

**INFORMACIJA O PRIPREMI LJETNJE TURISTIČKE SEZONE
2021.**

Bar, jun 2021

Sadržaj

Uvod.....	3
Informativno propagandna djelatnost	4
„WTM Virtual“ od 09. do 11. novembra 2020. godine	4
Travel Bulletin Mediterranean Virtual Showcase – 16. novembar 2020. godine	5
Međunarodna poslovna konferencija WESTM od 15. do 18. novembra 2020. godine	5
ITB Virtual od 9. do 12. mart 2021. godine	5
Moskva – „MITT“ od 16. do 18. mart 2021. godine	6
Kijev – „UITT“ od 11. do 13. mart 2021. godine	6
Regionalna kampanja (Road show 2021) - Srbija	7
Regionalna kampanja (Road show) - Bosna i Hercegovina	7
Regionalna kampanja (Road show) - Sjeverna Makedonija, Kosovo i Albanija	7
Studijske grupe novinara i turističkih agencija	8
Studijska grupa medija i predstavnika turističkih agencija iz Srbije	8
Studijska posjeta - Voyager Ici & Ailleur“	9
Posjeta novinara „REN TV“ iz Rusije i novinara „TV France 1“ iz Francuske	9
Studijska posjeta i B2B sastanak turističkih agencija iz BiH i turističke privrede Bara	9
Realizacija promotivnih kampanja	10
Kampanja „Love in Bar“: Proslavite ljubav u najsunčanijem gradu!	10
Kampanja „DoBAR dio ljeta“	10
Promotivna kampanja Putuj vozom i ostvari popust! Vozom do BARa	10
Kampanja „U društvu prirode“	11
Kampanja „Važno je registrovati smještaj“	11
Izrada turističke karte (plan grada) Bara	11
Organizacija manifestacija	11
Akcija “Pohod u planine”	11
Akcija za još ljepši grad	12
Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude	12
Izrada i revitalizacija turističke signalizacije	12
EU projekti Emoundergounds i Wrecks4all	12
Nagradna igra „Osmislite novu turističku atrakciju“	12
Postavljanje panoramskih klupa	13
Održavanje i popravka postojećih atrakcija u Baru	13
Inicijativa, koordinacija i edukacija	13
Saradnja sa Opštinom Bar	13
Saradnja sa Ministarstvom ekonomskog razvoja, NTO i LTO	13
Saradnja sa Upravom policije - Granična ispostava Bar i Poštom Bar	13
Saradnja sa JP “Radio Bar”	13
Saradnja sa JP „Morsko dobro“	14
Edukacija - Zoom panel diskusija na temu: „Kako se pripremiti za ljetnju turističku sezonu 2021“	14
Zoom sastanci sa turističkom privredom	14
Sastanak Koordinacionog tijela za praćenje i realizaciju turističke sezone	14
Zaključak	15

Uvod

Aktivnosti na pripremi ljetnje turističke sezone se u skladu sa praksom u turizmu odvijaju i do godinu dana unaprijed, međutim obzirom na opšte poznatu situaciju sa Covid 19 odvijale su se pod nešto drugačijim okolnostima.

Prethodna godina je bila veoma nepovoljna po turistički promet u Baru i Crnoj Gori, pokazala je svu ranjivost turizma kao pojave, ali isto tako i pokazala da se kroz saradnju privatnog i javnog sektora mogu mnogo lakše i efikasnije prevazilaziti prepreke u poslovanju.

Pripreme za ljetnju turističku sezonu 2021. su započete krajem prethodne godine i nastavile se tokom prve polovine ove godine. Neke od aktivnosti su i dalje u toku. Većina aktivnosti koje se tiču promocije i razvoja turističkog proizvoda su se odvijale pod drugačijim uslovima i uz značajnu primjenu savremenih tehnologija, a naročito kada je u pitanju promocija.

Među promotivnim aktivnostima se izdvajaju nastupi na virtuelnim sajmovima turizma, organizacije studijskih posjeta medija i turističkih agencija, promocija na društvenim mrežama i globalnim pretraživačima, oglašavanje u zemlji i inostranstvu (okruženju) i dr.

Informativno propagandna djelatnost

Turistička organizacija Bar je učestvovala na znatno manjem broju sajмова turizma od kojih su se neki održali i u virtualnom obliku gdje je prezentovana turistička ponuda barske opštine. Osim navedenog ponuda se predstavila i kroz:

1. Distribuciju kompletnog reklamno propagandnog materijala;
2. Brojne izjave za TV, elektronskim i štampanim medijima;
3. Direktni kontakt sa turoperatorima i turističkim agencijama i
4. Direktni kontakt sa individualnim posjetiocima.

Tržište	Sajamske prezentacije	Termin održavanja
	2020. godina	
	WTM Virtual (London)	9.-11. novembar
	Travel Bulletin Mediterranean Virtual Showcase	16. novembar
	WESTM Virtual (Beograd) – MICE sajam	15.-18. novembar
	2021. godina	
	ITB Virtual	9.- 12.mart
	MITT Moskva	16. – 18.mart
	UITT Kijev	11. – 13.mart
Region	Road show Srbija (Niš, Novi Sad, Beograd)	24.maj 26.maj 27.maj
	Road show Bosna i Hercegovina (Banja Luka, Sarajevo)	31.maj 2.jun
	Road show Sjeverna Makedonija - Skoplje	7.jun
	Road show Kosovo - Priština	8.jun
	Road show Albanija - Tirana	9.jun

„WTM Virtual“ od 09. do 11. novembra 2020. godine

Turistička organizacija Bar predstavila je svoju ponudu na jednom od najvećih svjetskih turističkih sajмова- "World Travel Market" (WTM) koji se prošle godine, nakon 40 godina kontinuiranog fizičkog održavanja u Londonu, po prvi put održao u virtualnom obliku. Virtualni susreti, forumi i konferencije održavali su se od 7.00h do 22.00h, kako bi se uskladile sve vremenske zone. Tokom sajma predstavnici turističke organizacije Bar održali su preko 50 sastanaka sa najznačajnijim turoperatorima, blogerima, predstavnicima medija prije svega sa tržišta Velike Britanije, ali i sa ostalih emitivnih tržišta, kako bi razmotrili mogućnosti za saradnju na planu promocije za narednu godinu. Održani su sastanci sa predstavnicima uticajnih globalnih medija među kojima su: National Geographic Traveller, GoNomad Travel, Wanderlust, Luxury Travel Blog, Profi.Travel media company, The Intrepid Guide, HipTraveler, Travel Tab TV, The Independent i drugi. Takođe, održani su i sastanci sa predstavnicima turoperatora među kojima su: Saga Holidays, Beach Tours, JTA Travel Group, Oasis Travel, Luxury Events, Lotus Voyager Ltd, Your Tourism Partner, Vosaio Travel Limited, Daily Tours, EST Holiday Ltd, kao i sa brojnim influencerima,

blogerima, freelance novinarima i fotografima koji su od važnosti za promociju putem digitalnih kanala.

U okviru virtuelnog štanda Nacionalne turističke organizacije Crne Gore svoju ponudu predstavila je i lokalna turistička organizacija Budve, hotelske kompanije HG Budvanska Rivijera, HG Montenegro Stars i Beppler & Jacobson, kao i novi hotel Blue Kotor Bay. Kao rezultat nastupa TO Bar na sajmu turizma WTM virtual, najpoznatiji britanski turistički magazin za putovanja „National Geographic Traveler“ je objavio promo oglas o Baru, u kome se naš grad nalazi na listi 35 destinacija idealnih za odmor.

[Travel Bulletin Mediterranean Virtual Showcase – 16. novembar 2020. godine](#)

U okviru „Travel Bulletin's Mediterranean Virtual Showcase-a“, turoperatorima i agentima iz Velike Britanije predstavljena je turistička ponuda Bara. Ovaj online trening (e-learning) program je bio veoma uspješan, a prisustvovalo mu je ukupno 166 učesnika. Na ovom webinaru, direktor TO Bar Emil Kukulj, učesnike je upoznao sa kompletnom turističkom ponudom Opštine Bar. Učesnici su iskazali veliko interesovanje za destinaciju, a imali su i brojna pitanja koja su se ticala avio dostupnosti, cijena smještaja i hrane u restoranima, lokalnog prevoza, rent-a-car usluga i dr. Osim TO Bar svoju ponudu na webinaru predstavili su i Hrvatska turistička zajednica, Constantinou Bros Hotels (Kipar) i Dome Resorts (Grčka).

[Međunarodna poslovna konferencija WESTM od 15. do 18. novembra 2020. godine](#)

Turistička organizacija Bar učestvovala je na međunarodnoj poslovnoj konferenciji WESTM, jedinstvenom poslovnom događaju u Srbiji, namijenjenom turističkoj industriji koji je zbog cjelokupne zdravstvene situacije održan online u periodu od 15. do 18. novembra.

Ovaj poslovni sajam je bio odlično mjesto za ostvarenje novih poslovnih kontakata, jer svake godine na njemu učestvuje oko stotinu organizatora događaja, turoperatora, hotelijera, turističkih organizacija iz regije, Evrope i svijeta, ali i svetski priznatih stručnjaka iz oblasti MICE i ostalih vidova turizma, jer poslovne sastanke, prati i konferencija. Održani su sastanci sa predstavnicima turističkih agencija, turoperatora kako iz regiona tako i iz ostalih djelova svijeta.

Posljednjeg dana konferencije održana je i panel diskusija pod nazivom „Turizam u regiji Jugoistočne Evrope u 2021. godini“ na kojem je učestvovala i Turistička organizacija Bar sa panelistima iz zemalja u okruženju koji bi trebalo da doprinese boljoj saradnji u vrijeme i neposredno nakon pandemije.

Osim Turističke organizacije Bara, izlagači na WESTM-u su bili i predstavnici Nacionalne turističke organizacije i Turističke organizacije opštine Budve, hotelska kompanija HG Montenegro Stars Hotel Group, Falkensteiner hotel, hotel Hilton Podgorica, hotel Blue Kotor Bay, Institut „Dr Simo Milošević“ AD, a čitav događaj je organizovan od strane „Turističke prizme“. Tokom konferencije održana su i brojna predavanja na kojima su govornici bili neki od najuticajnijih ljudi u industriji događaja (MICE) u svijetu, Džejms Flic, predsjednik Nacionalne asocijacije za Katering i Događaje Sjedinjenih Američkih Država i Direktor za događaje Ric-Karlton hotela u Nju Orleansu kao i mnogi drugi.

[ITB Virtual od 9. do 12. mart 2021. godine](#)

Turistička organizacija Bar na virtuelnom štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, a u saradnji sa drugim lokalnim turističkim organizacijama, turističkom privredom, predstavila je turističku ponudu na vodećem svjetskom turističkom sajmu

ITB u Berlinu , koji se prvi put održao putem online platforme u periodu od 9. do 12. marta.

Turistička organizacija Bar već dugi niz godina aktivno učestvuje na sajmu turizma u Berlinu te se tradicija nastavlja i ove godine, u formatu prilagođenom uslovima epidemije koronavirusa. Učestovanje na ovogodišnjem izdanju posebno je bilo važno kako bi se razmjenom iskustava utvrdio put oporavka od krize izazvane epidemijom te osnažile pripreme za predstojeću sezonu.

Ova međunarodna turistička berza bila je prilika za uspostavljanje saradnje sa predstavnicima turističke privrede iz Njemačke ali i drugih država. Tokom sajma, uprkos tehničkim smetnjama na ITB platformi, održan je određen broj on-line sastanaka sa predstavnicima turoperatora, medija, influensera.

Moskva – „MITT“ od 16. do 18.mart 2021. godine

Turistička ponuda opštine Bar je sa uspjehom predstavljena na sajmu turizma “MITT 2021” koji se održao u periodu od 16. do 18. marta u Moskvi, a na štandu Nacionalne turističke organizacije Crne Gore.

Ovo je prvi sajam turizma koji se održao “uživo” i kao što je i očekivano nastup se realizovao pod specifičnim uslovima i mjerama. U odnosu na prethodna izdanja bilo je značajno manje izlagača, ali i posjetilaca koji su se uglavnom interesovali za pasivni odmor na plažama, ponudu smještaja, gastronomiju, kulturu, aktivni i vjerski turizam i dr.

Tokom sajma održani su sastanci sa predstavnicima medija među kojima su bili Profi Travel - popularna online praltforma za edukaciju turoperatora i turističkih agencija (170 hiljada posjetilaca mjesečno), TTG i Interfax – poslovni turistički portali sa aktuelnim informacijama iz oblasti turizma (445 hiljada posjetilaca mjesečno), Tonkosti Turizma – portal namijenjen turistima o najpopularnijim destinacijama sa 1,9 miliona posjetilaca mjesečno, Votpusk i Euromag – portali namijenjen turističkoj industriji sa opisom destinacija, revizijama i informacijama o punudi (300 hiljada posjetilaca mjesečno), 100 dorog – najstariji portal na ruskom tržištu o informacijama za turiste sa oko 77 hiljada posjeta mjesečno.

Među predstavnicima medija vladalo je veliko interesovanje za ponudu naše opštine, a poseban akcenat je stavljen na ljetnju turističku sezonu, uslove pod kojima će se odvijati, gastronomiju i kulturu, ali i avio povezanost sa Crnom Gorom. Rezultat ovih sastanaka su i određene afirmativne objave o turističkoj ponudi opštine Bar u Profi Travel, Rata news, TTG Russia, Votpusk, Tonkosti, Euromag, Tury, Geozet, Saletour, a u narednom periodu se očekuju i druge.

Kijev – „UITT“ od 11. do 13.mart 2021. godine

Turistička organizacija Bar predstavila je turističku ponudu Bara u Kijevu na 26. međunarodnom turističkom sajmu „Uitt - Kyev International Travel & Tourism Exhibition 2021“, koji se održava u periodu od 11. do 13. maja.

Bez obzira što je datum održavanja sajma više puta odlagan zbog epidemiološke situacije posjeta je bila na zavidnom nivou, naročito prvog i drugog dana sajma. Ostvaren je kontakt sa predstavnicima brojnih turoperatora koji su iskazali interesovanje za Bar, marketinškim agencijama, ali i sa predstavnicima Turističke organizacije Kijeva.

Crnogorski štand je posjetila i ambasadorka Crne Gore u Ukrajini Dragica Ponorac i državna sekretarka za turizam u Ministarstvu ekonomskog razvoja Ivana Đurović, a svoju ponudu na štandu NTOCG su osim TO Bar predstavili TO Budva, hotelske kompanije „Montenegro Stars“ i “Budvanska Rivijera“.

Regionalna kampanja (Road show 2021) - Srbija

Turistička organizacija Opštine Bar je započela regionalnu promotivnu kampanju nastupima u Srbiji, sa prezentacijama u Nišu, Novom Sadu i Beogradu.

U regionalnoj kampanji pored organizatora Nacionalne turističke organizacije Crne Gore su učestvovala i lokalne turističke organizacije Budve, Kotora, Tivta, Podgorice, Kolašina, Žabljaka i Pljevalja.

Na trgovima pomenutih gradova se distribuirao reklamno propagandni materijal i predstavljena je aktuelna turistička ponuda Opštine Bar. Turistička organizacija je u sva tri grada dodijelila besplatna ljetovanja u Barskoj rivijeri koja uključuju pet noćenja na bazi polupansiona za dvije osobe.

Pored nastupa na trgovima organizovani su i sastanci sa predstavnicima turističke privrede i predstavnicima medija. Tom prilikom su pored aktuelne turističke ponude predstavljeni i zdravstveni protokoli koji su na snazi u Crnoj Gori.

Najveće interesovanje iskazano je za cijene u hotelskom i privatnom smještaju kao i uslove koji se odnose na prelazak granice.

Regionalna kampanja (Road show) - Bosna i Hercegovina

Turistička organizacija Bar je prvog dana posjete BiH na trgu Krajina, u Banja Luci zajedno sa LTO Podgorice, Budve, Tivta, Kotora u saradnji sa NTOCG, promovisala ponudu opštine Bar.

Veliku zainteresovanost za ono šta Crna Gora i grad Bar nude pokazalo je pristustvo velikog broja predstavnika bosanskih medija i to: Javni servis BiH BHTV, Javni servis RTRS, Elta Tv, ATV, Rado RS, Nezavisne novine, BN TV, portal Mondo.ba, Faktor.ba i Banjaluka.com ali i stanovnika Banja Luke koji su sa nestrpljenjem pričali o svojim planovima za dolazak u naš grad.

Nakon promocije na trgu, u hotelu "Courtyard by Marriott" organizovan je radni ručak na kom su predstavnici medija i privrede bili u prilici da se upoznaju sa turističkom ponudom našeg grada uživajući u kratkom filmu o Baru, kao i u crnogorskoj gastro i vinskoj ponudi.

Drugi dan posjete BiH, protekao je takodje radnim ručkom u Sarajevu, u restoranu "Pivnica" gdje su prisustvovali predstavnici medija i turističke privrede i to: VIP HD TV, Nova BH TV, Avaz, Azra, Faktor, Visit BiH, Bussines Magazin, In Store, Ladies In, Ekskluziva, FBL, BH Radio, Oslobođenje, Radio Sarajevo, Furaj.ba, FACE TV, Centrotours Agencija, Agencija Passport, Relax Tours. Ovaj događaj su svojim prisustvom uveličali Načelnik Ibrahim Hadžibajrić i Ambasador Crne Gore u BiH Radovan Miljanić. Tokom oba dana posjete, Turistička organizacija Bar, u okviru nagradne igre koja je organizovana za predstavnike medija, podijelila je vrijedne nagrade – 5 noćenja sa doručkom za dvije osobe u hotelskom smještaju.

Regionalna kampanja (Road show) - Sjeverna Makedonija, Kosovo i Albanija

Turistička organizacija opštine Bar je nakon uspješno održanih promocija u Srbiji i BiH nastavila sa promotivnim aktivnostima na regionalnom tržištu. U okviru kampanje „Road show 2021” TO Bar je zajedno sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i lokalnim turističkim organizacijama Budve, Tivta, Kotora, Ulcinja, Podgorice, Kolašina i Rožaja predstavila ponudu za nastupajuću ljetnju turističku sezonu u Skoplju, Prištini i Tirani.

U ponedjeljak, 7. juna, upriličen je susret s medijima u skopskom restoranu „Oreov lad”, kojem su, pored predstavnika NTO CG i lokalnih LTO-a Tivta, Budve i Tivta

prisustvovali i predstavnici turističkih agencija iz Sjeverne Makedonije. Ponuda Crne Gore prezentovana je nekim od najznačajnijih medija među kojima su: novinska agencija MIA, TV Telma, TV 21, MTM, Skopska TV, Kanal 5, portal Nova TV, Net Press i drugi. Sastanku je prisustvovao direktor Agencije za promociju i podršku Republike Sjeverne Makedonije g. Ljupče Janevski, kao i Ambasadorica Crne Gore u Sjevernoj Makedoniji Marija Petrović, a na istom je bilo riječi o potencijalnoj saradnji na planu promocije na udaljenim tržištima. Ocijenjeno je da bi u cilju kreiranja regionalnih tura za goste sa dalekih tržišta, od velikog značaja bilo uvođenje avio linije na relaciji Skoplje-Podgorica.

Sljedećeg dana održana je promocija u restoranu „Villa Germia” u Prištini, gdje su se u predstavljanju turističke ponude Crne Gore pridružile i LTO-i Ulcinja, Kolašina i Rožaja, kao i predstavnici Ambasade Crne Gore na Kosovu. Događaj su medijski ispratili Kanal 10, koji je prenosio promociju uživo, kao i televizije RTK1, RTK2 i RTV21.

Nakon predstavljanja ponude u Prištini uslijedila je i promocija u Tirani, u srijedu, 9. juna. U glavnom gradu Albanije upriličen je susret crnogorskih turističkih poslenika sa predstavnicima medija u hotelu „Rogner”. Pored NTO CG i gore navedenih LTO-a ovom događaju u Tirani su prisustvovali i LTO-i Kotora i Podgorice. Svi prisutni su upoznali medije sa ponudom svojih gradova i Crne Gore kao turističke destinacije, te poželjeli srdačnu dobrodošlicu potencijalnim turistima sa ovog tržišta. Ni na ovoj prezentaciji nije izostalo prisustvo predstavnika crnogorske ambasade u Albaniji, a isti su ispratili sljedeći mediji: Nacionalna televizija RTSH, TV Report i portal shqptarija.com.

Studijske grupe novinara i turističkih agencija

Studijska grupa medija i predstavnika turističkih agencija iz Srbije

U okviru intenzivne promocije Bara na tržištu zemalja okruženja Turistička organizacija Bar je u saradnji sa partnerima realizovala studijsku posjetu predstavnika turističkih agencija i medija iz Srbije u periodu od 26. do 28. aprila. Radi se o prvoj većoj studijskoj grupi ove godine koja je izazvala veliko interesovanje učesnika, a koju su činili predstavnici 53 turističke agencije sa cijele teritorije Srbije kao i više od 10 predstavnika medija.

Program posjete je bio osmišljen tako da se predstave svi najbitniji turistički potencijali Bara, kultuno nasljeđe, prirodne ljepote, gastronomska ponuda, ali i omogućiti uspostavljanje poslovne saradnje sa turističkom privredom.

Prvog dana posjete organizovana je konferencija u hotelu Princess na kojoj su predstavnici medija, ali i agencija upoznati sa informacijama o pripremi ljetnje turističke sezone u Baru, nakon čega je upriličena i B2B radionica. Prisutnima se na početku obratio predsjednik Opštine Bar Dušan Raičević koji je naglasio da je godina iza nas iskorištena da proširimo vidike i da pokušamo da prezentujemo sve one do sada neotkrivene ljepote našeg grada, a predstavio je i najznačajnije infrastrukturne projekte koji se realizuju na teritoriji barske opštine. Nakon Raičevića prisutnima se obratila direktorica NTO CG, Ana Marković Tripković koja je iskazala zadovoljstvo posjetom, naglasila da je epidemiološka situacija mnogo bolja nego u prethodnom periodu te da ćemo spremno dočekati goste iz Srbije, ali i sa drugih emitivnih tržišta. Direktor TO Bar, Emil Kukalj predstavio je cjelokupnu turističku ponudu Bara, sa

fokusom na ljetnju turističku sezonu, ali i ponudu koja se odnosi na aktivne odmore. Nakon završene konferencije i B2B sastanaka organizovana je posjeta Starog Bara, najvećeg maslinjaka u Baru (Džidžarina), Stare masline i dvorca kralja Nikole. Ovu studijsku posjetu TO Bar je realizovao u saradnji sa brojnim partnerima među kojima su TA Allegra, hoteli Del Medio, Sea Fort, Stara Čaršija Resort & Spa i Princess, Kulturni centar Bar, Društvo maslinara, Nacionalni Parkovi Crne Gore i dr. Partner na ovom projektu je i Turistička organizacija Beograda koja je dala značajan doprinos kada je u pitanju studijska posjeta predstavnika medija, a sa kojom TO Bar ima tradicionalno dobru saradnju.

Studijska posjeta - Voyager Ici & Ailleur“

Novinar poznatog časopisa za putovanja Lucas Lahargoue boravio je u studijskoj posjeti Baru, gdje se upoznao sa turističkom ponudom naše opštine. Ovu studijsku posjetu realizovala je NTO CG, dok je kompletnu organizaciju u Baru preuzela TO Bar. Posjeta je započeta obilaskom Centra za posjetioce na Vranjini, a nakon kratkog obilaska i upoznavanja sa svim znamenitostima Virpazara, jednog od najposjećenijih mjesta u Baru uslijedilo je krstarenje Skadarskim jezerom.

Voyager Ici & Ailleur je jedan od najčitanijih magazina koji se bave turizmom u Francuskoj, izlazi dvomjesečno u 55.000 kopija, a prosječan broj čitalaca je oko 90.000. Članak na 15 strana o Crnoj Gori će biti objavljen u ljetnjem izdanju časopisa, tačnije krajem juna 2021. godine, a fokus će biti na crnogorskom primorju i Skadarskom jezeru.

Ovu studijsku posjetu je podržao Kulturni centar Bar koji je obezbijedio besplatne ulaznice, NP Crne Gore, dok se Turistička organizacija Opštine Bar pobrinula za kompletnu organizaciju posjete na teritoriji barske opštine i podijelila im propagandni materijal kao i poklon dobrodošlice.

Posjeta novinara „REN TV“ iz Rusije i novinara „TV France 1“ iz Francuske

Prvog dana posjete, 24. maja, za ekipu „REN TV-a“ organizovan je izlet brodom tokom kojeg gosti nijesu skrivali oduševljenje netaknutom prirodom, kulturno-istorijskim nasljeđem, a posebno simbolom Skadarskog jezera, kudravim pelikanom kojih ima u sve većem broju zahvaljujući adekvatnoj zaštiti i brizi Nacionalnog parka Skadarsko Jezero. Nakon povratka u Konobu u Virpazaru, glavna tema bila je snimanje kako se pravi poznata riblja čorba sa Skadarskog jezera.

25. maja, novinar i snimatelj „TV France 1“ su takođe posjetili Skadarsko jezero, snimili su krstarenje Skadarskim jezerom, ali i plažni kompleks „Pješačac“, izgrađenim u tradicionalnom stilu. Novinar i snimatelj još jednom su nam potvrdili koliko je naša jezerska obala istinski čarobna. Nakon obilaska Skadarskog jezera, uslijedila je degustacija vina u lokalnoj vinariji gdje su upoznati sa procesom proizvodnje.

Studijske posjete su realizovane u saradnji sa NTO CG, dok je TO Bar u saradnji sa partnerima bila zadužena za kompletnu organizaciju na teritoriji opštine Bar.

Studijska posjeta i B2B sastanak turističkih agencija iz BiH i turističke privrede Bara

TO Bar je organizovala studijsku posjetu i B2B sastanak turističkih agencija iz BiH i turističke privrede Bara u saradnji sa partnerima, turističkom agencijom Allegra, hotel rizortom „Ruža vjetrova“ i dr. Agencijama su se na događaju obratili pomoćnik direktora NTO CG Aleksandra Maksimović i direktor TO Bar Emil Kukalj.

Bar je posjetilo 15 značajnih agencija sa ovog emitivnog tržišta, posjetili su cijelu destinaciju, jezersku i jadransku obalu. Bili su u prilici da se upoznaju sa brojnim smještajnim kapacitetima u svakom od turističkih mjesta.

Među agencijama bilo je predstavnika sa cijele teritorije BiH kao što su: “MG Travel”, “Ski Fun”, “Sebastijan”, “Travel Time”, “Almy”, “Lambada”, “M97 Tours”, “Vip Travels”, “Stours”, “As Travel” i dr.

U narednom periodu dolazak su najavili i predstavnici turoperatora iz Kazahstana, predstavnici medija iz Kazahstana, ali isto tako i novinari iz Ukrajine, Rusije. Potvrđena je i studijska posjeta predstavnika najčitanijeg francuskog dnevnog lista “Figaro” koji će posjetiti opštinu Bar.

Realizacija promotivnih kampanja

Kampanja „Love in Bar“: Proslavite ljubav u najsunčanijem gradu!

Povodom 14. februara, Dana zaljubljenih, Turistička organizacija Bar sprovela je digitalnu kampanju “Love in Bar” na tržištu Crne Gore. Prethodnih godina za Dan zaljubljenih organizovani su koncerti sa poznatim izvođačima, dok je ove godine zbog epidemiološke situacije odlučeno da se organizuje kampanja sa ciljem promocije ugostitelja i njihovih ponuda. Osim ponuda, u kampanji se Bar prije svega promovisao kao destinacija za odmor tokom praznika ljubavi, sa fokusom na kulturna i prirodna dobra kao i legende po kojima je poznat. Za potrebe kampanje izrađena je posebna “landing stranica” www.love.bar.travel na kojoj su bile postavljene atraktivne ponude hotela. Oglašavanje se sprovodilo primarno preko društvenih mreža Facebook i Instagram, ali i na informativnim portalima.

U ovoj kampanji učestvovali su hoteli Sea Fort, Kalamper Hotel & Spa, Adria, Franca, Stara Čaršija Resort & Spa i Pelikan, izdavaoc privatnog smještaja “Kuće Lekovića”, a bila je otvorena i za druge koji su imali pripremljenu ponudu za Dan zaljubljenih.

Kampanja „DoBAR dio ljeta“

Digitalna kampanja *DoBAR dio ljeta* koju je sprovela Turistička organizacija Bar prvi put 2020. godine nastavljena je i u 2021. godini.

Kampanja je već opravdala očekivanja, ostvaren je značajan broj upita, a ostvaren je i sjajan odziv od strane ciljne grupe. Glavni slogan koji je korišćen u kampanji je privukao značajnu pažnju, a osim njega koriste se i prateći *DoBAR dio mora* i *DoBAR dio odmora*. Za potrebe kampanje izađena je i posebna „landing stranica“ na kojoj su bile postavljene atraktivne ponude hotela, privatnog smještaja, agencija ali i ažurne informacije koje se tiču COVID 19 i načina ulaska turista u Crnu Goru. Svi oglasi u kampanji postižu dobar uspjeh. Kampanja se realizuje na tržištima BiH, Srbije i jednim manjim dijelom na domaćem tržištu.

Promotivna kampanja Putuj vozom i ostvari popust! Vozom do BARa

Turistička organizacija Opštine Bar realizuje promotivnu kampanju pod nazivom „Vozom do BARa“ u saradnji sa Željezničkim prevozom Crne Gore i Srbija Vozom, a koja se organizuje u okviru kampanje Srbija Voza pod nazivom „Putuj vozom i ostvari popuste“.

U kampanji učestvuju svi registrovani objekti/agencije sa teritorije opštine Bar koji nude neku vrstu popusta na usluge koje pružaju (na primjer 5% popusta na usluge smještaja, 10% popusta na usluge ishrane i pića, 10% na usluge organizovanih izleta i

slično). Realizacijom zajedničke promotivne kampanje značajno se unaprijeđuje kvalitet ponude u međunarodnom željezničkom prevozu koji će doprinijeti kako povećanju zadovoljstva korisnika usluga željezničkog prevoza, tako i unapređenju privrede i turizma na teritoriji i Srbije i Crne Gore te da će putnici koji putuju na relaciji Bar-Beograd-Bar dobiti još jedan kvalitetan paket usluga. Ova kampanja već daje pozitivne rezultate, dok je veoma dobro i medijski pokrivena u saradnji sa kolegama iz Srbija Voza.

Kampanja „U društvu prirode“

Nacionalna turistička organizacija (NTO) pokrenula je novu kampanju pod nazivom „U društvu prirode“. Turistička organizacija Bar se priključila ovoj kampanji čiji je cilj promovisanje raznovrsne prirode uz poštovanje zdravstvenih standarda i osjećaja sigurnosti koji treba da izazove kod turista koji žele da posjete Crnu Goru.

Cilj kampanje je podizanje nivoa svijesti i interesovanja za Crnu Goru na izabranim tržištima kroz kreiranje i plasiranje adekvatnih sadržaja. Strateški važna tržišta za promociju crnogorskog turizma: Velika Britanija, Francuska, Njemačka/Austrija/Švajcarska, Poljska i Rusija, kao i tradicionalno važna regionalna tržišta: Srbija, Slovenija, Albanija i BiH.

Kampanja „Važno je registrovati smještaj“

Turistička organizacija Bar, u saradnji sa Opštinom Bar, pokrenula je kampanju „Važno je registrovati smještaj“. Kampanja ima za cilj da informiše izdavaoce smještaja o značaju registracije djelatnosti, kao i prijave boravka gostiju, kako bi ih podstakla na odgovornost prema sebi i drugima. Kampanja je aktuelna nekoliko godina unazad, a novina ovogodišnje je umanjena cijena kategorizacije i registracije, na svega 10€.

Izrada turističke karte (plan grada) Bara

Imajući u vidu izraženu potrebu turista za informacijama o atrakcijama u turističkoj destinaciji, Turistička organizacija Bar je pri kraju sa aktivnostima izrade mape grada koja pored turističkih znamenitosti centra grada, obuhvata i put do Starog Bara kao najznačajnijeg kulturno – istorijskog dobra. Po prvi put uključena je i privreda pa tako imaju na raspolaganju mogućnost zakupa oglasnog prostora na planu. Plan grada je publikacija koju većina turista dobije prilikom posjete nekom od biroa TO Bar, ali i koja je distribuirana na svim prezentacijama naše opštine, kako u zemlji tako i inostranstvu.

Organizacija manifestacija

Tokom perioda Covid 19 nije bilo moguće organizovati manifestacije sa većim brojm učesnika, vjerujemo da će nakon stabilizacije epidemiološke situacije doći i do popuštanja mjera i da će se značajan broj manifestacija ipak održati.

Akcija “Pohod u planine”

Turistička organizacija Bar, u saradnji sa Planinarskim klubom ” Rumija”, promovisala je novu, veoma atraktivnu pješačku stazu preko Sutormana, u okviru projekta ” Pohod u planine”. Pješačka tura počela je kod Sušare, i preko Čukulijera i Mužića, došla do Dvorca Todorovića. Time je nastavljen projekat na markiranju i uređenju preko 160 km pješačkih staza na području barske opštine, spremnih za turiste i sve zaljubljenike u aktivan odmor i adrenalinske doživljaje.

Staza je dugačka nešto manje od 10 km, a prolaz traje četiri do pet sati, zavisno od broja članova grupe, zadržavanja i razgledanja.

Akcija za još ljepši grad

U toku je realizacija XXI po redu akcije „Za još ljepši grad“ u periodu od 15.05. – 01.07.2021. godine.

Svi zainteresovani sugrađani (fizička i pravna lica) koji žele da predstavljaju svoju baštu, vrt, terasu, a da pri tome osvoje i vrijedne nagrade, treba da na e-mail adresu: info@bar.travel pošalju prijavu koja sadrži ime, prezime, adresu kao i kontakt telefon, kao i odabranih (najmanje 5, a najviše 10) fotografija svog vrta, terase/balkona i takođe navedu kategoriju u kojoj se takmiče.

Na sajtu Turističke organizacije Bar (www.bar.travel) se može pronaći obrazac za prijavu.

Kategorije za pravna lica su :

- Kategorija najljepša zelena površina ugostiteljskog objekta koja ima dvije podkategorije: uređene zelene površine oko ugostiteljskih objekata tipa hotela (do 1000m² i preko 1000m²)
- I lijepo uređen prostor ugostiteljskog objekta tipa restorana, kafica

Kategorije za fizička lica su:

- Kategorija najljepši vrt (do 500 m² i preko 500 m²)
- Kategorija najljepša terasa/balkon

Na osnovu pristiglih fotografija stručni žiri će napraviti uži krug i obići bašte, terase/balkone za koje smatraju da zaslužuju da budu nagrađene i u njihovu ljepotu se lično uvjeriti.

Pravna lica dobijaju specijalno uređene nagrade.

Akcija svake godine prikuplja sve veći broj ljubitelja baštovanstva.

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

Izrada i revitalizacija turističke signalizacije

Kvalitetna turistička signalizacija predstavlja važan dio segmenta turističke ponude. TO Bar je u saradnji sa Opštinom Bar još tokom 2020. započela sa izradom turističke signalizacije koja je namijenjena obavještanju učesnika u saobraćaju o turističkim atrakcijama i sadržajima turističke ponude u okviru destinacije. Proces postavljanja znakova je u toku.

EU projekti Emoundergrounds i Wrecks4all

Turističkoj organizaciji Bar su odobrena dva projekta koje finansira Evropska unija: EMOUNDERGROUNDS i Wrecks4all čija je ukupna vrijednost iznosi 3.726.223,95 od čega TO Bar pripada 252,874,85 eura. Realizacija je u toku i napreduje planiranom dinamikom.

Nagradna igra „Osmislite novu turističku atrakciju“

Turistička organizacija Bar je prvi put organizovala ovu nagradnu igru, a privukla je veliko interesovanje građana Bara i Crne Gore.

U periodu od 18. decembra 2020. do 31. januara 2021. godine pristiglo je čak 38 prijedloga, što svjedoči da su naši građani bili veoma veoma zainteresovani za valorizaciju turističkih potencijala naše opštine, kao i o njihovoj želji da doprinesu kreiranju ljepše i atraktivnije ponude u Baru.

Prvu nagradu je osvojio Slavko Lekić sa predlogom "Art paviljon". Ideja se ogleda u tematskim paviljonima, koji svojim izgledom treba da doprinesu vizuelnom unapređenju gradskog pejzaža kroz jednostavnost oblikovnog arhitektonskog izraza, jasnih formi, otvaranju vizura i kontekstu okruženja. Predložena je realizacija više instalacija, među kojima su one koje za inspiraciju imaju književnost, slikarstvo, likovnu umjetnost, vajarstvo, arhitekturu, muziku, pozorište, ples, balet, film kao i dodatne prostorne instalacije.

Drugu nagradu dijele Dijana Kovačević i Maja Radulović na jednoj strani, i OŠ "Blažo Jokov Orlandić" na drugoj. Kandidati su predložili slična rješenja pa je žiri donio odluku da se nagrada dodijeli za obje ideje "Platforma sa ljuljaškama i Zabava na ljuljaškama".

Treću nagradu je osvojila Ishkova Evgenia za prijedlog "Skejt park na plaži i multifunkcionalno sportsko igralište".

Postavljanje panoramskih klupa

U cilju obogaćivanja turističke ponude u ruralnim područjima, Turistička organizacija Bar je u decembru 2020. godine izvršila nabavku 8 panoramskih klupa koje su postavljene na panoramskoj ruti „Između dvije čarobne obale“.

Održavanje i popravka postojećih atrakcija u Baru

TO Bar vrši redovno održavanje postojećih i novih atrakcija u Baru među kojima su:

- Održavanje znaka I Love Bar
- Solarnog stabla
- Punionice za električna vozila
- Održavanje znaka „Nulti kilometar“
- Popravka mosta u Džidžarinu (nakon prirodne nepogode)
- Održavanje vidikovaca na panoramskoj ruti „Između dvije čarobne obale“ i dr.

Inicijativa, koordinacija i edukacija

Saradnja sa Opštinom Bar

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

Saradnja sa Ministarstvom ekonomskog razvoja, NTO i LTO

Tokom 2021. godine su održani brojni (online) sastanci na kojima smo postizali dogovore oko zajedničkih nastupa na sajmovima, davali predloge i sugestije za prevazilaženje problema koji su posledica epidemiološke situacije sa COVID-19.

Saradnja sa Upravom policije - Granična ispostava Bar i Poštom Bar

TO Bar je u saradnji sa Upravom policije - Graničnom ispostavom u Baru, radi **elektronsku prijavu boravka** turista u turističko informativnim biroima, 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). Održavaju se redovni sastanci na koordinaciji ovih aktivnosti.

Saradnja sa JP "Radio Bar"

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

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.

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 državnim inspekcijama je izuzetno dobra i doprinosi rješavanju brojnih problema, posebno u turističkoj sezoni.

Edukacija - Zoom panel diskusija na temu: „Kako se pripremiti za ljetnju turističku sezonu 2021“

Turistička organizacija Bar organizovala je sredinom januara zoom panel diskusiju na temu „Kako se pripremiti za ljetnju turističku sezonu 2021“. Učesnike panela je ispred Opštine Bar pozdravio predsjednik Dušan Raičević koji je rekao da je za nama turistička sezona na koju je epidemija COVID-19 imala veliki uticaj, ali da moramo biti optimisti, da 2021. godina može biti godina oporavka turizma, kao i da moramo spremno dočekati novu ljetnju turističku sezonu.

Na panelu su govorili direktorica NTO CG, Željka Radak Kukavičić, direktor Evropske komisije za putovanja, Eduardo Santander i profesor sa Fakulteta sa biznis i turizam iz Budve, Miško Rađenović, dok je moderator bio direktor TO Bar, Emil Kukulj.

Na panelu je prisustvovalo oko 100 učesnika iz turističke privrede, institucija sa lokalnog i državnog nivoa, NVO ali i šire javnosti koji su tokom panela bili u mogućnosti da postavljaju pitanja panelistima. Panel je takođe bio emitovan uživo na Facebook stranici TO Bar.

Zoom sastanci sa turističkom privredom

Turistička organizacija Bar je organizovala redovne online (Zoom) sastanke povodom predstavljanja trenutnih i planiranih aktivnosti u narednom periodu. Cilj sastanaka je da se kroz komunikaciju dođe do zajedničkih zaključaka ali i kvalitetno odgovori na sve izazove koji nam predstoje.

Sastanak Koordinacionog tijela za praćenje i realizaciju turističke sezone

Sastanak koordinacionog tijela za pripremu i praćenje ljetnje turističke sezone u Baru kojim je predsjedavao predsjednik opštine Dušan Raičević, održao se 9. aprila na kome je razgovarano o aktuelnoj epidemiološkoj situaciji u Baru i Crnoj Gori, procesu imunizacije stanovništva, i o mjerama koje važe u zemljama iz kojih pretežno dolaze gosti koji borave u Baru. Članovima Koordinacionog tima predstavljen je II set mjera podrške lokalne uprave usvojen u martu ove godine, kao i mjere subvencija privredi orjentisanoj na turizam i usluge na državnom nivou, i predstavljena aktuelna epidemiološka situacija u gradu. Koordinaciono tijelo za pripremu ljetnje sezone donijelo je niz zaključaka koji se odnose na preporuke nadležnim organima na svim nivoima, turističkim radnicima i ukupnom stanovništvu, kojima se želi dati snažan impuls pripremi sezone i stvaranju uslova koji će turističkim poslenicima i službama pomoći u organizaciji ukupne turističke ponude.

Koordinacioni tim za pripremu i praćenje ljetnje turističke sezone na sastanku je okupio predstavnike organa barske lokalne uprave i službi, Javnog preduzeća za upravljanje morskim dobrom Crne Gore, JP “Nacionalni parkovi”, Pošte, Željeznice, turističke organizacije Bar, mjesnih zajednica, predstavnika turističke privrede iz svih krajeva opštine, i inspeksijskih organa na lokalnom i državnom nivou.

Zaključak

Pripreme za ljetnju turističku sezonu su započete krajem prošle godine i nastavile se tokom 2021. godine.

Realizovan je značajan broj aktivnosti koje se tiču promocije. Organizovani su nastupi na sajmovima, prezentacijama, a ugošćen je i veći broj studijskih grupa sa predstavnicima turističkih agencija i medija. Organizovana je jedna od najvećih studijskih grupa iz Srbije koja je ujedno bila i prva info tura ove godine za agente i medije iz ove zemlje.

Sprovedene su i sprovode se značajne promotivne kampanje sa ciljem privlačenja tražnje sa ključnih emitivnih tržišta sa fokusom na digitalne kanale promocije. Realizovana je i “Road Show” kampanja na tržištu zemalja regiona.

Organizacija manifestacija je bila uslovljena epidemiološkom situacijom, ali bez obzira realizovan je određeni broj.

Realizovani su i projekti na unapređenju turističke ponude opštine, kako na “jezerskoj” tako i na “morskoj” obali.

Najave za ljetnju turističku sezonu su umjereno optimistične i možemo očekivati blagi oporavak turističkog prometa, dok se potpuni oporavak turizma očekuje u naredne dvije godine. Realistično je na nivou destinacije očekivati ostvarenje do 50% turističkog prometa iz 2019. godine (na nivou godine) i do 35% kada su u pitanju prihodi. Veoma je izražen “last minute” buking dok goste uglavnom možemo očekivati iz zemalja okruženja, Ruske Federacije, zemalja bivšeg Sovjetskog Saveza, a u nešto manjem broju i sa drugih evropskih tržišta.