



TURISTIČKA ORGANIZACIJA TIVAT

www.tivat.travel

PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE TIVAT ZA 2023.GOD.

SADRŽAJ

UVOD	2
Trendovi na svjetskom turističkom tržištu	
Aktivnosti TO Tivat	
Statistički pokazatelji	
Finansijski pokazatelji	
PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA	10
Održivo upravljanje destinacijom „Green Destinations/Quality Coast“	
Panoramski put na poluostrvu Luštica - “Život na Luštici”	
Razvoj MICE turističkog proizvoda	
Razvoj drugih turističkih proizvoda	
Valorizacija kulturne baštine	
EU i regionalni projekti	
PODSTICANJE OPORAVKA TURISTIČKOG PROMETA SA AKCENTOM NA PRIORITETNA EMITIVNA TRŽIŠTA.....	14
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	
INFORMISANJE TURISTA	16
Turistički info punktovi	
Webportal www.tivat.travel , društvene mreže	
Izrada promotivnog, foto i video materijala	
Nabavka multimedijskog totema	
ORGANIZACIJA MANIFESTACIJA	18
Manifestacije koje podržavamo	
Manifestacije TO Tivat	
JACANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNE OSNOVE ZA PLANIRANJE AKTIVNOSTI.....	19
Anketa turista	
Monitoring broja gostiju na dan	
Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	
Organizacija edukativnog kongresa “Tivat Tourism Think Thank”	

UVOD

Program rada Turističke organizacije Tivat za 2023.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.

Aktivnosti će se sprovoditi u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom, Opštinom Tivat, drugim lokalnim turistističkim organizacijama, turističkom privredom itd. U cilju boljeg pozicioniranja i unapređenja ponude destinacije neophodna je saradnja, odnosno umrežavanje svih predstavnika turističke privrede sa područja Tivta.

Trendovi na svjetskom turističkom tržištu

Prema posljednjem izvještaju Svjetske turističke organizacije (**UNWTO World Tourism Barometer**) međunarodni turizam je pokazao značajne znake oporavka u 2022. g. jer su se bitno ublažila ograničenja putovanja. Većina destinacija koje su objavile podatke za jul 2022. zabilježile su rast međunarodnih dolazaka u odnosu na 2021. Međunarodni dolasci turista su porasli za 172% u periodu januar-jul 2022. g. u odnosu na 2021. g. Ipak, 2022.g. je i dalje godina izazova za globalni turizam, sa međunarodnim dolascima manjim za 43% 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 86% broja međunarodnih dolazaka u odnosu na 2019.g. Zatim slijede Afrika (40%), Amerika (35%) i Evropa(26%).



Prema **World Travel&Tourism Council (WTTC)** sektor turizma i putovanja će kreirati do 126 miliona novih radnih mjesta u narednoj deceniji tj. jedno u tri nova radna mjesta biće povezano sa ovim sektorom. Procjene ukazuju na to da će industrija biti pokretačka snaga globalnog ekonomskog oporavka, sa rastom BDP-a po prosječnoj stopi od 5,8% godišnje između 2022. i 2032. godine, nadmašujući stopu rasta od 2,7% za globalnu ekonomiju.

Sve ove informacije i prognoze govore da će pritisak na turističke destinacije u narednoj deceniji biti veoma izražen te destinacije moraju pažljivo kreirati turističke proizvode i voditi politiku zasnovanu na održivom turističkom razvoju.

Briga o porastu troškova života zamijenila je Covid-19 kao glavnu brigu turističke industrije, iako je većina optimistična u pogledu sljedeće godine, pokazalo je istraživanje WTM London koje je objavljeno u novembru ove godine (**WTM Industry Report**). Prema ovom Izveštaju 53% turističkih profesionalaca očekuje oporavak na nivo iz 2019. u nekom trenutku tokom 2023., dok samo 31,5% očekuje da će oporavak doći do 2024. ili kasnije. Pitanje koje najviše zabrinjava profesionalce u industriji je porast troškova života. Kada se kombinuju sa cijenom energije i benzina, 68% profesionalaca ističe da će ovi faktori negativno uticati na poslovanje. Samo 12% njih smatra da je rat u Ukrajini problem. Međutim, među onima koji ciljaju na rusko i ukrajinsko tržište, 40% je izjavilo da su bili pogođeni krizom. Situacija na aerodromima je sljedeća najveća zabrinutost, koju je spomenulo 15,6%. Istraživanje je takođe ispitalo navike potrošača prilikom kupovine putovanja, a 66% je reklo da internet igraju najveću ulogu u donošenju odluka. Samo 4% navodi brošure kao izvor informacija. U svim starosnim grupama, individualni buking je rangiran kao najpopularniji izbor, sa 35% koji koristi online alate. Nekih 17% koristilo je putničku agenciju. Odmor na plaži će biti i dalje biti izbor broj jedan turista, a slijede i city break, porodični odmori, luksuzna putovanja, aktivan odmor.

Što se tiče trendova ([Travel trends in 2023 | Thoughts | Linney](#)) u narednim godinama možemo očekivati sljedeće:

- Veći fokus na destinacijama koje vode računa o **održivom turističkom razvoju** - Koliko je turizam bitan zbog ekonomskih efekata, toliko je važno koliko održivim možemo učiniti budućnost putovanja.
- **Luksuzna putovanja;**
- **Tehnologija u odnosu na digitalnu detoksikaciju** - Za neke bijeg od tehnologije predstavlja vrstu odmora, dok za druge, telefon na odmoru može obogatiti boravak pristupom online sadržajima. Ovaj trend se ogleda u rješenju koje se nalazi između ove dvije opcije.
- **Zabava za cijelu porodicu** - Imamo sve veći porast višegeneracijskih putovanja: djeca, roditelji, babe i djedovi koji provode svoj odmor zajedno. Ovakva putovanja moraju nuditi bogatu ponudu zbog raznovrsnih potreba.

Aktivnosti TO Tivat

Turistička organizacija Tivat u planiranje turističke sezone 2023.g. ulazi optimistično, uprkos izazovima koji se dešavaju i na međunarodnom i na domaćem tržištu a koja će uticati na realizaciju prometa u narednoj godini kao što su porast troškova života, kriza u Ukrajini, nedostatak avio linija prema bitnim emitivnim tržištima u period van glavne turističke sezone itd.

Aktivnosti planirane Programom rada za 2023.g. su:

- ✓ nastavak procesa održivog upravljanja destinacijom kroz program implementacije i monitoring u okviru Green Destinations procesa,
- ✓ 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 2023.g. planiran je nastavak intenzivne saradnje sa lokalnom zajednicom, turističkom privredom, 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 prethodne godine, koje su bile zahvaćene pandemijom korona virusa. Tu se pokazalo da se turizam kao jedna vitalna privredna grana najbrže oporavlja, ali isto tako je i veoma osjetljiva privredna grana na koju utiču svi faktori a naročito bezbjedonosna situacija. Na to nam najbolje ukazuju statistički podaci kada su tržišta Rusije i Ukrajine u pitanju gdje vidimo da se aktuelni sukob itekako odrazio na dolaske turista sa ovih tržišta.

Na osnovu podataka Uprave za statistiku za 9 mjeseci 2022.g. u Tivtu je ostvareno 119,127 dolazaka turista (24% više u odnosu na uporedni period 2021.g.) i 1,029,374 noćenja (17% više u odnosu na uporedni period 2021.g.). U odnosu na 2019.g. bilježimo 12% manje dolazaka, dok je broj noćenja bio na istom nivou.

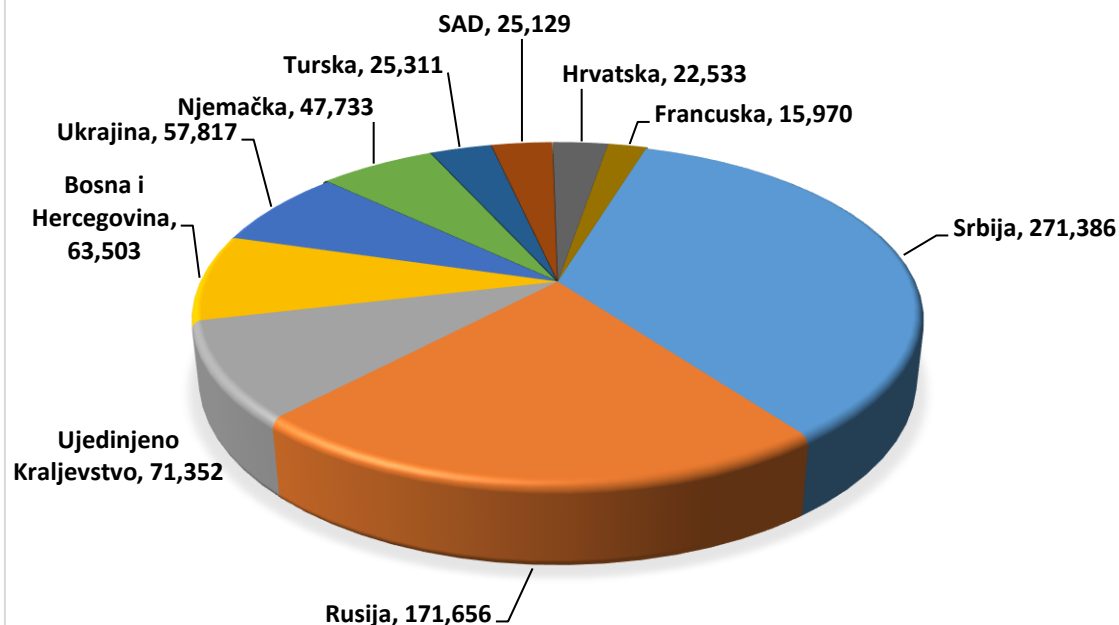
Dolasci turista i noćenja za 9 mjeseci 2022												
Vrsta smještaja	Dolasci ukupno	Index	Dolasci strani	Index	Dolasci domaći	Index	Noćenja ukupno	Index	Noćenja strani	Index	Noćenja domaći	Index
Kolektivni smještaj (hoteli i slični smještajni kapaciteti)	57,653	144.19	53,791	147.28	3,862	111.65	179,887	120.04	167,865	121.10	12,022	106.98
Privatni smještaj	61,474	108.57	61,322	108.70	152	74.15	849,488	115.81	847,938	115.82	1,550	110.71
UKUPNO	119,127	123.31	115,113	123.86	4,014	109.55	1,029,375	116.53	1,015,803	116.66	13,572	107.39

Najveće učešće u ukupno ostvarenim noćenjima stranih turista u 9 mjeseci 2022.g. imaju turisti sa tržišta Srbije, Rusije, Ujedinjenog Kraljevstva, Bosne i Hercegovine, Ukrajine, Njemačke, Turske, SAD-a, Hrvatske i Francuske.

Prvih 10 zemalja za 9 mjeseci po noćenjima

Rb	Zemlja	Noćenja	Prosjeak boravka	Index noćenja 22/21	Struktura noćenja
1	Srbija	271,386	11	98.91	26.36%
2	Rusija	171,656	14	115.53	16.68%
3	Ujedinjeno Kraljevstvo	71,352	9	153.97	6.93%
4	Bosna i Hercegovina	63,503	9	102.53	6.17%
5	Ukrajina	57,817	18	84.69	5.62%
6	Njemačka	47,733	6	198.00	4.64%
7	Turska	25,311	9	183.61	2.46%
8	SAD	25,129	6	172.95	2.44%
9	Hrvatska	22,533	9	131.68	2.19%
10	Francuska	15,970	4	139.54	1.55%

PRVIH 10 ZEMALJA 2022 NOĆENJA



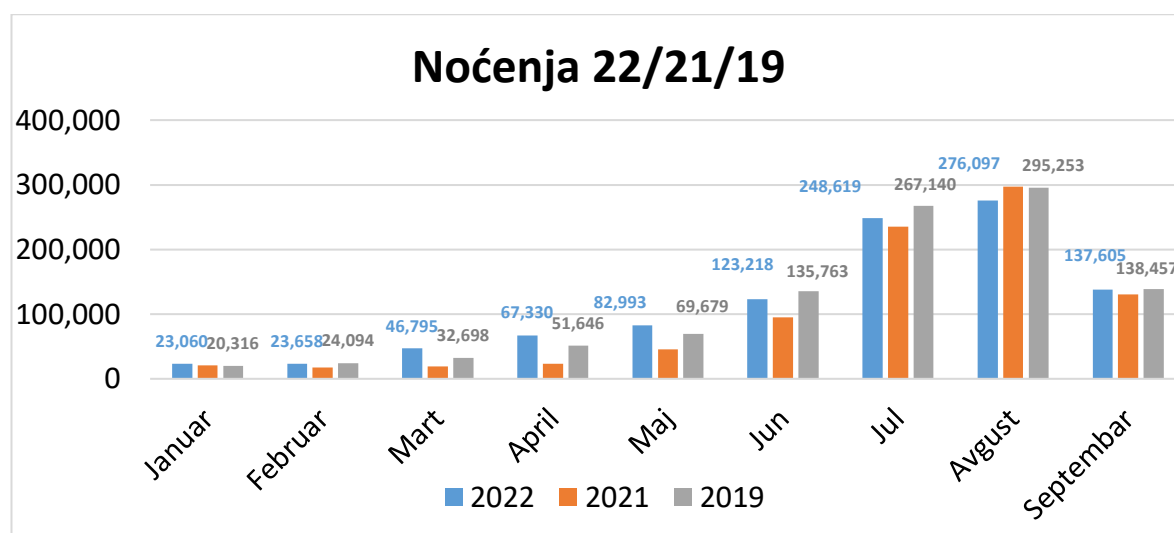
DOLASCI I OSTVARENA NOĆENJA U 2022 ZA 9 MJESECA

Zemlja pripadnosti gostiju	Dolasci	Noćenja	Prosječno boravka u danima	Struktura u %		INDEX	
				Dolasci	Noćenja	Turisti	Noćenja
UKUPNO	119,127	1,029,375	8.64			123.31	116.53
Crna Gora	4,014	13,572	3.38	3.37%	1.32%	109.55	107.39
Inostranstvo	115,113	1,015,803	8.82	96.63%	98.68%	123.86	116.66
Evropa	99,742	918,439	9	83.73%	89.22%	117.95	115.06
Albanija	2,139	10,856	5	1.80%	1.05%	91.37	105.14
Austrija	1,363	6,525	5	1.14%	0.63%	206.83	120.77
Belgija	1,534	5,784	4	1.29%	0.56%	256.09	135.93
Bjelorusija	586	8,148	14	0.49%	0.79%	112.69	171.07
Bosna i Hercegovina	7,421	63,503	9	6.23%	6.17%	90.16	102.53
Bugarska	282	2,394	8	0.24%	0.23%	127.60	77.60
Češka	586	4,491	8	0.49%	0.44%	129.65	110.15
Danska	483	2,858	6	0.41%	0.28%	190.91	146.87
Estonija	599	4,484	7	0.50%	0.44%	102.92	100.00
Finska	431	3,156	7	0.36%	0.31%	252.05	326.03
Francuska	3,672	15,970	4	3.08%	1.55%	194.18	139.54
Grčka	215	1,722	8	0.18%	0.17%	129.52	93.64
Holandija	1,311	8,770	7	1.10%	0.85%	219.60	196.33
Hrvatska	2,432	22,533	9	2.04%	2.19%	123.33	131.68
Irska	477	3,223	7	0.40%	0.31%	307.74	111.37

Island	190	558	0	0.16%	0.05%	6,333.33	1,594.29
Italija	1,507	12,922	9	1.27%	1.26%	154.09	127.85
Kipar	99	1,173	12	0.08%	0.11%	137.50	92.22
Kosovo	1,033	6,960	7	0.87%	0.68%	103.71	95.20
Letonija	296	2,360	8	0.25%	0.23%	150.25	159.14
Litvanija	486	3,958	8	0.41%	0.38%	128.23	115.73
Luksemburg	84	546	7	0.07%	0.05%	120.00	62.12
Mađarska	2,162	13,262	6	1.81%	1.29%	120.45	123.01
Malta	94	883	9	0.08%	0.09%	162.07	208.25
Sjeverna Makedonija	953	8,732	9	0.80%	0.85%	90.16	99.79
Norveška	1,990	4,315	2	1.67%	0.42%	2,369.05	590.29
Njemačka	8,518	47,733	6	7.15%	4.64%	245.55	198.00
Poljska	1,912	14,944	8	1.61%	1.45%	133.71	147.25
Portugalija	181	1,556	9	0.15%	0.15%	266.18	145.97
Rumunija	670	3,690	6	0.56%	0.36%	144.40	92.27
Rusija	12,491	171,656	14	10.49%	16.68%	112.40	115.53
Slovačka	361	3,375	9	0.30%	0.33%	177.83	183.32
Slovenija	1,028	6,916	7	0.86%	0.67%	157.19	109.69
Srbija	25,305	271,386	11	21.24%	26.36%	93.75	98.91
Španija	690	6,083	9	0.58%	0.59%	151.98	198.92
Švajcarska uključujući Lihtenštajn	1,408	7,600	5	1.18%	0.74%	136.43	129.25
Švedska	792	6,592	8	0.66%	0.64%	174.83	149.38
Turska	2,748	25,311	9	2.31%	2.46%	180.67	183.61
Ukrajina	3,199	57,817	18	2.69%	5.62%	35.01	84.69
Ujedinjeno Kraljevstvo	7,699	71,352	9	6.46%	6.93%	275.75	153.97
Ostale evropske zemlje	315	2,342	7	0.26%	0.23%	112.90	123.33
Afrika	1,002	11,684	12	0.84%	1.14%	136.70	94.00
Južna Afrika	596	9,640	16	0.50%	0.94%	118.49	88.71
Ostale afričke zemlje	406	2,044	5	0.34%	0.20%	176.52	130.77
Sjeverna Amerika	4,988	31,623	6	4.19%	3.07%	203.59	171.61
Kanada	835	6,380	8	0.70%	0.62%	241.33	165.03
SAD	4,106	25,129	6	3.45%	2.44%	197.02	172.95
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	47	114	2	0.04%	0.01%	235.00	367.74
Juzna i Srednja Amerika	795	7,876	10	0.67%	0.77%	200.76	168.25
Argentina	71	1,000	14	0.06%	0.10%	147.92	110.99
Brazil	184	1,394	8	0.15%	0.14%	195.74	165.95
Čile	38	365	10	0.03%	0.04%	223.53	274.44
Ostale zemlje Južne i Srednje Am.	502	5,117	10	0.42%	0.50%	211.81	182.29
Azija	6,731	34,531	5	5.65%	3.35%	154.13	116.05
Kina (uključujući Hong Kong)	337	1,542	5	0.28%	0.15%	333.66	250.73
Japan	33	137	4	0.03%	0.01%	165.00	120.18
Koreja, Republika (Južna Koreja)	47	75	2	0.04%	0.01%	313.33	214.29
Izrael	2,441	13,063	5	2.05%	1.27%	188.64	246.75
Indija	602	1,830	3	0.51%	0.18%	182.42	80.72
Azerbejdžan	212	1,035	5	0.18%	0.10%	371.93	242.96
Ujedinjeni Arapski Emirati	450	1,394	3	0.38%	0.14%	343.51	330.33
Ostale azijske zemlje	2,609	15,455	6	2.19%	1.50%	107.85	75.09
Australija sa Okeanijom	1,855	11,650	6	1.56%	1.13%	428.41	162.08
Australija	685	7,395	11	0.58%	0.72%	303.10	184.60
Novi Zeland	196	2,771	14	0.16%	0.27%	136.11	97.16
Ostale zemlje Okeanije	974	1,484	2	0.82%	0.14%	1,546.03	449.70

Promet po mjesecima

Mjesec/Godina	Dolasci turista u opštini Tivat			Noćenja turista u opštini Tivat		
	2022	2021	2019	2022	2021	2019
Januar	2,632	1,537	2,402	23,060	20,574	20,316
Februar	3,261	1,655	4,198	23,658	17,279	24,094
Mart	7,073	1,598	6,870	46,795	18,833	32,698
April	9,303	3,360	11,554	67,330	23,114	51,646
Maj	11,060	6,784	12,618	82,993	45,389	69,679
Jun	15,992	11,439	19,692	123,218	95,380	135,763
Jul	27,888	26,964	30,403	248,619	234,884	267,140
Avgust	28,269	32,010	31,823	276,097	297,552	295,253
Septembar	13,649	11,257	16,178	137,605	130,354	138,457
Ukupno	119,127	96,604	135,738	1,029,375	883,359	1,035,046



Po razdoblju sezone najviše dolazaka je ostvareno tokom glavne sezone (u julu i avgustu mjesecu) međutim u tom periodu je zabilježen pad u odnosu na 2021.g. za 4%. U periodu predsezone (januar-jun) zabilježen je rast od 87%, a u septembru je realizovano preko 21% više dolazaka u odnosu na septembar 2021.g.

Tip sezone	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Index	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Index
Predsezona	49,321	26,373	187.01	367,054	220,569	166.41
Glavna sezona	56,157	58,974	95.22	524,716	532,436	98.55
Postsezona	13,649	11,257	121.25	137,605	130,354	105.56
Ukupno:	119,127	96,604	123.31	1,029,375	883,359	116.53

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

Tip smještaja	Dolasci 2022	Dolasci 2021	Index	Noćenja 2022	Noćenja 2021	Index
Individualni	61,474	56,621	108.57	849,488	733,509	115.81
Kolektivni	57,653	39,983	144.19	179,887	149,850	120.04
Ukupno:	119,127	96,604	123.31	1,029,375	883,359	116.53

Finansijski pokazatelji

Tokom 10 mjeseci o.g. ostvareno je ukupno **630.473 eur** namjenskih prihoda (boravišna i turistička taksa, članski doprinos) 10% više nego 2021.g, a 6% manje u odnosu na isti period 2019.g. Prihodovano je **445.968 eur** boravišne takse što je 24% više nego 2021.g. odnosno 4% manje nego 2019.g, **152.086 eur** turističke takse (15% više u odnosu na 2019.g.) i **32.418 eur** članskog doprinosa što je manje za 36% u odnosu na 2021.g. odnosno 56% manje u odnosu na 2019.g.

Prihodi za 10 mjeseci u 2022 godini

	boravišna taksa	INDEX	turistička taksa	INDEX	članski doprinos	INDEX	UKUPNO	INDEX
januar	9,457.00	76.79	2,957.73	152.82	1.80	0.20	12,416.53	81.97
februar	11,308.08	163.83	3,498.87	85.87	204.00	6.60	15,010.95	106.71
mart	19,510.40	325.56	5,401.01	127.75	757.02	360.49	25,668.43	246.09
april	25,904.00	208.64	3,768.15	70.63	59.95	39.97	29,732.10	166.09
maj	37,304.29	316.11	5,884.33	118.91	25.80	21.50	43,214.42	256.16
jun	47,534.40	163.16	13,071.11	54.06	1,975.81	36.40	62,581.32	106.54
jul	85,444.80	90.51	21,936.47	52.91	2,022.09	7.75	109,403.36	67.55
avgust	108,913.20	105.49	52,795.69	129.62	1,416.00	12.20	163,124.89	104.84
septembar	51,849.60	85.30	28,391.68	135.36	539.92	19.68	80,781.20	95.59
oktobar	48,742.64	205.80	14,381.36	106.00	25,416.00	4,962.71	88,540.00	234.52
UKUPNO	445,968.41	123.65	152,086.40	94.21	32,418.39	63.76	630,473.20	110.04

PREGLED VEĆIH UPLATIOCA BORAVIŠNE TAKSE U PERIODU 01.01.-31.10.2022.

Naziv pravnog lica	NAPLAĆENO (100%) 01.01 - 31.10.2022.
PM HOTELS DOO	43,840.50 €
LB HOTELS MANAGEMENT DOO	30,596.87 €
PRIMORJE HOTELS & RESTAURANTS AD	17,781.50 €
HTP MIMOZA AD	14,069.00 €
RB HOLDING DOO	4,228.50 €

PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPRJEĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

Cilj 1: dalja diverzifikacija turističkog proizvoda. Rezultat: unapredjenje turističkog proizvoda kroz razvoj dodatnih sadržaja u okviru minimum 2 proizvoda

Održivo upravljanje destinacijom “Green Destinations/Quality Coast”

Turistička organizacija Tivat nastavlja proces implementacije i monitoringa u okviru programa Green Destinations. U 2022.g. urađena je prva revizija i evaluacija cjelokupnog procesa. Tom prilikom Tivat je uspješno postigao status **Green Destinations Bronze Award**. Tivat je i prva destinacija na Zapadnom Balkanu (WB6) koja je dostigla ovaj nivo. Nagrada važi naredne dvije godine tokom kojih je potrebno intenzivno raditi na akcionom planu i jasnoj mapi puta shodno komentarima iz izvještaja revizora. U narednom periodu u saradnji sa javnim i privatnim sektorom potrebno je kreirati prioritetni plan aktivnosti koji je vezan za unaprjeđenje kvaliteta turističkog proizvoda, raditi na jačanju kapaciteta turističke privrede u dijelu dodatnih edukacija i sertifikacije Good Travel Seal, ali i na boljem međunarodnom imidžu i promociji u okviru www.goodtravel.guide. U toku 2023.g. planirane su sljedeće aktivnosti:

- **Kreiranje i rad na akcionom planu** shodno izvještaju revizora
- **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**

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

Rok realizacije: I-IV kvartal

Indikator za akcioni plan: održan sastanak sa stakeholderima i kreiran akcioni plan

Indikator za Good Travel Seal: minimum dva nova mala biznisa nosioci ekološke oznake Good Travel Seal (agencije, izdavaoci privatnog smještaja ili ugostiteljski objekat)
Izvor finansiranje: budžet TO Tivat

Razvoj proizvoda

Tokom 2023.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”). Cilj ovog projekta je uvezivanje cjelokupne ponude poluostrva Luštica u jedinstveni turistički proizvod, objedinjavanjem turizma, poljoprivrede, kulturne baštine i ponude za aktivni odmor. Tokom putovanja, pored prekrasnog pogleda duž cijele rute, posjetoci mogu da obiđu brojna ruralna područja, poljoprivredna gazdinstva koja nude lokalne specijalitete, uživaju u pješačkim i biciklističkim stazama, a mogu takođe i obići kulturno istorijske spomenike i druga atraktivna mjesta.

U prvoj fazi projekta urađena je turističko-informativna mapa područja na našem, engleskom i njemačkom jeziku, a zatim se pristupilo izradi audio vodiča na pomenutim jezicima.

U toku 2023.g. planirano je sljedeće:

- Panoramski snimci dronom za potrebe dalje promocije ovog turističkog proizvoda,
- Izrada projektna dokumentacija za turističku signalizaciju panoramskog puta,
- U saradnji sa Opštinom Tivat i Turističkom organizacijom Herceg Novi uređenje pješačko planinarskih staza na poluostrvu Luštica.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: pripremljen promotivni materijal, urađena projektna dokumentacija za turističku signalizaciju i uređene minimum 2 staze

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat i TO Herceg Novi, a za uređenje pješačkih staza Opština Tivat

Razvoj MICE turističkog proizvoda

Turistička organizacija Tivat je započela sa aktivnostima na razvoju MICE turističkog proizvoda pa je u prethodnom periodu 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 2023.g. su:

- Promocija MICE ponude u okviru posebnog potportala 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 realizacije: u kontinuitetu

Indikator: potportal u funkciji, članstvo u SITE

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Promocija Boke kotorske kao “wedding” destinacije – U saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama Herceg Novog i Kotora u toku sljedeće godine planirano je kreiranje destinacijskog videa u cilju promocije Boke Kotske kao idealne destinacije za vjenčanje. Svjedoci smo da se, na teritoriji naših destinacija, realizuju brojni događaji i da nedostaje kvalitetan destinacijski video koji bi pomogao organizatorima događaja i turističkoj privredi u daljoj promociji destinacije. Ujedno planirana je i obuka za sve zainteresovane da se bave ovim vidom ponude.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: pripremljen video materijal

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat, TO Herceg Novi, TO Kotor

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 promociji ponude destinacije za ljubitelje ove aktivnosti. Aktivnosti će biti usmjerene prema tržištu Velike Britanije koje ima najveći broj registrovanih ljubitelja posmatranja ptica. Planirana je realizacija sljedećih aktivnosti:

- Studijske posjete specijalizovanih agencija i medija sa ovog tržišta
- Učešće na Bird Fair 2023.g

- Oglašavanje u specijalizovanim magazinima.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: organizovana 1 studijska grupa medija i turoperatora

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat i ostalih TO uključenih u projekat

Izleti Veliki gradski park i drugi - Turistička organizacija Tivat je u 2022. godini započela sa organizacijom besplatnih posjeta u Velikom gradskom parku. Ture su se održavale svakog petka, na crnogorskom i engleskom jeziku. Cilj je da se posjetioци grada dodatno animiraju da obiđu atraktivne lokalitete i upoznaju se sa ponudom i pričom gradskog parka.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: organizovano minimum 10 posjeta Velikom gradskom parku

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Pješačke staze Vrmac i Luštica - Unapređenje i održavanje pješačkih staza je prepoznato kao problem sa kojima se TO Tivat suočava prilikom promocije staza. Planirano je da se u saradnji sa Opštinom Tivat, lokalnim turističkim organizacijama i opštinama Herceg Novog i Kotor realizuju aktivnosti na redovnom održavanju i markiranju staza. Imajući u vidu potrebe turista planirana je i izrada mape pješačkih i biciklističkih staza Boke kotorske, kao i njihovo postavljanje na digitalnim platformama poput outdooractive.com.

Aktivnost u 2023. godini:

- Čišćenje, održavanje i obnova markacije na postojećim stazama na području Vrmca i Luštice u saradnji sa Opštinom Tivat,
- Izrada mape ili digitalizacija pješačkih i biciklističkih staza Boke kotorske u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama Kotor i Herceg Novog.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: postavljene minimum 2 staze na digitalnim platformama

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat i Opštine Tivat

Valorizacija kulturne baštine

U 2022.g. formirana je komisija od strane Skupštine Opštine Tivat i realizovano je raspisivanje Javnog poziva po osnovu sredstva iz 2020. i 2021. g. predviđenih za ovu aktivnost. Rok realizacije aktuelnog projekta je početak maja 2023.g. S tim u vezi u 2023.g., shodno članu 8 stav 2 tačka 1 alineja 1 Zakona o boravišnoj taksi, biće raspisan Javni poziv za dostavljanje projekata po osnovu ukupnih finansijskih sredstava predviđenih za ovu namjenu iz 2022. g.

Rok realizacije: II-IV kvartal

Indikator: raspisan Javni poziv

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

EU i regionalni projekti

TO Tivat će prvi put učestvovati na otvorenim i dostupnim fondovima Evropske Unije, regionalnih i nacionalnih fondova ili drugih javnih poziva u oblasti turizma, digitalizacije i diverzifikacije turističkih proizvoda/usluga.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: organizovana obuka za zaposlene i uspostavljen kontakt sa potencijalnim partnerima

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

PODSTICANJE OPORAVKA TURISTIČKOG PROMETA SA AKCENTOM NA PRIORITETNA EMITIVNA TRŽIŠTA

Cilj: Povećanje turističkog prometa u periodu pred i postsezone za 2% u odnosu na 2019.g.

Shodno smjernicama NTO CG promotivne aktivnosti će biti usmjerene prema prioritetnim emitivnim tržištima uvažavajući aktuelnu globalnu situaciju. U cilju održavanja kontakata sa medijskim kućama, agencijama i partnerima TO Tivat će biti prisutna i na određenim sajmovima turizma. Promotivne aktivnosti će se sprovoditi i putem online promocije tj. digitalnog marketinga, radionica i drugih događaja. 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 planira se nastavak kada je online promocija u pitanju. 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.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: realizovane minimum dvije digitalne marketinške kampanje

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

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, sajмова i radnih sastanaka sa medijima i agencijama na tržištu regiona.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: učešće u regionalnoj “roadshow” kampanji u minimum dva grada

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

B2B aktivnosti

Organizacija studijskih putovanja za novinare, turoperatore i organizatore događaja

U toku sljedeće godine planira se realizacija studijskih putovanja za novinare, turoperatore 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 prioritarnih 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.).

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: realizovano minimum 7 studijskih posjeta medija/turoperatora

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

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.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: učešće na minimum dvije radionice

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Učešće na sajamskim manifestacijama – U trenutku izrade Programa rada za 2023.g. nije moguće precizno odrediti koji će se sajmovi i na koji način održati. TO Tivat će pratiti plan učešća NTO CG i drugih LTO na sajamskim manifestacijama te će odlučivati o svom učešću u zavisnosti od aktuelne situacije, finansijskih mogućnosti, kao i od potrebe prezentovanja svoje ponude na istim. Rastuća inflatorna kretanja i smanjenje realne vrijednosti novca se veoma negativno održavaju i na poslovanje TO Tivat te će u narednom periodu za projektovani isti budžet za sajamske nastupe biti realno realizovano manje događaja.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: učešće na minimum 2 sajma

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

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 1. oktobra), 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.

Planirana je realizacija sljedećih aktivnosti:

- Uređenje enterijera i eksterijera turističkih biroa (Donja Lastva, Krašići i Radovići)

- Brendiranje turističkih biroa na pomenutim lokacijama,
- Uniformisanje zaposlenih u biroima(brendirane majice,akreditacije i sl.),
- Nabavka novih info panoa.

Rok realizacije: I-III kvartal

Indikatori: uređen enterijer i eksterijer biroa, nabavljene brendirane majice i akreditacije, kao i info panoi

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Webportal www.tivat.travel, društvene mreže

U kontinuitetu će se sprovoditi aktivnosti na ažuriranju i dopuni web portala www.tivat.travel.

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.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: objavljeno minimum 40 postova na društvenim mrežama

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Izrada promotivnog, foto i video materijala

Planira se redizajn pojedinih promotivnih materijala. Fokus neće biti na štampanom materijalu, međutim svakako će se, u zavisnosti od potreba, realizovati štampa novih i (re)print sljedećih promotivnih materijala:

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

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: odrađen reprint navedenog materijala i urađen novi destinacijski video

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Nabavka multimedijskog totema

U ovoj godini TO Tivat planira nabavku vanjskog multimedijskog totema koji bi bio instaliran u blizini gradske rive Pine, a koji bi posjetiocima pružao korisne informacije prilikom boravka u gradu.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: nabavljen multimedijski totem

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

ORGANIZACIJA MANIFESTACIJA

TO Tivat će i u 2023. 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 istih će se realizovati na osnovu raspisanog Javnog poziva za podršku organizatorima manifestacija.

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 2023. godine treba da se održi 29. put. Akcija ima za cilj animiranje građana da daju svoj doprinos uređenju grada, u hortikulturnom smislu, u susret ljetnjoj turističkoj sezoni.			

2.	Koncerti	Turistička organizacija Tivat	maj - septembar
Turistička organizacija Tivat u 2023. godini planira organizovati tri do četiri koncerta u navedenom periodu: - 21.maj - jun - jul - avgust i manje koncerte/događaje ukoliko bude finansijskih mogućnosti			
3.	Novogodišnji program	Turistička organizacija Tivat	decembar
U saradnji sa Opštinom Tivat, TO Tivat učestvuje u organizaciji programa dočeka Nove godine.			

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 realizacije: u kontinuitetu

Indikator: podržano minimum 10 manifestacija, organizovana minimum 5 događaja u organizaciji TO Tivat

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

JAČANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNE OSNOVE ZA PLANIRANJE 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 kao i prethodne godine angažovanje agencije koja će sprovesti navedeno istraživanje.

Rok realizacije: II-IV kvartal

Indikator: urađena anketa turista

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

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.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: dostavljeno brojno stanje turista jednom sedmično NTO CG

Organizacija edukativnog događaja „Tivat Tourism Think Thank”

TO Tivat je u 2022. g. prvi put organizovala edukativni događaj za turističku privredu i javni sektor sa međunarodnim govornicima i učesnicima iz cijelog regiona. Plan je da se i sljedeće godine događaj održi u novembru. Cilj je da se u okviru dvodnevnog događaja organizuje više interaktivnih radionica edukativnog karaktera, koje će doprinijeti razmjeni iskustva i da se na dobrim primjerima prakse kroz predavanja eminentnih stručnjaka iz oblasti turizma, daju smjernice svim stejkolderima u turizmu, na koji način bi trebalo unaprijediti turistički proizvod i marketing u skladu sa aktuelnim trendovima u turizmu i podstaći konstruktivnu komunikaciju.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: realizovan edukativni događaj sa minimum 80 učesnika

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

SUZBIJANJE SIVE EKONOMIJE

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

Rok realizacije: II-IV kvartal

Indikator: urađen info letak u cilju informisanja izdavaoca privatnog smještaja o zakonskim obavezama

Izvor finansiranja: budžet TO Tivat

Problemi sa kojima se suočava TO Tivat

- 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 biro TO Tivat.

- Neophodno je raditi na izmjenama Zakona o boravišnoj taksi i turističkim organizacijama kako bi se uklonile određene nedoumice i ograničenja prilikom praktične primjene ovih zakonskih rješenja.
- Neophodna je intenzivnija saradnja lokalnih turističkih organizacija i NTOCG kao i sprovođenje zajedničkih strateških aktivnosti na prioritetnim emitivnim tržištima naročito u dijelu digitalnog marketinga.