

**Predlog**

**PROGRAM RADA SA PROGRAMOM TURISTIČKE  
INFORMATIVNO PROPAGANDNE DJELATNOSTI  
I FINANSIJSKIM PLANOM  
TURISTIČKE ORGANIZACIJE  
OPŠTINE BAR ZA 2019. GODINU**

Bar, novembar 2018.

# Sadržaj

1. UVOD .....	4
2. OPŠTE INFORMACIJE O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI OPŠTINE BAR.....	5
2.1. Osnivanje.....	5
2.2. Djelatnost .....	5
2.3. Organi organizacije .....	6
2.4. Prihodi .....	6
2.5. Osnovna sredstva .....	6
2.6. Zaposleni.....	6
3. STRATEŠKA DOKUMENTA.....	7
3.1. Izrada strategije razvoja turizma Bara do 2025. godine.....	7
4. INFORMATIVNO PROMOTIVNA DJELATNOST .....	7
4.1. Izrada web portala Turističke organizacije Bara.....	7
4.2. Društvene mreže.....	7
4.3. Turističko informativni biro.....	8
4.4. Realizacija promotivnih kampanja .....	8
4.5. Organizacija novinarskih putovanja.....	9
4.6. Organizacija putovanja predstavnika turoperatora .....	9
4.7. Sajamovi, prezentacije i ostali nastupi.....	9
5. IZRADA PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	12
5.1. Redizajn i izrada opšteg destinacijskog kataloga.....	12
5.2. Redizajn i izrada kataloga smještaja.....	12
5.3. Izrada turističke karte Bara.....	12
5.4. Izrada turističke karte za pješaćenje (hiking) .....	12
5.5. Izrada brošure za porodice sa djecom .....	12
5.6. Izrada brošure za seniore (55+) .....	12
5.7. Reprint mape panoramske rute.....	12
6. IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I KOLATERALA .....	13
6.1. Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr .....	13
6.2. Izrada suvenira .....	13
7. ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA.....	13
7.1. Za još ljepši grad.....	13
7.2. Koncert povodom Dana zaljubljenih .....	13

7.3. Manifestacija „Pohod u planine“ .....	13
7.4. Organizacija manifestacije „Igre bez granica“ .....	13
7.5. Ljeto sa zvijezdama .....	13
7.6. Organizacija manifestacije Festival grožđa.....	14
7.7. Novogodišnji hepening Bar 2020.....	14
7.8. Najljepši novogodišnji izlog .....	14
7.9. Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija.....	14
8. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA .....	14
8.1. Monitoring broja gostiju na dan .....	14
8.2. Anketa turista.....	15
8.3. Analiza press clipping materijala .....	15
8.4. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije .....	15
9. INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA.....	15
9.1. Inicijativa i koordinacija.....	15
9.2. Edukacija - projekat organizovanja radionica .....	16
9.3. Svjetski dan planete Zemlje - 22. april.....	16
9.4. Svjetski dan turizma - 27. septembar .....	16
10. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE .....	16
10.1. Uređenje pećina: Spila, Babatuša i Grbočica u Trnovu i Spilje u Veljoj Gorani .....	16
10.2. Izrada turističke signalizacije.....	16
10.3. Projekat - „Trasom starog „Ćira“ .....	16
10.4. Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području.....	17
10.5. Nabavka i postavljanje pametne solarne klupe .....	17
11. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE.....	17
11.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara .....	17
FINANSIJSKI PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2019. GODINU.....	18

## 1. UVOD

Turistička organizacija Opštine Bar će tokom 2019. godine sprovesti brojne aktivnosti iz djelokruga svog poslovanja. Aktivnosti će se odnositi na razvoj turističkog proizvoda, promociju, organizaciju manifestacija, izradu promotivnog materijala, kako štampanog tako i u elektronskom obliku, promocija na društvenim mrežama i internet kanalima.

Uloga Turističke organizacije opštine Bar u narednom periodu biće, kao i u dosadašnjem periodu, sveobuhvatna promocija turističke regije barske opštine kao destinacije sa raznovrsnim i kvalitetnim turističkim proizvodom, informisanje turista, brojne manifestacije, promotivni nastupi sa NTO Crne Gore i LTO-a, medijske kampanje, izrada strateških dokumenata, realizacija strategije rasta i razvoja turizma shodno programima Ministarstva turizma i zaštite životne sredine, Nacionalne turističke organizacije i Opštine Bar, zastupanje interesa turističke privrede u okviru funkcija i ovlašćenja Turističke organizacije.

Program rada Turističke organizacije urađen je na osnovu djelatnosti predviđenih Zakonom o turističkim organizacijama, Odlukom o osnivanju Turističke organizacije Opštine Bar i Statutom TO Bar.

## 2. OPŠTE INFORMACIJE O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI OPŠTINE BAR

### 2.1. Osnivanje

Turistička organizacija Opštine Bar je osnovana na osnovu člana 7 Zakona o turističkim organizacijama ("Službeni list RCG", broj 11/04) i člana 13 stav 1 tačka 1 i Odluke o osnivanju Turističke organizacije Opštine Bar (Službeni list RCG – Opštinski propisi br.21/04.

### 2.2. Djelatnost

Zadaci (djelatnosti) lokalne turističke organizacije su:

- 1) unaprjeđenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine za koju je osnovana;
- 2) stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine;
- 3) saradnja sa pravnim licima, fizičkim licima, udruženjima i nevladinim organizacijama koje za predmet poslovanja imaju turističku i ugostiteljsku ili njoj komplementarnu djelatnost u cilju dogovaranja, utvrđivanja i sprovođenja politike razvoja turizma i poboljšanja uslova boravka turista na teritoriji opštine;
- 4) izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala;
- 5) podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude;
- 6) pružanje informacija gostima o raspoloživim smještajnim kapacitetima u primarnim i komplementarnim ugostiteljskim objektima, ugostiteljskim objektima za pružanje usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića i kapacitetima privatnog smještaja, kulturnim manifestacijama, događajima i drugim servisnim informacijama o turističkim uslugama na teritoriji opštine;
- 7) pružanje informacija o radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovine i drugih informacija potrebnih za boravak turista;
- 8) posredovanje i pružanje pomoći prilikom rezervacije i davanje informacija o smještajnim kapacitetima ako u turističkom mjestu za koje je osnovana turistička organizacija ne postoji registrovana turistička agencija;
- 9) dostavljanje prijave i odjave boravka u skladu sa zakonom;
- 10) podsticanje aktiviranja područja opštine koja nijesu ili su nedovoljno uključena u turistički promet;
- 11) podsticanje i organizovanje akcija usmjerenih na zaštitu i očuvanje turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasljeđa;
- 12) realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji svog djelovanja;
- 13) vođenje evidencije u cilju kontrole izdavanja i korišćenja smještajnih jedinica u kondo hotelima i vikend stanovima, u saradnji sa organima lokalne uprave i sačinjavanje izvještaja koji najmanje dvomjesečno dostavlja Ministarstvu;
- 14) organizovanje turističko-informativnih biroa u turističkim mjestima, za koje ocijeni potrebu;
- 15) prikupljanje i obrada podataka (dnevna, nedjeljna i mjesečna) o turističkom prometu i njihovoj strukturi na području opštine, kao i izrada mjesečnog izvještaja o turističkom prometu za potrebe nadležnog organa za poslove statistike i Nacionalne turističke organizacije;

- 16) vođenje evidencije o naplati boravišne takse, izletničke, turističke takse i članskog doprinosa;
- 17) procjena neobuhvaćenog turističkog prometa na nivou opštine u skladu sa metodologijom koju propisuje Ministarstvo;
- 18) saradnja sa organima opštine u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine;
- 19) saradnja sa lokalnim udruženjima i nevladinim organizacijama iz oblasti turizma i ugostiteljstva i njima komplementarnim djelatnostima;
- 20) saradnja sa drugim lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;
- 21) sprovođenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine;
- 22) izrada izvještaja i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije;
- 23) dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji;
- 24) obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine;
- 25) saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore;
- 26) obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine.

### 2.3. Organi organizacije

Organi Organizacije su:

1. Skupština - ima 25 članova
2. Izvršni odbor - ima predsjednika i 6 članova, koje bira skupština Organizacije.
3. Nadzorni odbor- ima predsjednika i 2 člana.
4. Predsjednik - dužnost Predsjednika Turističke organizacije obavlja predsjednik Opštine Bar. Mandat organa organizacije traje 4 (četiri) godine.

### 2.4. Prihodi

Organizacija ostvaruje prihode iz sljedećih izvora:

Boravišne takse, u skladu s posebnim zakonom,  
Članskog doprinosa, u skladu s posebnim zakonom,  
Turističke takse, u skladu sa posebnim zakonom,  
Sredstava budžeta,  
Dobrovoljnih priloga (donacija),  
Kredita i iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

### 2.5. Osnovna sredstva

Osnovna sredstva TO Bar: oprema u poslovnim prostorima 6 (šest) Turističko informativnih biroa u vlasništvu TO Bar, i oprema u 6 (šest) iznajmljenih poslovnih prostora, foto arhiva, dva putnička automobila –škoda fabia, a sve to se konstatuje godišnjim popisima.

### 2.6. Zaposleni

TO Bar zapošljava 10 radnika na neodređeno vrijeme, a na određeno vrijeme u sezoni radi i do 35 zaposlenih.

### 3. STRATEŠKA DOKUMENTA

#### 3.1. Izrada strategije razvoja turizma Bara do 2025. godine

Imajući u vidu da je za kvalitetan razvoj destinacije neophodno imati strateški okvir, tokom 2019. godine je planirana izrada strategije razvoja turizma u Baru, koja bi definisala ciljeve, zadatke i smjernice, ali i indikatore koje treba ispuniti u narednom periodu. Potreba za ovakvim dokumentom se pokazala neophodnom kako bi se turizam u opštini Bar razvijao na organizovan način i u skladu sa principima održivosti. Planirano je angažovanje specijalizovane agencije koja bi bila izabrana na javnom tenderu za realizaciju ovog posla. Strategija bi između ostalog obuhvatila sljedeće stavke:

1. Analiza trenutnog stanja
2. Strateški zaključci i perspektiva razvoja
3. Strateški okvir (vizija, misija, pozicioniranje, ključni proizvodi, ključna tržišta)
4. Razrada strategije – akcioni plan:
  - a. Programi konkurentnosti
  - b. Smjernice marketinga
  - c. Smjernice digitalnog turizma
  - d. Proizvodi i infrastruktura
  - e. Akcioni plan implementacije

### 4. INFORMATIVNO PROMOTIVNA DJELATNOST

#### 4.1. Izrada web portala Turističke organizacije Bara

Najveći broj turista se informiše putem interneta o Baru i njegovoj turističkoj ponudi. Postojeće rješenje se mora unaprijediti zbog potreba savremenog turista kako funkcionalno tako i vizuelno. Tokom 2019. godine je planiran izbor kompanije koja bi razvila moderan i za korisnika intuitivan i jednostavan web portal gdje bi mogao da dobije sve potrebne informacije o destinaciji. Web portal bi bio višejezičan (crnogorski, engleski, njemački, ruski, francuski), a po potrebi bi se dodavale i druge jezičke varijante. Portal bi osim dijela koji pruža informacije turistima imao i dio koji se odnosi na turističku privredu (tzv. podportal za poslovne korisnike) i medije.

#### 4.2. Društvene mreže

Imajući u vidu značaj društvenih mreža kako na informisanje tako i na promociju, tokom 2019. godine je planirano dodatno angažovanje u ovom dijelu. Društvene mreže na kojima će se promovirati turistička ponuda Bara su Facebook, Instagram, Twitter, V-kontakte, a po potrebi i druge. Osim na navedenim društvenim mrežama planirano je i osvježavanje sadržaja na pretraživaču video sadržaja Youtube, na zvaničnom kanalu Turističke organizacije Bara. Promocija na društvenim mrežama će se odvijati u kontinuitetu od strane zaposlenih u TO Bar, dok će tzv. sponzorisanе objave biti realizovane kroz promotivne kampanje.

#### 4.3. Turističko informativni biroi

U cilju bolje informisanosti, ali i naplate boravišne takse u toku ljetnje sezone 2019. TO Bar će otvoriti Turističko informativne biroe u: Čanju, Sutomoru, Šušanj, Dobroj Vodi, Utjehi, autobuskoj stanici u Baru, Starom Baru i Ostrosu. Biro na Topolici će raditi tokom cijele godine, a u Virpazaru će raditi do kraja decembra. U biroima će osim dobijanja informacija turisti moći da prijave svoj boravak kao i prethodnih godina.

#### 4.4. Realizacija promotivnih kampanja

Tokom 2019. godine je planirano osmišljavanje i implementacija 3 kampanje i to:

- Kampanja čiji cilj će biti usmjeren na povećanje vidljivosti turističke ponude grada Bara tokom juna mjeseca. Ciljno tržište za ovu kampanju će biti zemlje okruženja, prije svega Srbija i BiH, ali isto tako jednim manjim dijelom i druge zemlje okruženja. Uže geozone će se definisati u saradnji sa agencijom koja će osmisliti i implementirati kampanju. Segmenti potencijalnih turista koji će biti targetirani će uglavnom biti porodice sa djecom predškolskog i školskog uzrasta. Poruke koje će biti upućivane ka ovom segmentu će se odnositi na odmor tokom mjeseca juna. Prije svega naglasak će biti stavljen na odmor na plaži, lijepo vrijeme, toplo i čisto more, odmor u prirodi, i jednim dijelom kulturni turizam. Planirano je da se turistički proizvod Bara objedini u saradnji sa turističkim agencijama (privatni smještaj i doživljaji) i hotelima i predstavi kroz ovu kampanju. Realizacija kampanje je planirana uglavnom kroz digitalni marketing, štampane i elektronske medije.
- Kampanja čiji će cilj biti povećanje vidljivosti turističke ponude grada Bara tokom septembra mjeseca. Ciljno tržište za ovu kampanju će biti zemlje okruženja, prije svega Srbija i BiH, ali isto tako jednim manjim dijelom i druge zemlje okruženja. Segmenti potencijalnih turista koji će biti targetirani će uglavnom biti penzioneri ali jednim manjim dijelom i porodice sa djecom predškolskog uzrasta. Poruke koje će biti upućivane ka ovom segmentu će se odnositi na odmor tokom mjeseca septembra. Prije svega naglasak će biti stavljen na miran odmor na plaži, šetnje u prirodi, niže cijene van sezone i slično. Planirano je da se turistički proizvod Bara i tokom ove kampanje objedini u saradnji sa turističkim agencijama (privatni smještaj i doživljaji) i hotelima i predstavi kroz ovu kampanju. Realizacija kampanje je planirana uglavnom kroz štampane medije i elektronske medije sa nešto većim fokusom na radio.
- Kampanja u cilju promovisanja novogodišnjeg programa čiji će cilj biti da doprinese vidljivosti programa za novogodišnji program TO Bara. Ciljno tržište će biti zemlje okruženja ali isto tako i građani drugih opština u Crnoj Gori. Segmenti koji će biti targetirani su uglavnom mlađa populacija i jednim dijelom mladi bračni parovi koji imaju vremena za putovanja tokom novogodišnjih praznika. Poruke koje će biti upućivane ka ovom segmentu će se odnositi na dobar provod tokom novogodišnjih praznika, ali isto tako i da na posjetu kulturno istorijskim znamenitostima grada Bara.

Za realizaciju navednih kampanja biće potrebno angažovanje specijalizovane agencije koja će uraditi kreativni dio kampanje, ali isto tako sprovesti kampanju i dostaviti detaljan izvještaj o uspješnosti kampanja.

U saradnji sa NTO CG i drugim LTO planiran je nastavak saradnje sa magazinima i dnevnim listovima u Srbiji, BiH i Makedoniji sa ciljem objavljivanja reportaža o Baru i turističkoj ponudi grada. Osim navedenog u saradnju sa NTO i LTO je planirano postavljanje reklamnih panoa (bilborda) uoči turističke sezone ili povodom određenih manifestacija.

Organizacija konferencija za novinare, pripremanje PR tekstova i saopštenja za medije, organizacija intervjua, gostovanja u emisijama će takođe biti redovne aktivnosti koje će sprovoditi TO Bara.

#### **4.5. Organizacija novinarskih putovanja**

Organizacija putovanja novinara sa ključnih emitivnih tržišta u cilju njihovog upoznavanja sa destinacijom i kasnije izvještavanja je važna aktivnost koja doprinosi boljoj vidljivosti destinacije. Uglavnom se organizuju tokom pred i post sezone kako zbog lakše organizacije, tako i zbog objave članaka u periodu koji prethodi glavnoj turističkoj sezoni. Putovanja novinara će se organizovati u saradnji sa NTO CG i Ministarstvom održivog razvoja i turizma, ali isto tako i u sopstvenoj organizaciji. Kriterijumi koji će biti uzimani u obzir prilikom donošenja odluke o organizaciji putovanja će između ostalih biti uticaj medija na javno mnjenje, tiraž, period objave članka i slično. Vodiće se računa da novinarska putovanja obuhvate sve djelove opštine Bar koji mogu generisati turistički promet. Ovaj način promocije predstavlja važnu aktivnost koja doprinosi promociji opštine. U saradnji sa NTO CG ćemo pokušati da sve grupe novinara i turoperatora koji posjete Crnu Goru, posjete i najznačajnije lokalitete naše opštine i na taj način se sami upoznaju sa kompletnom ponudom i posredstvom svojih reportaža upoznaju javno mnjenje zemlje iz koje dolaze.

#### **4.6. Organizacija putovanja predstavnika turoperatora**

Organizacija putovanja predstavnika turoperatora predstavlja dobar način upoznavanja turoperatora sa ugostiteljskom i turističkom ponudom grada. Osim toga pruža mogućnost domaćim ponuđačima da u direktnom kontaktu sa stranim turoperatorima pokušaju uspostaviti poslovnu saradnju. Ova putovanja će se organizovati u saradnji sa NTO CG, ali isto tako i u samostalnoj organizaciji TO Bara i turističke privrede grada.

#### **4.7. Sajamovi, prezentacije i ostali nastupi**

Turistička organizacija Bara planira nastup na određenim sajamskim manifestacijama tokom 2019. godine u saradnji sa NTO CG i drugim lokalnim turističkim organizacijama. Nastupi na sajmovima su veoma značajan vid promocije destinacije. Glavni cilj Turističke organizacije Bara prilikom predstavljanja ponude na sajmovima će biti stavljanje u fokus turističke ponude grada u okviru destinacije i isticanje komparativnih prednosti u odnosu na druge gradove. Osim toga nastupi na sajmovima su dobra prilika za upoznavanje predstavnika turoperatora i medija koji mogu biti

potencijalni učesnici studijskih putovanja u destinaciju. Na sajmovima su prisutni i predstavnici marketing agencija sa kojima je saradnja u često slučajeva potrebna za adekvatnu promociju destinacije. Imajući u vidu da su nastupi na sajmovima finansijski zahtjevni projekti, tokom 2019. godine će se voditi računa da se destinacija predstavi samo na najbitnijim događajima ovog tipa. U nastavku je dat predlog sajмова za 2019. godinu na kojima Turistička organizacija Bara planira nastup u saradnji sa NTO CG i drugim lokalnim turističkim organizacijama.

**Tabela 1: Predlog kalendara sajmova za 2019. godinu**

<b>Naziv sajma</b>	<b>Država, grad i datum održavanja</b>	<b>Potencijalni izlagači iz Crne Gore</b>
Ferien	Beč, Austrija, januar	NTO CG i LTO
Inheba	Bratislava, Slovačka, januar	LTO i NTO CG
Holiday World	Prag, Češka. Februar	LTO i NTO CG
F.R.E.E.	Minhen, Njemačka, Februar	NTO CG i LTO
Travel Fair	Tirana, Albanija, februar	LTO i NTO CG
Holiday fair	Brisel, Belgija, februar	LTO i NTO CG
IFT	Srbija, Beograd, februar	NTO CG i LTO
UTAZAS	Budimpešta, Mađarska, mart	LTO i NTO CG
ITB	Njemačka, Berlin, mart	NTO CG i LTO
MITT	Rusija, Moskva, mart	NTO CG i LTO
UITT	Ukrajina, Kijev, mart	NTO CG i LTO
Travel fair	Priština, Kosovo, maj	LTO i NTO CG
Travel Market	Skoplje, Makedonija, maj	LTO i NTO CG
TOP RESA	Francuska, Pariz, septembar	NTO CG i LTO
WTM	Velika Britanija, London, novembar	NTO CG i LTO
Sajam turizma	Kragujevac, Srbija, novembar	LTO i NTO CG
TT	Poljska, Varšava, novembar	NTO CG i LTO
Promocije u regionu	Niš, Kragujevac, Beograd, Novi Sad, Sarajevo, Banja Luka, Ljubljana, Skoplje maj/jun	NTO CG i LTO

## 5. IZRADA PROMOTIVNOG MATERIJALA

### 5.1. Redizajn i izrada opšteg destinacijskog kataloga

U cilju predstavljanja objedinjene turističke ponude grada potrebno je uraditi redizajn postojeće opšte destinacijske brošure i reprint u tiražu od 20.000 primjeraka. Katalog će biti dijeljen na sajmovima turizma, prezentacijama, u turističko informativnim biroima i dr.

### 5.2. Redizajn i izrada kataloga smještaja

Ovaj katalog obuhvata sve hotele na području opštine, 30-ak kuća u svim turističkim mjestima opštine uključujući i seoski turizam, i od izuzetnog značaja je za popunjavanje i prodaju kapaciteta odnosno - direktno dobijanje informacija bilo na sajmovima ili na sajtu TO Bar. Katalog u tiražu od 8.000 primjeraka će se distribuirati na svim sajmovima u zemlji i inostranstvu i u svim biroima TO Bar.

### 5.3. Izrada turističke karte Bara

Imajući u vidu izraženu potrebu turista za informacijama o turističkim destinacijama u Baru tokom 2019. je planirana izrada nove turističke karte Bara koja bi osim geografskih pojmova na slikovit način prikazala i turističku ponudu grada. Turistička karta je planirana da se štampa u tiražu od 5.000 primjeraka, dok je za potrebe prezentacije i TIB potrebno uraditi verziju tzv. „blok mape“ jeftinije izrade u 40.000 primjeraka, kako bi što veći broj turista dobio potrebne informacije.

### 5.4. Izrada turističke karte za pješaćenje (hiking)

Imajući u vidu da na teritoriji opštine Bar postoji značajan broj pješaćkih staza tokom 2019. godine je planirana izrada turističke karte za pješaćenje kako bi i ovom segmentu turista pružili adekvatne informacije o turističkoj ponudi grada. Planiran je tiraž od 10.000 primjeraka.

### 5.5. Izrada brošure za porodice sa djecom

Značajan broj gostiju u Baru na odmor dolazi sa djecom te je u svrhu njihovog informisanja o destinaciji potrebno uraditi brošuru koja bi na slikovit način predstavila destinaciju (npr. kroz slikovnicu sa tekstom o znamenitostima i slično). Ovaj segment turista je veoma značajan za destinaciju pa je stoga potrebno posvetiti pažnju i u ovom pravcu. Planiran je tiraž od 5.000 primjeraka.

### 5.6. Izrada brošure za seniore (55+)

Starije osobe, naročito u zemljama EU predstavljaju segment gostiju koji ima najviše slobodnog vremena i resursa za putovanje. Karakteristično je da ne putuju isključivo u glavnoj turističkoj sezoni pa stoga predstavljaju i potencijal za smanjenje sezonalnosti. S obzirom da nešto rjeđe koriste internet za informisanje (mada ga značajan dio i koristi) potrebno je uraditi brošuru koja bi obuhvatila ovaj segment i predstavila ponudu koja im može biti zanimljiva. Planiran je tiraž od 5.000 primjeraka.

### 5.7. Reprint mape panoramske rute

TO Bar planira reprint postojeće mape panoramske rute u tiražu od 6.000 primjeraka.

## 6. IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I KOLATERALA

**6.1. Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr.** – ova vrsta materijala je veoma značajna u promotivne svrhe.

**6.2. Izrada suvenira** – predstavlja posebnu ponudu naše opštine.

## 7. ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA

TO Bar će organizovati nekoliko manifestacija koje na poseban način doprinose promociji grada i pomagati organizaciono i finansijski ostale manifestacije na području opštine.

### 7.1. Za još ljepši grad

Akcija koja na poseban način doprinosi uređenju zelenih površina ima podršku građana Bara, koji sa uređenjem svojih bašti i vrtova na poseban način doprinose uređenju i uljepšavanju grada. Višegodišnje organizovanje ove akcije oplemenilo je mnoge zelene površine grada, a interesovanje za akciju je veliko. Akcija će trajati od 01. maja do 15. juna, a njen osnovni cilj je uređenje i uljepšavanje čitavog područja naše opštine kao i razvijanje takmičarskog duha. Glavna aktivnost je “Biramo najljepši vrt, baštu, balkon” u kategoriji pravnih i fizičkih lica. Stručna komisija će jednom nedjeljno obilaziti prijavljene lokalitete i ocijeniti najbolje. Prateće aktivnosti na završnoj svečanosti: dodjela nagrada, izložba fotografija i video snimaka običenih lokaliteta.

### 7.2. Koncert povodom Dana zaljubljenih

Imajući u vidu da se tokom februara organizuje manji broj manifestacija planirano je da se ponuda grada upotpuni sa koncertom koji bi se održao 14. februara na Dan zaljubljenih. Ciljna grupa bi bili građani Bara, ali i ostalih gradova iz Crne Gore. Takođe, ovo je period kada u gradu boravi nešto manji broj gostiju, pa bi djelovalo i stimulatивно po turistički promet.

### 7.3. Manifestacija „Pohod u planine“

Sve veći broj turista u svijetu se bavi nekom vrstom aktivnog odmora. Grad Bar posjeduje odlične resurse za razvoj ove vrste turizma. U cilju popularizacije aktivnog odmora TO Bar će tokom maja 2019. godine organizovati manifestaciju „Pohod u planine“ u saradnji sa planinarskim društvima gdje će zainteresovana javnost i turistička privreda biti u mogućnosti da upoznaju prirodne resurse naše opštine.

### 7.4. Organizacija manifestacije „Igre bez granica“

Turistička organizacija Bar planira organizaciju manifestacije „Igre bez granica“ koja bi kroz brojne atraktivne sportske aktivnosti na vodi pružila građanima i turistima jedno nezaboravno iskustvo. Planirana je realizacija krajem juna mjeseca u saradnji sa kompanijama koje se bave organizacijom ovakvih događaja.

### 7.5. Ljeto sa zvjezdama

Organizacija manifestacije „Ljeto sa zvjezdama“ doprinijela je prepoznatljivosti Bara po kvalitetnijoj ponudi i postala mjesto gdje se turisti mogu pored zabave upoznati, degustirati i

kupiti proizvode karakteristične za ovo područje (vino, masline, maslinovo ulje, med i dr). Planiramo da i ove godine tokom održavanja koncerata organizujemo promociju naših autentičnih proizvoda, maslina, maslinovog ulja, crmničkog vina i dr. Manifestacija će se održavati petkom u julu i avgustu, a broj koncerata bi zavisio od finansija.

#### **7.6. Organizacija manifestacije Festival grožđa**

U saradnji sa udruženjima vinogradara i vinara je planirano organizovanje manifestacije „Festival grožđa u Virpazaru“ kako bi se na jedan interesantan način obilježio početak berbe grožđa. Manifestacija bi imala i takmičarski karakter u branju grožđa, ali isto tako i muzički dio kojim bi se ista završila. Planirano je da se manifestacija održi u Virpazaru na početku sezone berbe grožđa.

#### **7.7. Novogodišnji hepening Bar 2020.**

Turistička organizacija Bar i Opština Bar planiraju da i u 2019. godini organizuju već tradicionalnu manifestaciju NOVOGODIŠNJI HEPENING – Bar 2020. na trgu Vladimira i Kosare. U programu će učestvovati izvođači različitih muzičkih žanrova: etno, narodne, rep, pop i rok muzike iz Bara, Crne Gore i regiona. Pored muzičkog dijela, na trgu koji će biti okičen i ukrašen, biće postavljeni i brojni štandovi na kojima će posjetioci moći da degustiraju i kupe barske specijalitete. TO Bar će u saradnji sa hotelima i turističkim agencijama pripremiti aranžmane koji će biti dostupni svima koji žele novogodišnje praznike da provedu u Baru. U saradnji sa NTO i LTO Budve, Tivta i Herceg Novog, Barski novogodišnji hepening će biti promovisan na pres konferencijama u zemlji i regionu.

#### **7.8. Najljepši novogodišnji izlog**

Turistička organizacija Bar povodom novogodišnjih praznika organizuje akciju pod nazivom „Najljepši novogodišnji izlog“. Akcijom će biti obuhvaćeni svi izlozi u gradu, bez obzira na veličinu i vrstu poslovnog prostora. Cilj je podsticanje vlasnika poslovnih prostora da doprinesu ljepšem izgledu grada, a za tri najljepša izloga dodjeljuju se nagrade.

#### **7.9. Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija**

TO Bar će raditi na podsticanju, koordiniranju i organizovanju, kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih događaja i manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude i učestvovati u njihovom finansiranju na osnovu njihovog projekta (Krajinska Koštanjada, Maslinijada, Festival vina i ukljeve, Dan Bara, Barski ljetopis, Spičansko veče, veče Šušanja, Dani Mrkojevića, Noć Utjehe, manifestacije u Čanju, Velikom Pijesku i dr.), a u skladu sa raspoloživim budžetom. Imajući u vidu da se svake godine povećava broj manifestacija kojima je potrebna podrška u realizaciji istih, TO Bar će tokom 2019. godine izraditi Program podsticajnih mjera za podršku manifestacijama na teritoriji opštine Bar.

## **8. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA**

### **8.1. Monitoring broja gostiju na dan**

Nastaviće se aktivnost vezana za monitoring broja gostiju svakog petka, tako što se u direktnom kontaktu sa svim turističkim subjektima prikupljaju podaci o broju turista i na taj način se dolazi do broja registrovanih gostiju i vrši uporedni prikaz turističkog prometa sa

prethodnim godinama. Dostavljanje podataka Nacionalnoj turističkoj organizaciji, Ministarstvu održivog razvoja i turizma, opštini Bar je redovna aktivnost koja se radi po istom principu u svim gradovima Crne Gore. Takođe, u tu aktivnost spada i prikupljanje podataka na godišnjem nivou i razne analize za potrebe TO Bar, NTO, Ministarstva turizma i SO Bar.

## **8.2. Anketa turista**

Turistička organizacija Bar već tradicionalno radi Anketu turista na području opštine Bar. Planirano je i ove godine da se sprovede anketa turista u saradnji sa nekom od agencija za ispitivanje javnog mnjenja, a po metodologiji TOMAS istraživanja koja se sprovode u Crnoj Gori određeni broj godina. Anketa će dati opšte informacije o stavovima i potrošnji turista u Baru kao i podatke o njihovoj potrošnji tokom boravka.

## **8.3. Analiza press clipping materijala**

U okviru istraživanja tržišta Turistička organizacija Bar će u toku 2019. godine izvršiti analizu objavljenih priloga u štampanim medijima, u okviru svojih press clipping aktivnosti na uzorku dnevnih listova: Vijesti, Pobjeda, Dan i dr. kao i mjesečnim časopisima.

Takođe, u cilju što sveobuhvatnije analize, posebno u kontekstu interesa ponude u tzv. privatnom smještaju, uspostaviće saradnju sa press clipping agencijom za prikupljanje objavljenih priloga u štampanim medijima Srbije u početku, a zatim, ukoliko se isto pokaže opravdanim, za prostore Slovenije, Bosne i Hercegovine i Makedonije. Obradu i analizu istih obaviće stručna služba TO Bar.

Stručne službe će vršiti prikupljanje objavljenih priloga o barskoj rivijeri novinskih studijskih grupa koje dolaze u organizaciji NTO Crne Gore, kao i onih koje TO ustupe agencije koje zastupaju inostrane agencije i turooperatore i dr.

## **8.4. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije**

U saradnji sa Opštinom Bar potrebno je organizovati mjere i aktivnosti na suzbijanju sive ekonomije u svim turističkim mjestima u turističkoj sezoni.

# **9. INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA**

## **9.1. Inicijativa i koordinacija**

TO Bar će inicirati aktivnosti koje doprinose unapređenju turističke ponude, sarađivati sa organima i tijelima lokalne uprave u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine. U cilju ostvarivanja saradnje i blagovremene pripreme turističke sezone Koordinaciono tijelo za pripremu i praćenje turističke sezone će se sastajati tokom cijele godine. U njegovom sastavu su svi subjekti koji na direktan ili indirektan način učestvuju u kreiranju turističke ponude koji će i ovog ljeta koordinacijom i saradnjom doprinijeti rješavanju brojnih problema kao i pojedinačnih primjedbi turista.

Nastavak saradnje sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, Lokalnim turističkim organizacijama i svim subjektima sa područja

opštine i države koji na direktan i indirektan način učestvuju u kreiranju turističke ponude, je osnova za uspješan i kvalitetan rad.

## 9.2. Edukacija - projekat organizovanja radionica

Planirano je organizovanje edukacija za preduzetnike i zaposlene čiji bi cilj bio poboljšanje i kreiranje ponude kod različitih vidova turizma koje se mogu razvijati na području naše opštine, da bi se unaprijedila njihova marketinška znanja, a time i poboljšala promocija i postigli veći finansijski efekti.

### 9.3. Svjetski dan planete Zemlje - 22. april

Turistička organizacija Bar planira da i ove godine organizuje obilježavanje Svjetskog dana planete Zemlje. Akcija pod nazivom „Za još ljepše obale“ će obuhvatiti ozelenjavanje turističkih mjesta na morskom i jezerskom dijelu. Cilj je podizanje svijesti ljudi o zaštiti životne sredine i brige o njenom permanentnom očuvanju.

### 9.4. Svjetski dan turizma - 27. septembar

TO Bar planira da organizuje obilježavanje Svjetskog dana turizma. Organizovaće se u skladu sa zvaničnom temom UNWTO-a za 2019. godinu.

## 10. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE

### 10.1. Uređenje pećina: Spila, Babatuša i Grbočica u Trnovu i Spilje u Veljoj Gorani

U cilju turističke valorizacije pećina Spila, Babatuša i Grbočica u Trnovu i Spilje u Veljoj Gorani TO Bar je uradila preliminarne studije o njihovim prirodnim vrijednostima i mogućnostima turističkog uređenja. Preliminarna istraživanja su obavljena krajem 2017. godine. Konstatovano je da posjeduju značajne vrijednosti i mogućnosti za turističko uređenje čime bi se obogatila turistička ponuda opštine Bar. Kako je za valorizaciju pećina u svrhe turizma potrebno uraditi dodatne analize, prije svega uticaja na životnu sredinu u pećinama planiran je nastavak ovog projekta u saradnji sa nadležnim institucijama.

### 10.2. Izrada turističke signalizacije

Važan segment turističke ponude jednog grada je i kvalitetna turistička signalizacija. Tokom 2019. godine je planirano održavanje postojeće turističke signalizacije kao i izrada nove gdje se ukaže potrebnim.

### 10.3. Projekat - „Trasom starog „Ćira“

Turistička organizacija Bar je tokom 2018. godine izvršila nabavku turističkog vozića na motorni pogon za potrebe realizacije navedenog projekta. Takođe, tokom 2018. godine je pokrenuta procedura rekonstrukcije depoa u Boljevićima i planiran je nastavak projekta u 2019. godini koji bi obuhvatao uređenje prostora oko depoa, a nakon toga i osmišljavanje turističke rute kojom bi se kretao turistički vozić. Turistička organizacija Bar će imajući u vidu da je nabavka turističkog vozića izvršena u 2018. godini isti pokušati da stavi u funkciju i prije zvaničnog početka ovog projekta.

#### **10.4. Pобољшanje uslova boravka u ruralnom području**

Uređenje ruralnog područja je od opšteg interesa kako zbog turista tako i zbog brojnih izletnika. Dalje markiranje i čišćenje pješačkih staza na teritoriji opštine Bar će biti realizovano u saradnji sa planinarskim udruženjima.

#### **10.5. Nabavka i postavljanje pametne solarne klupe**

Tokom 2019. godine planirano je postavljanje solarne klupe na nekoj lokaciji u gradu. Planirano je da klupa ima ugrađen sistem za punjenje mobilnih telefona i uređaja. Implementacijom ovog projekta bi se doprinijelo poboljšanju uslova boravka turista u Baru, ali isto tako i uticalo na podizanje nivoa svijesti o značajau očuvanja životne sredine i korišćenja obnovljivih izvora energije.

### **11. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE**

#### **11.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara**

Sredstva u iznosu od 10 % boravišne takse su opredijeljena shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi ( „Sl.list RCG“, br 11/04,13/04 i „Sl.list RCG“ br. 48/15) za projekte valorizacije kulturne baštine za koji će biti raspisan javni poziv za finansiranje projekata.

## FINANSIJSKI PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2019. GODINU

Naziv:	Plan 2018.	Plan 2019.	Indeks
Strateška dokumenta	0	70.000	
Informativno promotivna djelatnost	140.000	204.000	145
Izrada promotivnog materijala	39.000	51.500	132
Izrada suvenira, video materijala i kolaterala	20.000	12.000	60
Organizovanje manifestacija	210.000	327.500	155
Praćenje turističkog prometa i istraživanja tržišta	10.000	14.000	140
Inicijativa, koordinacija, edukacija	20.000	13.000	65
Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude	205.000	79.000	38
Projekti valorizacije kulturne baštine	69.000	79.000	114
Troškovi	75.000	87.500	116
Nabavka osnovnih sredstava	30.000	3.000	10
Zarade zaposlenih i ostala lična primanja	285.000	285.000	100
Ostali troškovi (prefinansiranje IPA projekata i dr.)	5.000	5.000	100
<b>Ukupno</b>	<b>1.120.000</b>	<b>1.230.500</b>	<b>109</b>

Turistička organizacija Opštine Bar ima status pravnog lica, sa pravima i obavezama utvrđenim Zakonom, Odlukom i Statutom. Djelatnost Turističke organizacije je vršenje poslova od javnog interesa u oblasti turizma, bez ostvarivanja neposredne dobiti.

Organizacija ostvaruje prihode od: boravišne takse u iznosu od 80 % od ukupne naplate, 60 % od članskog doprinosa, 40 % od turističke takse, donacija, kredita i drugih izvora u skladu sa Zakonom.

## Prihodi

	Plan 2018.	Plan 2019.	Indeks
Boravišna taksa	690.000	793.500	115
Članski doprinos	80.000	112.000	140
Turistička taksa	250.000	275.000	110
Drugi izvori	100.00	50.000	50
Ukupno	1.120.000	1,230,500	109

Navedeni plan prihoda je urađen na osnovu prihoda ostvarenih za 10 mjeseci 2018. godine. U odnosu na prošlogodišnji plan prihodi od boravišne takse su planirani da budu povećani za 15 %, od članskog doprinosa planirano je povećanje od 40%, a povećanje prihoda od turističke takse je planirano 10 %. Prihodi od drugih izvora su umanjeni u skladu sa Zakonom, međutim tokom 2019. godine ipak očekujemo da će Turistička organizacija Bar ostvariti određene prihode kroz saradnju sa privredom i zainteresovanim stranama, prije svega kroz sponzorstva i zajedničku organizaciju aktivnosti. Planirano je da ukupni prihodi TO Bar budu veći za 9 %.

Planirani rashodi TO Bar su bazirani na obimu poslova predviđenih Programom rada za 2019. godinu, na iskustvenim veličinama i trenutnim cijenama.

Za informativno propagandnu djelatnost planirano je da rashodi budu veći za 45 % u odnosu na prošlu godinu, za izradu reklamno propagandnog materijala je planirano je 32 % više, za izradu suvenira, video materijala i atrakcija 40 % manje. Za organizovanje manifestacija predviđeno je povećanje od 55 %, za troškove za praćenja turističkog prometa i istraživanje tržišta je planirano povećanje od 40%, smanjenje troškova od 35 % je planirano za inicijativu, koordinaciju i edukaciju.

Shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi ( „Sl.list RCG“, br 11/04,13/04 i „Sl.list RCG“ br. 48/15) za projekte za poboljšane boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta planirana su sredstva u iznosu od 79.000 eura (manje 61% u odnosu na prethodnu godinu), a takođe je planom predviđeno povećanje od 14 % za projekte valorizacije kulturne baštine.

Za troškove smo planirali povećanje od 16 %. Za zarade zaposlenih planirano je da ostanu na istom nivou kao i prethodne godine.

Shodno planiranom povećanju prihoda od 14 % i ukupni rashodi su veći za 14 %.

## Strateška dokumenta

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Izrada strategije razvoja turizma Bara do 2025.	70.000
<b>Ukupno:</b>	<b>70.000</b>

## Informativno promotivna djelatnost

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Izrada web portala Turističke organizacije Bara	9.000
Turističko informativni biro	5.000
Realizacija promotivnih kampanja	80.000
Organizacija novinarskih putovanja	10.000
Organizacija predstavnika turoperatora	10.000
Sajamovi, prezentacije i ostali nastupi	90.000
<b>Ukupno:</b>	<b>204.000</b>

## Izrada promotivnog materijala

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Redizajn i izrada opšteg destinacijskog kataloga	12.000
Redizajn i izrada kataloga smještaja	7.500
Izrada turističke karte Bara	7.000
Izrada turističke karte za pješaćenje (hiking)	7.000
Izrada brošure za porodice sa djecom	8.000
Izrada brošure za seniore (55+)	8.000
Reprint mape panoramske rute	2.000
<b>Ukupno:</b>	<b>51.500</b>

## Izrada suvenira, video materijala i kolaterala

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa idr.	4.000
Izrada suvenira	8.000
<b>Ukupno:</b>	<b>12.000</b>

## Organizovanje manifestacija

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Za još ljepši grad	7.500
Koncert povodom Dana zaljubljenih	10.000
Manifestacija „Pohod u planine“	5.000
Organizacija manifestacije „Igre bez granica“	20.000
Ljeto sa zvijezdama	85.000
Organizacija manifestacije Festival grožđa	10.000
Novogodišnji hepening 2020.	115.000
Najljepši novogodišnji izlog	5.000
Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija	70.000
<b>Ukupno:</b>	<b>327.500</b>

## Praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Anketa turista	10.000
Analiza press clipping materijala	1.000
Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	3.000
<b>Ukupno:</b>	<b>14.000</b>

## Inicijativa, koordinacija, edukacija

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Inicijativa i koordinacija	3.000
Edukacija – projekat organizovanja radionica	5.000
Svjetski dan planete Zemlje – 22. april	3.000
Svjetski dan turizma – 27. septembar	2.000
<b>Ukupno:</b>	<b>13.000</b>

## Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude

Naziv:	Iznos:
Uređenje pećina: Spila, Babatuša i Grbočica u Trnovu i Spilje u Veljoj Gorani	20.000
Izrada turističke signalizacije	10.000
Projekat „Trasom starog Ćira“	20.000
Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području	20.000
Nabavka i postavljanje pametne solarne klupe	9.000
<b>Ukupno:</b>	<b>79.000</b>

## Projekti valorizacije kulturne baštine

Naziv:	Iznos:
Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara	79.000
<b>Ukupno:</b>	<b>79.000</b>

## Troškovi

Naziv:	Iznos:
Električna energija	5.500
Usluge komunikacije (telefon, mobilna telefonija, internet, poštarina)	10.000
Vodovod i kanalizacija, odvoz otpada	1.500
Materijalni troškovi (kancelarijski materijal)	14.500
Sredstva za higijenu, kupovinu u prodavnici	6.000
Održavanje i kupovina softvera, kompjuterske opreme i osnovnih sredstava u 13 TIB	15.000
Gorivo	3.000
Stručna literatura i obuka kadrova	2.500
Registracija i održavanje automobila	2.500
Troškovi amortizacije	5.000
Zakup prostora za TO Bar, na autobuskoj stanici, Utjehi, Starom Baru, Sutomoru, magacinskog prostora.	20.000
Troškovi bankarskih provizija	2.000
<b>Ukupno:</b>	<b>87.500</b>

**Nabavka osnovnih sredstava**

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Kompjuteri, štampači, klima uređaji, čitači pasosa za prijavu boravka i dr.	3.000
<b>Ukupno:</b>	<b>3.000</b>

**Zarade zaposlenih i ostala lična primanja**

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Zarade 10 zaposlenih na neodređeno, 35 na određeno, naknade članovima IO i NO	285.000
<b>Ukupno:</b>	<b>285.000</b>

**Ostali troškovi**

<b>Naziv:</b>	<b>Iznos:</b>
Trpškovi za predfinansiranje IPA projekata i nepredviđenih aktivnosti	5.000
<b>Ukupno:</b>	<b>5.000</b>

**UKUPNO: 1.230.500**