

**PREDLOG GODIŠNJEG PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BUDVA ZA
2022. GODINU**

Januar 2022. godine

SADRŽAJ

UVOD.....	4
Turistička kretanja – izvještaj o statističkim pokazateljima turističkog prometa	6
PLAN AKTIVNOSTI:.....	17
a) Podsticanje diversifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda i uslova boravka turista kroz efikasno upravljanje destinacijom	17
1. DMO (<i>Destination Management Organization</i>) savjet.....	17
2. Kandidatura za projekat „Budva – Boka: Evropska prijestonica kulture 2028“	18
3. Adaptacija odmorišta na planinarsko-pješačkoj transverzali Brajići – Paštrovska gora.....	19
4. Održavanje postojećih pješačkih staza.....	19
5. Valorizacija kulturne baštine.....	19
6. Jačanje kapaciteta i podsticaji za oporavak turističkog prometa.....	20
7. Suzbijanje sive ekonomije.....	21
8. Rekonstrukcija signalizacije na planinskim stazama	21
9. GPS snimanje novih planinskih staza	22
10. Izrada GPS aplikacije planinskih staza za mobilne telefone.....	22
11. Revitalizacija kulturnih dobara	22
12. Revalorizacija kulturno-istorijskih spomenika u Starom gradu – Stari mlin u Starom gradu, Rimske terme u Starom gradu, Bedemi i drugi.....	25
13. Podsticaj razvoju ruralnog turizma	25
14. Podrška diversifikaciji turističkog proizvoda u mjesnim zajednicama.....	27
15. Uređenje urbanih džepova, parkova, parkinga i drugih javnih površina, označavanje turistčkih atrakcija i praznično ukrašavanje	27
16. Učešće u EU projektima.....	28
b) Manifestacije i događaji sa ciljem unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda.....	29
Tradicionalne manifestacije	29
Novi programi	32
Podrška drugim projektima	33
c) Turističko-informativni biro	36
d) Promocija i marketing turističke destinacije	40
1. PR i promotivne kampanje i aktivnosti u zemlji, regionu i ciljanim inostranim tržištima ...	40

1.1 Odnosi s javnostima (<i>Public Relations</i> – PR)	40
1.2 Digitalni marketing.....	41
1.3 <i>Outdoor</i> oglašavanje.....	43
1.4 Oglašavanje u štampanim i elektronskim medijima.....	44
2. Organizacija studijskih posjeta inostranih novinara i agenata	45
3. Sajamske aktivnosti i međunarodne prezentacije.....	45
3.1 Prezentacije/promocije i međunarodni i regionalni „road show“-ovi	47
3.2 Kongresni turizam	47
4. Dodatne promotivne aktivnosti na inostranim tržištima	48
5. Produkcija propagandnog materijala.....	48
5.1 Grafički dizajn	48
5.2 Digitalizacija propagandnog materijala.....	49
5.3 <i>Reprint</i> i redizajn postojećeg promotivnog materijala	49
5.4 Novi proizvodi za koje je potrebno uraditi dizajn, pripremu i štampu.....	50
5.5 Suveniri i <i>promo</i> materijal	51
5.6 Video i audio materijal	52
5.7 Podrška lokalnim institucijama kulture – dizajn i štampa.....	52
e) Redovna saradnja i poslovanje organizacije.....	54
Saradnja sa institucijama iz oblasti turizma, turističkom privredom, drugim LTO, NTO i Ministarstvom ekonomskog razvoja	54
Edukacija i stručno usavršavanje	54
Kompjuterski i poslovno informacioni sistemi	55
Redovno poslovanje Organizacije.....	56
Problemi u poslovanju Turističke organizacije opštine Budva.....	56

UVOD

U skladu sa nizom zakonskih i podzakonskih akata koji uređuju rad turističkih organizacija, Smjernicama za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana, koje je donijela Nacionalna turistička organizacija Crne Gore 26.11.2021. godine, kao i ostalim propisima i preporukama o unapređenju i promociji turističkog proizvoda i istraživanjem tržišta i trendova, Turistička organizacija opštine Budva (u daljem tekstu: TO Budva) donosi Plan i program rada kojim obuhvata niz aktivnosti u okviru njenog poslovanja.

Kao što je i navedeno u Smjernicama, Plan i program rada se temelji na kontinuiranim aktivnostima i projektima koji za cilj imaju podsticanje diversifikacije i inovacije proizvoda i unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom, podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta, jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti i suzbijanje sive ekonomije.

Prilikom izrade Plana i programa rada za 2022. godinu Turistička organizacija opštine Budva rukovodila se dobrom praksom ostvarenom tokom prethodnih godina, ali i novonastalom situacijom na svjetskom turističkom tržištu koja je posledica pandemije COVID-19 virusa, a koja se odrazila u istoj mjeri i na turističke tokove u Evropi, regionu i Crnoj Gori.

U prethodnoj 2021. godini, turizam je i dalje trpio velike posledice, uslijed nemogućnosti nesmetanog i sigurnog putovanja u destinacije planirane za odmor, a restriktivne mjere nadležnih institucija, posebno one koje su se odnosile na zabrane okupljanja većeg broja posjetilaca na otvorenim prostorima, odrazile su se na organizaciju događaja, koji, prvenstveno u mjesecima van glavne turističke sezone, direktno utiču na povećanje broja gostiju u turističkoj destinaciji.

Budva, kao najprestižnija turistička destinacija u Crnoj Gori, morala je, poput drugih turističkih centara, da prilagodi svoju ponudu i usluge uslovima života tokom pandemije, a Turistička organizacija opštine Budva je morala da svoje aktivnosti prilagodi skromnijem budžetu, jer manji broj dolazaka i noćenja uzrokuje i manju naplatu boravišne takse koja je glavni prihod lokalnih turističkih organizacija. I pored toga, realizovani su značajni infrastrukturni projekti, među kojima se izdvaja izgradnja novog, modernog turističko-informativnog biroa, u samom centru grada. Kontinuirano se odvijala saradnja sa turističkom privredom: TO Budva je podržala dolazak mnogobrojnih predstavnika turističkih agencija i turoperatora iz zemalja regiona i Evrope, kao i dolazak studijskih grupa renomiranih medijskih kuća iz okruženja, Ukrajine i Rusije. TO Budva je prva u Crnoj Gori uvela *online* plaćanje taksi, posredstvom svog oficijelnog sajta i učestvovala u promociji destinacije u okruženju, zajedno sa kolegama iz ostalih crnogorskih gradova. Poštujući preporuke Instituta za javno zdravlje CG, tokom ljetnje turističke sezone, organizovani su i mali muzički događaji, prvenstveno bazirani na promociji lokalne kulture i tradicije.

Plan i program rada za 2022. godinu, predviđa povratak aktivnostima koje su bile onemogućene tokom prethodne dvije godine zbog pandemije virusa COVID-19, posebno u periodu od maja, uzevši u obzir preporuke Svjetske zdravstvene organizacije, ali istovremeno zadržava i određenu distancu da razvoj događaja možda neće ići u željenom pravcu koji vodi ka potpunom prestanku pandemije. Promocija destinacije i ubuduće će se primarno bazirati na region i Evropu, ali i nastupe na novim tržištima, u skladu sa istraživanjem trendova i Smjernicama NTO-a. Digitalne kampanje ostaće oslonac komunikacije sa potencijalnim turistima, ali će se koristiti i svi ostali raspoloživi kanali. Unapređenje kvaliteta turističke destinacije biće podržano nizom projekata koje će TO Budva realizovati samostalno ili u saradnji sa lokalnom samoupravom i NVO sektorom.

Plan rada je osmišljen i na način da omogući kvalitetniju saradnju i bolju koordinaciju u vezi svih poslova na poboljšanju kvaliteta turističkog proizvoda na lokalnom nivou sa lokalnim javnim preduzećima i institucijama: predsjednikom Opštine, budvanskim institucijama kulture, JU „Muzeji i galerije Budve“, JU „Narodna biblioteka“, JU „Grad teatar“, preduzećima (Komunalno doo, Parking servis, Vodovod i kanalizacija doo), opštinskim sekretarijatima i službama (Sekretarijat za finansije, Uprava lokalnih javnih prihoda, Sekretarijat za društvene djelatnosti, Sekretarijat za privredu, Služba zaštite i spašavanja, Komunalna inspekcija i Komunalna policija), mjesnim zajednicama, nevladinim organizacijama, građanima i svim ostalim značajnim subjektima.

Posebna pažna biće posvećena stalnoj komunikaciji sa turističkom privredom Budve.

Pored kontinuirane saradnje sa lokalnim turističkim organizacijama iz Crne Gore, posebna pažnja biće usmjerena i ka unapređenju saradnje sa lokalnim turističkim organizacijama iz regiona, s akcentom na južnu regiju, kao i turističkim radnicima i agencijama iz inostranstva koji dio svoje djelatnosti obavljaju u Budvi.

Shodno Smjernicama koje je propisala Nacionalna turistička organizacija Crne Gore planira se učešće u projektima čiji je nosilac NTO CG, posebno u oblasti digitalnog marketinga i predstavljanja Crne Gore na EXPO 2022 u Dubaiju.

Cilj TO Budve i dalje ostaje isti: kreativnim idejama i profesionalno realizovanim projektima unaprijediti kvalitet turističkog proizvoda i destinaciju, raditi na oporavku turističkog prometa, gostima ponuditi bolji kvalitet odmora u Budvi, saradnju sa turističkom privredom grada i svim značajnim stejkholderima podići na viši nivo, raditi na razvijanju svijesti sugrađana o važnosti turizma u destinaciji i pojedinačnim doprinosima koji su od izuzetne važnosti.

Turistička kretanja – izvještaj o statističkim pokazateljima turističkog prometa

2020. godina – statistički pokazatelji Budva

Prema zvaničnim podacima Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat, u periodu od januara do decembra 2020. godine, ukupno u kolektivnom i individualnom smještaju, zabilježeno je **166.395** dolazaka i **699.129** noćenja. Od toga, inostrani gosti su ostvarili **127.247** dolazaka i **568.723** noćenja, dok su domaći gosti ostvarili **39.148** dolazaka i **130.406** noćenja.

Kolektivni smještaj, januar – decembar 2020.

2020. godina	Strani	Domaći	Ukupno dolasci	Strani	Domaći	Ukupno noćenja
Januar	5.859	1.310	7.169	15.490	3.626	19.116
Februar	13.139	1.891	15.030	21.482	4.048	25.530
Mart	6.167	883	7.050	10.358	1.574	11.932
April	-	-	-	-	-	-
Maj	-	-	-	-	-	-
Jun	2.930	4.446	7.376	7.545	12.228	19.773
Jul	5.749	13.140	18.889	28.813	46.726	75.539
Avgust	23.290	9.771	33.061	124.254	40.158	164.412
Septembar	17.740	4.288	22.028	94.590	14.096	108.686
Oktoibar	3.406	1.069	4.475	11.737	2.064	13.801
Novembar	1.599	757	2.356	6.012	2.033	8.045
Decembar	1.740	748	2.488	5.070	1.673	6.743
Ukupno:	81.619	38.303	119.922	325.351	128.226	453.577

Izvor: Zvanična stranica Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat

Kada su u pitanju podaci za april 2020. godine u kolektivnom smještaju, usljed uvođenja privremenih mjera za sprečavanje širenja korona virusa (COVID-19), koje se odnose na zabranu pružanja ugostiteljskih usluga u hotelima, osim za prijavljene goste, nije zabilježen dolazak turista u aprilu. Prema podacima Ministarstva unutrašnjih poslova u Crnoj Gori u aprilu 2020. godine, broj prijavljenih osoba u smještajnim objektima kolektivnog smještaja iznosio je 103. (izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat)

U Crnoj Gori u maju 2020. godine, u kolektivnom smještaju ostvareno je svega 1.658 dolazaka i 5.622 noćenja turista. Domaći turisti su ostvarili 1.417 dolazaka i 3.535 noćenja, dok su strani turisti ostvarili 241 dolazak i 2.087 noćenja. Zbog statističke nerelevantnosti, podaci o dolascima i noćenjima turista nisu predstavljeni prema pojedinim obilježjima. Primorska mjesta – Bar,

Budva, Kotor, Tivat, Herceg Novi i Ulcinj – ostvarili su ukupno 1.360 dolazaka i 4.652 noćenja.
(izvor: Uprava za statistiku – Monstat)

Individualni smještaj

Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat, zvanične podatke o popunjenosti u individualnom smještaju, objavljuje početkom naredne godine. Podaci se prikupljaju mjesečno, a obrađuju godišnje.

Shodno tome, u Budvi je u individualnom smještaju u 2020. godini, ostvareno **45.792** dolaska, dok je broj ostvarenih noćenja iznosio **243.493**.

U strukturi dolazaka stranih turista u 2020. godini, među prvih deset zemalja, najviše dolazaka ostvarili su turisti iz Srbije (16%), Bosne i Hercegovine (15%), Rusije (12%), Ukrajine (11%), Albanije (8%), Njemačke (5%), zatim slijedi Turska (5%), Bjelorusija (5%), Kosovo* (4%) i Francuska (3%).

U strukturi noćenja stranih turista u 2020. godini, među prvih deset zemalja, najviše noćenja ostvarili su turisti iz Srbije, Bosne i Hercegovine, Ukrajine, Rusije, Bjelorusije, Albanije, Turske, Kosova*, Njemačke i Francuske.

Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, ukupan smještaj		
Budva, januar – decembar 2020. godine		
Zemlja pripadnosti gostiju	Dolasci	Noćenja
Budva	166.395	699.129
Domaći turisti	39.148	130.406
Starni turisti	127.247	568.723
Evropa	123.359	557.278
Albanija	10.407	25.443
Austrija	476	1.772
Belgija	1.039	1.721
Bjelorusija	5.912	42.066
Bosna i Hercegovina	19.056	97.016

Bugarska	264	945
Češka	378	1.833
Danska	920	1.834
Estonija	135	779
Finska	899	973
Francuska	3.334	11.274
Grčka	173	452
Holandija	352	1.247
Hrvatska	1.882	5.049
Irska	190	697
Island	7	23
Italija	1.129	3.765
Kipar	40	225
Kosovo*	5.631	18.703
Letonija	61	316
Litvanija	91	412
Luksemburg	135	495
Mađarska	583	2.098
Malta	7	19
Makedonija	965	4.456
Norveška	98	342
Njemačka	6.334	14.873
Poljska	1.966	8.507
Portugalija	104	261

Rumunija	245	1.107
Rusija	14.804	85.089
Slovačka	167	767
Slovenija	317	1.108
Srbija	20.356	104.837
Španija	185	520
Švajcarska uključujući Lihtenštajn	448	1.841
Švedska	1.376	2.384
Turska	6.341	19.249
Ukrajina	13.694	86.650
Ujedinjeno Kraljevstvo	2.417	4.957
Ostale evropske zemlje	441	1.173
Vanevropske zemlje	2.770	7.431
Afrika	80	273
Južna Afrika	16	109
Ostale afričke zemlje	64	164
Sjeverna Amerika	1.301	4.670
Kanada	223	716
SAD	1.067	3.924
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	11	30
Južna i Srednja Amerika	129	582
Argentina	8	26
Brazil	33	92

Čile	13	41
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	75	423
Azija	2.257	5.532
Azerbejdžan	290	1.258
Indija	36	99
Izrael	185	776
Japan	27	115
Kina	935	1.428
Republika Koreja (Južna Koreja)	66	81
Ujedinjeni Arapski Emirati	31	111
Ostale azijske zemlje	687	1.664
Australija sa Okeanijom	121	388
Australija	94	319
Novi Zeland	12	34
Ostale zemlje Okeanije	15	35

(Izvor: Uprava za statistiku – Monstat)

2021. godina – statistički pokazatelji Budva

Prema zvaničnim podacima Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat, koji se odnose na kolektivni smještaj, u Budvi je za jedanaest mjeseci 2021. godine ostvaren 298.131 dolazak i 1.388.243 noćenja. Od tog broja, strani gosti su ostvarili 276.944 dolaska i 1.291.600 noćenja, dok su domaći gosti ostvarili 30.187 dolazaka i 96.643 noćenja.

Kolektivni smještaj, januar – novembar 2021.

2021. godina	Strani	Domaći	Ukupno dolasci	Strani	Domaći	Ukupno noćenja
Januar	3.550	1.261	4.811	7.653	2.825	10.478
Februar	2.211	598	2.809	4.798	1.377	6.175
Mart	1.451	154	1.605	3.281	309	3.590
April	6.549	1.533	8.082	12.172	3.004	15.176
Maj	21.894	3.716	25.610	60.134	7.901	68.035
Jun	30.685	4.098	34.783	142.055	13.193	155.248
Jul	69.943	6.764	76.707	372.178	28.335	400.513
Avgust	72.358	4.472	76.830	420.760	21.683	442.443
Septembar	36.563	3.098	39.661	187.589	8.762	196.351
Oktobar (p)	14.363	2.224	16.587	52.445	5.116	57.561
Novembar (p)	8.377	2.269	10.646	28.535	4.138	32.673
Ukupno:	276.944	30.187	298.131	1.291.600	96.643	1.388.243

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat, (p) – preliminarni podatak

Individualni smještaj

Podaci o individualnom, tzv. „privatnom smještaju“ (smještaj u kućama i sobama za iznajmljivanje, kao i u turističkim apartmanima) obrađuju se i publikuju na godišnjem nivou počevši od 2018. godine, shodno Godišnjem planu zvanične statistike Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat.

Smještajni kapaciteti u 2021. godini

U strukturi smještajnih kapaciteta na području budvanske rivijere hotelski smještaj čini, prema Ministarstvu ekonomskog razvoja Crne Gore, 139 hotela koji raspolažu sa 18.048 ležaja (1.541 apartman i 6.682 sobe) odnosno 5 hotela više nego u 2020. godini, a 12 hotela više nego u 2019. godini.

Na teritoriji opštine Budva ima oko 16.500 stambenih jedinica, odnosno oko 66.000 uslovnih ležajeva, koji plaćaju turističku taksu.

Kvartalna statistika saobraćaja, I kvartal 2021. godine

Prema preliminarnim podacima Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat, prevoz putnika u prvom kvartalu 2021. godine, u odnosu na isti kvartal prethodne godine bilježi pad u željezničkom saobraćaju za 51,3%, drumskom za 59%, prevozu putnika na aerodromima 71,2%, dok se rast bilježi u lokalnom drumskom saobraćaju za 15%.

Struktura prometa putnika na aerodromima, I kvartal 2021.

Aerodrom Podgorica	56.807
Aerodrom Tivat	8.835
Ukupno	65.642

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat

Deset zemalja sa najvećim ostvarenim prometom putnika sa crnogorskim aerodromima, I kvartal 2021.

	Ukupno	Aerodrom Podgorica	Aerodrom Tivat
Srbija	34.644	25.809	8.835
Turska	21.826	21.826	-
Njemačka	3.436	3.436	-
Ukrajina	2.273	2.273	-
Austrija	1.542	1.542	-
Belgija	547	547	-
Velika Britanija	539	539	-

Italija	142	142	-
Letonija	109	109	-
Francuska	96	96	-

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore - Monstat

Kvartalna statistika saobraćaja, II kvartal 2021. godine

Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat, prevoz putnika u drugom kvartalu 2021. godine, u odnosu na isti kvartal prethodne godine bilježi rast u saobraćaju: željezničkom za 131,6%, drumskom za 166%, lokalnom drumskom za 204,4%, redovnom vazdušnom za 160,7%. Na aerodromima je u drugom kvartalu 2021. godine prevezeno 221.000 putnika.

Struktura prometa putnika na aerodromima, II kvartal 2021.

Aerodrom Podgorica	105.544
Aerodrom Tivat	115.041
Ukupno	220.585

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat

Deset zemalja sa najvećim ostvarenim prometom putnika sa crnogorskim aerodromima, II kvartal 2021.

	Ukupno	Aerodrom Podgorica	Aerodrom Tivat
Srbija	93.137	39.996	53.141
Ukrajina	53.739	3 282	50.457
Turska	29.237	29.237	-
Austrija	11.648	11.648	-
Njemačka	6.227	6.011	216
Poljska	5.222	4.882	340
Izrael	5.060	51	5.009
Kazahstan	3.854	3.854	-

Švajcarska	2.053	2.053	-
Luksemburg	2.005	1.375	630

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat

Kvartalna statistika saobraćaja, III kvartal 2021. godine

Prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore – Monstat, prevoz putnika u trećem kvartalu 2021. godine, u odnosu na isti kvartal prethodne godine bilježi rast u željezničkom za 37,8%, drumskom za 125,9%, lokalnom drumskom za 27,8%, prevozu putnika na aerodromima 291%, redovnom vazdušnom za 26,2%.

Struktura prometa putnika na aerodromima, II kvartal 2021.

Aerodrom Podgorica	307.646
Aerodrom Tivat	489.929
Ukupno	797.575

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat

Deset zemalja sa najvećim ostvarenim prometom putnika sa crnogorskim aerodromima, III kvartal 2021.

	Ukupno	Aerodrom Podgorica	Aerodrom Tivat
Srbija	235.427	69.425	166.002
Ukrajina	223.418	3.339	220.079
Turska	50.851	49.266	1.585
Poljska	50.058	46.934	3.124
Austrija	46.600	46.600	-
Njemačka	45.605	28.814	16.791
Kazahstan	21.850	21.850	-
Francuska	15.446	3.371	12.075

Izrael	15.216	170	15.046
Švajcarska	14.639	7.490	7.149

Izvor: Uprava za statistiku Crne Gore – Monstat

Prihodi od turizma/putovanja i Namjenski prihodi LTO – 2020. godina

Prihodi od turizma/putovanja i Namjenski prihodi LTO – 2020. godina										
Period	Namjenski prihodi									
	Prihodi od boravišne takse	Index 20/19	Prihodi od izletničke takse	Index 20/19	Prihodi od turističke takse	Index 20/19	Prihodi od članskog doprinosa	Index 20/19	Ukupni namjenski prihodi	Index 20/19
Januar	41.804,72	104	523,00	0	7.807,38	83	24.756,96	633	74.892,06	140
Februar	42.085,20	102	21,00	0	9.017,35	118	4.297,85	28	55.421,40	86
Mart	37.532,49	66	0,00	0	5.601,53	54	12.898,46	106	56.032,48	71
April	3.034,10	3	0,00	0	715,10	8	67,23	0	3.816,43	3
Maj	567,20	0.3	0,00	0	1.986,13	16	6.103,52	20	8.656,85	4
Jun	9.557,20	3	0,00	0	1.835,80	10	23.526,34	88	34.919,34	9
Jul	43.763,72	6	71,00	4	4.021,06	8	7.822,96	12	55.678,74	7
Avgust	103.340,84	14	17,00	1	23.523,14	35	2.576,43	7	129.457,41	15
Septembar	156.792,23	31	32,00	1	72.359,23	83	6.578,19	31	235.761,65	38
Oktoibar	55.341,57	23	29,00	1	52.104,88	103	11.998,55	88	119.474,00	39
Novembar	43.833,96	53	1.609,92	33	27.742,22	117	5.698,72	38	78.884,82	63
Decembar	29.550,08	45	159,67	5	25.110,39	128	7.486,31	26	62.306,45	53
Ukupno	567.203,31	18	2.462,59	13	231.824,21	63	113.811,52	35	915.301,63	24

Izvor: Turistička organizacija opštine Budva

Prihodi od turizma/putovanja i Namjenski prihodi LTO – 2021. godina

Prihodi od turizma/putovanja i Namjenski prihodi LTO – 2021. godina										
Period	Namjenski prihodi									
	Prihodi od boravišne takse	Index 21/20	Prihodi od izletničke takse	Index 21/20	Prihodi od turističke takse	Index 21/20	Prihodi od članskog doprinosa	Index 21/20	Ukupni namjenski prihodi	Index 21/20
Januar	17.871,20	43	0,00	0	9.745,74	125	5.528,62	22	33.145,56	44

Februar	23.212,40	55	0,00	0	10.636,97	118	17.520,43	408	51.369,80	93
Mart	21.564,80	57	0,00	0	9.435,68	168	5.503,71	43	36.504,19	65
April	27.967,00	922	0,00	0	14.835,77	2.075	28.778,01	42.805	71.580,78	1.876
Maj	65.418,70	11.534	23,00	0	15.737,04	792	18.236,03	299	99.414,77	1.148
Jun	159.429,14	1.668	370,00	0	34.788,51	1.895	7.614,24	32	202.201,89	579
Jul	470.108,13	1.074	1.302,00	1.834	64.239,24	1.598	8.262,33	106	543.911,70	977
Avgust	711.566,30	689	1.936,00	11.388	116.344,95	495	10.520,06	408	840.367,31	649
Septembar	358.018,99	228	1.849,00	5.778	106.284,69	147	20.208,21	307	486.360,89	206
Oktobar	129.184,04	233	1.097,00	3.783	56.056,24	108	15.758,32	131	202.095,60	169
Novembar	57.765,26	1	473,98	29	33.332,63	120	8.204,31	144	99.776,18	126
Decembar	36.836,78	125	31.951,10	20.011	438,70	2	15.972,52	213	30,97	0
Ukupno	2.078.942,74	367	39.002,08	1.584	471.876,16	204	162.106,79	142	2.751.927,77	301

Izvor: Turistička organizacija opštine Budva

Deset kompanija koje su platile najviše boravišne takse u 2021. godini:

Naziv pravnog lica	Uplata
1. HG „Budvanska rivijera“ AD Budva	201.169,50€
2. „Hotels Group Montenegro Stars“ d.o.o.	144.135,00€
3. Bellevue hotels group d.o.o. Budva	123.216,00€
4. „Beppler&Jacobson Montenegro“ d.o.o. Budva	72.934,00€
5. Spencer&Hill team d.o.o.	66.332,50€
6. HTP Vile Oliva d.o.o. Petrovac Budva	46.394,50€
7. Maestral hotels and casinos d.o.o. Budva	37.544,50€
8. B&B group DSD d.o.o. Podgorica	36.220,50€
9. Falkensteiner Hotel Montenegro d.o.o.	27.966,50€
10. „Anita“ d.o.o. Budva	22.647,00€
11. Društvo za trgovinu, turizam i usluge „Slavija“ d.o.o. Budva	21.943,00€
12. Ljetopis Stars d.o.o.	19.052,50€
13. Dukley Hotel d.o.o.	18.668,00€

Izvor: Uprava lokalnih javnih prihoda Opštine Budva

PLAN AKTIVNOSTI:

a) Podsticanje diversifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda i uslova boravka turista kroz efikasno upravljanje destinacijom

1. DMO (*Destination Management Organization*) savjet

Opis aktivnosti:

DMO savjet – u cilju unapređenja kvaliteta upravljanja Budvom kao turističkom destinacijom, Turistička organizacija opštine Budva planira da formira DMO savjet kao tijelo koje bi pratilo sva relevantna dešavanja u destinaciji, targetiralo probleme i davalo preporuke za njihovo rješavanje, pratilo realizaciju ciljeva, zadataka i preporuka. DMO savjet će činiti predstavnici lokalne samouprave, lokalnih institucija i turističke privrede, nosioci turističkog razvoja grada i druga stručna lica.

Predviđeno je da Organizacija preko DMO savjeta, između ostalog:

- Analizira zakone koji utiču na funkcionisanje turizma u destinaciji (problem sa radnom snagom, problem poreza i doprinosa, problem dozvola za kampove koji se izdaju na jednu godinu zbog čega nema modernih i novih kampova iako potražnje za tim vidom turizma ima, i slično);
- Utiče da Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom kroz uslove zakupa kupališta obezbijedi plaže sa pristupom za osobe sa invaliditetom (pristup plaži, šina za ulazak u more uz prisustvo spasioca i dr.);
- Pokrene inicijative rekonstrukcije, obnove i turističke valorizacije kulturno-istorijskih lokaliteta na teritoriji opštine;
- Prati postojeće stanje turističkog prometa;
- Prati postojeće stanje turističkog proizvoda i ključnih atrakcija;
- Prati i analizira finansijsku situaciju opštine Budva;
- Prikuplja i analizira stavove turističke privrede, lokalne zajednice i turista u Budvi kao turističkoj destinaciji;
- Prati i analizira rad i trendove u konkurentnim destinacijama;
- Analizira strateška i planska dokumenta sa aspekta njihovog uticaja na razvoj turizma u Budvi;
- Prati model marketing aktivnosti u Budvi;
- Analizira prednosti i nedostatke Budve kao turističke destinacije;
- Prati realizaciju zadatih ciljeva i zadataka.

Rok realizacije: formiranje DMO savjeta u drugom kvartalu 2022. godine, rad u kontinuitetu tokom cijele godine.

Rezultat/indikator: formirano tijelo – DMO savjet i njegov kontinuirani rad.

2. Kandidatura za projekat „Budva – Boka: Evropska prijestonica kulture 2028“

Opis aktivnosti:

Evropska prijestonica kulture ustanovljena je u cilju isticanja bogatstva i različitosti evropskih kultura, jačanja kulturne veze među Evropljanima, povezivanja ljudi, upoznavanja drugih kultura, promocije uzajamnog razumijevanja i jačanja osećaja evropejstva.

Projekat je pokrenut rezolucijom EU Ministara kulture 1985. godine, od kada je više od 40 evropskih gradova ponijelo titulu Evropske prijestonice kulture.

Vlada Crne Gore je u maju 2021. godine podržala kandidaturu Budve i Boke za Evropsku prijestonicu kulture 2028. godine (Zaključak Vlade Republike Crne Gore br. 04-2537-2 od 19.05.2021.) od kada su preduzeti odgovarajući koraci kako bi se i formalno pokrenuo postupak.

Projekat „Budva – Boka: Evropska prijestonica kulture 2028“ je osnova za unapređenje kulturnih i kreativnih potencijala Budve i omogućava urbanu revitalizaciju, poboljšanje turističkog prometa i povećanje regionalnog i međunarodnog ugleda grada. Program EPK će uključiti i promovisati budvansku i bokeljsku istoriju i tradiciju kao nešto autentično, a istovremeno okrenuto savremenim izazovima i tendencijama.

Dalje, projekat podrazumijeva realizaciju programske podrške pripremnim aktivnostima Opštine Budva na implementaciji 1. faze (Predselekciona faza) projekta „Budva – Boka: Evropska prijestonica kulture 2028“.

Sastavni djelovi projekta odnosno potrebne aktivnosti su: mapiranje kapaciteta kulturne scene, formiranje projektnog tima, obuka i informisanje projektnog tima o projektu Evropska prijestonica kulture i drugim, rad na obezbjeđivanju podrške za EPK kod drugih EPK gradova, nacionalnih, regionalnih, EU i svjetskih aktera (u sferi politike, medija, organizacija, kompanija, istaknutih pojedinaca) kroz komunikaciju, pisma, putovanja, sastanke, posjete i/ili učešća na EPK („ECOC Family“ i drugi), EU i drugim događajima, istraživanja radi izrade strategije projekta, komunikacija sa „EU Panelom nezavisnih kulturnih eksperata“ i drugim značajnim akterima kulturne scene Evrope koji su povezani sa projektom EPK (kroz razgovore, pisma, putovanja, sastanke, posjete i/ili učešća na kulturnim događajima, ekspertskim predavanjima, obukama i konsultacijama), formulisanje koncepta i rad na programu, narativu i sloganu, pisanje bidbuka (programske aplikacione knjige), rad na uključivanju kulturne scene Budve, Boke, Crne Gore, regiona, EU i svijeta u projekat, kako kroz projekte i partnerstva u bidbuku, tako i kroz saradnje, podrške, sufinansiranje projekata, međunarodnu saradnju, „proofreading“ (ispravke sadržaja, korektura i lekura teksta), dizajn, štampa i slanje, odluka EU Panela i njena objava u javnosti.

Sve aktivnosti u okviru kandidature Budve i Boke za EPK sprovodiće se kroz više oblasti djelovanja u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Strateški cilj je stvaranje i održavanje kulturnog sistema u lokalnoj zajednici, učešće u širem evropskom kontekstu, uvođenje EU standarda, uključivanje privatnog i civilnog sektora. Kapitalne investicije koje se realizuju kroz ovakve projekte su revitalizacija kulturno-istorijskih spomenika, osnivanje kulturnih centara i umjetničkih škola i organizovanje manifestacija kulture.

Shodno Smjernicama NTO-a, Turistička organizacija opštine Budva uzeće aktivno učešće u ovom projektu imajući u vidu da se radi o projektu koji u osnovi ima valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturne baštine.

Rok realizacije: u kontinuitetu, do novembra 2022. godine.

Rezultat/indikator: zvanična kandidatura za projekat „Budva – Boka: Evropska prijestonica kulture 2028“ – završetak preSelekcionE faze.

3. Adaptacija odmorišta na planinarsko-pješačkoj transverzali Brajići – Paštrovska gora

Opis aktivnosti:

Realizacija adaptacije planinarsko-pješačke transverzale Brajići – Paštrovska gora u zaleđu Budve na dvije lokacije:

1. Dio staze pored izvora na k.p. 2395/1 I 2376/1 KO Brajići
2. Dio staze iznad Buljarice na k.p. 1288/1 i 1022/1 KO Buljarica II

Predviđa se uređenje zatečenog stanja prostora sadržajima koji će unaprijediti boravak planinara, turista i ostalih posjetioca ovih lokacija. Tehničku dokumentaciju, kao i idejni projekat je uradio „Studio Vertikala“ d.o.o. Tivat.

Rok realizacije: drugi i treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovan projekat adaptacije planinarsko-pješačke transverzale Brajići – Paštrovska gora – uređenje dva odmorišta.

4. Održavanje postojećih pješačkih staza

Opis aktivnosti:

S obzirom na potencijal zaleđa opštine Budva, ali i potrebe savremenog turista da istražuje i više vremena provodi u prirodi i stiče iskustva u kontaktu sa žiteljima, Turistička organizacija opštine Budva planira i 2022. godine, početkom maja, u okviru redovnih godišnjih aktivnosti, obnoviti čišćenje i markiranje pješačkih staza na teritoriji opštine u dužini od oko 50 km. Time će se u cilju unapređenja kvaliteta turističke destinacije i diversifikacije turističkog proizvoda doprinijeti očuvanju uslova za realizaciju aktivnog, seoskog i avanturističkog turizma u Budvi.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: očišćene i markirane pješačke staze na teritoriji opštine Budva u dužini od oko 50 km.

5. Valorizacija kulturne baštine

Opis aktivnosti:

Svjetski trendovi i dalje pokazuju da je kulturni turizam ili turizam radi kulture u usponu. Kulturno nasleđe, ljudi i jedinstvena iskustva u prirodnim ljepotama su među ključnim motivima za putovanja i odabir destinacije.

Shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi („Službeni list Republike Crne Gore“, br. 011/04 od 20.02.2004, 013/04 od 26.02.2004, „Službeni list Crne Gore“, br. 073/10 od 10.12.2010, 048/15

21.08.2015.) koji se odnosi na valorizaciju kulturne baštine, neophodno je, u tu svrhu, opredijeliti 10% sredstava koja se ubiraju po osnovu naplate boravišne takse. Opredijeljena sredstva raspodijeliće komisija koju bi trebalo da izabere Skupština Opština Budva. Komisija će uspostaviti kriterijume i na osnovu javnog oglasa odrediti projekte u kulturi.

S obzirom na to da Skupština Opštine Budva još uvijek nije izabrala komisiju predviđenu članom 8 Zakona o boravišnoj taksi, opredijeljena sredstva u svrhu valorizacije kulturne baštine u Finansijskom planu za 2022. godinu predstavljaju zbir sredstava ostvarenih po osnovu naplaćene boravišne takse u prethodnoj godini i projekcije prihoda od boravišne takse za 2022. godinu koju je TO Budva dobila od Uprave lokalnih javnih prihoda Opštine Budva.

Uvođenjem izletničke takse 2019. godine stvorio se prostor za dodatna sredstva koja su planirana u narednoj godini u očekivanju da se situacija vezana za pandemiju stabilizuje, a putovanja i dolazak izletničkih grupa u Budvu generalno vrata. Ova sredstva, ukoliko se ostvare, primarno će biti upotrebljena za unapređenje ponude u Starom gradu u saradnji sa lokalnim institucijama kulture.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: formiranje Komisije u skladu sa Zakonom i opredijeljena sredstva za projekte valorizacije kulturne baštine predviđena Finansijskom planom za 2022. godinu.

6. Jačanje kapaciteta i podsticaji za oporavak turističkog prometa

Opis aktivnosti:

Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta – subvencija turoperatorima za zakup privatnog smještaja sa prioritetnih emitivnih tržišta

Ovaj projekat ima za cilj motivisanje agencija i turoperatora da zakupljuju individualni smještaj u predsezoni i postsezoni, bolju popunjenost individualnog smještaja u predsezoni i postsezoni i povećanje turističkog prometa.

2022. godine planira se obnavljanje poziva po utvrđenim kriterijumima kao stimulacija privredi, u ovom slučaju privatnim izdavaocima preko organizatora putovanja.

Nakon analize *booking-a* privatnog smještaja u prethodnom periodu, uočeno je da je tom dijelu ponude neophodna pomoć, kako u edukaciji u smislu standardizacije usluge, tako i u direktnoj organizovanoj prodaji usluga. Shodno tome, Turistička organizacija opštine Budva planira da opredijeli sredstva za podsticaj prodaje privatnog smještaja preko turoperatora na način što će putem javnog poziva, kroz precizno definisane uslove, turooperatori moći da koriste subvenciju od 2€ po realizovanom noćenju u privatnom smještaju. Pravo da se jave na javni poziv imaće svi turooperatori koji zakupe kapacitete privatnog smještaja na teritoriji opštine Budva, a pravo na korišćenje subvencije samo na osnovu realizovanog noćenja. U skladu sa Smjernicama NTO-a prioritetna tržišta su:

1. Region, Njemačka, Velika Britanija, Rusija, Austrija, Poljska, Francuska
2. Italija, Skandinavija, Holandija, Belgija, Ukrajina, Kina
3. SAD, UAE, Turska, Mađarska, Švajcarska, Republika Češka

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: raspisan javni poziv za podnošenje zahtjeva za dobijanje podrške za realizaciju noćenja u privatnom smještaju turista sa prioritetnih emitivnih tržišta, dodjela sredstava za podsticaj prodaje privatnog smještaja preko turoperatora.

7. Suzbijanje sive ekonomije

Opis aktivnosti:

Shodno Smjernicama NTO-a, Turistička organizacija opštine Budva planira i u 2022. godini, u periodu od juna do kraja septembra, da u okviru svojih mogućnosti bude partner nadležnim institucijama u dijelu realizacije aktivnosti koje za cilj imaju suzbijanje sive ekonomije u oblasti turizma i ugostiteljstva. S tim u vezi, TO Budva će dati podršku intenzivnom inspeksijskom nadzoru koji koordinira nadležni sekretarijat Opštine, u dijelu pojačanih kontrola kada su u pitanju prijava i evidencija boravka turista, registracija smještajnih objekata i naplata boravišne takse.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećanje broja prijava boravka turista, registrovanih smještajnih objekata i povećanje naplate boravišne takse u odnosu na 2021. godinu.

8. Rekonstrukcija signalizacije na planinskim stazama

Opis aktivnosti:

Prva faza ovog projekta realizovana je u 2021. godini, u smislu izrade elaborata kojim su obuhvaćene sve staze pojedinačno sa detaljnim opisom istih, planom horizontalne i vertikalne signalizacije, pripremom za štampu i GPS koordinatama. Raspisivanje javne nabavke i izvođenje glavnih radova realizovaće se u drugom kvartalu 2022. godine.

Projektom su obuhvaćene sledeće staze:

1. 756 A, Podlastva – Krapina – Pobori – manastir Stanjevići – Koločunj + dio asfaltnog puta od Jadranske magistrale do početka staze 756 A;
2. 756, asfaltni put, zaobilaznica Budva, manastir Podmaine, Podostrog – Krapina, do ukrštanja sa stazom 756 A;
3. Koritnica (izvor) – manastir Stanjevići – Jarišta – Gornji Pobori – Krapina, do ukrštanja sa stazom 756 A;
4. Stanjevići – Lapčiči, + dio asfaltnog puta od skretanja za selo Pobori do početka ove staze, i do ukrštanja sa stazom 756 A kod izvora Veljak;
5. 765, PPT, Brajići – Stojanovići – Široka strana – Komarda – Stari Viškovići – manastir Stanjevići;
6. 761, PPT, Brajići – tvrđava Kosmač – Mrtvica – Ograđenica – prevoj Paštrovska gora + nastavak preko magistrale i dio staze u pravcu Sozine koji pripada teritoriji opštine Budva;
7. Mrtvica (izvor) – crkva sv. Đorđe – manastir Duljevo + asfaltni put Kuljače – Kamenovo, drugi krak manastir Duljevo – manastir Rustovo – Čelobrdo – manastir Praskvica i treći krak Čelobrdo – Ograđenica;
8. Tudorovići – Ograđenica, + dio asfaltnog puta od Jadranske magistrale (skretanje za Blizikuće) do početka ove staze;
9. Tvrđava Mogren – Spas + dio asfaltnog puta do ukrštanja sa stazom 756 A.

Njihova ukupna dužina je oko 50km. Rekonstrukcija signalizacije na ovim stazama radi se u cilju poboljšanja uslova boravka turista u zaleđu budvanske rivijere i pružanja kvalitetnije usluge.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: rekonstruisana signalizacija na planinskim stazama u dužini od oko 50km.

9. GPS snimanje novih planinskih staza

Opis aktivnosti:

Projekat podrazumijeva obilazak planinskih staza koje nisu bile obuhvaćene pregledom i GPS snimanjem planinskih staza 2021. godine od strane sertifikovanog stručnog lica. Staze se obilaze, pravi se njihov elektronski GPS zapis i izrađuje se elaborat signalizacije. Realizacijom ovog projekta povećaće se broj i dužina označenih planinskih staza i na taj način poboljšati turistička ponuda u zaleđu budvanske rivijere, u skladu sa Smjernicama NTO-a. Stvaranjem šire mreže planinskih staza poboljšaće se kvalitet ponude aktivnog turizma kao jednog od posebnih proizvoda turizma u prirodi.

GPS zapisi biće iskorišćeni za izadu GPS aplikacije planinskih staza.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađen elektronski GPS zapis planinskih staza i elaborat signalizacije.

10. Izrada GPS aplikacije planinskih staza za mobilne telefone

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva planira u 2022. godini izradu GPS aplikacije pješačkih staza za mobilne telefone koja će biti na raspolaganju korisnicima za besplatno preuzimanje i korišćenje *online* i *offline*. Na ovaj način će se ljubiteljima prirode omogućiti brže i lakše upoznavanje sa zaleđem budvanske rivijere i mogućnostima obilaska ovog, nedovoljno istraženog, dijela opštine. Aplikaciju će biti moguće preuzeti na oficijelnom *web* sajtu TO Budve, putem QR koda koji će biti istaknut i na sajtu, na turističko-informativnim biroima i na početnim tačkama svih staza, kao i putem *App* i *Play Store*-a.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađena GPS aplikacija pješačkih staza u budvanskom zaleđu za mobilne telefone.

11. Revitalizacija kulturnih dobara

Shodno dijelu Smjernica NTO-a koji se odnosi na preporuku za ulaganje u projekte koji u osnovi imaju valorizaciju kulturne baštine i imajući u vidu da, kako je već navedeno, Skupština Opštine nije još uvijek izabrala komisiju koja će vršiti odabir projekata iz ove oblasti, Turistička organizacija opštine Budva planira da opredijeli dodatna sredstva za projekte koji u osnovi imaju valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturne baštine, u skladu sa Zakonom.

Realizacija projekata će se vršiti u saradnji sa lokalnom samoupravom i drugim relevantnim institucijama na lokalnom i državnom nivou, u kontinuitetu tokom cijele godine, a kao rezultat

ovih aktivnosti Budva će dobiti obogaćenu i unaprijeđenu turističku ponudu, nova mjesta od značaja za građane i turiste.

Rekonstrukcija, adaptacija i revalorizacija tvrđave Mogren

Opis aktivnosti:

Tvrđava Mogren je fortifikacioni objekat, nekadašnja kasarna i vojno uporište austrougarske vojske koja je sagrađena 1860. godine. Nalazi se na obronku brda Spas, u neposrednoj blizini Budve, iznad čuvene budvanske plaže Mogren.

Imajući u vidu rušenja i nekoliko zemljotresa, tvrđava je u jako lošem stanju. S tim u vezi, Opština Budva je završila projekat pripreme dokumentacije za konzervatorski projekat. Sledeća faza je konzervatorsko čišćenje tvrđave i kontakt zone i izrada konzervatorskog i idejnog projekta koju Turistička organizacija opštine Budva planira da sprovede u djelo tokom 2022. godine u saradnji sa Opštinom Budva i Polimskim muzejom iz Berana.

Budva će realizacijom ovog projekta, nakon višedecenijskog zanemarivanja, u narednih nekoliko godina staviti u turističku funkciju tvrđavu i okolinu, dobiti novo mjesto od interesa za građane i turiste koje pored svoje kulturno-istorijske vrijednosti predstavlja i jedan od najljepših vidikovaca na budvanskoj rivijeri, ali i poseban sadržaj koji će biti važan za obavljanje kulturnih aktivnosti.

Rok realizacije: tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: očišćena tvrđava Mogren i kontakt zona, urađeno arheološko istraživanje i sprovođenje konzervatorskih mjera, urađen konzervatorski projekat.

Ponovna izgradnja crkve Sv. Antuna Padovanskog

Opis aktivnosti:

U cilju diversifikacije i unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda, Turistička organizacija opštine Budva planira učešće u projektu obnove odnosno ponovne izgradnje katoličke crkve Sv. Antuna Padovanskog na sredini druge plaže Mogren, gdje se nekada i nalazila. Projekat realizuje Opština Budva u saradnji sa HG „Budvanska rivijera“ i predstavnicima katoličke crkve u Budvi. Projekat podrazumijeva izradu konzervatorskog i idejnog projekta neophodnih za ponovnu izradu crkve Sv. Antuna.

Imajući u vidu da je pješačka staza na potezu od tvrđave Mogren do plaže Mogren stavljena u funkciju, ponovnom izgradnjom ove crkve će se dobiti jedinstvena turistička atrakcija koja će podrazumijevati uživanje u prirodnim ljepotama budvanske rivijere i upoznavanje sa kulturom i istorijom Budve. Pored toga, dobija se nova turistička tura – kulturno-istorijska staza, od Starog grada sve do tvrđave Mogren.

Crkva Sv. Antuna izgrađena je 1571. godine na drugoj plaži Mogren u Budvi. Vremenom je crkva Sv. Antuna propadala da bi je na kraju veliko nevrijeme 1899. godine gotovo potpuno uništilo. Sledeće godine su građani Budve odlučili da izgrade novu i veću crkvu i počeli su sa sakupljanjem dobrovoljnih priloga u čemu su podjednako učestvovali i katolici i pravoslavci. 1.

maja 1905. godine crkva je obnovljena uz veliko veselje građana obije vjeroispovijesti. Siromašniji građani koji nisu mogli pomoći izgradnju crkve novcem, pomogli su dobrovoljnim radom. Decenijama prije i poslije 13. juna su se održavale svečanosti u čast Sv. Antuna, slavilo se do kasno u noć, a ovaj dan je predstavljao i neformalni početak kupališne sezone. Ova tradicija trajala je do 1952. godine kada je crkva Sv. Antona porušena. Imajući u vidu sve navedeno, 13. jun, dan Sv. Antuna, i sama crkva su od posebne sentimentalne vrijednosti za građane Budve.

Rok realizacije: tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađen konzervatorski i idejni projekat.

Muzej Paštrovića u sklopu manastira Praskvica

Opis aktivnosti:

Muzej Paštrovića u manastiru Praskvica i njegov fond istorijskih dokumenata i drugih vrijednih artefakata se nalaze u teškom stanju, te je zbog toga neophodno hitno sprovesti konzervatorske mjere radi sprečavanja njihovog daljeg propadanja i nepovratnog gubljenja. Pored toga, potrebno je sprovesti kompletnu rekonstrukciju enterijera muzeja u skladu sa konzervatorskim projektom i obezbijediti adekvatne uslove za čuvanje i prezentaciju svih artefakata.

Pored muzeja koji se nalazi unutar manastirskog konaka, u sklopu manastirskog kompleksa nalazi se i objekat „kulica“ za koji je potrebno uraditi konzervatorski projekat i u skladu sa njim izvršiti rekonstrukcija krova. Plan je da se u rekonstruisanom objektu organizuje stalna postavka koja će prezentovati kulturu Paštrovića sa posebnim akcentom na obrazovanje, jer je objekat prvobitno služio kao škola.

Projekat će se realizovati u saradnji sa manastirom Praskvica, lokalnom samoupravom i u saradnji i uz saglasnost Uprave za zaštitu kulturnih dobara Crne Gore.

Muzej je otvoren za posjete turista, a njegovom rekonstrukcijom će se dobiti unaprijeđen turistički proizvod koji će prije svega pružati kvalitetan uvid u istoriju i kulturu Paštrovića.

Manastir Praskvica jedan je od najznačajnijih i najstarijih manastira na budvanskoj rivijeri. U sklopu manastirskog konaka nalazi se vrijedna manastirska biblioteka čiji fond broji oko 5.000 knjiga. U konaku se takođe nalazi i manastirski muzej sa riznicom koja sadrži bogatu zbirku umjetničkih djela, ikona, starog oružja, crkvenih predmeta, knjiga i isprava iz prošlosti Paštrovića. Od pokretnih muzejskih objekata, svakako treba izdvojiti stari manastirski pečat sa natpisom „Si pečat manastira Praskvice“, kao i zlatni krst, putir i ríkópisno jevanđelje koje je ruski car Pavle I godine 1798. poklonio manastiru. Za posebnu dragocjenost riznice smatra se zlatni krst za koga se pretpostavlja da je pripadao caru Dušanu, a koji je iz manastira Visoki Dečani u Praskvicu prenio arhimandrit Danilo Kažanegra. Na drugom spratu ovog konaka nalazi se povećá manastirska trpezarija u kojoj se ističe veliki okrugli sto urađen od monolitne ploče crvenkastog domaćeg kamena. Za ovim stolom vijećala je čuvena paštrovska Bankada koju su sačinjavali paštrovski glavari. Ovaj sto se često nazivao i „stol od pravde“.

Rok realizacije: tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađen konzervatorski projekat.

12. Revalorizacija kulturno-istorijskih spomenika u Starom gradu – Stari mlin u Starom gradu, Rimske terme u Starom gradu, Bedemi i drugi

Opis aktivnosti:

Stari grad Budva je zaštićeni spomenik kulture od nacionalnog značaja u kome se nalazi veliki broj pojedinačnih kulturno-istorijskih spomenika iz različitih istorijskih epoha. Budući da je pravni status pojedinačnih spomenika kulture nedefinisan, određeni su prioriteta u saradnji sa JU „Muzeji i galerije Budve“ i sekretarijatom za društvene djelatnosti Opštine Budva.

S obzirom na to da je prethodno potrebno utvrditi status dokumentacije i stanje svakog od spomenika kulture posebno, koji se zbog višedecenijske nebrige nalaze u teškom stanju, sredstva koja Turistička organizacija opštine Budva opredjeljuje za projekte obnove i/ili stavljanja u funkciju starogradskih spomenika kulture biće utrošena na konzervatorske projekte, idejna rješenja i rekonstrukciju objekata u Starom gradu. Raspodjela sredstava zavisice od mogućnosti obnove pojedinih spomenika (dokumentacija, faktičko stanje, urbanistički uslovi itd.).

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađeni konzervatorski i idejni projekti.

13. Podsticaj razvoju ruralnog turizma

Imajući u vidu značaj ruralnog turizma za razvoj turizma uopšte, te sve veću tražnju i potrebu savremenog turista za autentičnim iskustvima i doživljaju destinacije, Turistička organizacija opštine Budva će tokom 2022. godine u saradnji sa nadležnim sekretarijatom u lokalnoj samoupravi posebnu pažnju posvetiti motivisanju građana u ruralnom području da registruju svoja domaćinstva, kao i usluge i proizvode koje nude.

Budući da na teritoriji Budve postoji samo jedno registrovano seosko domaćinstvo za obavljanje turističko-ugostiteljske usluge, projekat podrazumijeva edukaciju, ali i finansijsku podršku pri registraciji usluga i proizvoda. Potrebna je koordinacija Ministarstva koje registruje seoska domaćinstva u turističke svrhe i nadležnog sekretarijata.

Uređenje seoskih cjelina

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva planira da u 2022. godini usmjeri određena sredstva u uređenje, poboljšanje i stvaranje osnovnih infrastrukturnih uslova u budvanskim selima. Uređenje i unapređenje osnovnih infrastrukturnih uslova će se sprovesti u saradnji sa lokalnom samoupravom i mjesnim zajednicama.

Cilj ovog projekta je poboljšanje kvaliteta turističkog proizvoda, stvaranje osnovnih infrastrukturnih uslova u budvanskim selima, uređenje izvorišta, postavljanje javne rasvete, uređenje fasada, vrtova, parkinga i drugih javnih površina. Ovaj projekat podrazumijevaće i sanaciju i adaptaciju spomenika kulture u budvanskim selima.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovane aktivnosti (uređena izvorišta, postavljena javna rasveta, uređena fasada, uređeni vrtovi, parkinzi i druge javne površine, sanirani određeni spomenici kulture) u minimum jednom budvanskom selu.

Podrška proizvođačima poljoprivrednih i ruralnih proizvoda i njihovim udruženjima

Opis aktivnosti:

U cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, Turistička organizacija opštine Budva planira da u 2022. godini pruži značajnu podršku proizvođačima ruralnih proizvoda na teritoriji opštine Budva, udruženjima proizvođača, prije svega kroz otkup proizvoda i nabavku potrebne opreme i sredstava za rad. Podrška će se pružati u kontinuitetu tokom cijele godine.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: otkupljena određena količina ruralnih proizvoda od minimum dva proizvođača i nabavka potrebne opreme i sredstava za rad minimum jednom proizvođaču.

Označavanje ruralnog područja Budve sredstvima vizuelne komunikacije

Opis aktivnosti:

Jedan od osnovnih preduslova da se skrene pažnja na ruralno područje Budve u zaleđu i turističke aktivnosti koje se u njemu odvijaju jeste i povećanje njegove vidljivosti na magistralnim i seoskim putevima u cilju pružanja osnovnih obavještenja.

Kako bi se ostvarila ova funkcija u cilju unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda i razvijanja ruralnog turizma, Turistička organizacija opštine Budva planira da raspiše javnu nabavku za označavanje ruralnog područja sredstvima vizuelne komunikacije.

Sve table će sadržati naziv sela ili objekata, a predjeli koji će biti označeni su teritorija Maina i Pobora za koje je već urađen glavni projekat. Nastavak aktivnosti će se sprovesti u saradnji sa opštinskim organima i javnim preduzećima, u prvoj polovini 2022. godine, i kao rezultat će imati povećanu vidljivost ruralnog područja u Budvi.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: označen dio ruralnog područja Budve sredstvima vizuelne komunikacije.

Mountain bike&quad staza u zaleđu

Imajući u vidu potrebu za diversifikacijom turističkog proizvoda, kao i smjernice akcionog plana Strategije razvoja turizma Crne Gore do 2025. godine koje upućuju na razvoj novih proizvoda u ruralnim oblastima i Smjernica NTO-a, planira se realizacija prve faze adaptacije planinarsko-pješačke transverzale od lokaliteta Lipa do lokaliteta Pečkovića čime će se dobiti potpuno nov proizvod – *mountain bike&quad* staza u dužini od cc 10km. Projekat adaptacije bi trebalo realizovati u prvoj polovini godine, a podrazumijevao bi čišćenje i tamponiranje staze na djelovima gdje je neophodno, u dubini ne manjoj od 10cm, što bi iziskivalo nasipanje oko 1000 kubika tampona uz angažovanje adekvatne mehanizacije.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: *Mountain bike&quad* staza u dužini od cc 10km u budvanskom zaleđu.

Obnova i rekonstrukcija Jegorovog puta (prva faza)

Opis aktivnosti:

Istorijski najpoznatija pješačka staza u budvanskom zaleđu je Jegorov put, koji je ruski kaluđer, Jegor Stroganov, prije više od tri vijeka deset godina klesao u kamenu od Miločera do sela Čelobrdo.

U cilju podsticaja razvoju ruralnog turizma, Turistička organizacija opštine Budva predviđa i realizaciju prve faze uređenja i rekonstrukcije ovog kamenog puta, na potezu od sela Čelobrdo do manastira Praskvica, koja će se realizovati u saradnji sa Opštinom Budva i mjesnom zajednicom Sveti Stefan, čime će se dobiti nova turistička atrakcija.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana prva faza uređenja i rekonstrukcije Jegorovog puta.

14. Podrška diversifikaciji turističkog proizvoda u mjesnim zajednicama

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva opredijelila se za uvođenje ove mjere zbog ostvarivanja intenzivne saradnje sa lokalnim zajednicama na poboljšanju kvaliteta turističkih usluga u naseljima na teritoriji budvanske rivijere. Dosadašnja praksa je pokazala da u svim mjesnim zajednicama, posebno u onima ili njihovim djelovima koje se nalaze u ruralnom području budvanske opštine, imaju potrebu za manjim intervencijama u pripremi turističke sezone koje se odnose na: sređivanje turističke signalizacije, obezbjeđivanje boljih uslova za boravak turista na javnim površinama, nedostatak sportskih i sadržaja za djecu, uređenje zelenih i parkovskih površina, nedostatak i uređenje površina za parkiranje, oštećeni kulturno-istorijski spomenici itd. Rezultat koji TO Budva očekuje je veća uključenost lokalnih zajednica u turističke procese, bolje upoznavanje žitelja tih zajednica sa procesima i trendovima u turizmu i poboljšanje uslova boravka za turiste u svim mjestima i naseljima na budvanskoj rivijeri.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana saradnja sa minimum dvije lokalne zajednice na poboljšanju kvaliteta turističkih usluga u naseljima na teritoriji budvanske rivijere.

15. Uređenje urbanih džepova, parkova, parkinga i drugih javnih površina, označavanje turistčkih atrakcija i praznično ukrašavanje

Opis aktivnosti:

Ovom mjerom Turistička organizacija opštine Budva želi da da svoj doprinos u uređenju svih djelova grada, posebno gradskih i prigradskih naselja koja prihvataju najveći broj turista tokom glavne turističke sezone. U tom smislu, u saradnji sa opštinskim preduzećima i institucijama, TO Budva želi da poveća kvalitet turističkih usluga i da doprinos za ljepši izgled budvanske rivijere tokom cijele godine, a posebno tokom glavne turističke sezone. Posebna pažnja će se posvetiti turističkoj signalizaciji i drugim javnim sadržajima za turiste, njihovoj dopuni, ali i servisu na mjestima gdje je to potrebno. Pored toga, TO Budva će se posvetiti prazničnom ukrašavanju grada tokom godine, posebno tokom novogodišnjih praznika. Nakon sprovođenja ovog projekta, vizuelni izgled pojedinih gradskih urbanih džepova biće značajno poboljšan, a sve u cilju unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: uređena minimum dva urbana džepa, postavljeni praznični ukrasi u Budvi.

16. Učešće u EU projektima

Opis aktivnosti:

S obzirom na značaj koji prekogranična saradnja ima prvenstveno u vidu podsticaja evropskoj integraciji Crne Gore, a zatim i u dijelu mogućnosti koje pruža za diversifikaciju i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda, od izuzetnog značaja je učešće u EU projektima.

U 2021. godini, Turistička organizacija opštine Budva prijavila se za prekograničnu saradnju Crna Gora-Albanija 2014-2020 (IPA II). Aplikaciona forma poslata je u saradnji sa JU „Muzeji i galerije Budve“ i Albanskim razvojnim fondom – Albanian Development Fund i Regional Directorate for National Culture.

Naziv projekta: BUDVA AND SKADAR ROMAN TRAILS – Valorizacija rimskog nasljeđa u Albaniji i Crnoj Gori, u turističke svrhe.

Koncept je dostavljen 13. septembra 2021. godine, trajanje projekta: 18 mjeseci.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana prva faza projekta „Budva and Skadar roman trails“.

b) Manifestacije i događaji sa ciljem unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda

Značaj manifestacionog turizma, kao posebnog segmenta turističke ponude, globalno je izražen jer je prepoznato da u značajnoj mjeri može da doprinese povećanoj tražnji i povećanom turističkom prometu bez obzira da li se radi o već afirmisanim ili o manje poznatim destinacijama. Ovaj vid turizma je bio posebno pogođen u godinama pandemije COVID-19 virusa, ali se u 2022. godini očekuje njegov umjereni oporavak.

Tradicionalne manifestacije

Turistička organizacija opštine Budva, za predstojeću 2022. godinu, planira realizaciju tradicionalnih festivala, manifestacija i koncerata, uz aktivno učešće u organizaciji projekata od značaja za unapređenje kvaliteta turističke ponude opštine Budva, posebno u mjesecima van glavne turističke sezone. Organizacija brojnih dešavanja tokom gotovo 12 mjeseci, uz druge mnogobrojne aktivnosti TO Budve, utiče i na turiste iz postojećih, ali i sa novih tržišta, da svoj odmor provedu u Budvi, nezavisno od perioda godine.

„Od Uskrsa do Vaskrsa“

Opis aktivnosti:

Mjesto: park pored „Fisherman’s pub“-a; učesnici: vrtići i osnovne škole, ugostitelji, manastiri i drugi; S obzirom na to da u Budvi žive vjernici i pravoslavne i katoličke crkve, to daje jedinstvenu priliku i prostor da se u vremenskom okviru između dva Uskrsa organizuje manifestacija koja će slaviti ovaj veliki hrišćanski praznik i pokazati sinergičan život budvanskog stanovništva. U ovom projektu od velikog značaja bilo bi uključenje vrtića i osnovnih škola sa svojim predstavama, radionicama i igrama na temu slavljenja Uskrsa, ali isto tako i uključenje ugostitelja koji bi pripremali hranu koja je tipična za ovaj vjerski praznik. Mnogi manastiri na budvanskoj rivijeri gaje djelatnosti pripreme hrane, izrade suvenira itd., pa bi i oni trebalo da budu neizostavni dio ovakvog dešavanja. U okviru ove manifestacije, ove godine će fokus biti igra, potraga za blagom, po uzoru na nekadašnje aktivnosti u okviru Kadmovog dana.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine – između dva uskršnja praznika (katoličkog i pravoslavnog Uskrsa – april).

Rezultat/indikator: realizovana manifestacija i saradnja sa privredom i drugim subjektima od značaja.

Karneval

Opis aktivnosti:

Predviđa Abram u Starom gradu i Petrovcu, Veliku i Malu karnevalsku povorku i bogat kulturno–zabavni program. Turistička organizacija opštine Budva nastavlja sa istim konceptom kao i prethodnih godina, a program Karnevala će dodatno biti obogaćen kulturnim, edukativnim,

ekološkim i muzičkim sadržajima. TO Budva je organizator i pokrovitelj ove manifestacije uz NVO „Feštađuni“, kao osnivača Karnevala. S obzirom na to da ovo dešavanje pomaže porastu turističkog prometa u periodu predsezona, u 2022. godini je u planu da se na Karneval eventualno nadovežu dodatni programi čiji će glavni motiv biti salsa i zumba ples, takmičenje pop i rok grupa, karneval bajkera, internacionalna smotra folklora i smotra mažoretke, ukoliko to budu dozvoljavale aktuelne epidemiološke mjere i sredstva.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine – kraj aprila/početak maja.

Rezultat/indikator: realizovana tradicionalna manifestacija, povećan turistički promet u Budvi tokom prvomajskih praznika u odnosu na 2021. godinu.

„Budvanske večeri“

Opis aktivnosti:

Manifestacija koja njeguje crnogorsko muzičko nasleđe, podrazumijeva gostovanje folklornih ansambala i kvalitetnih klapa sa područja čitavog primorja. Nastupi će se održavati jednom ili više puta nedjeljno u Starom gradu i okolini i na šetalištu u Petrovcu. U prethodnim godinama se pokazala kao vrlo atraktivna, posebno za inostrane turiste.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine – tokom juna, jula, avgusta i septembra.

Rezultat/indikator: najmanje deset nastupa folklornih ansambala i klapa u Budvi i Petrovcu.

Dan državnosti i Dan Turističke organizacije opštine Budva

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva ove godine predviđa izmjenu koncepta obilježavanja Dana TO Budve i Dana državnosti u skladu sa novim trendovima u turizmu na budvanskoj rivijeri. Naime, u prethodnim godinama je 12. i/ili 13. jula organizovan program koji je predviđao koncerte crnogorskih i regionalno poznatih muzičkih imena, svečani koktel za prijatelje TO Budve, predstavnike turističke privrede grada i države, medije i sugrađane, kao i veliki vatromet, a realizacija ovog programa je iziskivala velika sredstva. Kako su se trendovi u budvanskom turizmu promijenili, početak glavne turističke sezone je pomjeren, pa Budva sredinom jula mjeseca bilježi veliku posjećenost turista iz svih krajeva svijeta koji, kako se pokazalo, preferiraju manje događaje koji promovišu lokalnu kulturu, smatra se da je za organizaciju događaja koncepta od prethodnih godina adekvatniji period sredina juna. Pored toga, pokazalo se kao česta pojava da se u istom periodu, na Dan državnosti i u danima prije i poslije, organizuje više događaja na budvanskoj rivijeri i na cijelom primorju sa istom ili sličnom tematikom, koji jedan drugom predstavljaju i određen vid konkurencije. Izmijenjen koncept podrazumijeva obilježavanje državnog praznika adekvatnim kulturnim-zabavnim programom.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovano obilježavanje državnog praznika.

Petrovačka noć

Opis aktivnosti:

Najveća tradicionalna fešta od ribe i vina, organizuje se na području Petrovca, sa cjelodnevnim zabavnim i sportskim programom koji će obilježiti gostovanje atraktivne muzičke zvijezde (ili više njih), kao i veliki vatromet. Ove godine, program će biti dodatno obogaćen gastro ponudom, pa će biti organizovana degustacija makarula sa pašticađom i ruštula duž rive u Petrovcu, a u saradnji sa Udruženjem kuvara.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine – poslednja sedmica (petak) mjeseca avgusta.

Rezultat/indikator: realizovana tradicionalna manifestacija, povećan turistički promet krajem avgusta u odnosu na 2021. godinu.

Dan Širuna

Opis aktivnosti:

Tradicionalna pučka fešta od ribe i vina, najznačajnija manifestacija u periodu postsezone kojom se zvanično zaokružuje program manifestacija u ljetnjoj sezoni, organizuje se početkom oktobra. Karakteriše je cjelodnevni program koji se sastoji iz više segmenata: dječiji, sportski, muzički, kao i podjela velike količine ribe i vina tokom dana. TO Budva je, pored Opštine Budva, suorganizator i glavni pokrovitelj ove cjelodnevne fešte, posebno u dijelu kreiranja muzičko-zabavnog programa i marketinga, dok je SRD „Širun“ nosilac manifestacije.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana tradicionalna manifestacija.

Unapređenje zimske turističke ponude – „Vidimo se u Budvi“

Opis aktivnosti:

Budva je u poslednjih 20 godina uspjela da se pozicionira kao jedna od top destinacija za doček Nove godine i boravak tokom novogodišnjih i božićnih praznika, što nije tipično ni za globalno prepoznatljivije ljetnje turističke destinacije. Turistička organizacija opštine Budva u cilju unapređenja zimske turističke ponude i ove godine predviđa realizaciju programa dočeka Nove godine na trgu ispred Starog grada, dočeka pravoslavne Nove godine, posebno koncert klasične muzike 1. januara i Božićnu pjacetu.

Koncerti povodom dočeka Nove godine na trgu ispred Starog grada, dječiji program – tradicionalan i ekskluzivan program, okarakterisan kao projekat od najvećeg značaja. Pored večernjih koncerata, predviđen je i bogat dnevni program, kao i program za djecu. Turistička organizacija opštine Budva će kao predstavnik opštinskog Odbora za kreiranje i organizaciju dočeka Nove godine na trgu ispred Starog grada Budve, biti i realizator istog, dok će se promotivna kampanja realizovati pod prepoznatljivim sloganom „Vidimo se u Budvi!“.

Koncert klasične muzike – 1. januara u 14.00h, na Trgu ispred Starog grada. Budva je jedini grad u Crnoj Gori koji je započeo ovakav projekat i uspio da ga kontinuirano uspješno realizuje iz godine u godinu.

„Božićna pjaceta“ – od sredine decembra – do sredine januara, manifestacija koja se organizuje već nekoliko godina u saradnji sa Udruženjem ugostitelja Budve na Trgu ispred Starog grada. U planu je da se uključe i Udruženje ugostitelja, proizvođači suvenira, kao i proizvođači lokalnih proizvoda, sve u cilju bolje organizacije i bogatije gastronomske ponude. Zabavni program biće fokusiran na djecu, na sinergiji budvanskih vrtića i škola. Sam ambijent će imati autentičan vizuelni identitet, organizaciju različitog zabavnog sadržaja, klizalište itd.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine/prvi kvartal 2023. godine.

Rezultat/indikator: realizovani novogodišnji koncerti i „Božićna pjaceta“, povećan turistički promet u Budvi tokom novogodišnjih praznika u odnosu na 2021. godinu.

Novi programi

Otvaranje ljetnje turističke sezone

Opis aktivnosti:

Imajući u vidu činjenicu da postoji realna potreba za dodatnim unapređenjem turističke ponude u smislu organizovanja događaja van glavne turističke sezone i međunarodnom promocijom Budve kao mediteranske turističke destinacije, Turistička organizacija opštine Budva predviđa organizaciju novog događaja koji će obilježiti početak ljetnje turističke sezone.

Događaj koji nudi jedinstveno životno iskustvo, stiče se utisak da se održava samo jednom i da se njemu mora prisustvovati! Specijalni kulturno-zabavni događaj sa snažnim promotivnim efektom.

Vizija organizacije ovog događaja je stvaranje turističkog proizvoda koji će privlačiti veliki broj turista iz inostranstva, muzičkih zvijezda, medija i medijskih ličnosti iz regiona i Evrope, događaja kvalitetnog programa koji će jačati imidž Budve kao mediteranskog turističkog centra i pružati jedinstvenu iskustvenu vrijednost turistima.

Osnovni cilj manifestacije je da privuče pažnju ciljane javnosti i stvori njenu naklonost, poveća turistički promet u periodu predsezone i stvori jak promotivni efekat. Otvaranje ljetnje turističke sezone će biti jedan od najatraktivnijih događaja u kalendaru manifestacija Turističke organizacije opštine Budva, a organizovaće se početkom juna.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećanje turističkog prometa u periodu predsezone u odnosu na 2021. godinu.

Zatvaranje ljetnje turističke sezone

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva 2022. godine predviđa obilježavanje kraja glavne turističke sezone u Budvi i početak jednog mirnijeg i mnogima ljepšeg perioda kada u Budvi do izražaja dolaze prirodne ljepote, povoljna klima, toplo more i kvalitetna ponuda budvanskih hotela i individualnog smještaja. Kako bi se turistima uljepšao boravak u Budvi u septembru, ali i privukao dodatni broj turista, TO Budva planira organizaciju manifestacije čiji će program biti gastronomsko-muzičkog karaktera, a realizovaće se, po mogućnosti, u saradnji sa Udruženjem ugostitelja Budve.

Ovaj događaj biće još jedan u nizu koji će uticati na produžetak turističke sezone i povećanje turističkog prometa van glavne turističke sezone.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećanje turističkog prometa u periodu postsezone u odnosu na 2021. godinu.

Dan opštine Budva – dodjela nagrada „Najbolji u turizmu i ugostiteljstvu“ u Budvi

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva planira da u sklopu programa obilježavanja Dana opštine Budva (22. novembar) organizuje svečanu dodjelu godišnjih nagrada sa ciljem unapređenja kvaliteta usluga, razvijanja gostoprimstva, razvijanja i unapređenja dobrih odnosa među turističkim poslenicima, podizanja turističke kulture i razvoja turističke ponude grada Budve.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: svečano dodijeljene nagrade „Najbolji u turizmu i ugostiteljstvu“ u Budvi za 2022. godinu.

Podrška drugim projektima

Turistička organizacija opštine Budva se pojavljuje i kao suorganizator nekoliko velikih turističkih projekata i programa, čija je realizacija u svrsi valorizacije turističkog proizvoda opštine Budve, u duhu razvoja brenda Budve, kao i u cilju poboljšanja turističke ponude posebno u periodu prije i nakon glavne turističke sezone, pa se sa tim trendom nastavlja i u narednoj godini.

„Montenegro Sun Reggae Festival“

Opis aktivnosti:

U organizaciji NVO „Urban kult“, a u saradnji sa TO Budvom, prvi je festival ove vrste muzike i jedini koji okuplja izvođače *reggae* muzike iz Evrope i svijeta u Crnoj Gori.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: održan festival.

Sea Dance Festival („EXIT avantura“)

Opis aktivnosti:

Jedan od najprestižnijih muzičkih festivala u Evropi. Godinama se uspješno održavao na plaži Jaz u Budvi i privlačio više desetina hiljada posjetilaca iz cijelog svijeta. Mjesto održavanja je sada plaža Buljarica.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine – kraj avgusta.

Rezultat/indikator: realizovana podrška održavanju festivala.

„Petrovac Jazz Festival“

Opis aktivnosti:

Jazz Festival proširuje ponudu kvalitetnih kulturnih dešavanja i daje na raznovrsnosti istih na teritoriji opštine, odnosno u Petrovcu, u periodu postsezone. TO Budva je suorganizator festivala, a glavni nosilac projekta je NVO „Urban Kult” iz Petrovca.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine – septembar.

Rezultat/indikator: realizovana podrška održavanju festivala.

„Fešta od ruštula“

Opis aktivnosti:

Ova manifestacija bazira se na običajima Paštrovića, sa posebnim osvrtom na kulinarske specijalitete paštrovskog kraja. Organizator je NVU „Sveti Stefan – naš dom”, a uz podršku TO Budve u vidu organizacije muzičko-zabavnog dijela programa i promocije.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana podrška održavanju manifestacije.

Književni festival „Ćirilicom“

Opis aktivnosti:

Festival se realizuje u organizaciji JU „Narodna biblioteka Budve“ i Udruženja izdavača i knjižara Crne Gore u periodu avgust/septembar na Trgu između crkava u Starom gradu Budve. Tokom petnaest dana festivala „Ćirilicom“ publika svake godine ima priliku da prati sadržajan i bogat program. U okviru festivala predstavlja se dio književnosti i pismenosti ovog podneblja kako bi se uvidio taj hiljadugodišnji književno-istorijski kontinuitet, čime se želi pokazati kako se dodiruju i prožimaju različite kulture, kako su ćirilica i latinica nesmetano koegzistirale prije hiljadu godina.

Plan Turističke organizacije opštine Budva je da bude partner organizatorima festivala te da svojim doprinosom obezbijedi dovođenje eminentnih regionalnih i svjetskih pisaca čime bi Budva tokom prvih dana septembra postala središte književnih dešavanja u regionu i šire.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana podrška održavanju festivala.

Međunarodne Njegoševe večeri poezije

Opis aktivnosti:

Istoimena NVU je osnovala manifestacija povodom 200 godina od Njegoševog rođenja. U prethodnih 8 godina ova manifestacija je ostavila trag u duhovnoj atmosferi, ne samo Crne Gore, već i zemalja regiona. Zahvaljujući domaćim pjesnicima, kao i uglednim gostima iz inostranstva, njegoševski poetski duh nastavio je da živi u Crnoj Gori i njenom okruženju.

Organizacije povezane sa Njegoševim večerima poezije obezbijedile su učešće stranih pisaca u programima u Budvi, među kojima se posebno izdvajaju gostovanja dvojice nobelovaca – Vargasa Ljose i Orhana Pamuka. Planirano je da manifestacija koja će se ove godine održati u Budvi početkom novembra obimom i kvalitetom prevaziđe sve ranije organizovane manifestacije ovog tipa, te da prestižnost ove manifestacije dođe do izražaja u prostoru kampanje za afirmaciju Budve kao jedinstvene turističke destinacije koja svoju ponudu gradi jednim značajnim dijelom na kulturi.

U programu, na okruglim stolovima, simpozijumima i mitinzima poezije će učestvovati više od 30 pjesnika, od čega 15 uglednih pjesnika iz inostranstva, kao i 10 književnih kritičara, istoričara književnosti i dr.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana podrška održavanju manifestacije.

Podrška ostalim manifestacijama (3x3 FIBA; Tradicionalne svečanosti na Svetom Stefanu; itd)

c) Turističko-informativni biroi

Informativna djelatnost Turističke organizacije opštine Budva je, u skladu sa važećim zakonskim propisima, organizovana kroz postojanje turističko-informativnih biroa (u daljem tekstu: biroi) koji su osnovni nosioci svih informacija potrebnih turistima u cilju njihovog ugodnijeg boravka na budvanskoj rivijeri.

Kao što je to bilo u prethodnoj, i u 2022. godini je u planu cjelogodišnji rad 5 turističko-informativnih biroa i to: biro Opština, biro Maine, biro Stari grad, biro Mediteranska ulica (Tourist info office) i biro Petrovac 1.

Pored navedenih, otvoreni će biti i turističko-informativni biroi sezonskog karaktera, koji će za vrijeme turističke sezone raditi u Bečićima, Rafailovićima, Pržnu, Svetom Stefanu, Petrovcu (Crvena komuna), Buljarici, Jazu, u Budvi na autobuskoj stanici i na drugim lokacijama na području opštine gdje se ukaže potreba za njihovim radom.

Radno vrijeme svih biroa biće od 08:00h do 20:00h, osim biroa Stari grad, koji će u sezoni raditi od 09:00h do 21:00h, a van sezone od 08:00h do 20:00h.

U okviru djelatnosti turističko-informativnih biroa u 2022. godini planirano je obavljanje sledećih poslova:

1) *Pružanje informacija turistima i dijeljenje promotivnog materijala*

Opis aktivnosti:

U sklopu ove vrste posla informatori će u 2022. godini pružati turistima sve potrebne informacije radi njihovog boljeg snalaženja, ugodnijeg i potpunijeg provoda na teritoriji Budve. U tom smislu informacije će se uglavnom odnositi na uslove smještaja, gastro ponudu, vrstu prevoza i red vožnje svih prevoznih sredstava, izlete, ekskurzije, lokacije važnih objekata, kulturno-istorijske spomenike u gradu i okolini, istoriju i arhitekturu grada, sportske aktivnostima i dr. Turističko-informativnim biroima će se pravovremeno dostavljati potrebne količine propagandnog materijala (mape grada, katalozi, brošure, mape biciklističkih i pješačkih staza i dr.), koji će im približiti sve navedene sadržaje.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: podijeljeno 2000 mapa grada, biciklističkih i pješačkih staza, 500 brošura.

2) *Prijava boravka turista*

Opis aktivnosti:

Prijava boravka turista u 2022. godini obavljat će se na svim turističko-informativnim biroima osim na birou Autobuska stanica gdje će se zaposleni baviti samo pružanjem informacija i anketiranjem turista.

Prijava boravka vršit će se u skladu sa zakonskim propisima koji regulišu ovu materiju, koristeći program za prijavu boravka RB 90 koji je i sada u upotrebi, a koji će se konstantno unapređivati i prilagođavati potrebama praćenja turističkog prometa. Planiran je i nastavak aktivne saradnje sa MUP-om RCG u vezi sa slanjem prijava u bazu MUP-a i drugim pitanjima za čije rješavanje je potreban zajednički rad službi (radne dozvole, dozvole za privremeni boravak, dozvole sa spajanje porodice i dr.).

Nastojat će se da biroi, u cilju što brže obrade podataka (putnih isprava) i unošenja istih u bazu podataka, a u zavisnosti od obima posla, budu opremljeni potrebnim brojem elektronskih čitača putnih isprava (skenera).

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećana prijava boravka turista u odnosu na 2021. godinu.

3) *Naplata boravišne takse od fizičkih lica*

Opis aktivnosti:

Ovaj vid naplate uveden je 2017. godine kao pilot projekat radi bržeg i kvalitetnijeg pružanja ove vrste usluga stanodavcima i turistima na teritoriji opštine Budva, s ciljem da na jednom mjestu obave prijavu boravka i plaćanje boravišne takse.

U prethodnoj godini naplata boravišne takse vršena je na 8 od ukupno 11 turističko-informativnih biroa, a za 2022. godinu planirano je da naplatu obavljaju još 1 ili 2 biroa.

U postupku naplate boravišne takse u prethodnoj godini ostvarena je veoma uspješna i korektna saradnja sa Poštom Crne Gore, te se sa njom, kao neizostavnim partnerom, planira saradnja i u 2022. godini. U cilju stvaranja adekvatnih bezbjednosnih uslova za sprovođenje postupka naplate, i u 2022. godini neophodno je angažovanje zaštitarske firme za poslove transfera pazara, kao i za redovno praćenje i održavanje video nadzora i alarmnih sistema na svim biroima na kojima će se vršiti naplata boravišne takse.

U 2022. godini planirano je da se kod odgovarajućeg osiguravajućeg društva izvrši osiguranje svih dnevnih pazara, transfera novca i svih operatera – informatora.

Naplata boravišne takse planira se u terminima koji su usaglašeni sa Poštom Crne Gore i zaštitarskom firmom, i to:

- Od 08:00h do 17:00h biroi u Petrovcu
- Od 08:00h do 17:20h biroi sa područja Pržna, Rafailovića, Bečića

- Od 08:00h do 17:40h biroi sa područja užeg gradskog jezgra Budve

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećana naplata boravišne takse u odnosu na 2021. godinu.

4) *Izletnička taksa i boravišna taksa za plovne objekte nautičkog turizma*

Opis aktivnosti:

Plan Turističke organizacije opštine Budva je da u 2022. godini unaprijedi i dodatno razvije proces naplate izletničke takse i boravišne takse za plovne objekte nautičkog turizma.

Kako je naplata izletničke takse počela 23.05.2019, a naplata boravišne takse za plovne objekte 12.06.2019, bilo je potrebno da prođe određen vremenski period kako bi se registrovali problemi (na terenu i u administraciji), riješili i samim tim unaprijedio proces naplate izletničke takse.

U 2022. godini je u planu i saradnja sa turističkom inspekcijom.

Na unapređenje i razvijanje naplate ovih prihoda umnogome će naravno uticati situacija sa pandemijom COVID-19.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: povećana naplata izletničke takse i boravišne takse za plovne objekte nautičkog turizma u odnosu na 2021. godinu.

5) *Anketiranje turista – istraživanje gostiju*

Opis aktivnosti:

U sklopu poslova u nadležnosti turističko-informativnih biroa je i anketiranje turista putem anketnih listića, koje će se vršiti u više jezičkih varijanti. Istraživanje gostiju odnosno anketiranje će se sprovoditi na svim biroima, kako bi se kroz mišljenja i odgovore turista stekla realna slika o kvalitetu smještaja, turističko-ugostiteljskih usluga, čistoći grada i plaža, saobraćaju, buci i drugim faktorima kvaliteta ukupne turističke ponude sa svih područja opštine. Rezultati istraživanja će se dostaviti Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: sprovedeno anketiranje – istraživanje gostiju u 2022. godini.

6) *Ostali poslovi*

Opis aktivnosti:

Blagovremeno servisiranje i održavanje kompjuterske opreme, kao osnovih sredstava za rad, kao i ispravnost sefova, kasa, klima uređaja, radijatora i ostalih uređaja u sklopu turističko-informativnih biroa. U okviru mjera zaštite na radu zaposlenih, obezbijediće se ispravnost protiv-požarnih aparata i setova (kutija) prve pomoći.

U cilju nesmetanog odvijanja procesa rada turističko-informativnih biroa biće obezbijeđene potrebne količine svih vrsta kancelarijskog materijala i sredstava za održavanje čistoće, kao i zaštitnih sredstava za suzbijanje širenja zaraze (maske, viziri, rukavice, rastvori za dezinfekciju ruku i radnih površina i dr.).

Za sve novozaposlene na turističko-informativnim biroima biće organizovana praktična obuka. Svim zaposlenim informatorima biće podijeljena i interna Zbirka propisa koju koriste zaposleni u biroima, u kojem su detaljno definisane sve radne operacije na biroima, kao i prava i obaveze zaposlenih.

U skladu sa dosadašnjom uspješnom saradnjom sa SMŠ „Danilo Kiš“ i Fakultetom za turizam i hotelijerstvo iz Kotora, u 2022. godini je u planu organizacija prakse za srednjoškolce i studente.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: servis potrebne opreme, realizovana praktična obuka.

Izgradnja novog turističko-informativnog biroa

Opis aktivnosti:

Zbog konstantnog povećanja obima posla i poboljšanja kvaliteta rada u ovom segmentu poslovanja, do kraja 2022. godine se planira izgradnja novog turističko-informativnog biroa na teritoriji opštine, u okolini zgrade Opštine Budva ili u Petrovcu.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: otvoren novi turističko-informativni biro na teritoriji opštine Budva.

d) Promocija i marketing turističke destinacije

Turistička organizacija opštine Budva će u 2022. godini precizno i planski ulagati sredstva u kvalitetnu promociju destinacije sa akcentom na prirodne ljepote, istoriju i kulturu, smještajne kapacitete i aktivni turizam, koristeći sve kanale komunikacije, raspoložive PR i marketing alate, a prateći najnovije globalne trendove u marketingu i turizmu.

Promotivne i marketinške aktivnosti će se sprovoditi u kontinuitetu tokom cijele godine na prioritetnim emitivnim tržištima shodno Smjernicama NTO-a, u zemlji, regionu i na dodatnim tržištima u skladu sa uspostavljanjem avio linija prema tim tržištima, u cilju oporavka turističkog prometa, podizanja svijesti o destinaciji kao atraktivnoj i sigurnoj, jačanja brenda i pozicioniranja Budve na evropskoj i svjetskoj mapi turističkih destinacija.

1. PR i promotivne kampanje i aktivnosti u zemlji, regionu i ciljanim inostranim tržištima

Opis aktivnosti:

Promotivne aktivnosti i kampanje će u 2022. godini obuhvatati, kako je rečeno, promociju putem svih kanala komunikacije, PR, *online*, *outdoor* i promociju u štampanim i elektronskim medijima, promociju putem organizacije i realizacije manifestacija u skladu sa epidemiološkim mjerama, sajamskih nastupa i studijskih posjeta medija, turoperatora i predstavnika turističkih agencija iz inostranstva.

Posebno će se realizovati promotivne kampanje u cilju promocije destinacije u periodu predsezona, glavne turističke sezone i postsezona koje će pratiti kampanje koje realizuje NTO CG, kao i promotivne kampanje u cilju promocije manifestacija.

Kontinuirane promotivne aktivnosti realizovaće se u zemlji i inostranstvu, prije svega zemljama regiona, i to samostalno, ali i šire u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, drugim lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom, u skladu sa potrebama i mogućnostima, i predstavljajući Budvu kao jedinstvenu destinaciju, atraktivnu svih 12 mjeseci u godini.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovane minimum dvije intenzivne destinacijske promotivne kampanje.

1.1 Odnosi s javnostima (*Public Relations – PR*)

Opis aktivnosti:

Jedan od najvažnijih instrumenata promocije – odnosi s javnošću (javnostima) sprovodiće se u kontinuitetu tokom cijele godine sa internom i eksternom javnošću, sa ciljem stvaranja povoljnog stava javnosti prema destinaciji Budva i dvosmjerne komunikacije. Komunikacija će kao i do sada biti usmjerena na sljedeće ciljne javnosti (eksterne i interne): turisti, građani Crne Gore, turistička privreda, mediji, lokalna samouprava, nacionalna i lokalne turističke organizacije, državne institucije, poslovni sektor, nevladin sektor, domaći i strani turoperatora i zaposleni.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: redovna dvosmjerna komunikacija sa internom i eksternom javnošću.

1.2 Digitalni marketing

Turistička organizacija opštine Budva planira da svoje promotivne aktivnosti u 2022. godini u velikoj mjeri usmjeri na digitalni marketing, posebno imajući u vidu značaj *online* kanala komunikacije.

Trendovi u marketingu i turizmu se ubrzano mijenjaju pa Turistička organizacija opštine Budva nastoji da svoje aktivnosti prilagodi novonastaloj situaciji, posebno vodeći računa kada je u pitanju kreiranje sadržaja i odabir kanala komunikacije.

Shodno nastalim promjenama, fokus prilikom kreiranja kampanja će i dalje biti digitalni marketing, atraktivni sadržaj, istraživanje posebnih interesovanja i strasti potencijalnih turista i prilagođavanje ponude, prepoznavanje mikro niša i promocija istih prema definisanim tržištima i ciljnim grupama i brendiranje destinacije kao sigurne i atraktivne.

Strategija digitalnog marketinga pruža precizan plan komunikacije i definiše kanale i alate komunikacije. Neki od kanala/alata komunikacije koji će se koristiti su sljedeći:

- 1) Oficijelni *web* sajt
- 2) *Online* oglašavanje
- 3) Društvene mreže
- 4) Viber
- 5) Influencer marketing

Unapređenje funkcionalnosti oficijelnog web sajta

Opis aktivnosti:

Oficijelni *web* sajt Turističke organizacije opštine Budva prilagođen je najnovijim trendovima, tehnikama i tehnologijama, pruža uvid u kompletnu turističku ponudu grada, daje relevantne informacije na tri jezika i predstavlja osnovno sredstvo *online* komunikacije. Nakon završenih aktivnosti na dizajnerskom i funkcionalnom uređivanju *web* sajta, u 2022. godini je u planu dodavanje još dva svjetska jezika i migracija podataka na novi server, a nastaviće se sa optimizacijom sajta za pretraživače i redovnim ažuriranjem sadržaja istog.

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: dodata dva svjetska jezika na oficijelnom *web* sajtu i završena migracija podataka na novi server.

Online oglašavanje (advertajzing)

Opis aktivnosti:

Online oglašavanje vršiće se putem planskog zakupa reklamnih površina, pozicija za banere, plasiranjem *promo* PR tekstova na relevantnim *web* sajtovima, mobilnim aplikacijama, *web* pretraživačima (Google), društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube) i na turističkim platformama (Lonely Planet, TripAdvisor, CrowdRiff, Inspirock, LastMinute, E-dreams itd. – u saradnji sa NTO CG) u skladu sa potrebama promocije destinacije i manifestacija. *Online* oglašavanje podrazumijevaće oglašavanje na tržištima koja će se definisati kao prioritarna shodno situaciji vezanoj za pandemiju COVID-19, a sprovodiće se uz konsultovanje stručnjaka iz ove oblasti, kako bi na najbolji način iskoristili mogućnosti ove vrste oglašavanja.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovane Google Ads kampanje, plasirano najmanje 20 *promo* PR tekstova na relevantnim *web* sajtovima u regionu.

Društvene mreže

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva u 2022. godini nastaviće sa svakodnevnim aktivnostima na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Youtube i aplikaciji za *online* komunikaciju Viber (Budva Community).

Koristiće se prednosti komunikacije na društvenim mrežama u cilju boljeg pozicioniranja Turističke organizacije opštine Budva na društvenim mrežama, kao i građenje pozitivne reputacije destinacije Budva.

Na oficijelnoj Facebook stranici Turističke organizacije opštine Budva će se redovno, kao i do sada, plasirati objave o aktivnostima Turističke organizacije opštine Budva, dešavanjima u Budvi i tekućim zanimljivostima u Crnoj Gori i Budvi kroz tekstove, foto i video materijal.

Na Instagram profil Budva.travel će se svakodnevno postavljati atraktivan foto i video materijal kako bi se postojeći pratioci animirali i privukli novi (*story* i *feed*). Na najbolji mogući način, ciljano i precizno, koristiće se i mogućnosti oglašavanja na ovim društvenim mrežama.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: novih 300 *post*-ova na stranici Turističke organizacije opštine Budva na Facebook-u (*feed&story*), 500 na Instagram-u (*feed&story*) i 100 poruka u Budva Community (Viber).

Viber

Opis aktivnosti:

U avgustu 2020. godine, na aplikaciji za *online* komunikaciju Viber, formirana je Budva zajednica (Budva Community). Administratori zajednice su predstavnici turističke privrede grada i predstavnici Turističke organizacije opštine Budva, a građani i turisti se redovno

obavještavaju o svim aktuelnim dešavanjima u Budvi, zanimljivostima, kulturnim dešavanjima, posebnim povoljnostima u budvanskim restoranima i hotelima. Postavlja se i atraktivan foto i video materijal, sa čime će se nastaviti i u 2022. godini.

Novi paket destinacijskih Viber stikera je takođe kreiran i postavljen u avgustu 2020. godine za korisnike Viber-a u Crnoj Gori, a u 2022. godini, do početka ljetnje turističke sezone, se planira otvaranje mogućnosti preuzimanja ovog paketa i u Srbiji i Bosni i Hercegovini. U planu je i korišćenje promotivnih mogućnosti ove platforme (Viber Ads) u cilju povećanja svijesti o Budvi kao sigurnoj i atraktivnoj destinaciji.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: preuzimanje paketa Viber stikera „Budva“ u Srbiji i/ili Bosni i Hercegovini.

Influencer marketing

Opis aktivnosti:

Prateći najnovije trendove u svijetu digitalnog marketinga, Turistička organizacija opštine Budva predviđa angažovanje nekih od najistaknutijih regionalnih, evropskih i svjetskih turističkih, *life&style* i modnih „influensera“ („blogera“ i „jutjubera“), koji će svojim uticajem na širu javnost jačati imidž Budve na globalnom nivou. Angažovanje influensera će se vršiti samostalno i/ili u saradnji sa turističkom privredom, NTO CG i ostalim LTO, a period angažovanja biće predsezona i/ili postsezona.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: angažovanje minimum tri influensera.

1.3 Outdoor oglašavanje

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva u 2022. godini planira da nastavi da u velikoj mjeri usmjerava sredstva u oglašavanje na *indoor* i *outdoor* LED ekranima. Pored LED ekrana, oglašavanje će se vršiti i na klasičnim *outdoor* površinama, u najvećoj mjeri na *billboard*-ima i *citylight*-ovima. *Outdoor* oglašavanje realizovaće se u cilju promocije manifestacija koje organizuje Turistička organizacija opštine Budve i promocije destinacije u Crnoj Gori i zemljama regiona. Na ovaj način će se obezbijediti intenzivno prisustvo poruka koje šalje Turistička organizacija opštine Budva.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: emitovanje kratkih *promo* video poruka na najmanje 20 LED ekrana u Srbiji.

1.4 Oglašavanje u štampanim i elektronskim medijima

Opis aktivnosti:

Promocija u štampanim i elektronskim medijima obuhvataće u najvećoj mjeri zemlje regiona, a po potrebi, i u skladu sa mogućnostima, promocija će se vršiti i na inostranim tržištima koja se budu ocijenila kao strateški važna u saradnji sa NTO CG.

Redovnim slanjem saopštenja za javnost informisaće se mediji, a ujedno i šira javnost, o aktuelnostima, dešavanjima, brojnom stanju gostiju i uopšte o kompletnoj turističkoj ponudi Budve. Na taj način, njegovaće se kvalitetan odnos sa lokalnim i regionalnim medijima. U skladu sa potrebama promocije događaja, organizovaće se i konferencije za novinare.

U štampanim medijima promocija će se bazirati na afirmativnim PR tekstovima i oglasnim rješenjima koji će predstaviti Budvu kao privlačnu turističku destinaciju i informisati javnost o aktuelnoj ponudi Budve i programu manifestacija tokom cijele godine.

Turistička organizacija opštine Budve će, kao i do sada, vršiti intenzivnu promotivnu kampanju i u elektronskim medijima emitovanjem video, odnosno radio spotova, koji će promovisati različite segmente turističke ponude Budve, istoriju i kulturu, plaže i prirodne ljepote, noćni život i gastro ponudu i po potrebi najavljivati sve manifestacije u organizaciji Turističke organizacije opštine Budva.

Televizijska i radijska gostovanja predstavnika Turističke organizacije opštine Budva povodom aktivnosti Organizacije i najave događaja, i u 2022. godini biće redovna. U planu su intezivne PR aktivnosti shodno aktivnostima Turističke organizacije opštine Budva, kako u domaćim, tako i u regionalnim štampanim i elektronskim medijima.

U saradnji sa regionalnim medijskim kućama realizovaće se i plasirati reportaže o cjelokupnoj turističkoj ponudi Budve i o svim aktuelnim dešavanjima u gradu kako bi potencijalni turisti imali sadržajan uvid u sve ono što Budva nudi u različitim periodima godine. Turistička organizacija opštine Budva uključice, kao i do sada, predstavnike turističke privrede Budve, kako bi reportaže i emisije imale što bolji efekat.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: emitovanje *promo* radio&video spotova na najmanje deset TV stanica u Crnoj Gori i regionu i najmanje pet radio stanica, emitovanje najmanje pet reportaža iz Budve.

Press clipping

Opis aktivnosti:

Kako bi se precizno pratilo medijsko prisustvo Turističke organizacije opštine Budva i njenih aktivnosti u štampanim, elektronskim i *web* medijima u Crnoj Gori, nastaviće se saradnja sa kompanijama koje rade *press clipping* u zemlji na dnevnom nivou i po potrebi u zemljama regiona, prema unaprijed definisanim ključnim riječima. Na kraju godine, izabrana kompanija dostavlja i objedinjeni godišnji izvještaj koji će doprinijeti daljem planiranju PR aktivnosti.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: urađen godišnji izvještaj o medijskom prisustvu Turističke organizacije opštine Budva.

Analiza turističkih trendova i istraživanje turističkih tržišta

Opis aktivnosti:

U cilju stvaranja kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti, posebno marketinških aktivnosti, Turistička organizacija opštine Budva predviđa analizu trendova u turizmu i istraživanje emitivnih turističkih tržišta u saradnji sa specijalizovanim agencijama za istraživanje tržišta i javnog mnjenja.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: sprovedeno istraživanje turističkih tržišta.

2. Organizacija studijskih posjeta inostranih novinara i agenata

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva će nastaviti sa realizacijom posjeta studijskih grupa novinara i agenata sa brojnih emitivnih tržišta u saradnji sa Nacionalnom i drugim lokalnim turističkim organizacijama i privredom Budve, kao i sa samostalnom organizacijom posjeta studijskih grupa novinara iz regiona tokom cijele godine.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: studijske posjete inostranih novinara i agenata – minimum deset.

3. Sajamske aktivnosti i međunarodne prezentacije

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva će kao i prethodnih godina, u saradnji sa zainteresovanom turističkom privredom grada, svoju ponudu predstaviti na najznačajnijim sajmovima i berzama, u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, lokalnim turističkim organizacijama i samostalno.

Kalendar planiranih sajamskih nastupa Turističke organizacije opštine Budva u 2022. godini:

	Mjesto održavanja sajma	Period održavanja sajma
1.	EXPO Dubai	5-7. februar 2022.
2.	F.re.e Minhen	19 – 23. februar 2022.
3.	Međunarodni sajam turizma Beograd	24 – 27. mart 2022.

4.	Beč	17 – 20. mart 2022.
5.	Holiday World - Prag	18 – 20. mart 2022.
6.	MITT Moskva	15 – 17. mart 2022
7.	UITT Kijev	23 – 25. mart 2022.
8.	IMTM Tel Aviv, Izrael	29. i 30. mart 2022.
9.	42. Međunarodni sajam turizma i ugostiteljstva Sarajevo	30. mart – 1. april 2022.
10.	Međunarodni sajam turizma METUBES Budva	30. mart – 2. april
11.	Banja Luka	April 2022.
12.	IMEX Frankfurt (MICE)	26 – 28. april 2022.
13.	Beogradski manifest	Maj/jun 2022.
14.	CONVENTA 2022, Ljubljana (MICE)	24 – 25. avgust 2022.
15.	Međunarodni sajam turizma u Nišu	Septembar 2022.
16.	IFTM Top Resa Pariz	Oktobar 2022.
17.	Novi Sad	Oktobar 2022.
18.	London	Novembar 2022.
19.	TT Warsaw	Novembar 2022.
20.	Sajam turizma i seoskog turizma u Kragujevcu	Novembar 2022.
21.	LORIMES Banja Luka	November 2022.
22.	WESTEM i beogradski turistički & MICE forum	Novembar 2022.
23.	ITB China, Šangaj	Novembar/decembar 2022.
24.	IBTM Barselona (MICE)	Novembar/decembar 2022.

Samostalan nastup je, po modelu od prethodnih godina, planiran na sajmu u Beogradu u okviru ponude Crne Gore, kao i na sajmu u Budvi. Kada je u pitanju region, planirana je pojačana samostalna promocija.

U zavisnosti od interesovanja privrede, drugih turističkih organizacija, procjene značaja i efekata nastupa, mogućnostima nastupa u zavisnosti od situacije sa pandemijom COVID-19 virusa, a u skladu sa sredstvima, Organizacija tokom godine može izvršiti izmjene kalendara sajamskih nastupa tj. odustati ili organizovati nastupe i na određenim sajmovima koji nisu prethodno navedeni u Planu i programu rada.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: učešće na minimum deset *online* ili tradicionalno održanih sajмова turizma i međunarodnih prezentacija.

3.1 Prezentacije/promocije i međunarodni i regionalni „road show“-ovi

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva, u zavisnosti od interesovanja privrede, turoperatora, nacionalne i ostalih turističkih organizacija, učestvovalaće u promociji destinacije tokom godine na ključnim, ali i novim tržištima koja se otvaraju. Cjelokupna situacija u kojoj se svijet našao zbog pandemije COVID-19, prouzrokovala je promociju destinacije i putem *webinar*-a. *Webinar*-i mogu biti zamjena za tradicionalne sajmove ili još jedan vid prezentacije destinacije.

U razmatranju je organizacija *road show*-a u Rusiji, Ukrajini i Kazahstanu koji bi se organizovao u saradnji sa NTO CG i lokalnim turističkim organizacijama, za koji je turistička privreda iskazala veliko interesovanje.

Kada je u pitanju region, pored sajamskih nastupa u sklopu regionalne kampanje, ponuda Budve će se predstaviti i putem „*road show*“ nastupa kojima se promoviše ljetnja turistička sezona u periodu maj – jun, kao i doček Nove godine u periodu novembar – decembar. Ove aktivnosti realizovaće se u svim većim gradovima u regionu u okviru objedinjenog predstavljanja turističke ponude Crne Gore. Pored toga, biće organizovana i samostalna promocija po potrebi (promocija Nove godine, itd.).

Rok realizacije: drugi kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovan regionalni „*road show*“.

3.2 Kongresni turizam

Opis aktivnosti:

Imajući u vidu da ovaj vid turističke ponude značajno utiče na period van glavne turističke sezone, Turistička organizacija opštine Budva planira da nastavi intezivnu saradnju sa Crnogorskim kongresnim birooom, odnosno Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i u 2022. godini kada je u pitanju razvoj ovog segmenta ponude i promocije, uključujući nastupe na vodećim kongresnim i *insentive* sajmovima u Evropi – IMEX u Frankfurtu i IBTM u Barseloni, u zavisnosti od interesovanja privrede.

Organizacija i podrška studijskim putovanjima novinara ili organizatora kongresnih ili poslovnih događaja takođe je vrlo važna, a biće realizovana u zavisnosti od interesovanja i potreba privrednih subjekata, pogotovo onih koji imaju kapacitete ili organizuju ovaj vid ponude.

Planirana je i logistička podrška organizaciji međunarodnih konferencija, seminara i drugih skupova koji se održavaju u Budvi i okupljaju veliki broj učesnika u određenoj oblasti iz raznih zemalja, sa akcentom na pred i post sezonu.

Tokom 2022. godine će od posebne važnosti biti redovno održavanje sastanaka sa predstavnicima Ministarstva ekonomskog razvoja, Nacionalne turističke organizacije, lokalnim turističkim organizacijama i turističkom privredom Budve u cilju utvrđivanja zajedničkog koncepta promocije, ciljnih tržišta, izrade i dopune materijala, prezentacija i obuke kadrova.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: učešće na minimum dva *online* ili tradicionalno održana kongresna i *insentive* sajma u Evropi.

4. Dodatne promotivne aktivnosti na inostranim tržištima

Opis aktivnosti:

Shodno preporukama turističke privrede Budve i Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, Turistička organizacija opštine Budva će u 2022. godini definisati inostrana ciljna tržišta i u velikoj mjeri usmjeriti sredstva u promotivne aktivnosti na tim tržištima, prvenstveno putem *online*, ali i drugih kanala komunikacije, kao i putem organizacije događaja za medije i predstavnike turističke privrede. Kada su u pitanju *online* promotivne aktivnosti, poseban akcenat će se staviti na mogućnost promocije na vodećim svjetskim turističkim platformama kao što su Inspirock, TripAdvisor, Lastminute, Lonely Planet, E-dreams i CrowdRiff i značaju prisustva na njima, a sve u skladu sa Programom digitalnog marketinga za period 2021-2023. NTO-a. Budžet za licence za promociju na ovim globalnim platformama se može ostvariti međusobnom saradnjom NTO-a, LTO i privrede.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana promocija na minimum jednoj svjetskoj turističkoj platformi.

5. Produkcija propagandnog materijala

Kako bi bio dostupan što širem segmentu potrošača, predviđeno je da se propagandni materijal distribuiraju tokom cijele godine kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu, putem turističkih info biroa na području opštine Budva, turističkih agencija, sajamskih nastupa, direktnim marketingom, na raznim kulturnim, sportskim, poslovnim događajima i prezentacijama.

5.1 Grafički dizajn

Opis aktivnosti:

Osnovni cilj grafičkih rješenja jeste unapređenje korporativnog identiteta i predstavljanje brenda Budve kroz jedinstven i sveobuhvatan vizuelni koncept usklađen sa knjigom standarda NTO CG, posebno kada je u pitanju promocija u inostranstvu. Fokus će biti na ključnim elementima koji pred ciljnom publikom ističu snagu brenda Budve kao turističke destinacije.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: nova grafička rješenja – minimum dva.

5.2 Digitalizacija propagandnog materijala

Opis aktivnosti:

Turistička organizacija opštine Budva planira da isprati proces digitalizacije kada je štampani materijal u pitanju.

Digitalizacija sa ciljem unapređenje kvaliteta promocije u skladu sa svjetskim trendovima, podrazumijeva sledeće aktivnosti:

- Postavljanje *online* izdanja brošura – sve brošure će imati i *online* izdanje (digitalni format) kako bi se mogle preuzeti sa oficijelne *web* stranice u PDF formatu, što će ujedno obogatiti bazu podataka Turističke organizacije opštine Budva;
- Izradu stikera/naljepnica/privezaka/sa QR kodovima brošura, flajera, kataloga;
- Izradu poslovnih kartica sa QR kodovima;
- Izradu multimedijalnih CD-ova i USB-ova na kojima će biti sačuvan multimedijalni materijal o Budvi, kao i različite brošure i katalogi.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: postavljeno minimum jedno *online* izdanje brošura na sajt, urađeni stikeri/naljepnice/privesci/sa QR kodovima brošura, flajera, kataloga, urađene poslovne kartice sa QR kodovima, urađeni multimedijalni CD-ovi i USB-ovi (minimum 100).

5.3 Reprint i redizajn postojećeg promotivnog materijala

Opis aktivnosti:

U 2022. godini će, u zavisnosti od opšte situacije, biti potrebno uraditi redizajn, ažuriranje podataka i *reprint* sledećeg materijala koji se pokazao izuzetno korisnim i traženim:

- Opšta brošura – brošura koja sadrži opšte informacije o Budvi kao destinaciji;
- Brošura „Aktivni odmor“ – brošura koja je realizovana u 2020. godini u kojoj su zastupljeni sportovi na vodi, istraživanje zaleđa, lov i ribolov, fitnes centri, šoping, Aqua park, ronjenje i sl;
- Brošura „Putevima kulturnog nasleđa“ – brošura koja je realizovana u 2021. godini sa ciljem da se prikaže turistička ponuda Budve tokom cijele godine, sa akcentom na kulturno-istorijsko nasleđe;
- Brošura „Budvanske plaže“ – brošura koja je realizovana u 2020. godini i sadrži osnovne informacije o Budvi, praćeno brojnim fotografijama prirodnih ljepota sa područja cijele opštine;
- „Gastro“ brošura – brošura koja je realizovana u 2020. godini sa ciljem da turistima što bolje približi spoj tradicije i kulinarstva;
- „Hotel directory“ – brošura koja predstavlja katalog svih hotela na teritoriji opštine Budva sa svim potrebnim informacijama sa ciljem da turistima što vjerodostojnije približi ponudu hotelskih kapaciteta Budve;

- Katalog „Private accommodation“ – brošura koja predstavlja katalog svih privatnih smještajnih kapaciteta na teritoriji opštine Budva sa svim potrebnim informacijama sa ciljem da turistima što vjerodostojnije približi ponudu smještajnih kapaciteta Budve;
- MICE brošura – brošura koja predstavlja ponudu kongresnih kapaciteta;
- Flajer „Manifestacije“ – flajer koji objedinjuje sve manifestacije grada i pruža turistima informacije o istim;
- Različiti tipovi mapa (na rasklapanje, blok mape, džepne, turističke, 3D mape);
- „Where to go“ – flajer koji pored dešavanja koje organizuje Turistička organizacija opštine Budva, sadrži informacije o programima i događajima u organizaciji javnih institucija kao i ostalih subjekata u turizmu;
- „Registruj smještaj“ – flajer koji informiše sve građane o procesu registracije ležajeva i o zakonskim obavezama koje treba da ispune kako bi ugostiteljsku djelatnost u domaćinstvu obavljali legalno;
- Bojanka – dječja bojanka sa motivima turističkih atrakcija i kulturno-istorijskih spomenika na teritoriji Budve, gdje svaki crtež prati kratak tekst. Planirano je da se štampa na više jezika.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: *reprint* minimum tri brošure/flajera/bojanke u tiražu od po 500 i redizajn minimum dvije brošure/flajera/bojanke.

5.4 Novi proizvodi za koje je potrebno uraditi dizajn, pripremu i štampu

Opis aktivnosti:

U planu je priprema i štampa novog materijala koji je orijentisan prema postavljenim ciljevima (briga o imidžu destinacije, informisanje o turističkoj ponudi).

Novi materijal podrazumijeva sledeće:

- Brošura i spotovi 4 godišnja doba – 4 kratke slikovite brošure praćene *promo* spotovima na temu – „ponuda grada Budve tokom sva četiri godišnja doba“ u cilju promocije Budve kao atraktivne destinacije tokom cijele godine.
- *Budva from your view*/Budva iz tvog ugla – flajer namijenjen promociji destinacije, koji je u planu da se štampa jednom mjesečno. Sadržaj flajera su odabrane fotografije grada, objavljene sa *hashtag*-om #budvatravel na društvenim mrežama od strane turista i građana. Cilj plasiranja proizvoda je predstavljanje Budve tokom 12 mjeseci u godini, kao i promocija profila TO Budve na društvenim mrežama.
- Flajer „*Did you Know/* Da li ste znali“ – kratki flajer sa najinteresantnijim podacima, činjenicama i zanimljivostima na teritoriji cijele opštine.

Novi materijal koji je naveden realizovaće se u fazama, a u skladu sa potrebama, opštom situacijom i mogućnostima, a dopriniće jačanju korporativnog identiteta i kvalitetnoj promociji Budve.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: novi promotivni material Turističke organizacije opštine Budva – minimum jedna brošura i jedan flajer.

5.5 Suvenir i *promo* materijal

Opis aktivnosti:

Suvenir i propagandni materijal obuhvataju sledeće:

- **Izvorni budvanski suvenir** – u želji da što bolje i kvalitetnije promoviše Budvu kao prestižnu turističku destinaciju, Turistička organizacija opštine Budva će putem javnog konkursa realizovati izbor i otkup izvornih budvanskih suvenira. Zadatak projekta je promovisanje kulture grada kroz plasiranje autentičnih suvenira u atraktivnoj ambalaži, kao i korišćenje istih za poslovne poklone.

Poslovni *promo* materijal:

- Pozivnice, koverta i zahvalnice za različite događaje koji se organizuju tokom godine;
- Kalendari, kese, rokovnici, stikeri (naljepnice, kartice, privesci), *bookmarks* – kao poklon poslovnim partnerima;
- Budva 365 kalendar – stoni, zidni, solarni kalendari u kojima bi u svakom mjesecu nešto bilo označeno ili preporučeno (značajni datumi, početak sezone kupanja, manifestacije, predlozi za obilazak sela ili manastira, prosječna temperatura mora i vazduha i sl). Kalendar je namijenjen prije svega gostima iz regiona, ali se može koncipirati tako da bude interesantan i stranim turistima.

Promotivni artikli:

- Hemijske olovke, olovke, bojice, sveske, korice za sveske, antistres lopte, cegeri, baloni, majice, privjesci, lepeze, držači za torbu, lampice, kišobrani, kabanice u lopti i dr.
 - Fleš memorija sa promotivnim spotovima destinacije, *bluetooth* zvučnici i eksterne baterije za mobilne telefone, slušalice, držači za mobilne telefone, futrole i dr.
 - Kecelje – kao poklon pri prezentovanju gastro ponude destinacije;
 - VIP pokloni – replike nakita koji se čuva u Muzeju grada Budve (mogu se praviti od nerđajućeg čelika, u saradnji sa JU „Muzeji i galerije Budve“ i biti lijep poklon za VIP goste). Ručno rađene marame, ručno rađeni nakit, akvareli manjih formata i sl. Na izradi ovih poklona mogu se angažovati lokalni umjetnici;
 - Artikli predviđeni kao doprinos u borbi protiv virusa COVID-19 – brendirani proizvodi koji se koriste kao zaštita protiv pandemije koronavirusa.
- Navedeno će se fazno realizovati u skladu sa potrebama, opštom situacijom i mogućnostima.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: otkup izvornih budvanskih suvenira od minimum 2 umjetnika, urađen poslovni *promo* material (minimum 50 pozivnica/koverti/zahvalnica), urađeni promotivni artikli (minimum 1000).

5.6 Video i audio materijal

Opis aktivnosti:

U prvoj polovini 2022. godine u planu je obogaćivanje baze video i audio materijala Turističke organizacije opštine Budva, sa ciljem unapređenja kvaliteta promocije.

Planirano je sledeće:

-Ažuriranje video i foto materijala arhive TOB-a u skladu sa potrebama promocije destinacije (destinacijske i fotografije događaja).

- Izrada kratkog informativnog filma o Budvi (do 5 minuta trajanja) u saradnji sa lokalnom samoupravom. Cilj je izraditi promotivni film koji bi na kratak, pitak i informativan način predstavio Budvu kao najvažniju turističku destinaciju u Crnoj Gori;

- Televizijski serijal sa različitom tematikom (o kulturnom nasljeđu/manastirima, zaleđu i tradicionalnim običajima grada Budva) – npr. saradnja na serijalu „Mediterraneo“. Projekat je planiran da se osmisli i realizuje u saradnji sa RTV Budva i lokalnom samoupravom. Ovakva vrsta edukativnog programa imaće i turističku vrijednost, a kadrovi i snimci koji se prilikom rada na serijalu budu proizveli poslužiće za izradu promotivnog video materijala Budve.

Navedeno će se fazno realizovati u skladu sa potrebama, opštom situacijom i mogućnostima.

Turistička organizacija opštine Budva previđa i kupovinu malih *promo* pultova koji će moći da se brendiraju i koriste u različite svrhe – davanje informacija i podjela promotivnog materijala.

Rok realizacije: treći kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: ažurirana video i foto arhiva, urađen kratki informativni film o Budvi, urađen televizijski serijal sa različitom tematikom.

5.7 Podrška lokalnim institucijama kulture – dizajn i štampa

Budvanski statut – luksuzna štampa

Opis aktivnosti:

„Budvanski statut“ je projekat koji poslednjih nekoliko godina sprovodi JU „Narodna biblioteka Budve“ u cilju konačnog uobličavanja ovog spisa, za kulturu i istoriju Budve od neprocjenjivog značaja. Da bi se projekat priveo kraju, potrebno je obezbijediti sredstva za dovršavanje prevoda sa staroitalijanskog jezika i štampu knjige. Kako se radi o knjizi od posebnog značaja, Turistička organizacija opštine Budva će uzeti učešće u ovom projektu i obezbijediti dio potrebnih sredstava, zajedno sa JU „Narodna biblioteka Budve“ i Opštinom Budva.

U planu je štampa ove knjige u manjem tiražu, od 50 do 100 primjeraka, u luksuznoj varijanti, kako bi se dobio reprezentativan poklon za visoke zvanice koje posjećuju Budvu po pozivu.

Srednjovjekovni statut Budve je proučavan od strane istoričara, ali ne u cjelini. U trezoru Opštine Budva (po odredbama poglavlja V Statuta) čuvan je od sredine XIV vijeka kao latinski original, a zatim kao italijanski prepis.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: odštampano 50 do 100 primjeraka luksuzne varijante „Budvanskog statuta“.

Monografija braće Bocarić

Opis aktivnosti:

Izrada monografije braće Bocarić, koji su dali veliki doprinos razvoju likovne kulture i muzeologije, posebno začetku moderne umjetnosti na početku XX vijeka, ne samo u Crnoj Gori, nego i na području bivše Jugoslavije, a i šire, jedan je od najvažnijih projekata iz oblasti kulture u Budvi u 2022. godini. TO Budva će obezbijediti sredstva za sprovođenje ovog projekta čiji je nosilac JU „Narodna biblioteka Budve“.

Braća Bocarić pripadaju prvim školovanim slikarima kako u Crnoj Gori, tako i u Bosni i Hercegovini, na čijoj likovnoj sceni su prisutni od 1896. godine. Boravili su u Mostaru i Sarajevu gdje im se putevi razilaze. Anastas iz Budve odlazi u Atinu gdje završava slikarsku školu, nakon čega se nastanjuje na Cetinju i radi kao dvorski slikar kralja Nikole. Zatim boravi u Mostaru, Sarajevu, Zagrebu, Beogradu, Carigradu, Kairu, Solunu, Skoplju, Subotici, Novom Sadu i na kraju se nastanjuje u Perastu, gdje umire 1944. godine. Špiro iz Budve odlazi u Dubrovnik pa u Veneciju, gdje je učio slikarstvo, da bi se u Mostaru pridružio bratu Anastasu. Odatle ga put vodi u Sarajevo, pa u Banja Luku u kojoj je 1941. tragično nastradao.

Rok realizacije: četvrti kvartal 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovana podrška izradi monografije braće Bocarić.

e) Redovna saradnja i poslovanje organizacije

Saradnja sa institucijama iz oblasti turizma, turističkom privredom, drugim LTO, NTO i Ministarstvom ekonomskog razvoja

Opis aktivnosti:

Uz blisku saradnju sa turističkom privredom opštine Budva, lokalnom samoupravom i svim javnim preduzećima na nacionalnom i lokalnom nivou, Turistička organizacija opštine Budva nastavlja saradnju sa drugim lokalnim turističkim organizacijama, posebno sa crnogorskog primorja, koja se najčešće ogleda u zajedničkim sajamskim i promotivnim nastupima u zemlji i regionu. Umrežavanje kroz različite razvojne projekte može biti jedan od ciljeva koji će sve organizacije zajedno postaviti u narednom periodu, s obzirom na malu geografsku udaljenost, a raznovrsnost ponude.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovano minimum pet sastanaka/zajedničkih sajamskih nastupa.

Edukacija i stručno usavršavanje

Opis aktivnosti:

Zdrava komunikacija je jedna od ključnih karika u lancu uspješnog poslovanja, ona stvara pozitivan ambijent, pa samim tim i postizanje boljih rezultata zaposlenih. Interni marketing podrazumijeva marketinške napore preduzeća usmjerene prema zaposlenima. Cilj tih napora je izbor, motivisanje i zadržavanje najboljih ljudi koji će obavljati svoje poslove na najkvalitetniji način u preduzeću.

Edukacija je jedan od vidova internog marketinga. Njen zadatak je ulaganje u zaposlene da bi svoje poslove obavljali stručnije i odgovornije. Planirano je da se 2022. godine izdvoje značajna finansijska sredstva za dodatno usavršavanje zaposlenih, u skladu sa poslovima i zadacima koje obavljaju, da se organizuju kontinuirana usavršavanja postojećeg znanja *online* marketinga, stranih jezika, ali i učenja novih (u zavisnosti od zahtjeva emitivnih tržišta). Edukacije će se sprovesti učešćem na seminarima, predavanjima, edukativnim putovanjima i radionicama u organizaciji Ministarstva ekonomskog razvoja, Privredne komore Crne Gore, Nacionalne turističke organizacija Crne Gore, Opštine Budva i ostalih relevantnih institucija.

Imajući u vidu ubrzanu digitalizaciju poslednjih godina i sve veću mogućnost učešća u kvalitetnim radionicama, seminarima i edukacijama *online*, Turistička organizacija opštine Budva će u 2022. godini ulagati u usavršavanje zaposlenih i na ovaj način.

Team building

Turistička organizacija opštine Budva u 2022. godini predviđa organizaciju inovativnih *team building* programa u periodu postsezone koji će biti formirani po mjeri Organizacije i u skladu sa timskim potrebama. Učešćem u ovakvim programima kompanijski timovi postaju motivisaniji,

fokusiraniji, angažovaniji, bolje rade zajedno i postižu uspjehe kroz poboljšanu komunikaciju i pojačan stepen međusobnog povjerenja.

Radionice digitalnog marketinga

Usled nedostatka obučenosti kadrova upravljanjem promocije smještajnih kapaciteta posebno u individualnom smještaju Turistička organizacija opštine Budve će organizovati radionice na temu digitalnog marketinga gdje će predavači biti poznata imena iz svoje struke. Osnovni cilj obuke je da polaznici razumiju: ključne prednosti marketinga na društvenim mrežama, zašto je važan *storytelling*, kako izabrati društvene mreže koje su idealne za njihov brend, kako definisati ciljnu javnost kojoj se obraćaju, koji ton komunikacije koristiti, koji tipovi objava postoje i kako se kreira kalendar objava.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: realizovane edukacije i digitalna radionica, dobijeni sertifikati.

Kompjuterski i poslovno informacijski sistemi

Opis aktivnosti:

U cilju efikasnog poslovanja Turističke organizacije opštine Budva planirano je ulaganje u kompjuterske sisteme i podršku istim tokom cijele godine.

Kompjuterski softveri

U 2022. godini je u planu kupovina licenci Office paketa za 15 kompjutera.

Nabavka novih kompjutera, štampača, skenera za putne isprave i aparata za provjeru novčanica

U 2022. godini je potrebna nabavka novih kompjutera, štampača, skenera za putne isprave i aparata za provjeru novčanica na turističko-informativnim biroima i određen broj kompjutera u kancelarijama, sa licenciranim operativnim sistemom Windows i Office paketom.

Antivirus licenca

U cilju zaštite podataka na kompjuterima zaposlenih, obavezna je kupovina *antivirus* programa i licence.

Analiza postojećeg stanja, servis kompjutera i servis pametne klupe

U cilju čuvanja i zaštite podataka na kompjuterima zaposlenih kao osnovnim sredstvima za rad, kao i očuvanje pametne klupe, stanje softvera i hardvera će biti redovno analizirano i u skladu sa tim će se pristupiti popravkama, unapređenju i servisu.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom 2022. godine.

Rezultat/indikator: licence Office paketa za 15 kompjutera, novi kompjuteri, štampači, skeneri za putne isprave i aparati za provjeru novčanica (minimum deset), *antivirus* licenca, servis.

Redovno poslovanje Organizacije

- Redovno funkcionisanje i timski rad svih službi u Organizaciji, uključujući organizacione jedinice koje se bave poslovima navedenim u ovom Planu, kao i službi za pravne i opšte poslove, službi za ljudske resurse, finansijsko materijalne i računovodstvene poslove, IT poslove, sprovođenje procesa javnih nabavki, administrativno tehničke poslove; saradnju sa Sindikatom u organizaciji. Prethodno navedeno, uz aktivnosti povodom sudskih sporova i advokatskih usluga i tekuće rezerve, predviđeno je u Finansijskom planu u okviru redovnih aktivnosti.
- Rad Izvršnog odbora, Nadzornog odbora i Skupštine Turističke organizacije Budva.
- Redovno izmirivanje zarada i naknada prema zaposlenima i obaveza prema svim dobavljačima kao i redovnih tekućih troškova.
- Podrške i pomoći tj. sponzorstva i donacije za pojedince i institucije, u skladu sa definisanim pravilnikom o sponzorstvima organizacije. Za ovu namjenu su takođe opredijeljena sredstva Finansijskim planom.
- Obezbeđivanje osnovnih uslova, sredstava i opreme za nesmetani rad u svim prostorima i organizacionim jedinicama uz redovno izmirivanje obaveza.

Problemi u poslovanju Turističke organizacije opštine Budva

Nedostatak strategije razvoja turizma predstavlja jedan od gorućih problema sa kojim se susreću ne samo lokalne turističke organizacije, već i cjelokupna turistička privreda, i može dovesti do stvaranja pogrešnih odluka i pravaca razvoja turizma.

Uslijed i dalje velikog broja neregistrovanih izdavaoca privatnog smještaja na teritoriji opštine Budva, potrebno je pojačati aktivnosti koje za cilj imaju suzbijanje sive ekonomije u ovoj oblasti i sistemski riješiti probleme registracije gostiju i naplate boravišne takse.

Problemi u poslovanju su vezani i za nedostatke sistema za prijavu boravka stranaca RB90 i zakonske regulative koje definišu boravak i prijavu boravka gosta. Trebalo bi objediniti sistem RB90 tako da se na državnom nivou primjenjuje jedinstven sistem koji će koristiti sve LTO, NTO CG, MUP, izdavaoci registrovanog kolektivnog smještaja (hoteli, moteli, pansioni, kampovi itd.), kao i izdavaoci privatnog (individualnog) smještaja.

Postojeća baza podataka u programu RB90 se može povezati sa CTR-om kako bi imali tačnu bazu registrovanih izdavaoca smještaja sa datumom važenja rješenja o izdavanju. Preporučuje se i umrežavanje sistema sa graničnim prelazima, kako zbog ispravne i autentične evidencije prijava boravka, tako i zbog kontrole broja dana provedenog u Crnoj Gori i u pojedinim opštinama.

Sagledati mogućnost produženja roka za prijavu boravka jer kratak rok za prijavu boravka do neevidencije kretanja stranaca a time i nenaplate boravišne takse.

Jedan od veoma bitnih kriterijuma za odabir Crne Gore kao destinacije i za predstojeću turističku sezonu biće zdravstvena sigurnost, s obzirom na još uvijek neizvjesnu situaciju sa pandemijom virusa COVID-19, pa je neophodno što prije donijeti smjernice koje se odnose na sigurnosno-zdravstvene protokole koje Turistička organizacija opštine Budva može prezentovati turistima.

Nikola Martinović,
Predsjednik Izvršnog odbora
