

**IZVJEŠTAJ O RADU TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE  
BAR ZA 2019. GODINU SA FINANSIJSKIM IZVJEŠTAJEM**

**Bar**

## Sadržaj

U V O D.....	3
<b>OSNIVANJE</b> .....	3
<b>DJELATNOST</b> .....	3
<b>ORGANI</b> .....	4
PRIHODI.....	5
OSNOVNA SREDSTVA.....	5
ZAPOSLjeni.....	5
I INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST.....	6
I a. Informativna djelatnost.....	6
I b. Otvaranje Turističko informativnih biroa.....	6
I b.1. Turističko informativni biro Topolica.....	7
I b.2. Turističko informativni biro u Virpazaru.....	7
I c. Presentacija na internet stranici i drugim društvenim mrežama.....	8
I d. Realizacija kampanje u štampanim medijima.....	10
I e. Davanje saopštenja, intervjua, TV reklame i dr.....	10
I f. Promotivni nastupi.....	10
II IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA.....	28
III IZRADA SUVENIRA.....	31
IV ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA.....	31
V PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA.....	39
VI INICIJATIVA, KOORDINACIJA I EDUKACIJA.....	43
VII PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOVA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE.....	47
VIII PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE.....	51
Zaključak.....	52
FINANSIJSKI IZVJEŠTAJ TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2019.....	53
1. Prihodi i rashodi.....	54
2. Stanje sredstava i izvora sredstava.....	61

## U V O D

### **OSNIVANJE**

Turistička organizacija opštine Bar je formirana na osnovu člana 7 Zakona o Turističkim organizacijama i člana 13 i Odluke o osnivanju Turističke organizacije opštine 2004. godine, ima status pravnog lica, sa pravima i obavezama utvrđenim Zakonom, Odlukom i Statutom. Skupština ima predsjednika i 24 člana. Predsjednik Skupštine TO je predsjednik Opštine Bar.

### **DJELATNOST**

Zadaci lokalne turističke organizacije su:

1. Unapređenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine u funkciji razvoja turizma

(a) Prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi opštine i njihovo objavljivanje na svojoj internet stranici;

(b) Učešće u realizaciji projekata za razvoj i diverzifikaciju turističke ponude;

2. Stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine

3. Saradnja sa pravnim, fizičkim licima, udruženjima i nevladinim organizacijama koja za predmet poslovanja imaju turističko ugostiteljsku ili njoj komplementarnu djelatnost u cilju dogovaranja, utvrđivanja i sprovođenja politike razvoja turizma na teritoriji opštine

4. Izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala

5. Podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih događanja i 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 objave 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 zaštiti i očuvanju turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasljeđa
12. Realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji opštine, koja su u funkciji razvoja turizma i turističke propagande
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 se ocijeni potreba
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 i tijelima lokalne uprave 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 turističkim organizacijama u Crnoj Gori
21. Sprovođenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine
22. Izrada izvještaja, analiza i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije
23. Izrada izvještaja, analiza i informacija za potrebe lokalne samouprave
24. Dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji
25. Saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore
26. Obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine.

## **ORGANI**

Organi Turističke organizacije su:

1. Skupština - ima 25 članova
2. Izvršni odbor - ima predsjednika i 6 članova
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.

## ***PRIHODI***

Organizacija ostvaruje prihode iz sljedećih izvora:

1. Boravišne takse, u skladu sa posebnim zakonom
2. Članskog doprinosa, u skladu sa posebnim zakonom
3. Turističke takse, u skladu sa posebnim zakonom
4. Sredstava budžeta
5. Dobrovoljnih priloga (donacija)
6. Kredita
7. Iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

## ***OSNOVNA SREDSTVA***

Osnovna sredstva TO Bar: kompjuterska i telekomunikaciona oprema u poslovnim prostorima 6 Turističko informativnih biroa u vlasništvu TO Bar, i oprema u 5 iznajmljenjih poslovnih prostora, foto arhiva, tri putnička automobila (2 škoda fabia i 1 škoda octavia), a sve to se konstatuje godišnjim popisima.

## ***ZAPOSLANI***

Turistička organizacija Bar je za realizaciju poslova predviđenih Programom rada za 2019. godinu imala 9 radnika na neodređeno vrijeme, jedno imenovano lice i 34 radnika na određeno vrijeme.

## **I INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST**

### ***I a. Informativna djelatnost***

TO Bar obavlja osnovnu informativno propagandnu djelatnost, promociju svih dešavanja i atraktivnosti sa cjelokupnom ponudom na barskoj rivijeri.

Tokom cijele godine, a posebno u toku turističke sezone, svi vidovi informisanja su brojni i raznovrsni.

Da bi se na pravi način udovoljilo svim zahtjevima TO Bar je organizovala posao u dvije grupe:

1. Prikupljanje podataka o turističkoj ponudi, raznih statističkih podataka i njihova obrada.
2. Davanje blagovremenih i tačnih informacija svima zainteresovanim:
  - putem e-mail – a, telefonom;
  - koji dolaze u prostorije Biroa ili nazovu telefonom, bilo da se radi o informacijama o smještaju, cijenama, kulturno - zabavnim ili sportskim manifestacijama, redu vožnje svih prevoznih sredstava, individualnim i grupnim putovanjima i dr.

Takođe, posjetioci našeg Web-site mogu dobiti veliki broj informacija o turističkim mjestima na području barske opštine, o kulturno istorijskim spomenicima, lokalnim atrakcijama, hotelima, privatnom smještaju, restoranima, turističkim agencijama, plažama, izletima i manifestacijama, a takođe na sajtu se mogu vidjeti i svi važniji telefoni raznih institucija kao i drugi podaci značajni za mnogobrojne posjetioce Web-site.

Informacije o brojnim aktivnostima TO Bar, posjetioci mogu pratiti i putem društvenih mreža Facebook-a, Instagram-a tokom cijele godine.

### ***I b. Otvaranje Turističko informativnih biroa***

TO Bar je tokom 2019. godine imala otvoren Turističko informativni biro na Topolici, a u sezoni je radilo 10 biroa: u Sutomoru (2), Čanju, Šušanju, Starom Baru, na autobuskoj stanici u Baru, Dobroj Vodi, Utjehi Virpazaru i Ostrosu. Rad TIB je od izuzetnog značaja za poboljšanje kvaliteta usluge u svim turističkim mjestima barske opštine.

TO Bar u saradnji sa Upravom policije radi elektronsku prijavu boravka turista u turističko informativnim centrima, sa ciljem da se i na taj način poboljša registracija gostiju i naplata boravišne takse. Sa Poštom Crne Gore postoji Ugovor o poslovnoj saradnji u obavljanju poslova platnog prometa (uplata boravišne takse). U prostorijama TIB-a pružaju se brojne informacije turistima o cijenama u hotelima i privatnom smještaju, o kulturno zabavnim i sportskim manifestacijama, atraktivnostima ovog područja, redu vožnje svih prevoznih sredstava i dr.

### ***I b.1. Turističko informativni biro Topolica***



Turističko informativni biro na Topolici radi tokom čitave godine. Pored elektronske prijave boravka i naplate boravišne takse, u TIB-u turisti se mogu informisati o kompletnoj turističkoj ponudi grada. Turisti su najviše zainteresovani za: Stari grad Bar, Staru Maslinu, NP Skadarsko jezero, dvorac kralja Nikole, gastro ponudu, cijene u hotelskom i privatnom smještaju, aktivni turizam (planinarenje, kanjonig, biciklizam, pješačke staze, krstarenje, kajaking, bird-watching itd.), plaže i kupališta, manifestacije, izletničke programe turističkih agencija itd. U birou su dostupne informacije o redu vožnje autobusnog, željezničkog, avionskog i broskog saobraćaja. Informacije u birou na Topolici najviše traže turisti iz: Rusije, Srbije, BiH, Ukrajine, Poljske, Francuske, Njemačke, Češke, Italije, Velike Britanije itd. Pored informacija, u TIB-u Topolica turisti mogu da dobiti i reklamno-propagandni materijal.

### ***I b.2. Turističko informativni biro u Virpazaru***

U Turističko informativnom birou u Virpazaru koji se nalazi u sklopu Centra za posjetioce, vrši se promocija NP Skadarsko jezero, ali i kompletne turističke ponude barske opštine, i pružaju brojne informacije turistima.



Turisti su se najviše interesovali za privatan smještaj, krstarenje Skadarskim jezerom, zatim za pješačke i vinske staze, kako doći do Bird watching platformi itd. Kvalitetno pružanje informacija turistima rezultira i njihovim dužim zadržavanjem u Virpazaru.

Turisti se redovno informišu o aktivnostima kojima mogu upotpuniti svoj odmor. Osim, standardne ponude krstarenja jezerom tradicionalnim brodićima sa mogućnošću degustacije crmničkog Vranca i domaćih proizvoda, pješačenja i posmatranja ptica, tu su rent-a-bike i rent-a-kayak aktivnosti.

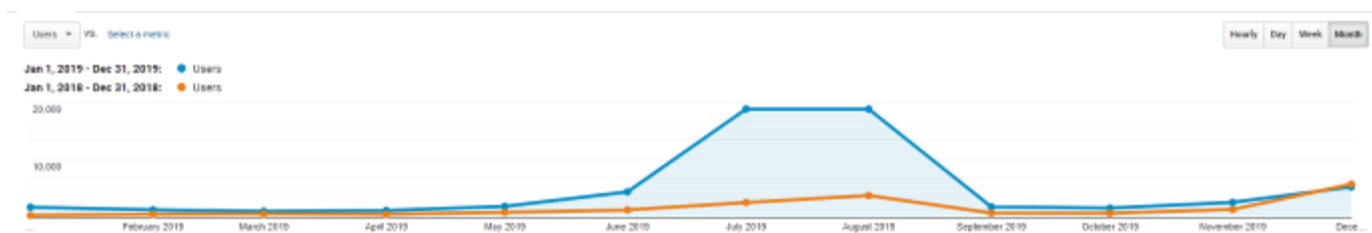
## I c. Prezentacija na internet stranici i drugim društvenim mrežama

U 2019. godini sajt je posjećen 73 539 puta (190% više nego u prethodnoj godini) od strane 57 726 korisnika (212.66% više u odnosu na 2018.). Tom prilikom je ukupno pregledano 128 596 strana (88.60% više u odnosu na 2018.), odnosno, pri svakoj posjeti pregledane su 1.75 stranice u prosjeku (34.97% manje u odnosu na 2018 (2,69 pps)).

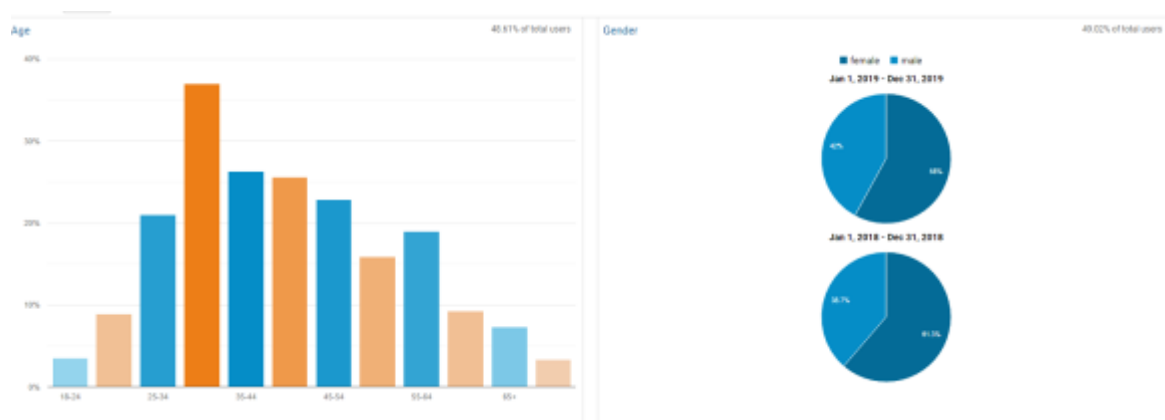
Analitički podaci pokazuju da je prosjek zadržavanja na sajtu 1 minuta i 07 sekundi, što je za 36.31% manje nego 2018. godine. Takođe, samo 12% posjetilaca se više puta vraća na sajt, što je manje nego u prethodnom periodu.

Posjetioci sa internet oglasa se obično manje zadržavaju na sajtu i uglavnom pogledaju samo jednu stranicu, što ima za posledicu kraće vrijeme zadržavanja na sajtu i manji broj posjećenih stranica po posjeti.

Najveći broj posjetilaca se bilježi u julu (18 794) i avgustu (18 782) tokom internet kampanja. U ostalim mjesecima sajt prosječno posjeti ispod 2 500 posjetilaca.

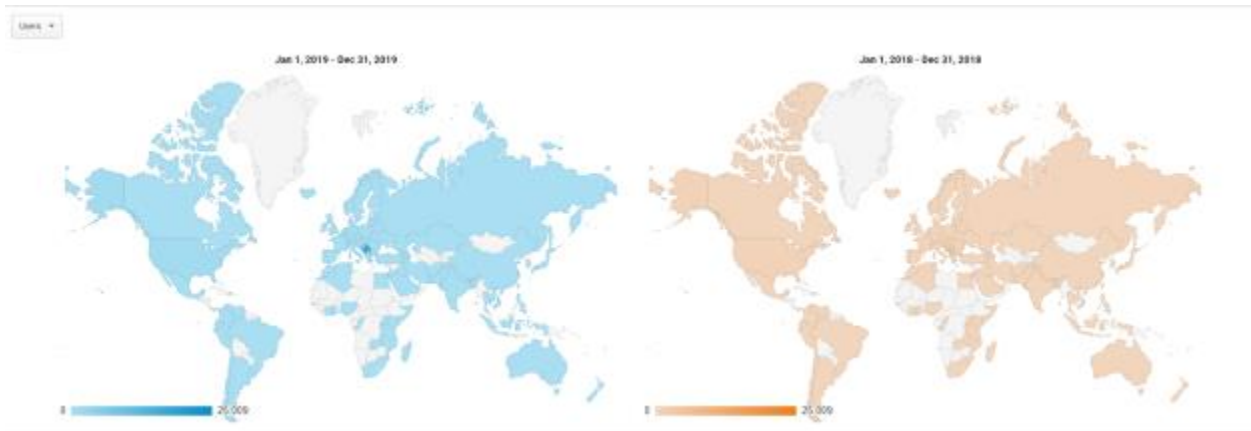


Demografska struktura posjetilaca sajta pokazuje da najveći broj posjetilaca dolazi iz starosne grupe od 35-44 godine (26.36%) U 2018. godini sajt su najviše posjećivali iz starosne grupe od 25-34 godine (37%). Takođe je evidentirano da žene čine 58% posjetilaca (61.3% u 2018. godini).





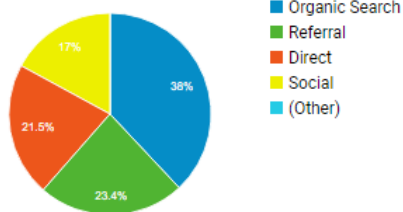
U obračunskom periodu sajt je posjećen od strane korisnika iz 111 država (2018 - 74 države).



Rank	Country	Jan 1, 2019 - Dec 31, 2019	Jan 1, 2018 - Dec 31, 2018
1	Montenegro	25,000	11,844
2	Serbia	16,056	2,750
3	Bosnia & Herzegovina	11,866	488
4	United States	1,088	440
5	Germany	880	219
6	Croatia	479	250
7	Austria	195	90
8	Russia	168	110
9	Slovenia	138	89
10	Kosovo	127	68

### Top Channels

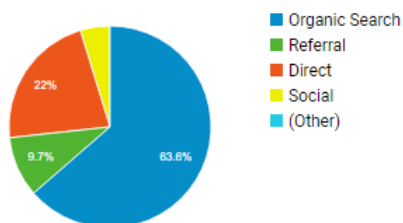
Jan 1, 2019 - Dec 31, 2019



Analički podaci pokazuju da je 38% posjetilaca posjetilo sajt nakon pretrage na nekom od pretraživača (google, yahoo, yandex...) što je znatno manje nego 2018. godine (63.6%).

Direktnim ukucavanjem adrese visitbar.org sajt je posjetilo 21.5% posjetilaca.

Jan 1, 2018 - Dec 31, 2018



Preko linka na drugim stranicama sajt je posjetilo 23.4% posjetilaca (2018 – 9.7%).

Preko linka na društvenim mrežama sajt je posjetilo 17% posjetilaca što je poboljšanje u odnosu na 2018. godinu (7.2%).

Prezentacija na društvenim mrežama se odvija u kontinuitetu i uz redovno postavljanje sadržaja na najvećim mrežama (facebook, instagram, youtube).

### ***I d. Realizacija kampanje u štampanim medijima***

Putem štampanih medija (Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine, Večernje novosti, Blic, Putovanja, Prizma, Caffè Montenegro i dr.), sve manifestacije, akcije i ostale brojne aktivnosti TO Bar su u potpunosti praćene.

### ***I e. Davanje saopštenja, intervjuja, TV reklame i dr.***

Kontakti sa brojnim medijima - radio i TV stanicama iz Crne Gore, Srbije, Bosne i Hercegovine tokom cijele godine, predstavljaju direktan način informisanja potencijalnih turista sa svim pojedinostima o našoj kompletnoj ponudi, raznim TV kućama i radio stanicama u zemlji i okruženju. Brojna nedeljna i dnevna direktna uključenja u programe radio i TV medija (Radio Bar, Radio Crne Gore, TV 777, TV Vijesti, TV CG, TV Prva, TV Budva, TV Pink, RTS, i dr.) su način da se široki krug potencijalnih turista upozna sa destinacijom i ponudom, cijenama, manifestacijama i dr.

### ***I f. Promotivni nastupi***

Turistička organizacija Bar je u 2019. godini učestvovala na sajmovima turizma i promocijama na kojima je prezentovala turističku ponudu barske opštine i to kroz:

1. Distribuciju kompletnog reklamno propagandnog materijala koji čine: opšti katalog – „Dobrodošli na dvije čarobne obale“ u kome su objedinjene informacije o 6 turističkih mjesta (kulturno historijsko nasleđe, atrakcije, plaže, aktivni odmor, turističke agencije, manifestacije itd.), zatim katalog hotelskog i privatnog smještaja, kao i mapa panoramske rute „Između dvije čarobne obale“, katalog smještaja, mapa panoramske rute, mapa grada, brošura za seniore (55+) i druge.
2. Brojne izjave u elektronskim i štampanim medijima.
3. Direktan kontakt sa turoperatorima i turističkim agencijama.
4. Direktan kontakt sa individualnim posjetiocima.

TO Bar je u cilju promocije cjelokupne ponude barske opštine u 2019. nastupila na sajmovima turizma i jednodnevnim promocijama:

Tabela 1. Pregled sajamskih nastupa i jednodnevnih promocija u 2019. godini

<b>Tržište</b>	<b>Sajamske prezentacije</b>	<b>Termin održavanja</b>
<b>Istočna Evropa</b>	<b>HOLIDAY WORLD – Prag</b>	<b>21 - 24. februar</b>
	<b>MITT– Moskva</b>	<b>12 -14. mart</b>
	<b>Prezentacija u Kiev-u</b>	<b>10.-14. april</b>
<b>Zapadna Evropa</b>	<b>F.R.E.E. – Minhen</b>	<b>21- 25. februar</b>
	<b>ITB – Berlin</b>	<b>6 - 10. mart</b>
	<b>TOP RESA – Pariz</b>	<b>1 – 04. oktobar</b>
	<b>WTM – London</b>	<b>4 – 6. novembar</b>
	<b>CMT- Štuttgart</b>	<b>12.-13. januar</b>
<b>Srednja Evropa</b>	<b>FERIEN-Beč</b>	<b>10 -13. januar</b>
	<b>TT – Varšava</b>	<b>21-23. novembar</b>
	<b>ITF Slovakiatour- Bratislava</b>	<b>24.-27. januar</b>
<b>Region</b>	<b>IFT – Beograd</b>	<b>21 – 24. februar</b>
	<b>ŠUMADIJA SAJAM – Kragujevac</b>	<b>22 – 24. novembar</b>
	<b>Prezentacija u Zagrebu</b>	<b>10.-13. februar</b>
	<b>Travel fair- Tirana</b>	<b>04.-07. april</b>
	<b>Niš</b>	<b>18.-20.april</b>
	<b>ROAD SHOW (Beogradski Manifest, Kragujevac, Novi Sad, Skoplje, Banja Luka i Sarajevo)</b>	<b>25. maj – 8. jun</b>
	<b>Sajam Celje i prezentacija u Ljubljani</b>	<b>10.–15. septembar</b>
	<b>Sajam Turizma u Sarajevu</b>	<b>23.-25. oktobar</b>
	<b>Promocija u regionu za novogodišnje praznike ( Beograd, Sarajevo)</b>	<b>novembar</b>
	<b>Crna Gora</b>	<b>Prezentacija Lufthansa City Center - hotel Splendid</b>

Sajmovi na inostranom tržištu su realizovani u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, Lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom. 1.U saradnji sa NTO CG, nastup je organizovan na sajmovima u: Beču, Štuttgartu, Varšavi, Minhenu, Beogradu, Celju, Berlinu, Moskvi, Parizu i Londonu kao i

prezentacije u Kijevu i Zagrebu.

2. U saradnji sa LTO u: Pragu, Kragujevcu, Tirani, Nišu, Novom Sadu, Sarajevu i Banja Luci.

3. Promotivni nastupi u regionu: TO Bar je u maju 2019. u saradnji sa NTO CG i LTO u okviru promocije u regionu nastupila u: u Beogradu na „Beogradskom manifestu“, Kragujevcu, Novom Sadu, Skoplju, Banja Luci i Sarajevu i na promocijama ponude za novogodišnje praznike u Beogradu i Sarajevu.

Na sajmovima i promocijama, brojni predstavnici turoperatora, turističkih agencija i individualci, su bili u prilici da se upoznaju sa kompletnom ponudom barske opštine, prirodnim i brojnim kulturno istorijskim atraktivnostima, kao i smještajnim kapacitetima (hoteli, kampovi, privatni smještaj). Veliko interesovanje vladalo je za područje Skadarskog jezera, izlete, aktivni odmor (biciklizam, planinarenje, pješaćenje itd.) i seoski turizam koji je poslednjih godina u ekspanziji.

### **I f.1. Beč – „FERIEN“ od 10. do 13. januara**



Turistička organizacija Bar je predstavila turističku ponudu grada na međunarodnom sajmu turizma „Ferien 2019“ koji se održao od 10. do 13. januara u Beču, u okviru štanda Nacionalne turističke organizacije Crne Gore.

„Ferien“ je važan turistički sajam, na kojem je svoju ponudu predstavilo preko 800 izlagača iz 70 zemalja. Na sajmu je prisustvovalo i veliki broj predstavnika medija ali isto tako i posjetilaca koji se informišu o destinacijama za

odmor.

Na sajmu u Beču, na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore svoju ponudu predstavili su i JP „Nacionalni parkovi Crne Gore“, lokalne turističke organizacije Budve, Tivta, Kotora, Ulcinja, Podgorice i Bijelog Polja, HG Budvanska Rivijera, turistička agencija Montenegro Tourist Service i nacionalna avio-kompanija „Montenegro Airlines“.

### **I f.2. Štuttgart – „CMT“ od 12. do 13. januara**



Turistička ponuda Bara predstavljena je na sajmu turizma „CMT“ u Štuttgartu u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i sa JP „Nacionalni parkovi Crne Gore“. Ovaj sajam je specijalizovan za aktivne odmоре i održavo se u periodu od 12-13. januara.

Sajam je okupio više od 2.000 izlagača iz cijelog svijeta i preko 240 000 posjetilaca koji su imali priliku da se upoznaju sa brojnim mogućnostima za aktivni turizam kao

što su pješaćenje, sportovi na vodi, ronjenje, kampovanje i dr.

### **I f.3. Bratislava – ITF“Slovakiatour“ od 24. do 27. januara**



Turistička organizacija Bar je bila organizator sajamskog nastupa u Bratislavi ITF „Slovakiatour“ koji se održao od 24. do 27. januara. gdje je u saradnji sa TO Budve, NTO CG i predstavnicima turističke privrede iz Bara (hoteli Pelikan iz Virpazara, Nautilus iz Dobre Vode, Porto Sole, Sea Fort i Lovćen iz Sutomora kao i predstavnici turističke agencije Klik Tours takođe iz Sutomora, a na sajmu je distribuiran i promotivni materijal hotela: Montenegro, Vila Babović, Pharos, Kalamper, Sidro i dr.)

Sajam se održao u prostorima izložbenog i kongresnog centra Incheba EXPO.

U cilju kvalitetne prezentacije kulturne baštine na sajmu, organizovan je i nastup KUD „Jedinstvo“ iz Bara koji su na repertoaru imali igre iz Crne Gore . Sajam ITF Slovakiatour je najveći sajam turizma u Slovačkoj i jedan od značajnijih u centralnoj Evropi.

Sajam ITF Slovakiatour je najveći sajam turizma u Slovačkoj i jedan od značajnijih u centralnoj Evropi. Okuplja veliki broj profesionalaca iz oblasti turizma ali isto tako i publike. Sajam svake godine posjeti više od 70.000 posjetilaca.

### **I f.4. Prag – „HOLIDAY WORLD“ od 21. do 24. februara**



Turistička ponuda Bara je predstavljena i na jednom od najznačajnijih centralnoevropskih sajmova turizma - 28. sajmu turizma "Holiday World", koji se održao u Pragu od 21. do 24. februara, gdje je nosilac promocije bila Turistička organizacija Opštine Budva. Na sajmu su ponudu predstavile i turističke organizacije Ulcinja, Kotor, Tivta, Podgorice kao i Nacionalna turistička organizacija Crne Gore. Iz Bara su na sajmu bili prisutni i predstavnici turističke agencije Klik

Tour & Ivanko Travel, Deus apartmana i hotela Sea Fort i Porto Sole. Tokom sajma je održan sastanak sa predstavnicima Privredne komore Češke (ČSOK) i Jugočeške turističke kancelarije, na kojem je bilo riječi o uspostavljanju saradnje između Crne Gore i Jugočeške regije na polju turizma, a drugog dana sajma, 22. februara, održan je susret sa medijima, među kojima su bili: Czech Travel Press, The European Weekly - New Europe, Thoma, Karavela, Yacht, časopis Brevnovan, World Travel Media Guild i drugi.

### **I f.5. Beograd – „IFT“ od 21. do 24. februara**



Nastup na međunarodnom sajmu turizma u Beogradu se održao od 21. do 24., februara i predstavlja jednu od najznačajnijih izložbi na kojoj ponudu grada Bara predstavljamo u saradnji sa našom privredom, a na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Imajući u vidu da je emitivno tržište Srbije veoma važno, pripremljena je bila kvalitetna prezentacija sa posebnim naglaskom na kulturnu i gastronomsku ponudu. Na sajmu je na oduševljenje posjetilaca, ali i drugih izlagača nastupio KUD „Jedinstvo“ iz Bara, a osim uživanja u nastupu posjetioci sajma su imali priliku i da se fotografišu u crnogorskoj narodnoj nošnji. Tradicionalnu barsku kuhinju su na sajmu predstavile „Žene Bara velikog srca“ koje su za ovu priliku pripremile jela iz svih krajeva Opštine Bar. Gosti, posjetioci sajma, a među njima i novinari su imali priliku da probaju bamije, dolmu, raštan, krap, ukljevu, razne poslastice, ali i da degustiraju daleko poznata crmička vina i rakiju. Za potpun ugođaj na prezentaciji pobrinuo se barski „Duo Classico“ koji su za ovu priliku pripremili poseban repertoar. Tokom nastupa podijeljen je promotivni materijal kao i organizovana nagradna igra koja je svakog dana privlačila značajnu pažnju posjetilaca. Tokom sajma dat je velik broj intervjua, a organizovano je i gostovanje u emisiji „Šarenica“ na RTS-u, koja je jedna od najgledanijih u regionu.

### **I f.6. Minhen – „F.RE.E.“ od 21. do 25. februara**



TO Bar je predstavila turističku ponudu barske opštine na specijalizovanom sajmu za aktivni turizam „F.re.e.“ u Minhenu od 21. do 25. februara 2019. godine, na štandu NTO CG, zajedno sa LTO i turističkom privredom. Sajam je okupio 1 300 izlagača, a na sajmu su svoju ponudu predstavile i turističke organizacije Tivta, Ulcinja, Podgorice, JP Nacionalni parkovi Crne Gore, HG Budvanska rivijera, Montenegro Stars Hotel Group, hotel Verde, turističke agencije 3E travel, Anitra i Rams. Njemački turisti su se najviše interesovali za pješačke ture, biciklizam, sportove na vodi i druge vidove aktivnog odmora, a od smještajnih kapaciteta najviše za kampove.

### **I f.7. Berlin – „ITB“ od 06. do 10. marta**



Turistička organizacija Opštine Bar je predstavila turističku ponudu Bara na vodećem svjetskom turističkom sajmu ITB, koji se održao u Berlinu od 6. do 10. marta. Na sajmu je predstavljena kompletna ponuda grada, veće interesovanje je vladalo za aktivne odmone, putovanja koja obuhvataju posjetu kulturno istorijskim znamenitostima, kao i gastro ponudu. Na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore su nastupile i LTO Podgorice, Ulcinja, Kotor, Budve i Tivta, kao i veliki broj predstavnika turističke privrede Crne Gore. Po značaju i veličini ITB Berlin je jedan od najbolje rangiranih međunarodnih berzi turizma. Na sajmu bilo prisutno 10.000 kompanija iz 186 zemalja svijeta kao i više od 170.000 posjetilaca od kojih su 110.000 bili profesionalci iz oblasti turizma.

### **I f.8. Moskva - „MITT“ od 12. do 15. marta**



Turistička organizacija Bar je predstavila ponudu grada na najvećem sajmu turizma u Rusiji i jednom od najznačajnijih turističkih sajmova na svijetu “MITT 2019” u Moskvi od 12. do 15. marta, na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Brojnim posjetiocima podijeljen je reklamni materijal i upoznati su sa aktuelnom ponudom naše opštine. Turistička ponuda Bara je predstavljena i u posebnom sajamskom izdanju “Ruske gazete”. Osim u štampanoj verziji koja se distribuira na sajmu oglas je objavljen i na zvaničnom portalu “Ruske gazete”.

Sa preko 1600 izlagača iz oko 180 zemalja, više od 28,000 posjetilaca od kojih su 75% turistički agenti i turoperatora iz Rusije, MITT je ključno mjesto za turističke kompanije i destinacije koje žele da se predstavljaju i sklope nove ugovore sa agencijama i turoperatorima na ovom značajnom emitivnom tržištu.

### **I f.9. Kijev- prezentacija od 10. do 14. aprila**



U Kijevu u hotelu “Opera” održana je prezentacija turističke ponude Bara kao i poslovna radionica između turističke privrede Crne Gore i Ukrajine. Prisutne zvanice na početku je pozdravio ambasador Crne Gore u Ukrajini, Ljubomir Mišurović, direktorica Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, Željka Radak Kukavičić, predstavnici Ministarstva održivog razvoja i turizma kao i predstavnici turističkih organizacija Bara i Budve koji su predstavili destinaciju. Prisutni su upoznati sa prirodnim i kulturnim vrijednostima našeg podneblja, ponudom za predstojeću ljetnju turističku sezonu, avio linijama između dvije zemlje i dr. Na prezentaciji su bili prisutni turoperatora iz Ukrajine među kojima su bili: Alf, TUI Ukrajina, Kompas Travel, Join UP, Orbita, Siesta, Coral, Pilon, Wind Rose, Sky Up,

Alians, Pegas, Annex, Pan Ukraine, TEZ Tours i drugi. Promociji turističke ponude Crne Gore u Kijevu prisustvovali su i predstavnici AD "Marina Bar", kompanije "Beppler&Jacobson", hotela „Falkensteiner“, „Korali“ i „La Perla Hotel & Villas“ kao i predstavnici agencija „Montenegro tourist service“, „R-tours“, „Talas M“, „Prometheus travel“ i „Next travel“. Turistička organizacija Bar je bila jedan od suorganizatora ovog događaja u saradnji sa Ambasadom Crne Gore u Ukrajini, Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i Turističkom organizacijom Budve.

#### **I f. 10. Celje i Ljubljana- „Dani crnogorskog turizma“ od 10. do 15. septembra**



Turistička organizacija Bar učestvovala je u „Danima crnogorskog turizma“ koji su se održali u Celju i Ljubljani, u organizaciji Ministarstva održivog razvoja i turizma, Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i Privredne komore Crne Gore a u saradnji sa Ambasadom Crne Gore u Sloveniji, u periodu od 10.septembra do 15. septembra. Promocija je započeta na

Međunarodnom sajmu preduzetništva u Celju, gdje je Turistička organizacija Bar predstavila turističku ponudu grada sa akcentom na aktivni odmor kao i kroz bogat program KUD-a "Jedinstvo". Tokom trajanja sajma u Celju, posjetioci su se detaljnije upoznali sa novitetima turističke ponude Bara, manifestacijama koja su slijedile, cijenama u privatnom i hotelskom smještaju u postsezoni. Obzirom da gosti sa ovog tržišta, više preferiraju aktivni odmor u prirodi, prezentovana je i ponuda koja se odnosi na segment pješaćenja, biciklizma, vožnja kajaka, krstarenja morem i jezerom, kanjoninga i planinarenja kojima mogu upotpuniti svoj odmor. Ponuda grada je promovisana i u Ljubljani, uporedo sa celjskim sajmom, pa su u popodnevnim časovima na trgu u Stritarjevoj ulici posjetioci imali priliku da se kroz zabavni program upoznaju sa crnogorskom kulturom i tradicijom. Tom prilikom posjetioci su takođe informisani o turističkoj ponudi grada, a podijeljen je i promotivni materijal.

#### **I f. 11. Pariz- "IFTM Top Resa" od 01. do 04. oktobra**



Turistička ponuda barske opštine je predstavljena na sajmu turizma „IFTM Top Resa“ u okviru štanda Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Pored mnogobrojne crnogorske turističke privrede i lokalnih turističkih organizacija na sajmu su uzeli učešće i hoteli Ruža vjetrova i Korali iz Bara.

Sajam Top Resa se održao u periodu od 01. do 04. oktobra i okupljao je veliki broj izlagača iz preko 160 zemalja svijeta. Ujedno je i najveći poslovni (B2B) turistički sajam u Francuskoj što je odlična prilika za

uspostavljanje novih kontakata i promociju destinacije. Na sajmu je bilo prisutno 34 000 profesionalaca iz oblasti turizma iz cijelog svijeta i oko 1000 predstavnika medija. Tokom trajanja sajma organizovana je i degustacija tradicionalnih proizvoda: pršuta, sira, barskih maslina, vina itd. tako da su posjetioci imali priliku da se na licu mjesta



upoznaju sa crnogorskom gastro ponudom. Gosti iz Francuske preferiraju sadržajni odmor koji obuhvata više aktivnosti pa su pored kulturnih znamenitosti, plaža, ponude na Skadarskom jezeru, širokog spektra aktivnosti aktivnog odmora na moru i jezeru, ponuđeni i proizvodi koji se odnose prevashodno na avanturistički turizam.

#### **I f. 12. Novi Sad- Međunarodni sajam turizma „Lorist“ od 03. do 05. oktobra**



Turistička organizacija Bar predstavila je ponudu grada na 52. međunarodnom sajmu turizma „LORIST“ koji se održao u Novom Sadu od 03. do 05. oktobra 2019. godine, u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom i lokalnim turističkim organizacijama Ulcinja, Tivta, Kotora, Herceg Novog, Podgorice, privrednim društvom „Skijališta Crne Gore“ kao i predstavnicima turističke privrede. Organizator nastupa na ovom sajmu je bila Turistička organizacije Budve. Prvog dana sajma organizovan je i susret sa predstavnicima medija i turističkih agencija Vojvodine, među kojima su se našli najeminentniji mediji Vojvodine i Srbije: RTV, RTS, Pink, predstavnici Color Press Group, Turistička prizma, Hedonist i dr.

Sajam turizma “LORIST”, prema procjenama organizatora, okupio je više od 30 000 posjetilaca, 450 firmi iz zemlje i inostranstva, institucija i organizacija iz 20 zemalja i 700 predstavnika medija.

#### **I f. 13. Sarajevo od 23. do 25. oktobra**



Turistička ponuda Bara je predstavljena na 41 sajmu turizma u Sarajevu, u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i lokalnim turističkim organizacijama Ulcinja, Budve, Tivta i Herceg Novog. Tema sajma turizma je bila “outdoor i avanturistički turizam”, što je bila odlična prilika da se predstavi ponuda kanjoninga. Na sajmu je takođe predstavljena i ponuda koja se odnosi na pasivni odmor ali i na pješačenje, biciklizam, vožnju kajaka, posmatranje ptica, sportski ribolov, ronjenje i dr. Promovisane su i tradicionalne manifestacije: Koštanijada, Maslinijada i Festival vina i ukljeve, a svoje smještajne kapacitete kao i novogodišnji program na štandu je predstavio i Kalamper hotel & SPA. Sajam se održavao u periodu od 23. do 25. oktobra i na njemu se predstavilo 70 izlagača iz oblasti turizma i ugostiteljstva.

#### **I f 14.- London od 04. do 06. novembra**



Turistička ponuda Bara je predstavljena na berzi turizma „WTM 2019“ koja se održala u Londonu u periodu od 4. do 6. novembra, a u okviru štanda Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Fokus prezentacije je bio na odmoru za ljeto ali isto tako i na mogućnosti za bavljenje aktivnim odmorom.

Svjetska turistička berza u Londonu je jedan od vodećih globalnih događaja za svjetsku turističku industriju, gdje svoju ponudu predstavljaju svi sektori turizma, uključujući turističke organizacije, avio kompanije, hotele i hotelska preduzeća, turističke agencije i turoperatore, PR kuće itd. Ova najznačajnija svjetska turistička berza okuplja oko 5.000 izlagača iz preko 180 zemalja svijeta, preko 50.000 profesionalaca iz oblasti turizma i oko 3000 predstavnika medija.

#### **I f 15. Prezentacija - Lufthansa City Center – Hotel Splendid, Budva, novembar**



Turistička organizacija Bar je 09. novembra promovisala ponudu grada tokom godišnjeg sastanka Lufthansa City Center udruženja koji se održao u hotelu Splendid u Budvi. Luftansa City Centre je najveće svjetsko nezavisno franšizno udruženje koje okuplja blizu 570 turističkih agencija, iz 92 zemlje svijeta i ostvaruje ukupan godišnji promet od oko 5,2 milijardi eura. Ovom

događaju je prisustvovalo 400 predstavnika turističke privrede iz preko 90 zemalja svijeta, uključujući i generalne menadžere i marketinške stručnjake turističke industrije.

#### **I f. 16. Varšava- „TT Warsaw 2019“ od 21. do 23. novembra**



Turistička organizacija Bar predstavila je ponudu naše opštine na jednom od najvažnijih međunarodnih događaja u sektoru turizma u Poljskoj, sajmu „TT Warsaw 2019“ koji se održao od 21. do 23. novembra u Varšavi, a na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore. Prvi dan sajma je bio posvećen poslovnim sastancima, dok su drugi i treći dan namijenjeni svim posjetiocima. Crnogorski štand je posjetio i ambasador Crne Gore u Poljskoj, Budimir Šegrt, sa saradnicima. Tokom drugog dana sajma održano je

„Crnogorsko veče“ kojem su prisustvovali brojni poljski turoperatori i mediji. Posjetioci su se na sajmu putem propagandnog materijala upoznali sa aktuelnom ponudom barske opštine, a posebno interesovanje je vladalo za cijenama u hotelskom i privatnom smještaju, atrakcijama, izletima, manifestacijama, ponudi na području Skadarskog jezera i za vinske podrumne.

## **I f. 17. Kragujevac- “Šumadija sajam” od 22. do 24. novembra**



Turistička organizacija Bar je predstavila ponudu grada na 11. Međunarodnom sajmu turizma i seoskog turizma “Šumadija sajam” koji se održao u Kragujevcu od 22. do 24. novembra. Posjetiocima je predstavljena bogata ponuda barske opštine i program dočeka Nove godine. Posebno interesovanje vladalo je za kanjonung, pješačke ture, vinarije, cijene u hotelskom i privatnom smještaju, izlete. Bila je ovo dobra prilika da se promoviše i naše zaleđe kao i seoski turizam. Pored TO Bar na sajmu su bili i prestavnici LTO Budve, Herceg Novog, Andrijevice i Bijelog Polja.

## **I f.17. Promocije u Regionu**

### **Banja Luka i Niš od 18. do 20. aprila**



Turistička organizacija Bar je predstavila turističku ponudu grada na 20. Međunarodnom sajmu turizma i aktivnog odmora u Nišu i Međunarodnom sajmu turizma u Banja Luci, koji su se održali u periodu od 18. do 20. aprila. Na ovim sajmovima je predstavljena kompletna ponuda grada Bara, naša obala kako morska tako i jezerska, a zainteresovanoj javnosti je podijeljen promotivni materijal. Poseban akcenat je stavljen na aktivan odmor, gastro i vinsku ponudu našeg grada, kulturni sadržaj, hotelske aranžmane i ponudu privatnog smještaja za ljetnju turističku sezonu, kao i na manifestacije. Na sajmu turizma u Nišu je učestvovalo 120 izlagača iz pet zemalja, a u sklopu promocije prvog dana sajma upriličena je radna večera sa predstavnicima turističkih agencija i najeminentnijih medija Srbije, koju su Turističke organizacije Budve i Bara organizovale u saradnji sa Ambasadom Crne Gore u Beogradu.

Sajam turizma u Banja Luci okupio je 159 izlagača, više od 15.000 posjetilaca. Pored Turističke organizacije Bara, svoju ponudu na ovom tržištu predstavljaju lokalne turističke organizacije Podgorice, Herceg Novog i Budve koja je nosilac nastupa na ovom sajmu.

## Sarajevo 21. april



Turistička ponuda Bara je predstavljena na promociji u Sarajevu. Tom prilikom je održana konferencija za medije i prezentacija za predstavnike turističkih agencija iz Bosne i Hercegovine sa akcentom na predsezonu i manifestacije.

Prisutnima je predstavljena kompletna turistička ponuda Bara, naša morska i jezerska obala kao i brojne manifestacije koje se održavaju u ljetnjoj turističkoj sezoni.

Pored Bara, u Sarajevu su svoju turističku ponudu predstavili i LTO Podgorica, Tivat, Herceg Novi i Budva koja je bila nosilac promocije, a predstavnici Nacionalne turističke organizacije ovom prilikom su predstavili kampanju pod nazivom "Dobro.Bolje.Domaće" koja poseban akcenat stavlja na gastronomsku ponudu Crne Gore.

Pres konferenciji u Sarajevu prisustvovali su predstavnici više od dvadeset medija među kojima su bili i televizije Pink, Hema, Face, VIP, magazini Gracija, Urban, SNL, Furaj.ba, kao i Dnevni avaz i portali Ekskluziva, RSG, Faktor i dr.

## Beograd – „Beogradski manifest” od 24. do 26. maj



Turistička organizacija Opštine Bar je predstavila turističku ponudu za 2019. godinu u sklopu regionalne kampanje koju realizuje Nacionalna turistička organizacija Crne Gore i lokalne turističke organizacije. Promocija je započeta na „Beogradskom manifestu“, međunarodnom festivalu koji se održao u periodu od 24. do 26. maja, tradicionalno na Kalemegdanu. Posjetioci na ovom događaju imali su priliku da se bliže upoznaju sa turističkom ponudom našeg grada kao i da uživaju u bogatom programu. Tokom trodnevnog trajanja „Beogradskog manifesta“ posjetioci su se upoznali sa novitetima turističke ponude Bara, sa manifestacijama, cijenama u privatnom i hotelskom smještaju i aktivnostima kojima mogu upotpuniti svoj odmor. Osim predstavnika Turističke organizacije Bar na „Beogradskom manifestu“ su učestvovali i predstavnici maslinara Božo Šaltić, Vebija Abazović i Mirjana Babić, kao i predstavnik vinara Miloš Klisić, pa su posjetioci imali priliku da uživaju u degustaciji crmničkog vina, barskih maslina i maslinovog ulja, kao i proizvoda od ploda masline. U cilju privlačenja posjetilaca na štandu kao i u nastavku regionalne kampanje bila je organizovana i nagradna igra kada je dodijeljeno nagradno ljetovanje.

## Kragujevac 30. maj



Turistička organizacija Bar je u okviru regionalne promotivne kampanje predstavila turističku ponudu za sezonu 2019. godine u Kragujevcu 30. maja u Atrijumu tržnog centra Plaza.

Predstavnici turističke organizacije Bar su promovisali odmor na barskim plažama ali i na jezeru u kombinaciji sa atraktivnim pratećim sadržajima.

Tokom promotivne akcije u Plaza centru dodijeljena su i nagradna ljetovanja. Osim u tržnom centru promocija je obuhvatila i gostovanje predstavnika turističkih organizacija u najgledanijoj emisiji RTV Kragujevca "Mozaik", gdje je takođe dodijeljeno nagradno ljetovanje u Baru, a koje je obezbijedio hotel "Nautilus" iz Bara. Osim na televiziji organizovana su i gostovanja na lokalnim radio stanicama.

Nakon uspješne promocije u tržnom centru za predstavnike gradskih institucija, lokalne turističke privrede i medija u restoranu "Panorama" je upriličena svečana radna večera na kojoj su turistički poslenici imali priliku da u direktnom razgovoru razmijene iskustva, kontakte i uspostave saradnju. Predstavnici grada Kragujevca na ovom događaju su bili pomoćnici gradonačelnika, Nikola Urošević i Stefan Nikezić, kao i direktor TO Kragujevca, Bojan Pavlović. Osim njih prisutni su bili i predstavnici turističkih agencija: "Lazaro", "Marco Polo", "Dveri", "Omega Tours", "Olympic Travel", "Moja Travel", "Dolce Vita Travel", "Atlantic Travel", "Olimpia Travel", "Pendulina", "Petar Pan Travel", "Apollo Tours" kao i predstavnici sledećih medija: "Glas Šumadije", "Pjer media info", "Radio Zlatousti", "Radio Bravo", "RTV Kragujevac" i dr.

Na promociji u Kragujevcu su pored TO Bar koja je bila organizator nastupa svoju ponudu predstavile i turističke organizacije Budve i Herceg Novog. Podršku događaju je pružila i Ambasada Crne Gore u Republici Srbiji kao i Nacionalna turistička organizacija Crne Gore.

## Skoplje 1. jun



U okviru regionale kampanje, Turistička organizacija Bar je zajedno sa NTO Crne Gore, lokalnim turističkim organizacijama Tivta, Budve i Herceg Novog, održala prezentaciju na trgu u Skoplju u okviru humanitarnog bazara. Brojnim posjetiocima je prezentovana ponuda barske opštine i podijeljen reklamno propagandni materijal. Takođe, 1. juna je organizovana i radna večera za predstavnike medija, turističkih agencija i izlagača.

## **I f. 17. Promocija ponude za novogodišnje praznike i zimsku sezonu u regionu**

### **Promocija ponude za novogodišnje praznike u Beogradu**



Turistička organizacija Bar predstavila je program dočeka Nove 2020. godine u Baru na konferenciji za medije u organizaciji NTO CG, Ministarstva održivog razvoja i turizma, a uz podršku Ambasade Crne Gore u Beogradu. Prisutnima se ispred TO Bar obratio direktor, Emil Kukulj, i upoznao ih sa bogatim programom dočeka Nove godine na Trgu Vladimira i Kosare kao i u hotelu Kalamper. Program je počeo od 20. decembra postavljanjem klizališta i nastavljen velikim koncertima regionalnih zvijezda na otvorenom, kao i sadržajnim programom za najmlađe. Na konferenciji za medije prisustvovali su

predstavnici televizija RTS, B92, Prva, Pink, Kopernikus, Happy, Delta, Grand, dnevnih novina Blic, Kurir, Alo, Novosti, Informer, Politika, Srpski telegraf, magazina Story, Turistički svet, TU magazin, Svet, Skandal, Hello, Star i drugi. Nakon konferencije, za medije i zvanice upriličena je degustacija crnogorskih specijaliteta. Promocija dočeka Nove godine se nastavila i u tržnim centrima Big Fashion i Ada Mall gdje je pripremljen poseban program, nastup DJ-a, animacije za djecu uz nastupe Leontine sa horom „Čarolija“ i Uncaunca benda. Pored TO Bar na promociji svoju ponudu su predstavili i TO Budve, Tivta, Kotora i Herceg Novog, hotelska grupa Montenegro Stars i Budvanska rivijera, Falkensteiner Hotel Montenegro i Skijališta Crne Gore.

### **Promocija ponude za novogodišnje praznike u Sarajevu**



Turistička organizacija Bar je promovisala program dočeka Nove godine na konferenciji za medije u Sarajevu 28. novembra u organizaciji TO Budve. Prisutnima je predstavljen raznovrstan program dočeka Nove godine na trgu Vladimira i Kosare sa fokusom na velike koncerte lokalnih i regionalnih zvijezda. Najavljen je i dobar provod za najmlađe na besplatnom klizalištu, ali i kroz druženje sa Youtuberom Bracom Gajićem i tradicionalnom novogodišnjom predstavom koja će biti upotpunjena brojnim animacijama i vožnjom popularnim vozicom Čirom duž šetališta kralja Nikole. Prisutnima je predstavljen i program dočeka Nove

godine u hotelu Kalamper.

Na konferenciji su prisustvovali predstavnici medija među kojima su bili : Face Tv, Influencer, Furaj.ba, [dobarportal.net](http://dobarportal.net), Gracija, Pink BiH, HAYAT Tv, OBN i dr. Nakon završetka press konferencije prisutnima je podijeljen promo materijal Turističke organizacije Bar.

## I g. Studijske grupe novinara i turopoperatora

U 2019. godini u okviru posjete Crnoj Gori, u saradnji sa NTO CG, TO Bar je ugostila studijske grupe novinara i turopoperatora iz: Brazila, Austrije, Poljske, Srbije, Rusije, Francuske, Izraela, Rusije, BiH, Makedonije, Kine i Crne Gore, blogerku iz Holandije, blogera iz Španije kao i delegaciju Venecijanskog kluba.



Turistička organizacija Bar, u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom, imala je priliku da ugosti grupu novinara iz Brazila koji su našu opštinu posjetili 14.01.2019.godine.

Ova posjeta je nastala kao rezultat nagradnog kviza organizovanog od strane ETC-a (Evropske komisije za putovanja) koji se organizuje svake godine kao nagradni konkurs za tri novinara (predstavnik štampanih i TV medija, kao i blogera), koji za cilj ima upoznavanje sa destinacijom.

TO Bar je upriličila posjetu Starom Baru i Staroj maslini kao i vinskom podrumu u Virpazaru gdje su bili u prilici da degustiraju više vrsta vina i rakija kao i domaće proizvode. Podijeljen im je i komplet propagandnog materijala kako bi se što bolje upoznali sa ponudom naše opštine.



Turistička organizacija Bar je 26.aprila organizovala obilazak opštine za blogerku Jenny Smit iz Holandije. Tokom boravka posjetila je Stari Bar kao i Staru maslinu na Mirovici, a putovanje nastavila je obilaskom Virpazara i regiona Skadarskog jezera gdje se upoznala sa svim sadržajima koje nudi naš jezerski kraj. Gospođa Smit piše za blog [www.ikreis.ne](http://www.ikreis.ne) čija su ciljna grupa individualni turisti, ronionci i fotografi, a u njenim objavama posebno mjesto imaju lokalna kultura, festivali i događanja.

Posjetila je i pisala o većini zemalja našeg okruženja kao što su Albanija, Hrvatska, Slovenija, Srbija i druge. Ova posjeta je realizovana u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, dok je Kulturni centar obezbijedio besplatne ulaznice.



Turistička organizacija Bar je ugostila poljske novinare televizije Travel Chanel koji su u posjeti Crnoj Gori od 13. do 16. maja i snimaju emisiju „Moj vodič po Crnoj Gori“.

Bar su posjetili 15. maja i tom prilikom obišli Staru Maslinu, a potom i maslinara Filipa Jovovića, koji u svojoj radionici, od maslinovog drveta izrađuje razne suvenire. Takođe su bili u prilici da degustiraju tradicionalnu kuhinju barske opštine.



Turistička organizacija Opštine Bar je 29. maja u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, ugostila novinare iz Austrije koji su bili u posjeti Crnoj Gori od 29. maja do 3. juna.

Medije iz Austrije su dočekali predstavnici turističke organizacije Opštine Bar, koji su u pratnji vodiča, imali priliku da se upoznaju sa kulturno - istorijskim znamenitostima u Starom Baru. Pored Starog grada, obišli su Staru maslinu na Mirovici. Nakon toga posjetili su radionicu Oliv Mont u Zupcima, gdje su se detaljno upoznali sa koracima proizvodnje prirodnog sapuna od maslinovog ulja. Novinari su bili u prilici da degustiraju i uživaju u ukusima nekih od specijaliteta barske kuhinje, kao što su: priganice, sir, masline, domaći sok od nara, štofada i tespišta.



Predstavnici ruskih medija Russin travel & culture industry magazine i internet magazine Tour Press Club obišli su Bar 30. maja. Posjeta se organizovala u saradnji sa NTO CG a novinari su bili u Crnoj Gori do 31. maja. Posebno ih je impresionirala Stara Maslina gdje su se upoznali sa njenom dvovjekovnom prošlošću, postavljali pitanja i po tradiciji obišli tri kruga oko nje. Stari Bar ih je iznenadio tragovima različitih kultura na jednom mjestu, kao i sa

pregledom koji se pruža na čitav grad.

Nakon toga, panoramskom rutom su stigli do Ostrosa gdje su vidjeli ostatke manastira Prečista Krajinska, upoznali se sa legendom Vladimira i Kosare i obišli su čuvene Krajinske bunare. Nastavili su panoramskom rutom do Virpazara, krstarili Skadarskim jezerom i obišli ostrva na sjevernom dijelu jezera.



Turistička organizacija Bar je 31. maja i 01. juna ugostila dvije studijske grupe novinara i to iz Francuske i Izraela. Iz Francuske su to bili predstavnici: Le Temps d'un Voyage, GEO.fr, Mag'Centre, La Quotidienne i Infotravel.fr, a iz Izraela: Ynet website, Passport media group, Yedioth Aharonot, Mako, Walla website, Israel Hayom, dok su bili prisutni i menadžeri Israil airlines & tourism, kao i potpredsjednik marketinga i prodaje Israil airlines &

tourism. Mediji su tokom ove studijske posjete obišli: Stari Bar, Staru maslinu i NP Skadarsko jezero. Francuskim i medijima iz Izraela, u pratnji vodiča su predstavljene kulturno-istorijske znamenitosti u Starom Baru. Osim brojnih kulturno-istorijskih znamenitosti, predstavnici francuskih medija su bili u prilici da se upoznaju i sa gastronomskom ponudom ovog područja. Osim Starog Bara, obišli su i Staru maslinu na Mirovici i tradicionalno obišli tri kruga oko nje za zdravlje, sreću i ljubav. Tokom posjete u Virpazaru, obišli su Centar za posjetioce gdje su im predstavljene prirodna i kulturna bogatstva Skadarskog jezera, kao i mogućnosti upražnjavanja aktivnog odmora u Nacionalnom parku, s akcentom na pješačke, biciklističke i vinske staze. Uprilичeno je i krstarenje Skadarskim jezerom, koje je na goste ostavio poseban utisak.





Turistička organizacija Bar je bila jedan od domaćina članovima Venecijanskog kluba, čiji su članovi direktori za komunikacije vlada država članica EU i evropskih institucija. Venecijanski klub, čine članovi iz različitih zemalja svijeta i okruženja, a u Baru su bili predstavnici iz: Srbije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Grčke, Rumunije, Francuske, Italije, SAD-a, Njemačke, Austrije, Holandije, Danske i dr. Tokom njihovog trodnevnog boravka

Turistička organizacija Bar je organizovala koktel dobrodošlice u Dvorcu kralja Nikole, obilazak Starog Bara kao i posjetu Stare Masline. Ovu posjetu podržao je i Kulturni centar Bar.



Turistička organizacija Bar je u saradnji sa FIJET Srbija (Udruženje turističkih novinara i pisaca u turizmu) studijsku posjetu medija iz zemalja okruženja.

Ovom prilikom u periodu od 12. do 14. juna Bar su posjetili predstavnici medija među kojima su bili : GTV-Gorenjska televizija i BTC magazin Ljubljana, Dimenzije časopis, Magazin Star BIH, BH radio, Portal BiH putovanja, Makedonska informativna agencija (MIA), Sputnjik, TV emisija "Srbija koju volim", TV Belle Amie,

Internet portal Serbia Travell News, TV Studio B, TV mreža Comnet i Turistička prizma. Medijima je u pratnji vodiča predstavljeno prirodno i kulturno- istorijsko nasljeđe grada "između dvije čarobne obale", i to: Stari Bar, Stara Maslina, Dvorac kralja Nikole kao i Virpazar. Tokom posjete u Virpazaru, obišli su tvrđavu Besac i Centar za posjetioce, a upriličeno je i krstarenje Skadarskim jezerom i posjeta lokalnoj vinariji.



U sklopu studijske posjete Crnoj Gori, koju je organizovala Nacionalna turistička organizacija Crne Gore u periodu od 23. do 27. juna, barsku opštinu je 26.06.2019.god. posjetila delegacija novinara iz Srbije, i to: Tanjug, Blic, Politika, Informer, Tv Pink, Kurir, Alo, Srpski Telegraf, Portal B92 i Portal Bizlife. Mediji su tokom ove studijske posjete obišli: Stari Bar i NP Skadarsko jezero.

Tokom posjete upoznali su se sa brojnim aktivnostima koje se mogu upražnjavati na teritoriji Bara, kao što su: biciklizam, pješaćenje, jedrenje, vožnja kajaka, krstarenje, planinarenje i osvajanje kanjona Međureč i Bunar.

Ovom prilikom predstavnicima medija iz Srbije upriličeno je i krstarenje Skadarskim jezerom a bili su u mogućnosti da uživaju u degustaciji specijaliteta tradicionalne kuhinje - ribe iz Skadarskog jezera i crmničkog vina.



Predstavnici SAT patrola, popularne emisije koja se emituje na RTS-u boravili su u Baru od 02. do 04. jula. Tokom posjete snimili su neke od najznačajnijih turističkih mjesta opštine Bar: Virpazar, gdje im je organizovano krstarenje Skadarskim jezerom, a potom su snimali neke od najljepših plaža na barskoj rivijeri, Čanj, Veliki Pijesak, Utjehu. Članovi SAT patrola bili su u prilici da prisustvuju i pozorišnoj predstavi "Tartif" koja je bila na repertoaru 32.

Barskog ljetopisa.

Upoznali su se i sa kulturnim nasleđem grada, sa kustosom muzeja obišli su Dvorac kralja Nikole, potom spomenik prirode na Mirovici, Staru Maslinu, kao i kulturno-istorijsko nasljeđe u Starom Baru. Gosti su bili veoma zadovoljni sa posjetom, a emisija se emitovala 14. jula na RTS-u.



Turistička organizacija Opštine Bar u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, ugostila je 10. jula turističkog vodiča izdavačke kuće Anaya Touring iz Španije koji je bio u posjeti Crnoj Gori. Gospodina Cuestu su dočekali predstavnici turističke organizacije Opštine Bar, koji je u pratnji vodiča, imao priliku da se upozna sa kulturno - istorijskim znamenitostima u Starom Baru. Pored Starog Bara, obišao

je i Staru Maslinu na Mirovici.

Pored brojnih ljepota i kulturnog bogatstva morske strane našeg grada, upoznao se i sa čarima Skadarskog jezera i Virpazara, kao i mogućnostima upražnjavanja aktivnog odmora u Nacionalnom parku, sa akcentom na pješačke, biciklističke i vinske staze. Tokom boravka organizovano je i krstarenje Skadarskim jezerom.



područja.

U sklopu studijske posjete koju je organizovala Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, barsku opštinu su 14. jula posjetili kineski turoperatori. Oni su tokom ove studijske posjete bili u prilici da posjete Virpazar i NP Skadarsko jezero. Tom prilikom kineski turoperatori upoznali su se sa kompletnom ponudom aktivnog odmora: krstarenje jezerom, kajaking, pješačenje, sportski ribolov, posmatranje ptica, plivanje, biciklizam kao i sa gastro ponudom ovog



Barsku opštinu je u periodu od 22-24 jula posjetila delegacija novinara iz Srbije, i to predstavnici: Tanjuga, RTS-a, TV Pink-a, Tv Happy, Politike, Informera, Alo, Srpskog Telegrafa, Portala B92 i Kurira. Ova posjeta je bila tematska i učesnici su imali priliku da se upoznaju sa dijelom avanturističke ponude u zaleđu naše opštine, pa su tako prošli kroz kanjon rijeke Bunar (Rikavac), a terenskim vozilima obišli atraktivne predjele, nekoliko vidikovaca, prošli kroz stari tunel na Sutormanu, posjetili lokalnu vinariju, upoznali se sa ponudom na Skadarskom jezeru i dr.

Novinarima je predstavljena i ponuda za aktivni odmor na teritoriji Bara, kao što su: biciklizam, pješačenje, jedrenje, vožnja kajaka, krstarenje, posmatranje ptica, sportski ribolov, ronjenje i planinarenje. Ono što ih je posebno interesovalo jesu cijene u hotelskom i privatnom smještaju, cijene mobilijara na plažama, cijene kanjoninga sa vodičem i opremom kao i specifičnosti po kojima se naš grad izdvaja od drugih.

Pored gore navedenih medija, TO Bar je bila domaćin i predstavnicima TV PRVA u utorak 23. jula, koji su imali uživo uključjenja su okviru Jutarnjeg programa i emisije 150 minuta. Ekipe se uživo uključila sa četiri lokaliteta barske opštine. Tokom prvog uključjenja sa Virpazara, sagovornik je bio direktor NP Skadarsko jezero Nenad Ivanović koji ih je detaljno upoznao sa ponudom i aktivnostima na jezeru. Tom prilikom je istakao da broj posjetilaca Nacionalnog parka iz godine u godinu bilježi dvocifreni rast i da je trenutno na jezeru boravi 36 % više turista nego lani. Sledeće uključjenje je bilo sa naselja Utjeha, gdje su sagovornici bili direktor TO Bar Emil Kukulj i izdavaoc privatnog smještaja Mihael Bader. Naredna lokacija bila je Stara Maslina gdje su sagovornici bili Tanja Andrić, vodič Kulturnog centra i Čazim Alković, predsjednik udruženja maslinara Bar. Pored Stare Masline, obišli su i Stari Bar, gdje je Mladen Zagarčanin, arheolog Kulturnog centra, predstavio bogato kulturno nasljeđe u Starog Bara.



Turistička organizacija Opštine Bar je u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore 10. septembra ugostila grupu renomiranih medija iz Njemačke i to: CMT press, Schwaebische Zeitung, Heilbronner Stimme, Badische Neueste Nachrichten, Badisches Tagblatt/Wochenjournal „Wo zum Sonntag“, Sonntag Aktuell, Reutlinger Generalanzeiger, Badische Zeitung, Main Pos, koji su u posjeti Crnoj Gori bili od 10. septembra do 14. septembra.

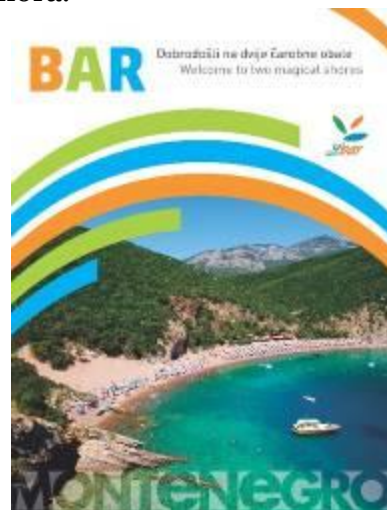
Medije su dočekali predstavnici turističke organizacije Opštine Bar, koji su u pratnji vodiča imali priliku da se upoznaju sa kulturno - istorijskim znamenitostima u Starom Baru. Pored Starog Bara, obišli su i Staru Maslinu, koja je stara preko 2240 godina kao i Skadarsko jezero gdje su se upoznali sa svim vidovima aktivnog odmora u Nacionalnom parku, sa akcentom na pješačke, biciklističke i vinske staze.



Turistička organizacija Bar je 15.oktobra bila domaćin “Miss Globe 2019”, događaja koji se održao u Crnoj Gori u periodu od 14-22.oktobra. Tokom posjete učesnice “Miss Globe 2019” koje su bile iz 50 različitih zemalja svijeta su u pratnji vodiča posjetile Stari Bar, Staru maslinu na Mirovici kao i hram Svetog Jovana Vladimira. Tokom posjete Baru su ih pratili i predstavnici medija što je važno sa aspekta promocije destinacije. Kao i uvijek podršku organizaciji posjete je pružio Kulturni centar Bar.

## II IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA

**II a. Redizajn opšteg kataloga „Dobrodošli na dvije čarobne obale“ –** Turistička organizacija Bar je prateći interesovanja i potrebe turista odradila redizajn opšteg kataloga »Dobrodošli na dvije čarobne obale“ koji je štampan u 3 jezičke varijante i to: crnogorsko-engleski, rusko-francuski i njemačko-italijanski. U katalogu je predstavljena objedinjena turistička ponuda barske opštine, atrakcije, legende, kao i ponuda aktivnog odmora.



**II b. Plan grada-**(sa svim ulicama, parkinzima, zgradama i značajnim objektima, kao i Stari grad Bar, Stara maslina i dvorac kralja Nikole) i **karta Crne Gore.**



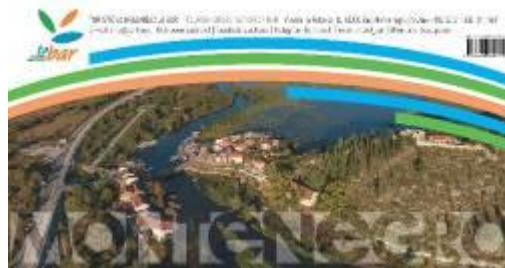
**II c. Panoramska ruta „Između dvije čarobne obale“**- na crnogorskom i engleskom, ruskom i francuskom, kao i na njemačkom i italijanskom jeziku, na kojoj su navedeni svi vidikovci i kulturna dobra u opštini Bar i mapirani vinogradi, maslinjaci, šume kestena, kao i staze orhideja, endema i ljekovitog bilja.



**II d. Izrada kataloga Bar 55+ -** Turistička organizacija Bar je izradila novi katalog Bar 55+ za seniore, koji predstavljaju segment tržišta sa najviše slobodnog vremena i resursa za putovanje. Katalog je štampan na 3 jezika, i to na: crnogorskom, engleskom i ruskom jeziku.



**II e. Redizajn kataloga smještaja** - katalog smještaja sadrži podatke na crnogorskom i engleskom jeziku o hotelskom i privatnom smještaju, kampovima i seoskom turizmu sa cijenama.



**II f. Fotomonografija Bara** – na dvije čarobne obale, urađena je na crnogorskom i engleskom jeziku i sastoji se iz sedam poglavlja: Crna Gora, na dvije čarobne obale, svjedoci vjekova, grad koji se mijenja, od obale do obale, ukusi Mediterana i ljudi i običaji, a u njoj su prikazane sve ljepote obje obale: Jadranskog mora i Skadarskog jezera.



### III IZRADA SUVENIRA

**III c.** U 2019. godini izrađeni su u promotivne svrhe razni **suveniri** sa logom TO Bar, (ranac, biorazgradivi ranac, futrola za telefon, olovke, frizbi, boce za vodu, kačketi i dr.).

### IV ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA

#### IV a. Akcija "ZA JOŠ LJEPŠI GRAD"



U cilju uređenja opštine kao i bolje pripreme za ljetnju turističku sezonu Turistička organizacija Bar je u periodu od 01.05. – 15.06.2019. godine organizovala tradicionalnu XIX po redu akciju "ZA JOŠ LJEPŠI GRAD". Pravo učešća su imala sva fizička i pravna lica na području barske opštine, a prijavilo se 57 kandidata, od čega 30 pravnih i 27 fizičkih lica. Završno veće akcije održalo se 10.06.2019.godine u hotelu „Princess“.

Stručni žiri u sastavu Vesne Ljujić, predsjednik – dipl. ing. poljoprivrede-odsjek hortikultura, Ljiljana Dragutinović, član - dipl. ing. arhitekture i Anto Baković–fotograf su obišli sve prijavljene kandidate i u skladu sa kriterijumima (usklađenost vrta, objekta i okoline, raznovrsnost i raspored biljaka u vrtu, kvalitet održavanja i dr.) donijeli odluku o dobitnicima.

Stručni žiri akcije "Za još ljepši grad" je vršio izbor na osnovu sledećih kriterijuma:

1. Usklađenost vrta, objekta i okoline
2. Raznovrsnost i raspored biljaka u vrtu
3. Vrtno - arhitektonski elementi
4. Kvalitet održavanja.

#### NAGRADE ZA PRAVNA LICA

U kategoriji PRAVNIH LICA prijavilo se 30 učesnika.

Stručni žiri je u kategoriji PRAVNIH LICA dodijelio PRIZNANJA ZA:

➤ KREATIVNI DIZAJN VERTIKALNE BAŠTE NA KAMENOM ZIDU –  
Apartmanu „Monterama“ iz Sutomora  
ULOŽENI TRUD I NASTOJANJE ODRŽAVANJA PARKOVSKIH  
ZELENIH POVRŠINA

➤ A.D „LUKA BAR“

Nagrade u kategoriji PRAVNIH LICA - za uređene zelene površine do 1000m<sup>2</sup>:

- II nagrada - Hotel „Princess“ – iz Bara

- I nagrada - Hotel „Sato“ - iz Sutomora

-Nagrade u kategoriji PRAVNIH LICA - za uređene zelene površine preko 1000m<sup>2</sup>:

- I nagrada - Hotel Resort „Ruža Vjetrova“ - iz Dobre Vode

- Nagrade u kategoriji PRAVNIH LICA - za lijepo uređen prostor ugostiteljskog objekta u gradskom području:

- III nagrada – Restoran „Knjaževa Bašta“ – iz Bara

- II nagrada – „M- Irena Grill house“- iz Bara

- I nagrada – Restoran „Matica“ -iz Bara

- Nagrade u kategoriji PRAVNIH LICA - za lijepo uređen prostor ugostiteljskog objekta u vangradskom području:
- II nagrada- Konoba „Bašta” – iz Virpazara
- I nagrada-Konoba „Makina Vučinića“ – Dobra Voda

#### NAGRADE ZA FIZIČKA LICA

U kategoriji FIZIČKIH LICA prijavilo se 27 učesnika.

Stručni žiri je u kategoriji FIZIČKIH LICA dodijelio SPECIJALNU NAGRADU:

- Acu Marčiću- iz Šušnja - za najljepšu bogumilu
- Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠI VRT do 500m<sup>2</sup>
- III nagrada - Zlata Orlandić – iz Šušnja 100 €
- II nagrada - Tatjana Matović– iz Sutomora 200 €
- I nagrada - Snežana Marljukić – iz Bara 300 €

Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠI VRT preko 500 m<sup>2</sup>

- III nagrada - Milo Đeđinović – iz Sutomora 100 €
- II nagrada - Tanja Jovović – iz Bara 200 €
- I nagrada - Krsto Dabanović – iz Bara 300 €

Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠI VRT u vangradskom području

- III nagrada - Dražen Kaljević – iz Virpazara 100 €
- II nagrada - Almira Žuđelović – sa Utjehe 200 €
- I nagrada - Zoran Lekić za očuvanje rustičnog- tradicionalnog stila uređenja vrta – iz Virpazara (Komarno ) 300€

Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠE STEPENIŠTE

- I nagrada – Ljiljana Maksimović- iz Bara 300 €

Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠU TERASU U GRADSKOM PODRUČJU

- II nagrada – Miroslav Živić - iz Bara 200 €
- I nagrada – Adlija Krčiković – iz Starog Bara 300 €

Nagrade u kategoriji FIZIČKIH LICA za NAJLJEPŠU TERASU U VANGRADSKOM PODRUČJU

- II nagrada – Semija Rašketić - iz Mrkojevića 200€
- I nagrada –Hajrija Petović – sa Utjeha (Kunje) 300 €

Građani su mogli od 22.-27.06.2019. godine glasati putem websajta Turističke organizacije Bar [www.bar.travel](http://www.bar.travel) i po svom ukusu odabrati najljepši vrt ili baštu u kategoriji fizičkih i pravnih lica. Ukupno je bilo 1 281 glasova. Najveći broj glasova u kategoriji pravnih lica osvojio je restoran „Knjaževa bašta,, dok je u kategoriji fizičkih lica najveći broj glasova osvojila Snežana Marljukić.





Restoran „Matica“



Hotel Resort "Ruža vjetrova"



Konoba „Makina Vučinića“



Zoran Lekić



Ljiljana Maksimović



Krsto Dabanović



Adlija Krčiković



Snežana Marljukić



Hajrija Petović

Sve nagrade je dizajnirao i uradio Ivo Gojnić. Medijski sponzor „Akcije za još ljepši grad“ bio je Radio Bar.

#### IV b. Manifestacija – „LJETO SA ZVIJEZDAMA“



TO Bar je već 13. put uspješno organizovala manifestaciju „Ljeto sa zvijezdama“, tokom jula i avgusta, petkom na šetalištu kralja Nikole u Baru. Održano je 8 koncerata, (prvi u saradnji sa NVO „Sinteza“ iz Nikšića) na kojima su poznati izvođači i grupe, iz Crne Gore i regiona, svojim nastupima oduševili brojnu publiku. Raznovrstan program, različiti muzički žanrovi, dobra atmosfera su rezultirali velikom posjećenošću i zadovoljstvom publike. To je najposjećenija i najprepoznatljivija manifestacija u barskoj opštini, koja upotpunjuje njenu turističku ponudu. Svi koncerti su bili medijski praćeni.

Prvi koncert je održan 5. jula u saradnji sa NVO "Sinteza" iz Nikšića u okviru njihove manifestacije „Party bus“, a nastupili su: „Prti Bee Gee“, „Rudolf“ i „Električni orgazam“, koji su naišli na izuzetno dobar doček kod brojne publike.



12. jula je održan drugi koncert, kada je nastupila grupa „Beauty and the Beasts“ iz Bara, a zatim poznati pjevač Dženan Lončarević.



19. jula gostovala su dva benda, „Padrino band“ i „Tropico band“.



26. jula, realizovan je muzički spektakl u kome su nastupali barski rok bend AkademiA i pop zvijezda Nataša Bekvalac



2. avgusta, su nastupile Andrea Demirović i Ana Kokić. Osim koncerta na šetalištu je organizovana prezentacija i degustacija tradicionalnih proizvoda barskog područja na 42 štanda. Na štandovima svoje proizvode su predstavili predstavnici vinara iz dva NVO udruženja vinara i vinogradara iz Virpazara - „Crmnički vranac“ i „Crmnice i Paštrovića“, maslinara iz NVO „Društvo maslinara Bar“, pčelara iz udruženja „Matica“ iz Virpazara i „Pčela“ iz Bara, i suvenira iz barske opštine. Posjetioци su mogli da degustiraju i kupe crmničko vino, masline, maslinovo ulje, med i suvenire.



09. avgusta nastupili su rok grupa "Grimm" iz Bara i Darko Rundek.



16. avgusta nastupili su grupa Katapult iz Bara, a zatim poznata pop pjevačica Jelena Rozga.



23. avgusta je održan poslednji koncert u okviru manifestacije „Ljeto sa zvijezdama“, na kome su nastupili „George & Friends“ i Mirza Selimović.



#### IV c. Koncert za Dan zaljubljenih 14. februar



Povodom Dana zaljubljenih, 14. februara, Turistička organizacija Bar je organizovala koncert na trgu Vladimira i Kosare gdje je nastupao Magla bend. Svojim nastupom i odličnim repertoarom stvorili su vrhunsku atmosferu u kome je uživala brojna publika. Repertoar je bio vrlo širok i obuhvatio domaću i stranu pop i rock muziku, kao i nove narodne pjesme.

#### IV d. Akcija "Pohod u planine"



Turistička organizacija Opštine Bar je 19. maja u saradnji sa Planinarskim klubom „Rumija“ Bar, organizovala akciju „Pohod u planine“ koja je imala za cilj popularizaciju aktivnog odmora. Tokom ove cjelodnevne planinarske ture, učesnici su bili u prilici da se upoznaju sa planinskim predjelima naše opštine i Skadarskim jezerom.

Planinarska ruta obuhvatila je predjele Baltina- Bijela Skala- Pinčići koja povezuje jezerski i morski dio naše opštine.

Ovoj akciji prisustvovala su brojne turističke agencije među kojima su: Riva travel, Levantin, Silver Holiday, Ave tours, Putnik gold, Andra travel, Adria DMC i Talas M DMC, predstavnik Nacionalne turističke organizacije, predstavnici NP „Skadarsko jezero“, brojni mediji kao i drugi turistički poslenici.

#### IV e. City Games



Turistička organizacija Bar je u saradnji sa Adria Events agencijom po prvi put 28. juna 2019. godine, u akvatorijumu barske marine organizovala sportske « Igre bez granica » .

Igre su testirale fizičku spremnost takmičara, taktiku, timski rad, a snage su odmjerile ekipe: Samoljot-Bar, Ponovo okupljeni-Herceg Novi, Leteći šugamani - Kotor, Sea stars - Bar, Budućnost - Podgorica, Mavrovo - Bar i oficijelna ekipa Bar iz Bara.

Takmičari su se oprobali u šest sportskih disciplina, i to: leteći vaterpolo, spašavanje turistkinje, trka bačvi, vodena košarka, trka magaraca i veslo.

Suorganizatori ovog događaja bili su i Opština Bar i AD Marina Bar. Pobjedu je odnijela ekipa iz Herceg Novog « Ponovo sastavljeni ».

#### IV f. Saradnja sa NVO i sa institucijama koje organizuju manifestacije i akcije

Turistička organizacija Bar je uzela značajno učešće prilikom organizacije brojnih manifestacija, a posebno u njihovoj promociji. TO Bar je bila suorganizator III internacionalne smotre starih automobila koja se održala 6. jula. U saradnji sa NVO „Veliki pijesak“ i Opštinom Bar organizovala manifestaciju „Noć Velikog pijeska“ koja se održala 07. avgusta, a u saradnji sa MZ Šušanj i Opštinom Bar organizovala manifestaciju „Šušanjska noć“, 14. avgusta. TO Bar je u saradnji sa MZ Spič, NVO „Spičana-Nehaj“ i Opštinom Bar, organizovala manifestaciju „Spičansko veče“, u Sutomoru 31. avgusta. U saradnji sa MZ Ostros i Opštinom Bar, TO Bar je učestvovala je u organizaciji „Krajinske Koštanjade“, koja se održala 16. i 17. novembra u Ostrosu.



U saradnji sa Opštinom Bar, NVO „Maslinijada, održana je 22. i 23. novembra „Maslinijada“ u Starom Baru. TO Bar je u saradnji sa Opštinom Bar učestvovala u organizaciji proslave Dana Bara, 24. i 25. novembra.

Tokom 2019. godine održana su dva „Festivala vina i ukljeve“. XXII „Festival vina i ukljeve“ koji je planiran tokom 2018. godine je održan od 23. do 24. marta. 2019. godine zbog nepovoljnih vremenskih prilika, tradicionalno u saradnji sa MZ Crmnica i Opštinom Bar. XXIII „Festival vina i ukljeve“ je održan 14. i 15. decembra 2019. godine.

#### IV g. Festival grožđa



Po prvi put u Virpazaru 06. septembra 2019. godine, održan je „Festival grožđa“ koji je za cilj imao promociju Crmnice kao turističke i poljoprivredne regije, ali i da označi početak berbe grožđa u ovom kraju. Berba grožđa je simbolično počela u vinogradu u Limljanima, a do tamo zvanice su stigle turističkim vozicom „Sutorman“ koji je takođe prvi put prošao ovom trasom, na oduševljenje prisutnih ali i mještana.

Prvi „Festival grožđa“ je otvorio Damir Davidović, državni sekretar u Ministarstvu održivog razvoja i turizma koji je iskazao zadovoljstvo što su Crmnica i Virpazar dobili jednu novu manifestaciju koja na pravi način predstavlja tradiciju ovog podneblja. Organizator ove manifestacije je Turistička organizacija Bar pod pokroviteljstvom Opštine Bar, a u saradnji sa MZ Crmnica, udruženjima, vinarima i vinogradarima.

#### IV e. Akcija „NAJLJEPŠI NOVOGODIŠNJI IZLOG“



TO Bar, već osmu godinu zaredom realizuje **akciju „Najljepši novogodišnji izlog“**, koja iz godine u godinu privlači sve veću pažnju naših sugrađana i vlasnika poslovnih objekata, koji uređuju svoje izloge kako bi doprinijeli prazničnom raspoloženju u našem gradu. Nagrade za „Najljepši novogodišnji izlog 2019“ dodijeljene su 27. decembra 2019. godine.

Kriterijumi pri izboru najljepšeg novogodišnjeg izloga bili su: kreativnost, originalnost ideje, primijenjeni kolorit, božićni i novogodišnji doživljaj, upotreba tradicionalnih i novih dekorativnih elemenata. Akcija je trajala u periodu od 16. do 26. decembra 2019. godine. Pored navedenih kriterijuma, pri odlučivanju uzeta su u obzir i sledeća pravila, koja se primjenjuju prilikom aranžiranja i dekorisanja izloga: princip preglednosti, tehnika aranžiranja i izlog kao organizovana cjelina.

Komisija je dodijelila je sledeće nagrade:

- Prva nagrada pripala je Igraonici „Dvorište“
- Druga nagrada pripala je butiku „Lumy by Paris“
- Treća nagrada dodijeljena je butiku „Pretty woman“

Pored glavnih nagrada komisija je dodijelila i Specijalne nagrade:

1. Specijalna nagrada za dugogodišnji doprinos: prodavnici nakita i satova Pandora, butiku Cesare, butiku Miss Piru, butiku kožne galaterije Carissima
2. Specijalna nagrada za najorginalniju novogodišnju jelku - zlatara Engjel
3. Specijalna nagrada za kontinuiranu kreativnost - dječiji butik Emporio junior

Komisija je dodijelila i pohvale vlasnicima radnji i poslovnih prostora, a koji su aranžiranjem i dekorisanjem svojim izloga, doprinijeli ljepšem izgledu grada, tj. dali doprinos novogodišnjem prazničnom raspoloženju i to: Dado autentic studio, Šarm, Fashion house, Gerry Weber, Uno, Urban touch, Petar Pan, Obuća Minja i turistička agencija Riva.

Imajući u vidu da je veliki broj ugostiteljskih objekata dao doprinos novogodišnjem prazničnom raspoloženju oslikavanjem staklenih površina, komisija je po prvi put dodijelila:

Plaketu za najbolju oslikanu staklenu površinu ugostiteljskog objekta caffe „Macchiato“.

Kvalitetom su se izdvojili i sledeći ugostiteljski objekti: Restoran „Mornar“, kafana „U prolazu“, „Soho cafe“, poslastičarnica „Le petit macaron“, igraonica „Vesela planeta“ kojima su uručene pohvale.

#### IV e. „NOVOGODIŠNJI HEPENING – BAR 2020“



TO Bar je u saradnji sa Opštinom Bar organizovala manifestaciju „NOVOGODIŠNJI HEPENING – BAR 2020“ u periodu od 30.12.2019. do 01.01.2020. godine, na trgu Vladimira i Kosare. U programu su učestvovali izvođači različitih muzičkih žanrova iz Bara i zemalja okruženja.

Pored muzičkog dijela, na trgu je od 28.12.2019. do 01.01.2020. godine organizovan i novogodišnji bazar. Ove godine Turistička organizacija Bar je za potrebe novogodišnjeg

bazara izradila 13 kućica koje su zajedno sa 20 štandova bile postavljene na Trgu Vladimira i Kosare. Po prvi put u okviru dočeka Nove godine mlađe generacije su imali priliku da 30. decembra u podne uživaju u druženju sa Youtuberom Bracom Gajićem. Istog dana sa početkom u 21 h goste je zabavljao bend „Beauty and the Beasts“, a nakon toga je uslijedio je nastup Tropicico benda.

Program je 31. decembra počeo u 12 h, kada je za najmlađe organizovana predstava. U 21 h je nastupio bend „Akademia“ iz Bara, a goste je u Novu 2020. godinu uveo poznati izvođač narodne muzike Haris Džinović. Goste je 1. januara zabavljala etno grupa „Zora“, a u večernjim časovima za dobar provod zaduženi su bili „Katapult“ i „Amadeus bend“. Brojna publika je bila oduševljena sa izvanrednim nastupima izvođača i uživala u dobrom ritmu. Trg Vladimira i Kosare je za novogodišnje praznike bio posebno ukrašen što je doprinijelo prazničnoj atmosferi u našem gradu. Turistička organizacija Bar je i ove godine sugrađanima i turistima obezbijedila popularnu zimsku atrakciju, klizalište. Bar je tako po drugi put imao klizalište od sintetičkog leda koje je bilo

otvoreno na trgu Vladimira i Kosare od 23.12.2019. godine do 23.01.2020. godine. Korišćenje klizališta i klizaljki je bilo besplatno. Po prvi put je u periodu od 30. decembra 2019. godine do 02. januara 2020. godine duž šetališta kralja Nikole saobraćao i turistički vozić „Sutorman“ koji je oduševio najmlađe.

#### IV f. Projekat izgradnje montažno/demontažnih kućica za potrebe manifestacija



Turistička organizacija Bar je u cilju unapređenja ponude i podizanja kvaliteta kada je u pitanju organizacija manifestacija donijela odluku o izgradnji 13 montažno/demontažnih kućica koje su po prvi put bile iskorišćene za potrebe manifestacije „Novogodišnji hepening“. Ovi objekti su urađeni u skladu sa izvođačkim projektom od drveta i metala sa svom potrebnom opremom i elektroinstalacijama. Površina kućica je 4m<sup>2</sup> i značajno su poboljšale uslove za rad izlagača i kvalitetnije predstavljanje njihovih proizvoda i usluga.

### V PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

#### V a. Praćenje turističkog prometa

TO Bar vrši svake godine praćenje i analizu turističkog prometa na području opštine Bar. Prema preliminarnim podacima MONSTAT-a, Crnu Goru je u **2019.** godini posjetilo ukupno **2,642632** turista ili **19 % više** nego u **2018.** godini, a ostvarili su ukupno **14,447880** noćenja ili **11,7 % više** u odnosu na **2018.** godinu. U ukupnom **CG** prometu **2019.** godini, barska opština učestvuje sa **6,11 %** po broju turista, a sa **2,29 %** po broju noćenja.

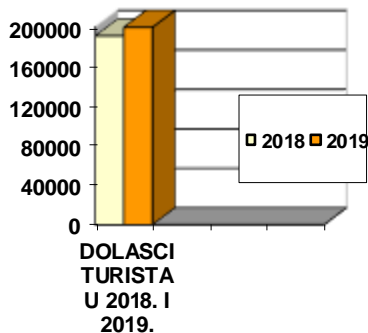
Tabela 2. Turistički promet u opštini Bar u 2019. godini

	Broj turista	Indeks		Broj noćenja	Indeks
Domaći	10 156	93,79	Domaći	39 585	91,70
Strani	201 543	122,69	Strani	2 003 648	122,89
<b>Ukupno</b>	<b>211 699</b>	<b>110,69</b>	<b>Ukupno</b>	<b>2 043 233</b>	<b>112,88</b>

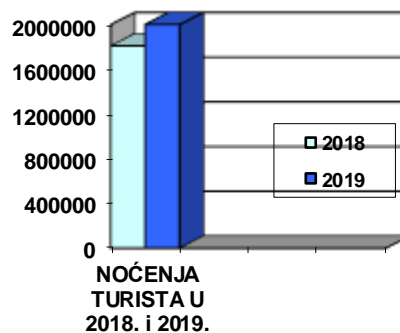
Prema preliminarnim podacima MONSTAT-a i podacima iz programa za prijavu boravka i naplatu boravišne takse TO Bar, u barskoj opštini je u **2019. godini** ostvareno **211 699 dolazaka turista, što je 10,69 % više** nego u 2018. godini, koji su ostvarili **2 043 233 noćenja, što je 12,88 % više** nego u 2018. godini.

Domaćih turista bilo **10 156**, što je **6,21 % manje** nego u **2018**, a ostvarili su **39 585** noćenja, što je **8,3 % manje** nego u **2018**. Stranih turista je bilo **201 543**, što je **22,69 % više** nego u **2018**, a ostvarili su **2 003 648** noćenja ili **22,89 % više** nego u 2018.

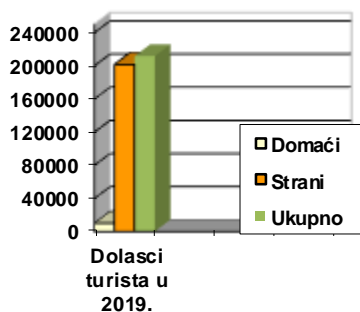
Grafikon 1. Dolasci turista u 2018. i 2019.



Grafikon 2: Noćenja turista u 2018. i 2019.



Grafikon 3. Dolasci turista u 2019.



Grafikon 4: Noćenja turista u 2019.

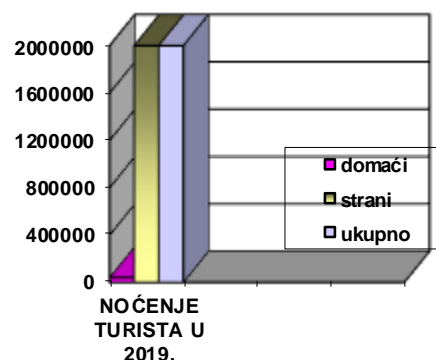


Tabela 3. Dolasci i noćenja turista po zemljama pripadnosti - ukupno za Bar u 2019.

R.br.	Zemlja pripadnosti gostiju	Dolasci 2019	Index 19/18	Noćenja 2019	Index 19/18
1.	<b>Bar</b>	<b>211699</b>	<b>110.69</b>	<b>2043233</b>	<b>112.88</b>
2.	Crna Gora	10156	93.79	39585	91.7
3.	Inostranstvo	201543	122.69	2003648	122.89
4.	Evropa	196499	123,25	1968998	122,46
5.	Albanija	2278	171.41	21966	125,51
6.	Austrija	1420	115.07	8868	121.20
7.	Belgija	708	87.51	3742	79,11
8.	Bjelorusija	2490	147.60	28634	142,05
9.	Bosna i Hercegovina	28636	137.83	169600	129.63
10.	Bugarska	509	49.75	2500	46.78
11.	Češka	5672	115.19	49399	137.37
12.	Danska	255	109.91	1911	120.03
13.	Estonija	154	121.26	923	79.16
14.	Finska	482	194.35	2249	171.03
15.	Francuska	5701	114.98	37927	117.95
16.	Grčka	915	373.47	1498	180.92
17.	Holandija	921	121.18	4415	113.79
18.	Hrvatska	2100	121.25	12320	126.98



19.	Irska	80	119,40	280	29,07
20.	Island	40	222,22	179	152,99
21.	Italija	1541	167,86	7305	204,33
22.	Kipar	10	111,11	129	358,33
23.	Kosovo	3131	146,10	39801	117,43
24.	Letonija	342	191,06	4382	162,12
25.	Litvanija	450	123,63	3489	119,44
26.	Luksemburg	240	195,12	1272	139,63
27.	Mađarska	4615	127,31	29503	143,54
28.	Malta	22	110	61	105,17
29.	Makedonija	3927	156,02	32487	147,21
30.	Norveška	349	119,93	3275	141,71
31.	Njemačka	5937	170,16	48828	165,76
32.	Poljska	15324	157,57	95209	152,13
33.	Portugalija	86	77,48	429	112,30
34.	Rumunija	2824	122,41	19953	124,28
35.	Rusija	38020	128,09	680570	120,14
36.	Slovačka	1861	64,44	13129	66,18
37.	Slovenija	1984	91,68	13537	93,28
38.	Srbija	49327	102,76	471940	108,34
39.	Španija	216	56,84	737	36,13
40.	Švajcarska uključujući Lihtenštajn	881	94,83	5622	108,45
41.	Švedska	1068	86,48	10303	105,17
42.	Turska	1782	97,27	8272	236,14
43.	Ukrajina	8440	179,65	118726	170,20
44.	Ujedinjeno Kraljevstvo	1192	143,44	8190	140,63
45.	Ostale evropske zemlje	569	78,59	5438	127,50
46.	Afrika	119	180,30	412	137,79
47.	Južna Afrika	28	350	77	135,09
48.	Ostale afričke zemlje	91	156,90	335	138,43
49.	Sjeverna Amerika	1538	141,36	12961	142,08
50.	Kanada	327	183,71	2634	122,85
51.	SAD	1190	135,69	10283	154,01
52.	Ostale zemlje Sjeverne Amerike	21	63,64	44	14,62
53.	Južna i Srednja Amerika	127	88,19	1060	143,44
54.	Argentina	19	59,37	56	88,89
55.	Brazil	36	200	568	109,23
56.	Čile	3	18,75	6	30
57.	Ostale zemlje Juž. i Sred.Amerike	69	88,46	430	71,19
58.	Azija	2909	88,36	18110	163,28
59.	Azerbejdžan	105	1050	830	113,70
60.	Indija	23	209,09	107	345,16
61.	Izrael	1031	119,47	7313	250,79
62.	Japan	26	123,81	81	150
63.	Kina (uključujući Hong Kong)	919	98,82	2239	121,68
64.	Koreja, Republika(Južna Koreja)	118	23,55	689	97,04
65.	Ostale azijske zemlje	687	71,86	6851	125,31

66.	Australija sa Okeanijom	351	139,84	2107	154,81
67.	Australija	309	181,76	1952	164,17
68.	Novi Zeland	30	428,57	107	118,89
69.	Ostale zemlje Okeanije	12	16,22	48	29,45

Na osnovu preliminarnih podataka Zavoda za statistiku- MONSTAT i podataka iz programa za prijavu boravka i naplatu boravišne takse TO Bar, iz tabele se može vidjeti da je u barskoj opštini u 2019. boravilo najviše stranih turista iz: Srbije 49 327, zatim iz Rusije 38 020, Bosne i Hercegovine 28 636, Poljske 15 324, Ukrajine 8 440, Njemačke 5 937, Francuske 5 701, Češke 5 672, Mađarske 4 615, itd. Najviše noćenja ostvarili su strani turisti iz: Rusije 680 570, Srbije 471 940, Bosne i Hercegovine 169 600, Ukrajine 118 726, Poljske 95 209, Češke 49 399, Njemačke 48 828, Kosova 39 801, Francuske 37 927, Makedonije 32 487, Mađarske 29 503 itd.

Turistička organizacija Bar svakog petka prikuplja podatke o broju registrovanih turista koji borave u Baru u hotelima, odmaralištima i privatnom smještaju na taj dan, zatim vrši njihovu obradu i dostavlja podatke Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore, Opštini Bar i policiji, što je redovna aktivnost koja se sprovodi 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 CG, Ministarstva održivog razvoja i turizma i SO Bar.

## V b. Anketa turista

Turistička organizacija Bar već dugi niz godina radi anketu turista na teritoriji Opštine Bar. U 2019. godini po prvi put se istraživanje sprovodilo po metodologiji poznatih TOMAS istraživanja, a koju je Institut za turizam Hrvatske tokom godina prilagodio realnim potrebama na tržištu. Istraživanje se sprovodilo od juna do septembra.

Istraživanjem stavova turista u Baru u toku ljetnje turističke sezone u 2019. godini prikupljene su informacije o profilu turista koji posjećuju Bar, kao i njihovim očekivanjima i motivima, koje predstavljaju važan izvor informacija za dalji razvoj turističke politike i strategije razvoja turističke ponude u Baru. Takođe, prikupljeni podaci pružaju dobru osnovu za pravilno i uspješno usmjeravanje marketing aktivnosti, kao i za prilagođavanje ponude zahtjevima turista.

Ključni rezultati istraživanja su:

- Najveći broj turista koji su posjetili Bar (66%) tokom ljetnjih mjeseci su starosne dobi od 30 do 49 godina, visoko obrazovani, sa mjesečnim prihodima domaćinstva od 500 do 1.500 eura.
- Bar je prepoznat kao destinacija za porodični odmor, dok su primarni motivi dolaska turista pasivni odmor i opuštanje i zabava.
- Svaki drugi turista je doputovao u Bar automobilom, a svaki treći avionom i u prosjeku su ostvarivali 7 noćenja.
- Plivanje i kupanje su glavne aktivnosti turista tokom boravka u Baru. Slijedi odlazak u restorane (94,4%), posjećivanje lokalnih manifestacija, priredbi i koncerata (78,5%), kupovina (85,1%), razgledanje znamenitosti/ posjećivanje muzeja/ galerija/ izložbi (73,6%) i posjećivanje lokalnih proizvođača hrane/ vinskih podruma (64%).
- Turisti su generalno veoma zadovoljni turističkom ponudom Bara koja je prema njihovoj percepciji slična ponudi njenih konkurentskih destinacija. Posebno su zadovoljni

kvalitetom hrane i ljubaznošću osoblja u smještajnim objektima, ljepotom prirode i kraja. S druge strane, turisti su ukazali na elemente turističke ponude koje treba unaprijediti i poboljšati kao što su opremljenost, uređenost i čistoća plaža, organizacija saobraćaja i opremljenost puteva.

- Ukupni prosječni troškovi putovanja po osobi u Baru tokom ljetnje turističke sezone u 2019. godini iznosili su 362 eura, dok su prosječni dnevni troškovi po osobi iznosili 53,6 eura. Najviše su u prosjeku trošili hotelski gosti, ukupno 75,8 eura po osobi po danu, kao i turisti koji su doputovali avionom.

Rezultati istraživanja su pokazali da se gosti rado vraćaju u destinaciju i da će sa zadovoljstvom preporučiti Bar svojim rođacima i prijateljima kao destinaciju za odmor. Kompletni nalazi istraživanja se nalaze na CD-u koji je sastavni dio ovog izvještaja.

## ***VI INICIJATIVA, KOORDINACIJA I EDUKACIJA***

### **VI a. Saradnja sa Opštinom Bar**

Izuzetno dobra saradnja sa Opštinom Bar podrazumijeva i obostrano pružanje brojnih informacija, kao i podataka neophodnih za realizaciju brojnih aktivnosti.

### **VI b. Koordinaciono tijelo**

Tokom 2019. godine su održavane sjednice Koordinacionog tijela za pripremu i praćenje turističke sezone u Baru na kojima se doprinijelo rješavanju brojnih problema na području barske opštine.

### **VI c. Saradnja sa Ministarstvom održivog razvoja i turizma, NTO i LTO**

U 2019. godini su održani brojni sastanci na kojima smo postizali dogovore oko zajedničkih nastupa na sajmovima, davali predloge i sugestije za prevazilaženje problema, itd.

### **VI d. Saradnja sa Upravom policije - Granična ispostava Bar i Poštom Bar**

TO Bar je u 2019. godini u saradnji sa Upravom policije - Graničnom ispostavom u Baru, radila **elektronsku prijavu boravka** turista u 11 turističko informativnih biroa, sa ciljem da se i na taj način poboljša registracija gostiju i naplata boravišne takse, a sa Poštom Crne Gore, TO Bar ima potpisan Ugovor o poslovnoj saradnji u obavljanju poslova platnog prometa (uplata boravišne takse).

### **VI e. Saradnja sa JP "Radio Bar"**

Redovna komunikacija i zajedničke akcije doprinijele su boljoj promociji turističke ponude barske opštine.

### **VI f. Saradnja sa JP „Morsko dobro“**

Saradnja se ogleda prvenstveno u rješavanju brojnih problema koje turisti dostavljaju TO Bar, posebno kada je u pitanju uređenost plaža.

**VII g. Saradnja sa svim opštinskim javnim preduzećima, Mjesnim zajednicama, Upravom pomorske sigurnosti, NP Skadarsko jezero, Marina Bar, Port of Adria, Barska plovidba, Lučkom kapetanijom, Elektodistribucijom Bar, Poštom Bar, MUP-om, svim opštinskim i republičkim inspekcijama** je bila izuzetno dobra i doprinijela je rješavanju brojnih problema koji su se javljali, posebno u turističkoj sezoni.

**VI h. Turistička organizacija Bar je svoju arhivu fotografija** ustupala mnogim firmama na korišćenje u okviru njihovih djelatnosti, a sve u cilju bolje promocije.

**VI i. Turistička organizacija Bar je reklamni materijal** poklanjala brojnim institucijama, organizacijama, sportskim i kulturno umjetničkim društvima koji su u zemlji i inostranstvu osim svojim aktivnostima prezentovali turističku ponudu barske opštine.

### **VI j. Svjetski dan planete Zemlje**

Povodom međunarodnog Dana planete Zemlje, TO Bar je u saradnji sa Opštinom Bar, JP „Komunalne djelatnosti Bar“ upriličila akciju uređenja grada i ozelenjavanja površina duž ulica Vladimira Rolovića i Obale 13. jula. Posađeno je oko 95 komada biljnog materijala od čega je 40 sadnica simbolično bilo posvećeno manifestaciji Igre malih zemalja Evrope „Crna Gora 2019“, koja promovise zeleni koncept i na taj način daje doprinos održivom razvoju i borbi protiv klimatskih promjena. Realizovane aktivnosti su dio kampanje „Naš Bar-čist grad“.

### **VI k. Posjeta Starog Bara sa predstavnicima turističkih agencija**



Turistička organizacija Bar je 8. maja organizovala obilazak Starog grada Bara sa stručnim vodičem za predstavnike turističkih agencija sa teritorije barske opštine. Inicijativa za ovu aktivnost je pokrenuta na sastanku sa turističkom privredom kada je i iskazana potreba za dodatnom edukacijom o ovom kulturno-istorijskom dobru Crne Gore. Nakon obilaska Starog grada predstavljena je i gastro ponuda gdje su predstavnici turističkih agencija imali prilike da se upoznaju sa ovim aspektom turističke ponude koja predstavlja sastavni dio obilaska Starog grada. Posjeta je organizovana uz podršku Kulturnog centra Bar, a bili su prisutni predstavnici turističkih agencija Riva Travel, Jadran tours, Parus, Ave Tours, Connectours, Andra Travel i Allegra krstarenja.

### **VI l. Akcija “Poštuj zakon, registruj smještaj i prijavi turiste”**



Turistička organizacija Bar je u saradnji sa opštinom Bar, Sekretarijatom za privredu opštine Bar, pokrenula akciju “Poštuj zakon, registruj smještaj i prijavi turiste” 25. maja 2019. godine u cilju smanjenja sive ekonomije i pobošljšanja prijave gostiju.

Ovim putem stanodavci su informisani o procedurama registracije ali i bili u mogućnosti da produže i dobiju nova rješenja za izdavanje smještajnih jedinica, apartmana, ugostiteljskih objekata.

Ova akcija je realizovana u cilju sigurnijeg poslovanja izdavaoca smještaja, poboljšanja uslova boravka turista u destinaciji kao i povećanja njihovog stepena zadovoljstva boravkom.

## **VI m. Svjetski dan turizma 27. septembar**



Turistička organizacija Bar je nastavila tradiciju obilježavanja Svjetskog dana turizma, koji je ustanovila Svjetska turistička organizacija (UNWTO). Svjetski dan turizma se ove godine obilježio pod geslom : „Turizam i poslovi – Bolja budućnost za sve“ pa je u skladu sa temom u hotelu „Princess“ u Baru organizovana cjelodnevna konferencija na kojoj je centralni događaj bila stručna panel diskusija „Radna snaga u turizmu – izazovi i mogućnosti“. Centralni dio konferencije je bila panel diskusija na kojoj su govorili prof. dr Rade Ratković, dekan Fakulteta za biznis i turizam – Budva, prof. dr Veselin Orlandić, direktor Zavoda za zapošljavanje – Bar, Irina Tomić, osnivač kompanije “True Consulting” iz Zagreba i mr Elvir Kalamperović, vlasnik kompanije „Kalamper“ iz Bara, dok je moderator bio prof. dr Ilija Moric, profesor na Fakultetu za turizam i hotelijerstvo – Kotor. Nakon panela organizovana je i diskusija sa ciljem informisanja kao i dobijanja sugestija od turističke privrede o planiranim aktivnostima TO Bar u 2020 godini.

Na konferenciji su bili prisutni predstavnici Opštine Bar, Ministarstva održivog razvoja i turizma, LTO-a, turističke privrede, hotelijera, restoratera, turističkih agencija, privatnog smještaja, medija i dr. Osim navedenog TO Bar je podržala i organizaciju izleta za učenike srednje ekonomsko-ugostiteljske škole koji su se ovog puta upoznali sa turističkim potencijalima sela Godinja, Virpazara i tvrđave Besac.

## **VI n. Sastanak predstavnika NTO i LTO**



U cilju definisanja promotivnih aktivnosti za Novogodišnji hepening, zimsku turističku sezonu kao i nastupe na sajmovima, TO Bar je održala sastanak sa predstavnicima NTO-a i LTO-a u hotelu Kalamper&spa 11.oktobra. Pored predstavnika iz NTO-a, prisutni su bili i predstavnici iz LTO-a: Budve, Herceg Novog, Ulcinja, Podgorice, Cetinja, Tivta, Kotora.

## **VI o. Sastanak Turističke organizacije Bar, Opštine Bar i Udruženja privrednika Bara**



Povodom sumiranja rezultata ljetnje turističke sezone, smanjenja biznis barijera i analize tekućih izazova sa kojima se susreću privatna preduzeća u barskoj opštini, 15 oktobra održan je sastanak između predstavnika Opštine Bar, Udruženja privrednika Bara i Turističke organizacije Bar. Sastanku su prisustvali predsjednik Opštine Bar, predstavnici Udruženja privrednika Bara, Turističke organizacije Bar, Sekretarijata za privredu, Sekretarijata za finansije, Poreske uprave, Sekretarijata za komunalno-stambene poslove i zaštitu životne sredine, Službe komunalne policije i Komunalnog preduzeća.

## VI p. Edukativna radionica „Kako pripremiti ponudu za njemačkog turopoperatora”



Edukativna radionica na temu “Kako pripremiti ponudu za njemačkog turopoperatora” održana je u hotelu Princess 12. novembra 2019. godine.

Cilj radionice je prije svega bila dodatna edukacija turističkih poslenika grada Bara kako bi se pripremili za privlačenje turista sa njemačkog govornog područja. Predavač na radionici je bio gospodin Wolfram Goslich, predsjednik udruženja “Busconconcept.de” koje broji preko 1500 turopoperatora. Gospodin

Goslich se već 25 godina bavi ovim poslom i ima veliko iskustvo kada je u pitanju edukacija i trening turističkih poslenika. Na radionici je bilo riječi o sljedećim temama: upoznavanje sa trenutnim stanjem na tržištu turopoperatora njemačkog govornog područja, predstavljeni su trenutni i budući trendovi, struktura tržišta i marketing mogućnosti, šta je sve tuoperateru potrebno prilikom dolaska u Crnu Goru, kako koncipirati program putovanja, kada ga treba ponuditi, kako ubijediti turopoperatore da dodju u destinaciju, kako uspostaviti dobru strategiju distribucije, kako se ponašati prema “buyerima” (kupcima), šta se očekuje od domaćina, šta znači usluga za svakog od partnera itd.

Edukativna radionica je organizovana za predstavnike hotelijera i turističkih agencija medju kojima su bili predstavnici hotela: Kalamper, Princess, Pelikan, Trend Korala, Sea Fort, Nautilus, Porto Sole, Pharos, Sato, Akapulco, Adria, Adria Harmony, Stara Čaršija, i predstavnici turističkih agencija: Next travel, Direct Booker Bar, Aveturs, Allegra, Barska plovidba i Riva Travel.

Edukativna, interaktivna i kreativna radionica je bila primjer, praktičnog učenja kroz otvorenu i aktivnu komunikaciju svih učesnika i nastavak je aktivnosti TO Bar na unapređenju znanja i vještina u turizmu.

## VI r. Dolazak kruzera u Bar



Četvrta kruzina sezona u Baru je otvorena 20. februara 2019. godine uplovljavanjem kruzera „La Belle de l Adriatique“. TO Bar je u cilju promocije ponude grada Bara zajedno sa kompanijom “Port of Adria”, Barskom plovidbom, turističkom agencijom „Allegra Krstarenja“ i NVU “Klaster turizma i kreativne industrije Bar”, organizovala svečani doček 3

kruzera od ukupno 24, koliko ih je uplovilo u Bar do 11. oktobra 2019. Za sve goste je bio upriličen program u kome su učestvovali KUD „Jedinstvo i FA „Rumija“, a takođe su bili u mogućnosti da se posluže sa tradicionalnim crnogorskim specijalitetima: crnogorskom lozom, vinom, priganicama i medom. Na šetalištu, u blizini “Nultog kilometra“ bio je za svaki dolazak postavljen i info pult Turističke organizacije Bar na kojem su turisti mogli dobiti informacije, mape grada kao i propagandni materijal naše opštine, a organizovana je i lokalna ponuda suvenira uz koordinaciju NVU “ Klaster turizma i kreativne industrije Bar”. Za potrebe gostiju sa kruzera urađen je poseban flajer koji sadrži korisne informacije o atrakcijama koje ovi gosti mogu posjetiti tokom boravka u destinaciji. preveden je na engleski i španski jezik.

## VII PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOVA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE

### VII a. Hortikulturno uređenje kružnog toka na Žukotrljici



Uređenje kružnog toka na Žukotrljici je jedna od aktivnosti koju je Turistička organizacija Bar realizovala u cilju poboljšanja uslova boravka turista i podizanja nivoa kvaliteta turističke ponude u našem gradu. Idejno rješenje kružnog toka je uradilo Komunalno preduzeće iz Bara, direktorka sektora za gradsko zelenilo, Mira Prentović – inženjer hortikulture. Prilikom izrade rješenja prvenstveno se vodilo računa o bezbjednosti saobraćaja, ali i o estetskim karakteristikama. Izbor odabranog sadnog materijala usklađen je sa klimatskim uslovima staništa uz

saobraćajnice, pa je centralno ostrvo jednim dijelom oplemenjeno biljnim materijalom, dok se u drugom nalazi ukrasni mjeveni mermer, kamena ploča, prirodni ukrasni kamen kao i tri slova koja predstavljaju ime našeg grada. Radovi su završeni 15. juna 2019. godine.

### VII b. Promotivne ture - kanjoni rijeka Bunar i Međureč



Promotivna tura kroz kanjon rijeka Bunar i Međureč predstavljala je nastavak aktivnosti koje je TO Bar preduzela na promociji zaleđa i ponude koja može doprinijeti poboljšanju uslova boravka turista, prije svega adrenalinske ponude, zbog jedinstvene kompozicije kanjona, ali isto tako i zbog prilično lakog pristupa i blizine mora. Učesnici promo ture su bili predstavnici Opštine Bar, TO Bar, Planinarskog kluba Rumija iz Bara, Ministarstva održivog razvoja i turizma, medija i dr.

### VII c. Promotivne kampanje na tržištima Srbije i BiH

Turistička organizacija Bar je u cilju bolje vidljivosti i bolje promocije turističke ponude Bara na tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine tokom 2019. godine sprovela intezivniju marketinšku kampanju koja je podrazumijevala oglašavanje u najčitanijim medijima, outdoor oglašavanje, brojne PR objave ali i digitalni marketing koji se prije svega sprovodio na društvenim mrežama. Kampanja je bila usmjerena na povećanje broja dolazaka u pred i post sezoni, a jednim dijelom fokusirana je bila i na promociju dočeka Nove godine na trgu u Baru. Za potrebe realizacije ove kampanje na javnom tenderu angažovana je marketinška agencija koja je implementirala sve aktivnosti uz koordinaciju sa TO Bar. Realizovane su brojne aktivnosti kroz PR i media buyinga. Targetirani su elektronski mediji, odnosno TV i radio stanice sa lokalnom i nacionalnom frekvencijom u Srbiji i BiH, kao i online i print izdanja. Realizovana je i outdoor kampanja. Kampanja se odvijala i na društvenim mrežama gdje je ostvaren značajan rast broja pratilaca.

Pregled objava, uz ostvarene vrijednosti<sup>1</sup> PR objava zbirno prema vrsti medija, i u ukupnoj sumi, dat je u tabelama u nastavku, dok su pojedinačne vrijednosti svake od objave prikazane u pressclipping izveštaju sa pratećim linkovima i arhiviranim materijalom, a koji se nalazi na CD-u koji je sastavni dio izvještaja.

Tabela: Predsezona tržište Srbije

<i>Partija I</i>	<i>TRŽIŠTE SRBIJE</i>	
Media buying	TV prilozima (4) i gostovanje (1)	15.531,06 EUR <sup>1</sup>
	Print (3)	5.414,00 EUR
	Online (3)	2.340,00 EUR
	Radio (4)	5.385,97 EUR
	Outdoor (10)	4.488,00 EUR
<b>Ukupno</b>	<b>Objava 25</b>	<b>33.159,03 EUR</b>
PR	TV (5) i radio (1)	3.458,12 EUR
	Print (10)	4.172,50 EUR
	Online (26)	9.281,50 EUR
<b>Ukupno:</b>	<b>Objava 42</b>	<b>16.912,12 EUR</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Objava 67</b>	<b>50.071,15 EUR</b>

Tabela: Tržište Srbije postsezona

<i>Partija I</i>	<i>TRŽIŠTE SRBIJE</i>	
Media buying	TV prilozima (2) i gostovanje (2)	20.684,66 EUR <sup>2</sup>
	Print (2)	2.654,00 EUR
	Online (3)	1.980,00 EUR
	Outdoor (10)	4.488,00 EUR
<b>Ukupno</b>	<b>Objava 19</b>	<b>29.806,66 EUR</b>
PR	TV (5)	4.992,07 EUR
	Print (10)	4.461,37 EUR
	Online (30)	7.474,00 EUR
<b>Ukupno:</b>	<b>Objava 45</b>	<b>16.927,44 EUR</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Objava 64</b>	<b>46.734,10 EUR</b>

<sup>1</sup> Ovdje se ne radi o iznosu koji je plaćen da bi se članak objavio, već se radi o procijenjenoj vrijednosti objavljenog članka/priloga/PR teksta i slično.



Tabela: Tržište Bosne i Hercegovine predsezona

<i>Partija II</i>	<i>TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE</i>		
Media buying	Print (2)	1.966,89	EUR
	Online (3)	785,46	EUR
	Outdoor (10)	4.457,70	EUR
<b>Ukupno</b>	<b>Objava 15</b>	<b>7.210,05</b>	<b>EUR</b>
PR	TV (3)	752,40	EUR
	Print (7)	5.233,85	EUR
	Online (11)	1.756,6	EUR
<b>Ukupno:</b>	<b>Objava 21</b>	<b>7.742,85</b>	<b>EUR</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Objava 36</b>	<b>14.952,90</b>	<b>EUR</b>

Tabela: Tržište Bosne i Hercegovine postsezona

<i>Partija II</i>	<i>TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE</i>		
Media buying	Print (2)	6.631,78	EUR
	Online (3)	785,5	EUR
	Outdoor (4)	2.295,71	EUR
<b>Ukupno</b>	<b>Objava 9</b>	<b>9.712,99</b>	<b>EUR</b>
PR	TV (3)	1.221,00	EUR
	Print (6)	3.331,9	EUR
	Online (18)	2.595,9	EUR
<b>Ukupno:</b>	<b>Objava 27</b>	<b>7.148,8</b>	<b>EUR</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Objava 36</b>	<b>16.861,79</b>	<b>EUR</b>

U cilju promocije novogodišnjeg programa u organizaciji Turističke organizacije Opštine Bar sprovedena je i marketing kampanja u periodu od 01.decembra 2019.g. do 05.januara 2020.g. Kampanja je pored društvenih mreža i Google-a obuhvatala: outdoor kampanju (bilbordi u Crnoj Gori), reklamiranje na četiri radio stanice, kao i PR tekst i banere na tri crnogorska portala.

Tabela: Tržište Crne Gore – Promocija Nove godine

KAMPANJA:	TRŽIŠTE:	IZNOS SA POPUSTIMA:	PR Vrijednost
OUTDOOR KAMPANJA:			
Montepano (nov. i dec.)	Tržište CG	6.400,00	8.960,00
REKLAMIRANJE NA RADIO STANICAMA:			
Oki air broadcasting	Tržište CG	306,00	428,40
DRS	Tržište CG	365,00	511,00
TDI radio	Tržište CG	250,00	350,00
Radio S	Tržište CG	417,00	583,80
KAMPANJA NA INFORMATIVNIM PORTALIMA:			
Vijesti	Tržište CG	1.385,20	Baneri: 1.187,46 PR Tekst: 276,50
Portal Analitika	Tržište CG	577,50	Baneri: 650,00 PR Tekst: 400,00
CDM	Tržište CG	1.302,30	Baneri: 1.040,20 PR Tekst: 217,00
<b>TOTAL:</b>		<b>11.003,00</b>	<b>14.604,36</b>

## VII e. Izrada WEB portala

Turistička organizacija Bar je tokom 2019. godine započela projekat izrade web portala. Najveći broj turista se o Baru informiše upravo putem interneta pa je donijeta odluka da se realizuje ovaj važni projekat koji će omogućiti bolje informisanje o turističkoj ponudi barske opštine. Na javnom pozivu je izabrana kompanija čiji zadatak je da razvije moderan i za korisnika intuitivan i jednostavan web portal gdje će korisnik dobiti sve potrebne informacije o destinaciji. Web portal treba da bude više jezičan. Osim dijela koji pruža informacije postojaće i dio namijenjen turističkoj privredi (tzv. podportal za poslovne korisnike) i medije. Završetak projekta je planiran tokom 2020. godine.

## VIII PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE

### VIII a. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara

Turistička organizacija Bar je Javnim pozivom za valorizaciju kulturne baštine, koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara na teritoriji opštine Bar, dodijelila novčana sredstva od dijela boravišne takse za 2017. godinu u iznosu od 69 000 eura. Skupština Opštine Bar je 05.11.2018. godine donijela Odluku o imenovanju Komisije za odabir projekata valorizacije kulturne baštine na teritoriji Opštine Bar. Komisija konačnu Odluku o odabiru projekata donijela 24.07.2019. godine. Po ovom Javnom pozivu za projekte su dodijeljena finansijska sredstva u iznosu od 49.500,00€.

U nastavku je dat spisak aplikacija sa projektima za čiju implementaciju su odobrena sredstva po ovom Javnom pozivu:

- 1.NVO „Novo i ljepše Sutomore“ – Projekat arheoloških istraživanja otomanskog i austrougarskog utvrđenja Tabija - 16.000€;
- 2.“3D ARCH“ – Tragovima Vojislavljevića, Opština Bar – kolijevka crnogorske srednjovjekovne državnosti - 6.000€;
- 3.NVO“Studio Horag“ – Očuvanje i njegovanje crnogorske pjesme - 7.000€;
- 4.NVO „Signum Bar“ UNDERMAP – Podvodna baština barskog kraja - 4.500€;
- 5.JP „Kulturni centar“ Bar – Projekat Sveta Katarina-druga faza - 10.000€;
- 6.NVO “Centar za održivi razvoj” – Rekonstrukcija mosta na dionici starog Rimskog puta Nerona Škodar - 6.000€.

## Zaključak

Turistička organizacija Bar je tokom 2019. realizovala brojne aktivnosti iz djelokruga svog poslovanja i značajno uticala na dalji razvoj turizma u našoj opštini.

Nastavljeno je sa aktivnostima na informisanju turista u turističko informativnim biroima, a značajan napor je uloženi u informisanje turista putem digitalnih kanala promocije.

Osim reprinta i izdanja novog promotivnog materijala naša opština je predstavljena na velikom broju turističkih sajмова i manifestacija kako u zemlji tako i u inostranstvu. Organizovan je veliki broj studijskih grupa novinara i turoperatora koje su doprinijele boljem imidžu destinacije, ali i prodaji.

Organizovane su tradicionalne akcije i manifestacije, ali uvedene su i nove sa ciljem da svako turističko mjesto dobije svoju manifestaciju koja će odslikavati ponudu tog mjesta.

Sprovedene su jake promotivne kampanje koje su imale za cilj bolje turističko pozicioniranje Bara kao destinacije za odmor u zemljama okružena iz kojih dolazi najveći broj turista.

Kroz saradnju sa institucijama sistema, prvenstveno Opštinom Bar, ali i privatnim sektorom, unaprijeđena je komunikacija, ali i partnerstvo sa turističkom privredom što je rezultiralo bržim rješavanjem izazova u našoj opštini.

Kroz edukaciju naše privrede unaprijedili smo njihova znanja i vještine koji su ključni za razvoj kvalitetnog turističkog proizvoda, ali i za kvalitetno informisanje naših turista.

Razvojem novih turističkih proizvoda smo uticali na diversifikaciju ponude, ali i smanjenje sezonalnosti, a hortikulturnim uređenjem pojedinih lokacija u gradu smo uticali i na unapređenje kvaliteta boravka turista i lokalnog stanovništva. Bar se pozicionirao i kao kruzing destinacija i u saradnji sa privatnim sektorom pružena je podrška razvoju ovog vida turizma.

Sproveden je Javni poziv za projekte za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara.

U kontinuitetu smo pratili turistički promet, a urađena je i analiza stepena zadovoljstva naših turista koja nam je dala vrijedne informacije za dalji rad na razvoju proizvoda, ali i marketingu destinacije.

## **FINANSIJSKI IZVJEŠTAJ TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2019.**

*Osnovni cilj predmetnog izvještaja je upoznavanje Nadzornog odbora, Izvršnog odbora, Skupštine TO Bar, NTO CG i Skupštine opštine Bar o ostvarenom finansijskom rezultatu u protekloj godini, odnosno, finansijskoj poziciji Turističke organizacije.*

*Na bazi knjigovodstvene dokumentacije i bilansnih šema dati su kraći komentari finansijskih rezultata za godinu koja je za nama. Svi podaci su upoređeni sa planskim projekcijama i istim iz uporedne 2018. godine, kako bi se dao sud o ostvarenju planskih zadataka za 2019. godinu i prezentiran trend rasta ili pada u odnosu na 2018 godinu.*

*Izveštaj o finansijskom poslovanju je sastavni dio Izveštaja o radu za 2019. godinu, i tako ga treba posmatrati.*

*Svi komentari i zaključci su potkrijepljeni tabelarnim i grafičkim prikazima, u sklopu teksta, kao i u prilogu istog.*

*U sljedećem poglavlju je dat pregled prihoda i rashoda Turističke organizacije Bar za 2019. godinu.*

## 1. Prihodi i rashodi

Prije nego se krene u detaljniju analizu prihoda i rashoda TO Bar važno je napomenuti da je tokom 2019. godine došlo do izmjene zakona o turističkim organizacijama i drugačijeg načina obračuna iznosa članskog doprinosa (osnova za obračun je ostvarena dobit, a ne promet kako je bilo prethodno rješenje), što je dovelo i do pada prihoda od članskog doprinosa u 2019. godini.

Analiza bilansa uspjeha, bazirana na realizovanim prihodima za 2019. godinu, govori da je TO Bar ostvarila **ukupan prihod** u iznosu od **1.175.416 €**, dok su na drugoj strani ostvareni ukupni **rashodi** u iznosu od **1.197 415 €**.

U 2019. godini je planirano ukupno 112.000 eura prihoda od članskog doprinosa, a naplaćeno je ukupno 71.528 eura što je manje za 40.472 eura u odnosu na planska predviđanja. Ovaj pad (koji je rezultat promjene zakonske regulative) u naplati članskog doprinosa nije uticao na realizaciju aktivnosti TO Bar tokom 2019. godine.

Tabela 1. Pregled **prihoda i rashoda** u 2018. i 2019. godini

r.b.	OPIS	Ostvareno 2018. €	Plan 2019. €	Ostvareno 2019. €	Index	
1	2	3	4	5	6(5:3)	7(5:4)
1.	<b>PRIHODI</b>	<b>1 077 081</b>	<b>1 230 500</b>	<b>1 175 416</b>	<b>109</b>	<b>96</b>
1.	Boravišna taksa	707 480	793 500	794 003	112	100
2.	Turistička taksa	251 122	275 500	293 259	117	107
3.	Članski doprinos	84 906	112 000	71 528	84	64
4.	Ostali prihodi	33 573	50 000	16 626	50	33
2.	<b>RASHODI</b>	<b>997 300</b>	<b>1 230 500</b>	<b>1 197 415</b>	<b>120</b>	<b>97</b>
2.1.	Troškovi zarada, naknada zarada i ostali lični rashodi	331 446	285 000	289 465	87	102
2.2.	Troškovi amortizacije	15 429	5 000	16 979 <sup>2</sup>	110	340
2.3.	Ostali poslovni rashodi	650 425	940 500	890 971	137	95
3	<b>RAZLIKA</b>	<b>79 781</b>		<b>-21 999</b>		

Analizirajući prezentiranu bilansnu šemu, može se zaključiti da su ukupni ostvareni prihodi za 9% veći u odnosu na uporednu godinu, a u odnosu na plan prihodi su manji za 4%.

Napominjemo da je u ovoj godini zabilježen veći prihod od **boravišne takse** u odnosu na predhodnu godinu, što u procentima iznosi 12%, a u odnosu na plan prihodi su na istom nivou. To je prije svega izazvano većim prilivom turista, kao i efikasnom naplatom od strane TO Bar i

<sup>2</sup> Trošak je veći iz razloga što se tokom 2019. godine počelo sa amortizovanjem vrijednosti turističkog vozila „Ćiro“, kao i zbog amortizacije novogodišnjih kućica koje su izgrađene krajem godine.

Uprave lokalnih javnih prihoda Opštine Bar. Naime, u cilju bolje informisanosti, efikasnije prijave turista i što veće naplate boravišne takse, TO Bar je otvorila 11 Turističko informativnih biroa u svim turističkim mjestima opštine i zaposlila sezonsku radnu snagu.

Iskazano u tabeli, naplata **turističke takse** je zabilježila rast od 17% u odnosu na predhodnu godinu.

**Članski doprinos** je zabilježio pad koji je u odnosu na prethodnu godinu 16% manji, a u odnosu na planska predviđanja 36% manji.

Naplaćena sredstva svrstana u **Ostali prihodi**, su za 50% manja u odnosu na predhodnu godinu, a u odnosu na plan prihodi su manji za 66%. Od ostalih prihoda ostvareno je od provizije koju ostvarujemo od Pošte CG u iznosu od 7,9 hiljade eura, preko koje se vrši uplata naplaćene boravišne takse, zatim od prodaje suvenira prihodovano je 150 eura, od participacije za učešće na sajmovima prihodovano je 2 hiljade eura, od participacije za klizalište 3,8 hiljade eura, od zakupa kućica za za Novogodišnji happening 1,3 hiljade eura, zakupa štandova 1 hiljada eura i cca 1 hiljada ostalih prihoda.

Tabela 2. Tabelarni prikaz **prihoda** TO Bar u 2018. i 2019. godini

r.b.	OPIS	Ostvareno u 2018. €	Plan u 2019. €	Ostvareno 2019. €	Index	
1	2	3	4	5	6 (5:3)	6 (5:4)
1.	Boravišna taksa	707 480	793 500	794 003	112	100
2.	Turistička taksa	251 122	275 000	293 259	117	107
3.	Članski doprinos	84 906	112 000	71 528	84	64
4.	Ostali prihodi	33 573	50 000	16 626	50	33
	<b>UKUPNO</b>	<b>1 077 081</b>	<b>1 230 500</b>	<b>1 175 416</b>	<b>109</b>	<b>96</b>

## ANALIZA PRIHODA TO BAR 2005 – 2019

### I BORAVIŠNA TAKSA

Godina	Obračun Pravna l. 100 %	Obr/upl. Fizička l. 100 %	Obračun Ukupno 100 %	UPLATA 100 %
2005	210 557	60 746	271 303	186 142
2006	195 090	48 236	243 326	228 940
2007	231 061	116 206	347 267	434 853
2008	213 710	83 413	297 123	289 265
2009	156 428	72 547	228 975	188 265
2010	165 195	159 387	324 582	302 272
2011	184 679	194 200	378 879	345 383
2012	203 097	212 854	415 951	384 714
2013	199 969	239 664	439 633	443 597
2014	144 303	221 080	365 383	370 800
2015	154 463	409 084	563 547	552 083
2016	243 127	583 525	826 652	785 645
2017	274 795	554 499	829 294	850 760
2018	214186	620836	835 022	884350
2019	241 643	696 970	938 613	992 504

Obračun Pravna l. 80 %	Obr/upl. Fizička l 80 %	Obračun Ukupno 80 %	UPLATA 80 %
168 446	48 597	217 042	148 914
156 072	38 589	194 660	183 152
184 849	92 965	277 813	347 883
170 968	66 730	237 699	231 412
125 142	58 038	188 504	150 612
132 156	127 510	259 666	241 818
147743	155 360	303 103	276 307
162 478	170 283	332 761	307 771
159 975	191 731	349 339	354 878
115 442	176 864	292 306	296 640
123 570	327 267	445 393	441 666
194502	466 820	661 322	628 516
219 836	443 599	663 435	680 608
171349	496668	668018	707480
193 314	557 576	750 890	794 003

### II ČLANSKI DOPRINOS

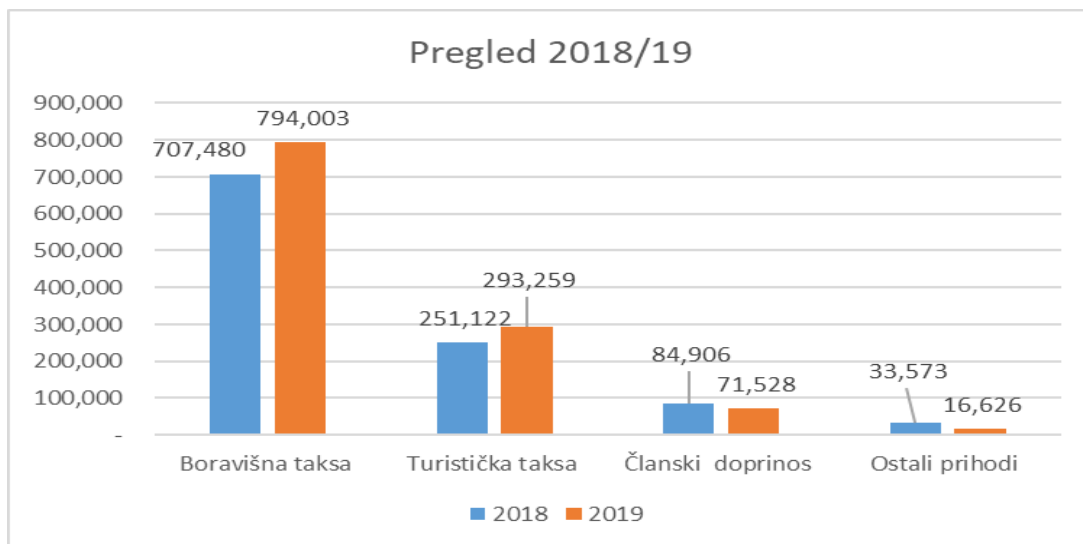
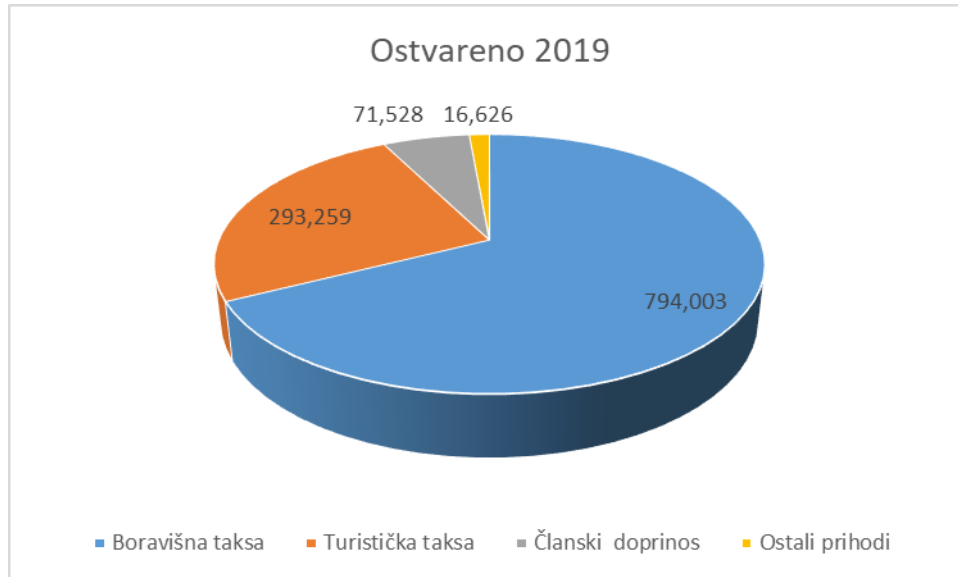
Godina	UPLATA 100 %	UPLATA 70 % Od 2017. 60%
2005	6 282	4 398
2006	100	70
2007	3 228	2 260
2008	43 440	30 408
2009	62 691	43 884
2010	27 965	19 576
2011	49 530	34 671
2012	26 097	18 268
2013	46 192	32 334
2014	50 611	35 427
2015	105 264	73 685
2016	85 467	59 827
2017	131 302	78 781
2018	141 510	84 906
2019	119 214	71 528

### III TURISTIČKA TAKSA

Godina	UPLATA 100%	UPLATA 40 %
2008	50 155	20 049
2009	189 180	75 672
2010	230 755	92 302
2011	294 437	117 775
2012	355 822	142 329
2013	382 234	152 893
2014	409 775	163 910
2015	423 927	169 571
2016	611 920	244 768
2017	638 075	255 230
2018	627 805	251 122
2019	733 148,2	293 259



## Pregled prihoda 2019



Kao što se vidi iz tabele, boravišna taksa je naplaćena u iznosu od 794 hiljada €.

Turistička taksa je naplaćena u iznosu od 293 hiljada €. Ova dva prihoda **zauzimaju najznačajnije mjesto** u strukturi ostvarenog prihoda: 67 % zauzima boravišna taksa, 25% turistička taksa.

Zatim slijedi, naplata prihoda od 71,5 hiljada € od članskog doprinosa, što u strukturi prihoda iznosi 6%, a od prihoda naznačenih kao Ostali prihodi 16,6 hiljade € i u ukupnoj strukturi učestvuju sa cca 1%.

Tabela 3. Tabela prikaz rashoda TO Bar u 2018. i 2019. godini

r.b.	OPIS	Ostvareno 2018. €	Plan 2019. €	Ostvareno 2019. €	Index	
					6 (5:3)	7 (5:4)
1	2	3	4	5	6 (5:3)	7 (5:4)
1.	Informativno propagandna djelatnost	103 723	204 000	223 513	215	110
2.	Izrada inform. prop. materijala	32 595	51 500	53 984	166	105
3.	Izrada suvenira, video materijala, atrakcija	20 755	12 000	7 813	38	65
4.	Unapređenje turističke infrastrukture	-	-	-	-	-
5.	Organizovanje manif.	257 447	327 500	357 032	139	109
6.	Istra. i praćenje tržišta	3 502	14 000	9650	276	69
7.	Inicijativa, koordinacija, edukacija	268	13 000	9335	3483	72
8.	Troškovi poslovanja- tekući troškovi	138 541	87 500	135 630	98	155
9.	Nabavka osnovnih sredstava	-	3 000	-	-	-
10.	Plate i ost. lična primanja zaposlenih i organa upr.	335 787	285 000	289 465	86	102
11.	Strateška dokumenta <sup>3</sup>	-	70 000	-	-	-
12.	Ostale aktivnosti	32 218	5 000	31 375	97	627
13.	Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude	11 814	79 000	22 868	194	29
14.	Projekti valorizacije kulturne baštine <sup>4</sup>	48 650	79 000	56 750	117	72
15.	Kreditna sredstva za rješavanje stambenih potreba zaposlenih	12 000	-	-	-	-
	<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>997 300</b>	<b>1 230 500</b>	<b>1 197 415</b>	<b>120</b>	<b>97</b>

Kao što se iz prezentirane tabele vidi ostvareni rashodi su, u odnosu na uporednu 2018. godinu zabilježili rast od 20%, međutim od plana odstupaju 3%.

<sup>3</sup> Iznos nije potrošen tokom 2019 godine jer je krajem godine raspisan tender za izbor ponuđača.

<sup>4</sup> Rok za završetak projekata je bio 15. januar 2020. godine pa se posljednja isplata sredstava izvršila u toku januara/februara 2020. godine te iz tog razloga nije dio finansijskog izvještaja.

**I Troškovi informativno-propagandne djelatnosti** - u ukupnoj strukturi rashoda ovi troškovi učestvuju sa 19 %, sa ostvrenim iznosom od cca 223,5 hiljada € i na trećem su mjestu po veličini ostvarenih troškova. U odnosu na uporednu godinu zabilježili su rast od 15%, a u odnosu na plan rast od 10%. Za sajmove koji su detaljno opisani u Izvještaju o radu potrošeno je cca 100 hiljada €, za ostale troškove informativno-propagandne djelatnosti (WEB prezentacije, bilbordi i troškove grupa stranih novinara i turoperatora) 23,5 hiljada €.

**II Troškovi izrade informativno propagandnog materijala** - u ukupnoj strukturi rashoda ovi troškovi učestvuju sa 4,5% , i iznose 53,9 hiljada €. U uporednoj godini 32,5 hiljada €, što bilježi rast od 66%, a u odnosu na planska predviđanja rast od 5%.

**III Troškovi izrade suvenira, video materijala i atrakcija** su iznosili 7,8 hiljada € što je u odnosu na uporednu godinu manje za 62 %, a u odnosu na planska predviđanja zabilježen je pad od 35 %.

**IV Organizovanje manifestacija** - posmatrajući strukturu ostvarenih rashoda po aktivnostima zaključuje se da je za **organizovanje raznih manifestacija** u gradu utrošeno 357 hiljada €, što je u odnosu na uporednu godinu 39% više, a u odnosu na planska predviđanja zabilježeno je povećanje od 9 %.<sup>5</sup>Za ovu strukturu troškova planom za 2019. godinu je bilo predviđeno 327,5 hiljada €, a utrošeno je 9 % više. Za manifestaciju „Ljeto sa zvijezdama“ – utrošeno je 119,6 hiljada €, zatim za barski novogodišnji hepening 2019. godine – utrošeno je 101,3 hiljada €, za manifestacije „Za još ljepši grad“, „Najljepši novogodišnji izlog“ utrošeno je 4,9 hiljada €. Za brojne manifestacije organizovane u opštini, TO Bar je izdvojila sledeća sredstva: „Maslinijada“-12,7 hiljade eura, „Krajinska koštanijada“ 8,7 hiljade eura, „Spičansko veče“ – 12,5 hiljada eura, „Šušanjnska noć“ 8,5 hiljada eura, Dan Bara 7,9 hiljada eura, „Festival vina i ukljeve“ 30,5 hiljada €<sup>6</sup>, Dan zaljubljenih 9,1 hiljada eura, „Noć velikog pjeska“ 8 hiljada eura, dok je za „Festival grožđa“ utrošeno 18,4 hiljade eura. Za organizovanje manifestacija „Pohod u planine“ i „Igre bez granica“ utrosena su sredstva u iznosu od 14,2 hiljade €.

**V Troškovi istraživanja i praćenja tržišta** su planirana 14 hiljada €, a u toku 2019-e je utrošeno 9,6 hiljade €, što pokazuje da ostvareni troškovi manji za 31% u odnosu na planirana sredstva, dok su za 176% veća u odnosu na uporednu godinu.

**VI Inicijativa, koordinacija, edukacija** - troškovi iz ove grupe iznose 9,3 hiljade €, što u odnosu na prethodnu godinu bilježi značajan rast, dok u odnosu na planirana sredstva bilježi pad od 28%.

**VII Troškovi poslovanja i tekući troškovi** iznose 135,6 hiljada €, u odnosu na predhodnu godinu bilježi se pad od 2%, a u odnosu na planska predviđanja su veći za 55%.

Radi se o troškovima: amortizacije, zakupa, struje, ptt, vode, potrošnog kanc.materijala, stručnih usluga, stručne literature, servisnih usluga, osiguranja auta, platnog prometa, kamata itd. Radi boljeg pregleda izdvojićemo najznačajnije stavke ovih troškova: 16,9 hiljada € amortizacija, 9,7 hiljada € PTT, 14,8 hiljada € potrošni kancelarijski materijal i materijal za tekuće održavanje osnovnih sredstava, 13,8 hiljada € zakup prostora, 30,2 hiljada € neproizvodne usluge (revizija, računovodstvene usluge, pravne usluge, usluge prevodioca, konsultanske usluge, usluge programera ), 4,2 hiljade eura troškovi platnog prometa, ostali nematerijalni troškovi 0,8 hiljada

<sup>5</sup> Tokom 2019. godine održana su dva Festivala vina i ukljeva (jer je došlo do odlaganja festivala tokom 2018. godine)

eura, 4,5 hiljada € elektr. energija, 2,7 hiljada € utrošeno za gorivo, 13,5 hiljada eura za komunalne usluge itd.

## VIII Zarade zaposlenih i ostala lična primanja

Tabela 5. Zarade u 2019. godinu

TROŠKOVI ZARADA	UPLATA 100%
Neto zarade	144 063
Porez na zarade	22 231
Doprinosi	79 518
Troškovi naknada za IO	16 384
Troškovi naknada za NO	1 081
Ostala lična primanja	1595
Troškovi ugovora o djelu i rada komisije	11 511
<b>UKUPNO:</b>	<b>276 383</b>

### Plate i ostala lična primanja zaposlenih,

U Turističkoj organizaciji Bar je u 2019. godini bilo zaposleno ukupno 44 radnika ( 9 zaposlenih na neodređeno, jedno imenovano lice i 34 na određeno), a u uporednoj godini je bilo zaposleno ukupno 46 radnika. Neto zarade u 2019. godini su iznosile **144 hiljada €**, dok su neto zarade prethodne godine iznosile **165 hiljada eura**. Doprinosi iznose **79,5 hiljada €**, dok je porez na zarade **22,2 hiljada €**.

Primanja članova organa upravljanja, IO iznose **16,3 hiljada €**, a NO iznose **1 hiljadu €**. Ostala lična primanja odnose se na jubilarne nagrade, pomoć zaposlenima, nagrade.

**U odnosu na prethodnu godinu plate i ostala lična primanja zaposlenih i organa upravljanja su manja za 18%, a u odnosu na planska predviđanja 4 % manja.**

**IX Ostale aktivnosti** - Turistička organizacija Bar se u toku godine, a sve u cilju bolje ponude turističkog proizvoda, uključuje u realizaciju mnogih kulturnih i sportskih dešavanja.

## 2. Stanje sredstava i izvora sredstava

U nastavku teksta dajemo strukturu imovine organizacije i izvora finansiranja navedene imovine na dan 31.12.2019 godine.

Tabela 6. Bilans stanja na dan 31.12.2019. godine

r.b.	OPIS	31.12.2018.	31.12.2019.	index
1	2	3	4	5(4:3)
<b>I</b>	<b>AKTIVA</b>	<b>601 068</b>	<b>595 152</b>	<b>99</b>
1.	Stalna imovina	155 313	183 354	118
2.	Obrtna imovina	445 755	411 838	92
2.1.	Zalihe	23 696	22 514	95
2.1.	Potraž. od kupaca:bor. taksa,tur.taksa i čl.doprin.	11 469	12 449	108
2.2	Dugo. potraž.od radnika	-	-	-
2.3.	Gotovina i got.ekvivalenti	410 590	376 875	92
<b>II</b>	<b>PASIVA</b>	<b>601 068</b>	<b>595 192</b>	<b>99</b>
1.	Kapital	570 656	548 657	96
2.	Dugoročne obaveze	-	-	-
3.	Kratkoročne obaveze	30 412	46 535	153

Vrijednost **aktive** TO Bar, na dan bilansiranja iznosi 595 152 €, a struktura **pasive** govori da na kapital otpada cca 92 %, što znači da ostatak od 8 % čini tuđi kapital.

**Stalna imovina** se odnosi na vrijednost kancelarijske opreme u poslovnoj zgradi TO Bar i prostorijama i 5 TIB-a (montažni objekti, vozila, namještaj, kompjuteri, štampači, klime i druga oprema).

Vrijednost **obrtnih sredstava** (potraživanja od kupaca, dugoročna potraživanja od zaposlenih i novčana sredstva) je 411 838 €, u odnosu na uporednu godinu su manja za 8 %. Potraživanja su veća za 8% u odnosu na prošlu godinu.

**Kratkoročne obaveze** su povećale svoje učešće u strukturi pasive, pa sa iznosom od 46.5 hiljada € čine cca 8 % izvora finansiranja, dok je u prethodnoj godini učešće bilo 5%.