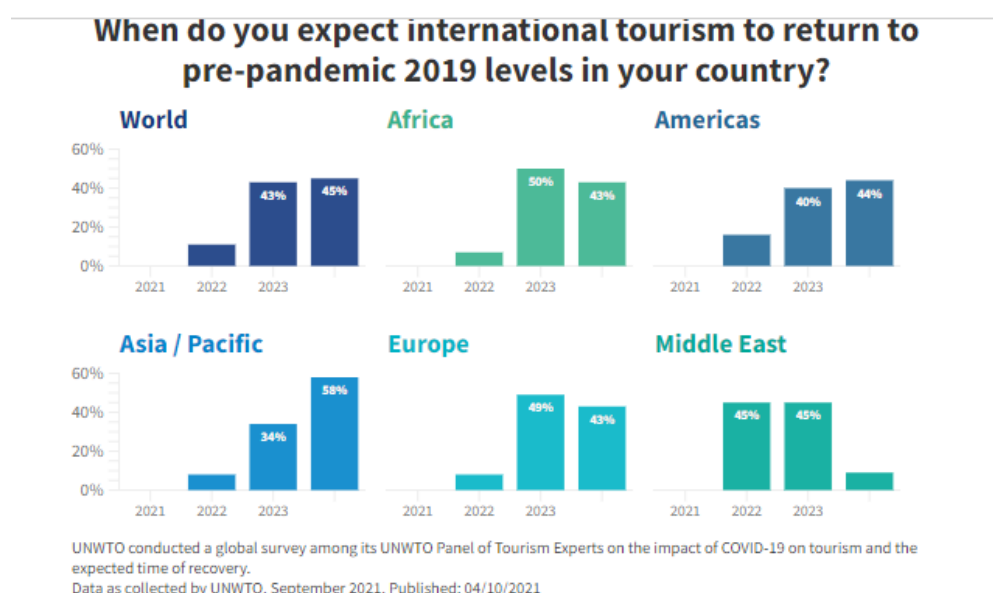
Ovo poboljšanje je potkrijepljeno ponovnim otvaranjem mnogih destinacija za međunarodna putovanja, uglavnom u Evropi i Americi. Ublažavanje ograničenja putovanja za vakcinisane putnike, zajedno sa napretkom u uvođenju vakcina protiv COVID-19, doprinijelo je podizanju povjerenja potrošača i postupnom obnavljanju sigurne mobilnosti u Evropi i drugim djelovima svijeta.



Source: World Tourism Organization (UNWTO) © - * Change over 2019
(International data)

Istraživanje UNWTO Panela eksperata pokazuje da većina turističkih profesionalaca i dalje očekuje oporavak podstaknut nagomilanom potražnjom za međunarodnim putovanjima u 2022.g, uglavnom u drugom i trećem tromjesečju.

Gotovo polovina svih ispitanika (45%) vjeruje da će se međunarodni turizam vratiti na period prije pandemije tek 2024. godine ili kasnije, dok 43% ukazuje na oporavak u 2023.g. Po regijama, procjenjuje se da će oporavak u Aziji i Pacifiku biti 2024.g. ili kasnije, dok u Evropi navode da bi se to moglo desiti 2023.g.



Što se tiče novih trendova (<https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/2021/08/tourism-trends-2022>) u narednim godinama možemo očekivati sljedeće:

- Međunarodna putovanja sa ograničenjima;
- Testiranje na COVID-19 i dalje će biti na snazi kao preventivna mjera;
- Putovanja sa dužim boravkom jer će turisti htjeti da uživaju što više na jednom mjestu;
- Zelena putovanja - Klimatske promjene su veliki problem današnjice i budućnosti. Turisti su sada mnogo odgovorniji i svjesniji realnosti u kojoj svakodnevno žive.

Aktivnosti TO Tivat

Turistička organizacija Tivat u planiranje turističke sezone 2022.g. ulazi optimistično, ali i oprezno. U trenutku kreiranja ovog Programa situacija na emitivnim tržištima je neizvjesna, veliki broj zemalja se zatvara zbog pojave novog soja virusa, sve je više zaraženih virusom COVID-19 i pored postojeće vakcinacije. Vjerujemo da će u drugom i trećem kvartalu 2022.g. situacija sa epidemijom biti povoljnija, ali ujedno konkurencija na tržištu će biti puno jača. Veliki broj destinacija će sprovoditi intenzivne marketinške kampanje i otvoriće svoje granice za turiste tokom sezone 2022.g..

Aktivnosti planirane Programom rada za 2022.g. su:

- ✓ nastavak procesa održivog upravljanja destinacijom kroz „Awarding and Certification Program” u okviru Green Destinations,
- ✓ promocija Tivta na emitivnim tržištima u saradnji sa privredom, lokalnim turističkim organizacijama i Nacionalnom turističkom organizacijom,
- ✓ učešće u definisanju politike razvoja turizma na nivou destinacije,
- ✓ saradnja sa turističkom privredom grada u cilju sprovođenja zajedničkih aktivnosti,
- ✓ organizacija i pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u saradnji sa privredom, lokalnim turističkim organizacijama i Nacionalnom turističkom organizacijom,
- ✓ učešće u uredjenju destinacije i podizanju opštih uslova boravaka turista u destinaciji,
- ✓ učešće u organizovanju i organizacija manifestacija koje doprinose obogaćivanju turističke ponude,
- ✓ razvoj novih i unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda i ponuda koje će predstavljati autentični oblik iskustva i sadržaja,
- ✓ redovno prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama te drugih informacija potrebnih za boravak turista u destinaciji,
- ✓ obavljanje informativnih poslova u vezi sa turističkom ponudom,
- ✓ održavanje i redovno kreiranje sadržaja na web stranicama destinacije i profilima društvenih mreža,
- ✓ prikupljanje i obrada podataka o turističkom prometu na području destinacije.

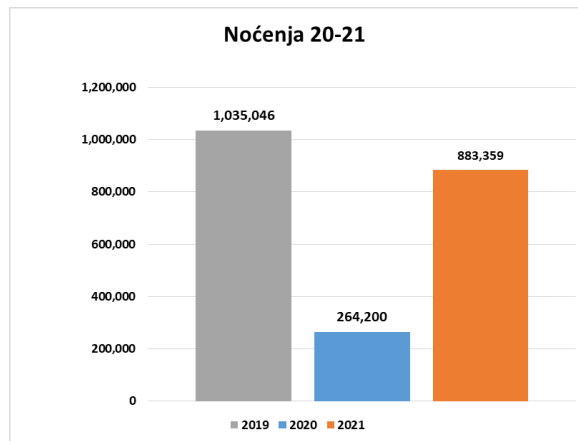
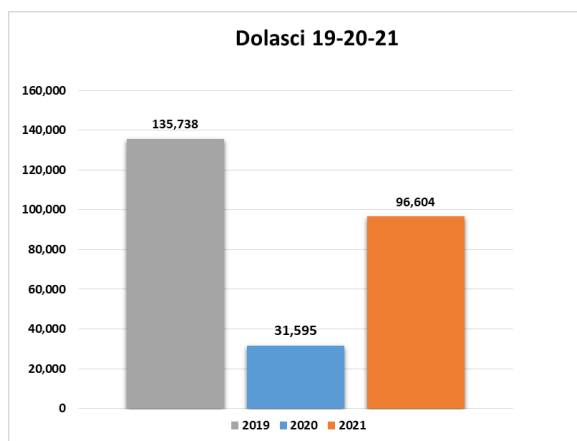
Kako bi aktivnosti na najbolji način bile realizovane neophodna je saradnja, odnosno umrežavanje svih predstavnika turističke privrede sa područja Tivta, i značajnije uključivanje lokalnog stanovništva, a sve u cilju boljeg pozicioniranja i unaprjeđenja ponude destinacije. U tom smislu i u 2022.g. planiran je nastavak intenzivne saradnje sa lokalnom zajednicom, turističkom privredom, Brand New Tivat, Centrom za kulturu, Sekretarijatom za privredu, Sekretarijatom za društvene djelatnosti, Udruženjem ugostitelja i drugim opštinskim službama neophodnim za realizaciju aktivnosti TO Tivat. Takođe planirana je intenzivnija saradnja sa lokalnim turističkim organizacijama Kotora i Herceg Novog u cilju promocije integralne ponude Boke, kao i sa NTO CG.

Statistički pokazatelji

Kada je riječ o statističkim pokazateljima koji se odnose na turistički promet na teritoriji opštine Tivat u prvih 9 mjeseci ove godine, kao i u cijeloj destinaciji, zabilježen je oporavak turističkog prometa u odnosu na 2020.g. U periodu predsezona nije bilo značajnijeg turističkog prometa dok je period glavne turističke sezone obilježila posjeta velikog broja turista čak i iznad očekivanja.

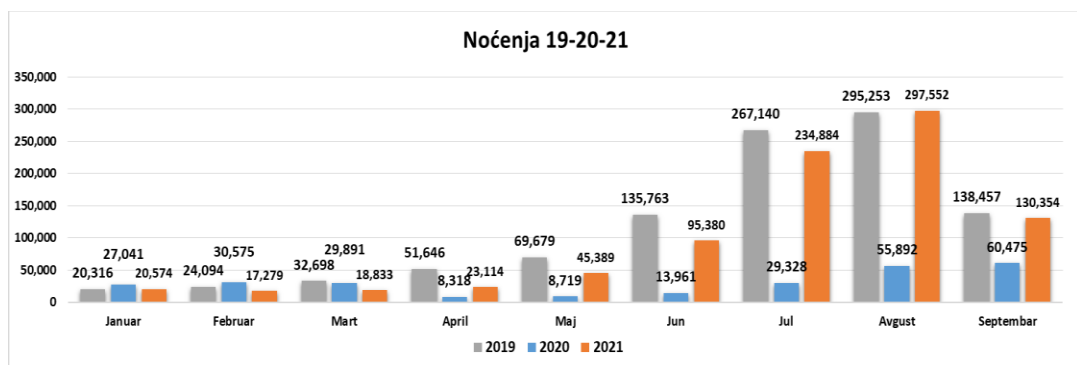
Na osnovu podataka Uprave za statistiku za 9 mjeseci 2021.g. u Tivtu je ostvareno 96.604 dolazaka turista (206% više u odnosu na uporedni period 2020.g.) i 883.359 noćenja (234% više u odnosu na uporedni period 2020.g.). U poređenju sa 2019. godinom ostvareno je 29% manje dolazaka i 15% manje noćenja.

Dolasci turista i noćenja za 9 mjeseci 2021												
Vrsta smještaja	Dolasci ukupno	Index	Dolasci strani	Index	Dolasci domaći	Index	Noćenja ukupno	Index	Noćenja strani	Index	Noćenja domaći	Index
Kolektivni smještaj (hoteli i slični smještajni)	39.983	233,37	36.524	260,76	3.459	110,65	149.850	30,49	138.612	356,57	11.238	109,37
Privatni smještaj	56.621	391,52	56.416	391,53	205	386,79	733.509	341,09	732.109	341,51	1.400	206,79
UKUPNO	96.604	305,76	92.940	327,07	3.664	115,26	883.359	334,35	870.721	343,82	12.638	115,39



Promet po mjesecima

Mjesec/Godina	Dolasci turista u opštini Tivat			Noćenja turista u opštini Tivat		
	2021	2020	INDEX	2021	2020	INDEX
Januar	1,537	3,499	43.93	20,574	27,041	76.08
Februar	1,655	6,118	27.05	17,279	30,575	56.51
Mart	1,598	3,765	42.44	18,833	29,891	63.01
April	3,360	137	2452.55	23,114	8,318	277.88
Maj	6,784	369	1838.48	45,389	8,719	520.58
Jun	11,439	1,761	649.57	95,380	13,961	683.19
Jul	26,964	3,319	812.41	234,884	29,328	800.89
Av gust	32,010	6,747	474.43	297,552	55,892	532.37
Septembar	11,257	5,880	191.45	130,354	60,475	215.55
Ukupno	96,604	31,595	305.76	883,359	264,200	334.35



Po razdoblju sezone najviše dolazaka je ostvareno tokom glavne sezone (u julu i avgustu mjesecu) i u tom periodu je zabilježen i najveći rast u odnosu na 2020.g. U periodu predsezone (januar-jun) zabilježen je rast od 68.53% a u septembru je realizovano preko 91% više dolazaka u odnosu na septembar 2020.g.

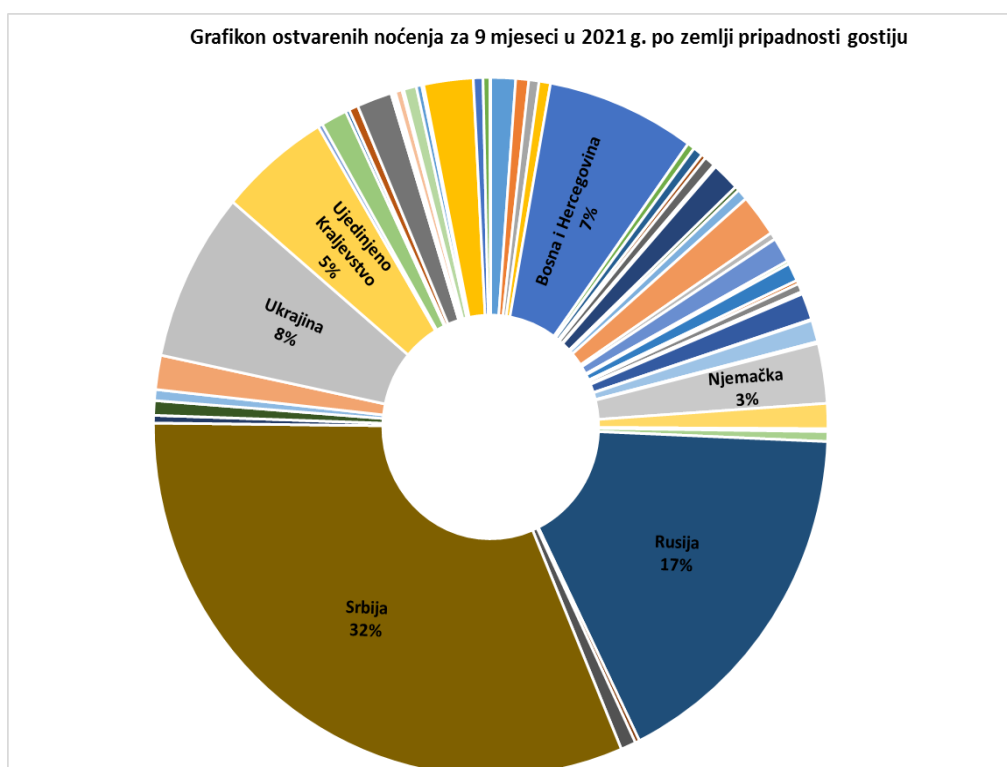
Tip sezone	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Index	Noćenja 2021	Dolasci 2020	Index
Predsezona	26,373	15,649	168.53	220,569	118,505	186.13
Glavna sezona	58,974	10,066	585.87	532,436	85,220	624.78
Postsezona	11,257	5,880	191.45	130,354	60,475	215.55
Ukupno	96,604	31,595	305.76	883,359	264,200	334.35

Prema tipu smještaja najveći broj dolazaka ostvaren je u individualnom smještaju.

Tip smještaja	Dolasci 2021	Dolasci 2020	Index	Noćenja 2021	Dolasci 2020	Index
Individualni	56,621	14,462	391.52	733,509	215,051	341.09
Kolektivni	39,983	17,133	233.37	149,850	49,149	304.89
Ukupno	96,604	31,595	305.76	883,359	264,200	334.35

Statistika prema tržištima

Najveće učešće u ukupno ostvarenim noćenjima stranih turista u 9 mjeseci 2021.g. imaju turisti sa tržišta Srbije, Rusije, Ukrajine, Bosne i Hercegovine, Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke, Hrvatske, a zatim slijede SAD, Turska i Francuska.



DOLASCI I OSTVARENA NOĆENJA U 2021 ZA 9 MJESECI							
Zemlja pripadnosti gostiju	Dolasci	Noćenja	Prosječno boravka u danima	Struktura u %		INDEX	
				Dolasci	Noćenja	Turisti	Noćenja
UKUPNO	96.604	883.359	9,14			305,76	334,35
Crna Gora	3.664	12.638	3,45	3,79%	1,43%	115,26	115,39
Inostranstvo	92.940	870.721	9,37	96,21%	98,57%	327,07	343,82
Evropa	84.561	798.239	9	87,53%	90,36%	313,40	332,87
Albanija	2.341	10.325	4	2,42%	1,17%	211,47	120,59
Austrija	659	5.403	8	0,68%	0,61%	394,61	398,75
Belgija	599	4.255	7	0,62%	0,48%	266,22	742,58
Bjelorusija	520	4.763	9	0,54%	0,54%	97,74	125,14
Bosna i Hercegovina	8.231	61.933	8	8,52%	7,01%	268,46	207,54
Bugarska	221	3.085	14	0,23%	0,35%	306,94	310,05
Češka	452	4.077	9	0,47%	0,46%	334,81	248,75
Danska	253	1.946	8	0,26%	0,22%	71,27	308,40
Estonija	582	4.484	8	0,60%	0,51%	1.877,42	1.176,90
Finska	171	968	6	0,18%	0,11%	43,07	178,27
Francuska	1.891	11.445	6	1,96%	1,30%	305,49	682,47
Grčka	166	1.839	11	0,17%	0,21%	691,67	1.656,76
Holandija	597	4.467	7	0,62%	0,51%	310,94	352,84
Hrvatska	1.972	17.112	9	2,04%	1,94%	231,73	222,81
Irska	155	2.894	19	0,16%	0,33%	246,03	531,99
Island	3	35	12	0,00%	0,00%	150,00	1.750,00
Italija	978	10.107	10	1,01%	1,14%	440,54	377,97
Kipar	72	1.272	18	0,07%	0,14%	342,86	525,62
Kosovo	996	7.311	7	1,03%	0,83%	119,42	120,92
Letonija	197	1.483	8	0,20%	0,17%	635,48	353,10
Litvanija	379	3.420	9	0,39%	0,39%	997,37	730,77
Luksemburg	70	879	13	0,07%	0,10%	225,81	354,44
Mađarska	1.795	10.781	6	1,86%	1,22%	959,89	907,49
Malta	58	424	7	0,06%	0,05%	725,00	848,00
Makedonija	1.057	8.750	8	1,09%	0,99%	648,47	585,28
Norveška	84	731	9	0,09%	0,08%	442,11	803,30
Njemačka	3.469	24.108	7	3,59%	2,73%	152,22	304,13
Poljska	1.430	10.149	7	1,48%	1,15%	283,73	311,32
Portugalija	68	1.066	16	0,07%	0,12%	194,29	592,22
Rumunija	464	3.999	9	0,48%	0,45%	692,54	459,13
Rusija	11.113	148.576	13	11,50%	16,82%	226,56	283,41
Slovačka	203	1.841	9	0,21%	0,21%	700,00	543,07
Slovenija	654	6.305	10	0,68%	0,71%	499,24	371,32
Srbija	26.993	274.364	10	27,94%	31,06%	520,40	442,95
Španija	454	3.058	7	0,47%	0,35%	582,05	661,90
Švajcarska uključujući Lihtenštajn	1.032	5.880	6	1,07%	0,67%	526,53	425,47
Švedska	453	4.413	10	0,47%	0,50%	127,25	312,98
Turska	1.521	13.785	9	1,57%	1,56%	294,20	318,21
Ukrajina	9.137	68.265	7	9,46%	7,73%	582,35	422,64
Ujedinjeno Kraljevstvo	2.792	46.342	17	2,89%	5,25%	188,90	333,23
Ostale evropske zemlje	279	1.899	7	0,29%	0,21%	107,72	191,62
Afrika	733	12.430	17	0,76%	1,41%	733,00	671,53
Južna Afrika	503	10.867	22	0,52%	1,23%	798,41	775,11
Ostale afričke zemlje	230	1.563	7	0,24%	0,18%	621,62	348,11
Sjeverna Amerika	2.450	18.427	8	2,54%	2,09%	610,97	366,49
Kanada	346	3.866	11	0,36%	0,44%	326,42	194,08
SAD	2.084	14.530	7	2,16%	1,64%	706,44	478,59
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	20	31	2	0,02%	0,00%	0,00	0,00
Juzna i Srednja Amerika	396	4.681	12	0,41%	0,53%	421,28	418,69
Argentina	48	901	19	0,05%	0,10%	685,71	1.453,23
Brazil	94	840	9	0,10%	0,10%	408,70	661,42
Čile	17	133	8	0,02%	0,02%	188,89	429,03
Ostale zemlje Južne i Srednje Ame	237	2.807	12	0,25%	0,32%	430,91	312,58
Azija	4.367	29.756	7	4,52%	3,37%	631,98	918,68
Kina (uključujući Hong Kong)	101	615	6	0,10%	0,07%	23,54	97,62
Japan	20	114	6	0,02%	0,01%	100,00	44,88
Koreja, Republika (Južna Koreja)	15	35	2	0,02%	0,00%	100,00	22,88
Izrael	1.294	5.294	4	1,34%	0,60%	2.753,19	1.234,03
Indija	330	2.267	7	0,34%	0,26%	2.538,46	4.359,62
Azerbejdžan	57	426	7	0,06%	0,05%	146,15	310,95
Ujedinjeni Arapski Emirati	131	422	3	0,14%	0,05%	4.366,67	2.009,52
Ostale azijske zemlje	2.419	20.583	9	2,50%	2,33%	1.935,20	1.316,89
Australija sa Okeanijom	433	7.188	17	0,45%	0,81%	298,62	328,37
Australija	226	4.006	18	0,23%	0,45%	301,33	332,72
Novi Zeland	144	2.852	20	0,15%	0,32%	369,23	324,09
Ostale zemlje Okeanije	63	330	5	0,07%	0,04%	203,23	314,29

Finansijski pokazatelji

Tokom 10 mjeseci o.g. ostvareno je ukupno **572.954,90 eur** namjenskih prihoda (boravišna i turistička taksa, članski doprinos) duplo više nego 2020.g, a 15% manje u odnosu na isti period 2019.g. Prihodovano je **360.671,96 eur** boravišne takse odnosno 23% manje nego 2019.g, **161.436,65eur** turističke takse (22% više u odnosu na 2019.g.) i **50.846,29eur** članskog doprinosa što je manje za 18% u odnosu na 2020.g. odnosno 31% u odnosu na 2019.g.

		Prihodi za 10 mjeseci u 2021 godini						
	boravišna taksa	INDEX 21-20	turistička taksa	INDEX 21-20	članski doprinos	INDEX 21-20	UKUPNO	INDEX 21-20
januar	12.315,20	63,88	1.935,41	78,50	897,00	11,02	15.147,61	50,68
februar	6.902,40	37,38	4.074,76	131,01	3.090,00	80,51	14.067,16	55,35
mart	5.992,96	73,43	4.227,73	232,35	210,00	21,93	10.430,69	95,35
april	12.415,72	2.148,05	5.335,12	983,03	150,00	284,09	17.900,84	1525,40
maj	11.801,20	584,10	4.948,65	262,41	120,00	2,65	16.869,85	199,83
jun	29.132,80	493,51	24.177,92	118,92	5.427,69	67,98	58.738,41	171,65
jul	94.406,00	623,49	41.463,26	311,15	26.085,15	146,77	161.954,41	350,24
avgust	103.247,20	650,68	40.730,47	226,22	11.610,48	86,85	155.588,15	329,36
septembar	60.784,40	371,29	20.975,45	84,58	2.743,83	86,90	84.503,68	190,63
oktobar	23.674,08	177,62	13.567,88	98,60	512,14	26,67	37.754,10	130,14
UKUPNO	360.671,96	313,31	161.436,65	161,36	50.846,29	82,37	572.954,90	206,92

PREGLED VEĆIH UPLATIOCA BORAVIŠNE TAKSE U PERIODU 01.01.-15.11.2021.

Naziv pravnog lica	Uplata 100%
PM HOTELS DOO (Regent)	30.560,00 €
LB HOTELS MANAGEMENT DOO (The Chedi)	27.070,00 €
PRIMORJE HOTELS & RESTAURANTS AD	21.630,00 €
HTP MIMOZA AD	11.940,10 €
MESO-PROMET DOO (Franca)	1.944,00 €
HOTELS-N-GROUP DOO (Magnolia)	1.782,50 €
ROTOR DOO	940,00 €

ODRŽIVO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM “GREEN DESTINATIONS/QUALITY COAST”

Turistička organizacija Tivat nastavlja proces pristupa programu Green Destinations. Prva revizija cjelokupnog procesa planirana je u I ili II kvartalu 2022.g. Ovo je proces koji se odnosi na strateško upravljanje destinacijom kroz kreiranje prioritetnog plana aktivnosti koji je vezan za unaprjeđenje kvaliteta turističkog proizvoda, na jačanje kapaciteta turističke privrede u dijelu dodatnih edukacija i sertifikacije Good Travel Seal, ali i na bolji međunarodni imidž i promociju u okviru www.goodtravel.guide. Planirano je da sve aktivnosti koje sprovodimo budu dio ovog pristupa i oslanjaju se na održivi turistički razvoj. U toku 2022.g. planirane su sljedeće aktivnosti:

- „**Awarding and Certification Program**” revizija procesa
- **Edukacija zaposlenih TO Tivat** o održivom turističkom razvoju i zahtjevima turista
- Pružanje podrške privredi koja bude zainteresovana za dobijanje oznake **Good Travel Seal** – Ova oznaka za razliku od drugih ekoloških oznaka ne fokusira se samo na ekološkim aspektima kao što su energija, emisija gasova koji izazivaju efekat staklene bašte, voda i smanjenje otpada već se fokusira na dva glavna aspekta 1) održivost i 2) zdravlje i sigurnost. Ovi kriterijumi su bazirani na praktičnim zahtjevima kojima je lako upravljati, a dodatni benefiti su: cijena koja je povoljnija u odnosu na druge ekološke oznake, promocija u okviru goodtravel.guide i sticanje dodatnih znanja o zahtjevima turista sa međunarodnog tržišta.
- Učešće na godišnjoj konferenciji **Global Green Destinations Day**
- Razvoj ponuda baziranih na održivosti u saradnji sa studentom master studija fakulteta koji se bavi temom održivog razvoja iz Njemačke

Osim toga što je sam proces dobar za destinaciju u dijelu vođenja brige o gradu, ponudi, lokalnoj zajednici i turistima sertifikacija će uticati i na bolji imidž Tivta na međunarodnom tržištu.

Rok: I-IV kvartal

PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPRJEĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

Cilj 1: dalja diverzifikacija turističkog proizvoda. Rezultat: 3 nova projekta u dijelu razvoja proizvoda

Tokom 2022.g. u skladu sa smjernicama Strategije razvoja turizma Opštine Tivat biće nastavljene intenzivne aktivnosti u cilju promocije i razvoja određenih turističkih proizvoda. Cilj je intenzivnije razvijati i promovisati turistički proizvod sunce i more, gastronomiju, tradiciju i običaje, MICE ponudu, ponudu kulturnog, nautičkog i sportskog turizma.

Panoramski put na poluostrvu Luštica – „Život na Luštici” („Life on Luštica”)

TO Tivat, u saradnji sa TO Herceg Novi u 2021. godini otpočela je sa projektom izgradnje panoramske rute pod nazivom „Život na Luštici” („Life on Luštica”).

Ovim projektom planirano je uvezivanje cjelokupne ponude poluostrva Luštica u jedinstveni turistički proizvod. Cilj je uvezivanje turizma, poljoprivrede, kulturne baštine i ponude za aktivni odmor. Tokom putovanja, pored prekrasnog pogleda duž cijele rute, posjetioći će moći da obiđu brojna ruralna područja, poljoprivredna gazdinstva koja nude lokalne specijalitete, uživaju u pješačkim i biciklističkim stazama, a moći će da obiđu i kulturno istorijske spomenike i druga atraktivna mjesta kojima je poluostrvo Luštica prebogato.

U prvoj fazi projekta urađena je turističko-informativna mapa područja. U toku 2022.g. planirano je sljedeće:

- Izrada i štampa mape na engleskom i njemačkom jeziku,
- Izrada audio vodiča na našem, engleskom i njemačkom jeziku,
- Izrada projekta signalizacije,
- Promocija panoramskog puta.

Rok: I-IV kvartal

Razvoj MICE turističkog proizvoda

Turistička organizacija Tivat je započela sa aktivnostima na razvoju MICE turističkog proizvoda pa je u 2021. godini izdala MICE brošuru u kojoj je predstavljena objedinjena ponuda kongresnih kapaciteta na teritoriji opštine Tivat. Brošura sadrži informacije o hotelskim kongresnim kapacitetima, turističkim agencijama koje se bave MICE turizmom, kao i svim lokacijama pogodnim za održavanje raznih događaja.

MICE turizam je jedan od najznačajnijih oblika selektivnog turizma koji utiče na produženje sezone i bolje prihode od turizma. TO Tivat će kontinuirano nastaviti sa sprovođenjem aktivnosti koje su usmjerene na dalji razvoj ovog turističkog proizvoda.

Aktivnosti koje je TO Tivat planirala u 2022.g. su:

- Promocija MICE ponude u okviru posebnog podportala na webportalu www.tivat.travel,
- Edukacija jednog zaposlenog TO Tivat iz ove oblasti,
- Učešće na jednom međunarodnom MICE sajmu (IMEX Frankfurt ili IBTM Barselona),
- Članstvo u profesionalnom udruženju SITE (Society for Incentive Travel Excellence) <https://siteglobal.com/>,
- Organizacija studijskih putovanja organizatora događaja u saradnji sa NTO CG i privredom.

Rok: I-IV kvartal

Razvoj drugih turističkih proizvoda

Birdwatching – U saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama opština koje imaju ponudu za posmatranje ptica, Centrom za zaštitu i proučavanje ptica i agencijom Monticola planirana je realizacija aktivnosti na boljoj promociju ponude destinacije za ljubitelje ove aktivnosti. Aktivnosti će biti usmjerene prema tržištu Velike Britanije koje ima najveći broj registrovanih ljubitelja posmatranja ptica. Ova ciljna grupa je značajna jer se radi o visokoplatežnim klijentima kojima je priroda i zaštita životne sredine bitna, a takođe se putovanja realizuju u periodu vansezona tj. tokom migracije ptica (proljeće i jesen). Planirana je realizacija sljedećih aktivnosti:

- Studijske posjete specijalizovanih agencija i medija sa ovog tržišta
- Učešće na Bird Fair 2022.g
- Oglašavanje u specijalizovanim magazinima.

Veslanje - Zbog situacije sa virusom COVID-19 ove godine nije realizovan dolazak konsultanta iz Švajcarske koji će procijeniti i savjetovati oko potencijala za veslanje i dovođenje ekipa veslača te će ta aktivnost biti realizovana u 2022.g.

Izleti Veliki gradski park - Turistička organizacija Tivat ima namjeru da tokom glavne turističke sezone 2022.g. započne sa organizacijom izleta kroz Veliki gradski park određenim danima u određeno vrijeme. Cilj je da se posjetioци grada dodatno animiraju da obiđu atraktivne lokalitete i upoznaju se sa ponudom i pričom gradskog parka kao značajnoj turističkoj atrakciji grada.

Pješačke staze Vrmac i Luštica - Unapređenje i održavanje pješačkih staza je prepoznato kao problem sa kojima se TO Tivat suočava prilikom promocije staza. U saradnji sa Opštinom Tivat dogovoreno je da Opština preuzme aktivnosti u cilju redovnog održavanja staza, a TO Tivat će tokom sljedeće godine najatraktivnije staze plasirati na najvećoj platformi za aktivni odmor outdooractive.com

Javna česma – TO Tivat će u narednoj godini izdvojiti određena sredstva za projekat javne česme koja kao ideja za realizaciju postoji već nekoliko godina. Potrebno je da Opština Tivat odredi lokaciju u centru grada za realizaciju ovog projekta.

Rok: I-IV kvartal

PROMOTIVNE AKTIVNOSTI

Cilj: Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna tržišta.
Rezultat: 85% ostvarenog turističkog prometa iz 2019.g.

Shodno smjernicama NTO CG promotivne aktivnosti će biti usmjerene prema prioritetnim emitivnim tržištima vodeći računa o mogućnostima za putovanja u Crnu Goru. U cilju održavanja kontakata sa medijskim kućama, agencijama i partnerima TO Tivat će biti prisutan i na određenim sajmovima turizma. U 2022. godini očekuje se povratak održavanju sajmovi uživo. Promotivne aktivnosti će se sprovoditi i putem online promocije tj. digitalnog marketinga, radionica i drugih događaja (virtuelno i uživo). Ujedno planirana je realizacija studijskih posjeta medija i turoperatora u saradnji sa turističkom privredom i NTO CG, kao i direktne B2B aktivnosti u cilju jačanja imidža Tivta na emitivnim tržištima.

B2C promotivne aktivnosti

Marketing kampanja

U ovoj godini planiraju se intenzivnije aktivnosti kada je online promocija u pitanju. TO Tivat će pratiti Program digitalnog marketinga NTO CG za period 2021-2023.g. Potrebno je kontinuirano raditi na vizuelnom identitetu web portala www.tivat.travel, kao i na raznovrsnosti i inovacijama kada su objave na društvenim mrežama u pitanju (YouTube, Facebook i Instagram). Takođe je planirano reklamiranje putem Google ads i društvenih mreža za bitnije događaje/kampanje.

U zavisnosti od finansijskih sredstava i potrebe promocije određenih događaja planirano je reklamiranje i putem outdoor kampanje i drugim kanalima promocije.

U dijelu online promocije ukoliko bude zahtjeva realizovaće se i posjete blogera i mikroinfluensera sa međunarodnog tržišta u saradnji sa turističkom privredom i NTO CG.

U saradnji sa turističkim organizacijama područja Boke, Herceg Novim i Kotorom, planirane su i zajedničke marketinške kampanje posebno na tržištima Velike Britanije, Njemačke i dr.

Učešće u roadshow aktivnostima i pres konferencijama – TO Tivat će učestvovati u regionalnim „roadshow” aktivnostima NTO CG u cilju promocije ljetnje turističke sezone i postsezone, pres konferencijama u većim gradovima regiona, a i šire, kao i u aktivnostima u organizaciji NTO CG i LTO-a u cilju promocije novogodišnjih programa. U zavisnosti od situacije ponuda će biti predstavljena i u okviru nekih od većih manifestacija, sajmovi i radnih sastanaka sa medijima i agencijama na tržištu regiona.

B2B aktivnosti

Organizacija studijskih putovanja za novinare, turooperatore i organizatore događaja

U toku sljedeće godine planira se realizacija studijskih putovanja za novinare, turooperatore i organizatore događaja i podrška organizaciji istih. Studijska putovanja novinara, turoperatora i organizatora događaja su najekonomičniji marketinški

instrument kojim se postižu značajni promotivni efekti. Studijska putovanja biće realizovana u saradnji sa NTO CG, ali i u samostalnoj režiji u saradnji i dogovoru sa turističkom privredom grada i to sa prioritetnih emitivnih tržišta. Odnosi sa javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u kreiranju imidža i promociji destinacije.

Planirana je i organizacija individualnih dolazaka specijalizovanih medijskih ekipa u cilju promocije ponude iz oblasti MICE turizma, birdwatching-a, gastronomije, itd.

Navedenim aktivnostima će se animirati karakteristične ciljne grupe (poslovni svijet, visokoplatežni gosti, široki sloj građana - porodice, populacija orjentisana na sport, nautiku, rekreaciju, prirodu, kulturu i sl.) i približiti konkretni turistički proizvod (MICE, sunce&more, specifični turistički proizvodi, gastronomija i sl.).

Učešće na pres konferencijama i workshop-ovima –U cilju održavanja komunikacije sa medijima i agencijama i partnerima sa emitivnih tržišta od kojih se u narednim godinama očekuje značajniji priliv gostiju TO Tivat će učestvovati na sajmovima turizma, pres konferencijama i radionicama. TO Tivat će učestvovati, ukoliko NTO CG u narednoj godini bude organizovala direktne poslovne radionice „Buy Montenegro” - na kojim se realizuju direktni sastanci sa medijima i partnerima sa emitivnih tržišta. Oko učešća na ovim radionicama će se odlučivati nakon dobijanja konkretnih informacija od strane NTO CG. U saradnji sa NTO CG i LTO-ima za sada je izvjesno učešće na roadshow radionicama na tržištu Rusije, Ukrajine, Kazahstana i to u Moskvi, Sankt Peterburgu, Kijevu i Almatiju.

Učešće na sajamskim manifestacijama – U trenutku izrade Programa rada za 2022.g. nije moguće precizno odrediti koji će se sajmovi i na koji način održati, obzirom na okolnosti na emitivnim tržištima. Zavisno od situacije, finansijskih mogućnosti, kao i održavanja direktnih radionica na emitivnim tržištima TO Tivat će učestvovati na sljedećim sajmovima u organizaciji NTO CG: 1. Ferien, Beč (13-16.01), 2. IFT Beograd (24-27.02), 3. ITB Berlin (9-12.03), 4. MITT Moskva (15-17.03), 5. UITT Kijev (23-25.03.), 6. Specijalizovani sajam MICE turizma IBTM (30.11.-02.12.) Barselona ili IMEX Frankfurt (26-28.04.), 7. IFTM Top Resa, Paris (septembar/oktobar), 8. WTM London (novembar).

Expo Dubai

Cijeneći značaj tržišta Ujedinjenih Arapskih Emirata planirana je promocija turističke ponude grada u okviru turističke promocije Crne Gore na Expo Dubai. Promocija za predstavnike turoperatora i medija sa tržišta Bliskog istoka će se održati 6. februara. EXPO je najznačajnija međunarodna izložba koja se od 1851. godine svake pete godine organizuje u izabranoj zemlji, odnosno gradu domaćinu. Zemlje učesnice predstavljaju ideje, iskustva i najbolje prakse na temu predmetnog Expo-a. Svjetska izložba u Dubaiju održava se pod krovnom temom „Povezivanje umova, stvaranje budućnosti“, koja obuhvata tri podteme: Mogućnost, Mobilnost i Održivost.

Rok: I-IV kvartal

INFORMISANJE TURISTA

Turistički info punktovi

Turistički biro Centar i biro Porto Montenegro su u funkciji tokom cijele godine. U zavisnosti od broja turista TO Tivat će otvoriti infomativne biroe u Donjoj Lastvi (od 1. juna do 15. septembra), turist biro Radovići (od 15. maja do 15. septembra), turist biro Krašići od (1. juna do 1. septembra). U biroima će turisti, kao i do sada, dobijati informacije o ponudi grada i realizovaće se prijava boravka turista. Problem sa kojima se lokalne turističke organizacije suočavaju već dugi niz godina odnosi se na nepostajanje uvezanog elektronskog sistema koji će omogućiti jednostavniji pregled svih prijavljenih turista na teritoriji opštine Tivat i Crne Gore, ali i na jednostavan način omogućiti prijavu gostiju od strane stanodavaca bez obaveze dolaska u biroe TO Tivat.

Webportal www.tivat.travel, društvene mreže

U kontinuitetu će se sprovoditi aktivnosti na ažuriranju i dopuni web portala www.tivat.travel. Tokom ove godine planirana je izrada podportala na kojem će biti predstavljena MICE ponuda grada.

TO Tivat predstavlja ponudu i na Facebook-u, Instagram-u, Twitter-u, YouTube-u i LinkedIn-u. Promotivne aktivnosti putem društvenih mreža u najvećoj mjeri su fokusirane na Facebook i Instagram kao najzastupljenije društvene mreže na području Evrope i šire. Objave će biti usmjerene na najave događaja, promociju turističkih proizvoda destinacije, objavu atraktivnih foto-motiva, a sve kako bi se intenzivirala interakcija sa pratiocima profila.

Izrada promotivnog, foto i video materijala

U saradnji sa Brand New Tivat planira se redizajn pojedinih promotivnih materijala koji će pratiti brend grada. Fokus neće biti na štampanom materijalu, međutim svakako će se, u zavisnosti od potreba, realizovati štampa novih i (re)print sljedećih promotivnih materijala:

1. Destinacijska brošura (na više jezika)
2. MICE brošura
3. Mapa grada – planiran je reprint i mapa u blokovima za recepcije hotela i ugostiteljske objekte
4. Mapa Panoramska ruta „Život na Luštici”(„Life on Luštica”) (na više jezika)
5. Mapa Vrmca
6. Mapa CG
7. Mapa Boke
8. Info flajeri

Rok: I-IV kvartal

ORGANIZACIJA MANIFESTACIJA

TO Tivat će i u 2022. godini nastaviti da finansijski podržava zabavne, sportske, kulturne, umjetničke i druge događaje koji imaju za cilj unaprjeđenje/obogaćivanje proizvoda destinacije.

Ciljevi:

- ✓ unaprjeđenje/obogaćivanje turističkog proizvoda/ponude,
- ✓ razvoj sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone,
- ✓ povećanje ugostiteljskog i turističkog prometa, posebno u pred- i podsezoni,
- ✓ jačanju snage brenda tivatskog turizma,
- ✓ stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije,
- ✓ podizanje marketinške vrijednosti destinacije.

Manifestacije koje podržavamo

TO Tivat će raditi na podsticanju, koordiniranju i organizovanju kulturnih, zabavnih, sportskih i drugih događaja i manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude i učestvovati u njihovom finansiranju na osnovu njihovog projekta, a u skladu sa raspoloživim budžetom. Podrška će zavisiti od ostvarenja budžeta TO Tivat i epidemioloških mjera. TO Tivat u narednoj godini planira da podrži sljedeće događaje: Zimski karneval u Donjoj Lastvi, Ljetnji karneval, In Art festival, Tivat World Music Festival, fešte u Gornjoj Lastvi, ribarske fešte, lokalne i tradicionalne događaje i ostale manifestacije koje će doprinijeti obogaćivanju ponude grada. Pored ovih planirana je podrška određenim sportskim događajima poput Bućarske olimpijade, Bokeškog polumaratona i drugih.

Manifestacije koje će biti organizovane od strane TO Tivat:

		Organizator	Vrijeme održavanja
1.	„Dani magnolije“ - Turistički cvijet	Turistička organizacija Tivat	maj - jun
U okviru tradicionalne manifestacije „Dani magnolije“ održava se tradicionalna akcija „Turistički cvijet“ koja bez prekida traje, i 2022 godine treba da se održi 28. put. Akcija ima za cilj animiranje građana da daju svoj doprinos uređenju grada, u hortikulturnom smislu, u susret ljetnjoj turističkoj sezoni.			
2.	Tivatske ljetnje fešte	Turistička organizacija Tivat	jun - septembar
Turistička organizacija Tivat će inovirati naziv i koncept ove manifestacije i fokus će biti na osmišljavanju tematskih događaja tokom cijele ljetnje turističke sezone.			
3.	„Zimska bajka“	Turistička organizacija Tivat	decembar
U saradnji sa Opštinom Tivat, Udruženjem ugostitelja i hotelijera Tivta, Brand New Tivat, Sekretarijatom za privredu, Centrom za kulturu i ostalim institucijama, TO Tivat učestvuje u organizaciji programa dočeka Nove godine pod nazivom „Zimka bajka“.			

Ostale manifestacije

TO Tivat svake godine podržava razne programe koji obogaćuju ponudu destinacije te će u zavisnosti od sredstava i zahtjeva podržati i druge događaje koji doprinose unaprjeđenju i obogaćivanju ponude grada.

Eko akcije

TO Tivat će, kao i svake godine, obilježavati i određene dane sa fokusom na životnu sredinu, a u cilju očuvanja turističkog prostora, unaprjeđenja turističkog okruženja i zaštite životne sredine.

Rok: I-IV kvartal

INTERNI MARKETING I AKTIVNOSTI

Anketa turista

TO Tivat će nastaviti sa aktivnostima na anketiranju turista na području opštine Tivat. Anketa ima za cilj da pruži više informacija o stavovima, potrebama, zadovoljstvu turista destinacijom. TO Tivat će ove godine unaprijediti samu anketu kroz pitanja i način uzorkovanja i prikupljanja podataka. U tom smislu planirano je angažovanje agencije koja će sprovesti navedeno istraživanje.

Monitoring broja gostiju na dan

TO Tivat će nastaviti sa aktivnostima redovnog prikupljanja podataka o turističkom prometu u direktnom kontaktu sa turističkom privredom i vršiti uporedni prikaz sa prethodnom godinom. Podaci će se dostavljati Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore i Ministarstvu ekonomskog razvoja.

Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije

U saradnji sa Opštinom Tivat nastaviće se intenzivne aktivnosti na suzbijanju sive ekonomije u svim turističkim mjestima.

Valorizacija kulturne baštine

U saradnji sa Opštinom Tivat, shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi, biće raspisan Javni poziv za dostavljanje projekata. Zbog nemogućnosti formiranja komisije od strane Skupštine Opštine Tivat, u 2021.g. nije realizovano raspisivanje javnog poziva te su sredstva za ovu aktivnost rezervisana na posebnom podračunu i prenesena u 2022.g. S tim u vezi u 2022.g. biće raspisani pozivi za 2020.g. i 2021.g.

Organizacija edukativnog kongresa „Tourism 360° - ThinkTankTivat”

TO Tivat će sljedeće godine prvi put organizovati edukativni kongres za turističku privredu na teme koje su od značaja za pojedinačne segmente ponude (hotelijere, agencije, ugostitelje) sa idejom da kongres preraste u tradicionalni događaj. Plan je da

se održava tokom novembra u okviru Novembarskih dana. Cilj je da kroz praktična predavanja domaćih, regionalnih i međunarodnih stručnjaka iz oblasti turizma privreda bude u toku sa trendovima na međunarodnom tržištu.

Godišnja nagrada u turizmu „Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu”

Shodno Pravilniku o organizovanju i kriterijumima za dodjelu nagrada „Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu” ova akcija se organizuje svake pete godine. Zadnji put dodjela nagrada je realizovana 2017. godine. Akcija se organizuje sa ciljem unaprjeđenja kvaliteta usluga, razvijanja gostoprimstva, podizanja turističke kulture i turističke ponude Tivta.