

Туристичка организација Београда

ПРОГРАМ РАДА ЗА 2025. ГОДИНУ

Оснивач: Скупштина града Београда

Делатност: Уређење пословања и допринос успешнијем пословању економије (туризам)

Матични број: 17079085

Седиште: Београд, Француска бр. 24

Адреса: Београд, Француска бр. 24

САДРЖАЈ

	1	
1. МИСИЈА, ВИЗИЈА, ЦИЉЕВИ.....		3
1.2. ЗАКОНСКИ ОКВИР.....		6
2. ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА.....		8

4. СЕКТОР ЗА ПРОМОЦИЈЕ

ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ ТОБ-а за 2025. годину

Сектор за промоције сачинио је План и програм за 2025. годину на основу следећих података:

- Анализа резултата рада Сектора за промоције ТОБ у годинама: 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025.
- Анализе података Републичког завода за статистику о туристичком промету и присуству домаћих и иностраних туриста у Београду и Србији
- Анализе Градске службе за информатику и статистику о доласцима и боравку домаћих и иностраних гостију у Београду
- Праћења савремених пословних трендова у области туризма
- Програма: Владе Републике Србије који се односи на развој туризма, планова Секретаријата за Привреду Београда – Стратегија развоја туризма Републике Србије, Стратегијски маркетинг план Републике Србије

Промотивне активности ТОБ-а реализоваће се кроз наступ на светским сајмовима туризма на тржиштима која су приоритетна за Београд као туристичку дестинацију.

Кроз сајамске наступе биће реализовани и пословни састанци, као и остваривање контакта за организацију тзв. *fam trip*-ова којим би иностраним туроператерима и агенцијама приближили Београд са циљем да га уврсте у понуду ка својим клијентима.

Осим наступа на сајмовима, ТОБ ће у 2025. години организовати и промоције Београда на приоритетним туристичким тржиштима у циљу представљања Београда, његове целокупне туристичке понуде, манифестација, специјалних облика туризма, али и повезивања туристичке привреде Београда са иностраном привредом, а све у циљу повећања броја туриста из земаља у којима се промоције организују.

Конгресне активности ТОБ-а биће реализоване у виду наступа на специјализованим сајмовима конгресне индустрије ради представљања конгресних капацитета Београда и Београда као атрактивне конгресне дестинације, сарадње са најеминентнијим организацијама конгресне индустрије чији је ТОБ дугогодишњи члан, као и плаћање чланарина истим.

Отварање нових хотела и светских хотелских ланаца у Београду, реновирање *Sava центра*, побољшање инфраструктуре и богата туристичка понуда стварају потенцијал за Београд као атрактивну конгресну дестинацију у овом сектору.

ТОБ ће и у 2025. години наставити организацију студијских путовања за иностране туроператоре и агенције, организаторе конгреса и конференција, туристичке новинаре, блогере и инфлуенсере. Кроз своје ПР активности ТОБ ће се рекламирати у домаћим и

страним медијима, као и на интернет платформама у оквиру дигиталне кампање за 2025. годину.

ПР служба ће активно радити на праћењу свих активности ТОБ-а, али и осталих културних, спортских и пословних дешавања у Београду који утичу на пораст броја туриста. Директном сарадњом са туроператорима и агенцијама ТОБ ће подстаћи креирање нових туристичких производа.

У складу са планираним активностима, ТОБ је предвидела израду нових и репринт постојећих брошура и другог штампаног материјала, као и куповину сувенирског програма.

Узимајући у обзир ове чињенице, основни циљеви промоције Београда у 2025. години су:

- Позиционирање Београда као атрактивне туристичке дестинације и представљање програма за 2025/26. годину;
- Унапређење туристичког производа кроз заједничке активности са туристичком привредом и локалном управом;
- Отварање нових туристичких тржишта и подршка тржиштима који имају тренд раста;
- Повећање броја ноћења домаћих и иностраних туриста – продужавање боравка појединачног госта;
- Промотивна кампања са циљем популаризације Београда као туристичке дестинације у земљи и региону.

Имајући у виду горе поменута одређења, промотивне активности ТОБ-а ће се одвијати у два правца:

1. Промотивне активности на иностраном тржишту

Критеријум којим се ТОБ руководи је статистика константног пораста броја туриста и остварених ноћења у нашем главном граду из године у годину, као и увођење директних летова између наше престонице и других светских и европских градова. Сходно томе ТОБ ће своје промотивне активности усмерити према земљама из којих је протеклих година забележен највећи број ноћења и посета – Турска, Немачка, Кина и Италија.

Такође, ТОБ планира интезивирање сарадње и промотивних активности у следећим земљама: Северна Македонија, Албанија, Мађарска, Босна и Херцеговина, Хрватска, Словенија, Бугарска, Румунија, Грчка, Аустрија и Црна Гора.

КИНА

Одлука кинеске владе је да својим грађанима препоручи Србију и Београд као пожељну туристичку дестинацију, а досадашња пракса показала је да кинески туристи три до четири дана обавезно бораве у Београду. У периоду 2018-2019. године Београд је забележио највећи пораст броја долазака кинеских туриста у Европи- чак 79%. Ако изузмемо период пандемије, проценти и даље расту-током 2024. године бележи се пораст

по броју долазака од 160% у односу на исти период 2023. године, као и ноћења за 62%. Током првих десет месеци 2024. године забележен је пораст броја посетилаца за 78% у односу на исти период 2023. године. Национална авио компанија *Air Serbia* је након 20 година увела директан лет за Кину: Београд – Тјенђин – Београд. Тјенђин је двадесети највећи град на свету са 13,5 милиона становника и налази се на 30 минута удаљености возом од Пекинга.

ТУРСКА

Последњих година туристи из Турске налазе се на првом или другом месту по броју долазака и остварених ноћења у Београду. Током 2023. године забележено је 145 159 посетилаца, што је пораст од 89% у односу на 2022. годину и 335 502 остварених ноћења, што је пораст од 32% у односу на 2022. годину. У првих десет месеци 2024. године број посетилаца из Турске је 170 397 (39% више у односу на исти период 2023.), а број остварених ноћења у првих десет месеци 2024. године је 363 000 (повећање од 35% у односу на исти период 2023.). Поменути статистички подаци условили су отварање нових директних летова из Београда за Истанбул, Анкару и Измир, од стране авио компанија *Air Serbia* и *Turkish Airlines*.

НЕМАЧКА

Са преко 83 милиона становника Савезна Република Немачка је друга држава у Европи по броју становника. Немци радо путују и налазе се на трећем месту у свету када су у питању издвајање за туризам, испред њих су само Кина и САД. Ове информације, као и чињеница да су немачки туристи готово константно на трећем или четвртном месту у нашем главном граду по броју посета, као и оствареним ноћењима, чини немачко тржиште веома изазовним на којем вреди појачати промотивне активности.

Постоје директне авио линије са Берлином, Минхеном, Франкфуртом, Хамбургом, Дортмундом, Дизелдорфом, Штутгарту, Хановером и Нирнбергом. Број посетилаца из Немачке у 2023. години износи 67 841, што је повећање од 16% у односу на 2022. годину. Број остварених ноћења у 2023. износи 140 591, што је повећање од 13% у односу на 2022. годину. У првих десет месеци 2024. године број посетилаца из Немачке је 61 367, а број остварених ноћења у првих десет месеци 2024. године је 124 285.

ИТАЛИЈА

Велики пораст броја туриста из Италије (током 2022. године 108% у броју долазака и 71% више у броју остварених ноћења у односу на 2021. годину). Тренд раста наставља се и током 2024. године, пораст броја долазака од 6% и 8% више ноћења у односу на исти период 2023. године. Поменута статистика је резултат увођења директних летова *Air Serbia*-е из Италије и то чак из девет градова: Рим, Бари, Болоња, Фиренца, Катанија, Милано, Напуљ, Венеција и Палермо.

2. Промотивне активности на домаћем тржишту које се пре свега односе на оглашавање у домаћим медијима, на друштвеним мрежама и организацију различитих промотивних активности и манифестација у градовима Србије, уз учешће културних и других институција Београда.

Циљ је да организујући ове активности подсетимо грађане Србије на богату културно-историјску баштину нашег главног града и позовемо их да посете Београд, а пре свега полазећи од чињенице да посете бројне културно-историјске споменике у Београду, бројне музеје у Београду (Народни музеј, Музеј Николе Тесле, Музеј савремене уметности...), туристичке атракције, градске амбијенталне средине и др.

Путем друштвених мрежа, оглашавањем, организацијом презентација и учешћем на туристичким сајмовима ТОБ ће презентовати посетиоцима манифестације у току летње сезоне у Београду (*Beer Fest*), као и манифестације ван Београда - *Exit*, *Гуча*, *Love Fest*, који у значајној мери генеришу промет туриста и у Београду. Организацијом студијских боравака новинара и туроператера ТОБ ће наставити промоцију на регионалним и иностраним тржиштима, пре свега рачунајући на долазак туриста у сезони јесен/зима, који су везани за новогодишње празнике и различите програме који се организују тим поводом у Београду.

Статистички подаци у предстојећим табелама приказују број долазака и ноћења туриста (Република Србија и град Београд), остварених закључно са октобром 2024. године, остварени девизни прилив закључно са 30.09.2024. године, као и топ 10 држава по броју долазака и остварених ноћења у Београду за 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024. годину за првих десет месеци.

Треба напоменути да статистички подаци везани за 2020. годину нису релевантни из разлога изазваних пандемијом вируса *COVID-19*.

Табела 4.1. Број ноћења туриста у Београду у периоду 2019 – јануар-октобар 2024. године

Година	Укупан број ноћења	Број ноћења иностраних туриста	Број ноћења домаћих туриста
2019.	2 696 832	2 172 303	524 529
2020.	928 233	597 703	330 530
2021.	1 628 288	1 237 994	390 294
2022.	3 180 977	2 681 852	499 125
2023.	3 453 132	2 970 336	482 796
јануар-октобар 2024.	3 097 104	2 675 845	421 259

Табела 4.2. Број ноћења туриста у Републици Србији у периоду 2019 – јануар-октобар 2024. године

Година	Укупан број ноћења	Број ноћења иностраних туриста	Број ноћења домаћих туриста
2019.	10 073 299	4 010 378	6 062 921
2020.	6 201 290	1 264 558	4 936 732
2021.	8 162 430	2 429 597	5 732 833
2022.	12 245 613	4 939 394	7 306 219
2023.	12 440 935	5 582 604	6 858 331
јануар-октобар 2024.	10 913 672	5 157 575	5 756 097

Табела 4.3. Девизни прилив од туризма у Републици Србији и граду Београду изражен у еврима у периоду 2019 – јануар-септембар 2024. године (000 000)

Година	Република Србија	Град Београд
2019.	1 436 000 000	775 440 000
2020.	1 084 000 000	574 520 000
2021.	1 596 000 000	845 880 000
2022.	2 489 000 000	1 346 950 000
2023.	2 543 000 000	1 406 900 000
јануар-септембар 2024.	2 075 000 000	1 245 000 000

Табела 4.4. Топ 10 држава по броју долазака у Београду у периоду 2019 – јануар-октобар 2024. године

Р.Б.	Назив државе	Број долазака 2019.
1.	НР Кина	92 926
2.	Турска	79 041
3.	Немачка	65 650
4.	Хрватска	60 899
5.	Босна и Херцеговина	52 228
6.	Грчка	49 983
7.	Словенија	48 832
8.	Руска Федерација	38 954
9.	Црна Гора	38 504
10.	Бугарска	37 941
Р.Б.		
1.	Босна и Херцеговина	19 163

2.	Хрватска	14 969
3.	Немачка	14 295
4.	Турска	14 244
5.	Црна Гора	12 274
6.	НР Кина	11 647
7.	Руска Федерација	11 386
8.	Израел	10 041
9.	Словенија	9 991
10.	Грчка	9 831

Р.Б.	Назив државе	Број долазака у 2021.
1.	Босна и Херцеговина	43 530
2.	Руска Федерација	40 585
3.	Немачка	29 985
4.	Турска	26 978
5.	Црна Гора	25 070
6.	Хрватска	23 717
7.	Северна Македонија	22 570
8.	Индија	19 707
9.	Словенија	17 534
10.	САД	13 819

Р.Б.	Назив државе	Број долазака у 2022.
1.	Руска Федерација	87 998
2.	Турска	76 918
3.	Босна и Херцеговина	63 062
4.	Немачка	58 654
5.	Хрватска	51 914
6.	Северна Македонија	42 560
7.	Црна Гора	42 390
8.	Словенија	41 924
9.	Грчка	39 390
10.	Индија	33 706

Р.Б.	Назив државе	Број долазака у 2023.
1.	Турска	145 159
2.	Руска Федерација	111 905
3.	Немачка	67 841
4.	Босна и Херцеговина	62 156
5.	Хрватска	60 420
6.	НР Кина	55 499
7.	Грчка	47 639
8.	Црна Гора	46 959
9.	Северна Македонија	45 678
10.	Словенија	43 878

Р.Б.	Назив државе	Број долазака јануар-октобар 2024.
1.	Турска	170 397
2.	Руска Федерација	97 227
3.	НР Кина	82 323
4.	Немачка	61 367
5.	Хрватска	53 237
6.	Босна и Херцеговина	50 235
7.	Бугарска	41 632
8.	Румунија	40 952
9.	Црна Гора	36 965
10.	Грчка	35 951

Табела 4.5. Топ 10 држава по броју ноћења у Београду у периоду 2019 – јануар-октобар 2024. године

Р.Б.	Назив државе	Број ноћења
1.	Руска	124 472
2.	Руска Федерација	102 819
3.	Босна и Херцеговина	99 456
4.	НР Кина	91 285
5.	Црна Гора	89 287
6.	Србија	87 017
7.	Бугарска	79 097
8.	Грчка	70 322
9.	Македонија	70 322
10.	Црна Гора	70 322

Р.Б.	Назив државе	Број ноћења 2020.
1.	Турска	62 767
2.	Руска Федерација	39 949
3.	Босна и Херцеговина	37 371
4.	НР Кина	34 142
5.	Црна Гора	33 321
6.	Израел	31 044
7.	Немачка	29 623
8.	Хрватска	29 541
9.	Грчка	20 642
10.	САД	20 347

Табела 4.6. Приход од боравишних такси за град Београд изражен у динарима у периоду 2019. – 13.12.2024. године (извор података апликација Управе јавних прихода коју користе Секретаријат за привреду и

Секретаријат за финансије)

Година	Приход од боравишних такси
2019.	385 709 062
2020.	134 598 286
2021.	246 003 480
2022.	394 758 178
2023.	435 820 102
13.12.2024.	471 205 672,26

Из табеле 4.5. овог Плана издвајају се инострани туристи из Турске, Руске Федерације, НР Кине, Немачке, Хрватске, који заузимају првих пет места по броју остварених ноћења.

Одличне резултате показује статистика и за госте из региона с тим у вези Туристичка организација Београда појачаће промоцију града Београда у земљама региона.

Коначно, девизни прилив од туризма у Београду за првих девет месеци ове године од 1 245 000 000 евра говори у прилог предвиђању да ће до краја године премашити милијарду

и по евра што је, у актуелним околностима, значајан успех у поређењу са другим европским дестинацијама које имају сличан туристички производ на тржишту.

4.1. САЈМОВИ И ПРОМОЦИЈЕ

Сајмови у иностранству

ТОБ планира у 2025. години, самостално и у сарадњи са ТОС-ом и Привредном комором Србије, да учествује на следећим **сајмовима у иностранству**: *Ferien-Messe* у Бечу, *FITUR* у Мадриду, *FITUR 26* у Мадриду, *EMITT* у Истанбулу, *EMITT 26* у Истанбулу, *ITB* у Берлину, *Holiday&Spa Expo* у Софији, *Place2Go* у Загребу, Сајам туризма у Бања Луци, *COTTM* у Кини, *WTM* у Лондону, *Philoxenia* у Солуну, конгресни сајмови *IMEX* у Франкфурту и *IBTM* у Барселони.

Промоције у иностранству током 2025. године планирају се самостално и у сарадњи са ТОС-ом, *Air Serbia*-ом и другим авио компанијама, дипломатским представништима и туристичком привредом. Планира се организација посебних презентација и пословних састанака у иностраним земљама. Циљ је промоција Београда као туристичке дестинације и специфичних туристичких производа кроз организацију догађаја и сусрета са представницима туристичких агенција и медија у иностранству.

У 2025. години планирано је организовање посебних догађаја на одабраним приоритетним тржиштима на којима ће се промовисати туристичка понуда Београда. Ови догађаји организоваће се у следећим градовима: Бања Лука, Требиње, Љубљана, Софија, Будимпешта, Темишвар, Скопље, Подгорица, Мадрид, Барселона, Солун, Истанбул, Анкара, Измир, Валенсија, Рим, Берлин, Франкфурт, Минхен, Варшава, Пекинг, Шангај.

Промоција Београда на наведеним дестинацијама планира се на отвореном (у централним најпрометнијим зонама) и репрезентативним затвореним просторима адекватним за одржавање промоција и пословних састанака, са циљем представљања програма боравка током зимских празника у Београду, као и програми за сезону пролеће/лето 2025. године.

Преглед планираних трошкова учешћа ТОБ-а на САЈМОВИМА И ПРОМОЦИЈАМА У ИНОСТРАНСТВУ

Назив активности	Простор	Виза/Путарине	Смештај	Превоз		Дневнице	Осигурање	Репрезентација	Укупно
				Дизел	Авио				
Укупно	4.000.000,00	200.000,00	2.500.000,00	90.000,00	1.500.000,00	1.000.000,00	99.720,00	112.000,00	9.501.720,00

Сајмови и промоције у земљи

ТОБ током 2025. године планира учешће на Београдском сајму туризма, на *Expo* Београдског маратона, Сајму туризма „ЛОРИСТ“ у Новом Саду, Сајму туризма „Шумадија сајам“ у Крагујевцу и Сајму туризма, односно Данима туризма у Нишу. ТОБ ће у 2025. години учествовати и на Туристичком форуму Туристичке организације Србије.

Промоција на домаћем тржишту биће организована у оквиру карактеристичних догађаја овог типа који ће се организовати у следећим градовима/местима: Нови Сад, Ниш, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Суботица, Зрењанин, Нови Пазар, Лесковац, Чачак, Ужице, Златибор, Лозница, Смедерево, Лесковац, Ужице, Врање, Шабац, Сомбор, Пирот, Димитровград, Куршумлија.

Назив сајма	Простор	Услуге израде сајамских поставки	Путарине	Смештај	Превоз дизел	Превоз, аутобус карте	Дневнице	Репрезентација	Укупно
Укупно	1.696.128,00	2.400.000,00	35.000,00	200.000,00	10.000,00	10.000,00	100.000,00	50.000,00	4.501.128,00

Преглед планираних трошкова учешћа ТОБ-а на САЈМОВИМА И ПРОМОЦИЈАМА У ЗЕМЉИ

Сајмови тркачке привреде на којим ТОБ наступа у сарадњи са предузећем *Београдски маратон*

Сагласно измењеним околностима и отказивањем бројних маратонских трка, у сарадњи са предузећем *Београдски маратон*, ТОБ ће представити Београд и реализовати промоцију Београдског маратона 2025/26 на сајмовима тркачке привреде у градовима Истанбул, Брисел, Љубљана, Атина, Скопље, Букурешт, Берлин и Чикаго.

Преглед планираних трошкова сајмова тркачке привреде на којима ТОБ учествује са предузећем *Београдски марафон*

Назив активности	Смештај	Превоз (авио)	Дневнице (ино)	Репрезентација	Осигурање	Шпедиција	Превоз промо. материјала	Укупно
Сајмови тркачке привреде	2.500.000,00	1.620.000,00	250.000,00	50.000,00	60.000,00	100.000,00	100.000,00	4.680.000,00

4.2. КОНГРЕСНЕ АКТИВНОСТИ

Конгресни биро Београда Туристичке организације Београда има основни задатак да промовише Београд као конгресну дестинацију на међународном тржишту и да својим активностима битно утиче на успешан развој конгресне индустрије Београда и позиционира Београд као међународну конгресну дестинацију. У 2025. години Конгресни биро ТОБ-а ће радити на даљој промоцији Београда као конгресне дестинације, настављајући сарадњу са научним асоцијацијама и пословним партнерима који су део конгресне индустрије Београда, у циљу одржања тренда повећања туристичког промета у Београду од овог сегмента туристичке понуде. Мисија Конгресног бироа ТОБ-а је да привуче што више међународних пословних скупова у Београд и да помогне развој локалне конгресне индустрије која ће бити препозната по високом квалитету својих производа и услуга. Визија је да Београд постане једна од најуспешнијих и високо цењених конгресних дестинација у Европи.

План конгресних активности ТОБ-а обухвата следеће:

- Учешће у организацији инспекцијских тура (тзв. *Site visit* и *Fam trips*);
- Маркетинг и промоција Београда као конгресне дестинације;
- Пружање стручне помоћи у побољшању квалитета производа и услуга пружаоцима услуга *MICE* индустрије Београда;
- Организација обједињених промотивних активности са локалном привредом Сава Центар, конгресни хотели, конгресне агенције *PCO* (професионални конгресни организатори) и *DMC* (дестинацијске агенције), Ер Србија;
- Помоћ организаторима, и самостална припрема презентације понуде града при подношењу кандидатуре;
- Сарадња и координација активности локалне конгресне индустрије са клијентима у иностранству, у реализацији одређеног скупа у Београду;
- Подстицање улагања у инфраструктуру конгресне индустрије Београда;
- Обезбеђивање подршке управе града Београда и ресорних министарстава при слању понуде за номиновање Београда као града домаћина за одређени скуп;
- Израда посебног штампаног и аудио визуелног материјала највишег квалитета, намењених организаторима конгреса.

Конгресни биро Туристичке организације Београда ће у 2025. години узети учешће на сајмовима конгресне индустрије у Франкфурту (*IMEX 2025*) и Барселони (*IBTM 2025*). Сајмови у Франкфурту и Барселони су типа сајма један на један (*B2B*), са унапред заказаним састанцима са потенцијалним организаторима скупова, групним презентацијама на штанду и великим бројем пословних посетиоца. Прате их едукативни семинари и предавања које држе најеминентнији стручњаци у конгресној индустрији.

Преглед планираних трошкова за котизације за конгресне сајмове:

<i>IMEX</i> Франкфурт	200.000,00
<i>IBTM</i> Барселона	200.000,00
Укупно:	400.000,00

Преглед планираних трошкова годишњих чланарина:

<i>ICCA – International Congress and Convention Association</i>	430.000,00
<i>WTCF – World Tourism Cities Federation</i>	220.000,00
Укупно:	650.000,00

ICCA - Међународно удружење конференцијске и конгресне индустрије) - Сектор дестинацијски менаџмент

WTCF - Светска федерација туристичких градова

ТОБ ће у 2025. години учествовати на следећим специјализованим конференцијама у организацији *WTCF*-а:

World Conference on Tourism Cooperation & Development @ CIFTIS 2025, Пекинг, НР Кина

WTCF European Regional Conference 2025, Марбелја, Шпанија

(Трошкови учешћа су приказани у табели „Преглед планираних трошкова учешћа ТОБ-а на сајмовима и промоцијама у иностранству“).

Конгресни биро Туристичке организације Београда остварује сарадњу са овим асоцијацијама, кроз заједничку промоцију, едукацију, приступност мрежи података (база података и статистика) и непосредну комуникацију са потенцијалним клијентима, утврђујући компаративне предности нашег града у односу на конгресне градове региона и Европе при подношењу кандидатуре за неки скуп.

4.3. ПР АКТИВНОСТИ

Активности у области ПР-а базирају се на активностима информисања и обавештавања јавности у земљи и иностранству кроз рад са домаћим и ИНО медијима кроз различите канале информисања и пласирања информација о постојећим и новим туристичким производима, туристичким програмима, новинама у туристичкој понуди града, манифестацијама и догађајима свих врста у Београду, као и другим пословним активностима ТОБ. У овој сфери пословања, ПР служба ТОБ пласира прес информације, организује конференције за медије, радне сусрете са домаћим и страним новинарима, различите презентације и промоције.

City lights – ТОБ поседује шест светлећих витрина (тзв. *city lights*) распоређених на јавним местима у Београду. Локације у Београду на којима су распоређени *city light*-ови су: Зоо врт, Стамбол капија Калемегдан, ресторан „Шаран“ Земун, Трг Николе Пашића (испред зграде „Борбе“), угао улица Страхињића Бана и Пјарона де Мондезира на Дорћолу и Тиршова улица. *City light* је производ чија је намена приказ обавештења о културним и другим догађајима у граду. Потребна је поправка поменутих *city light*-ова и њихово месечно одржавање.

Преглед планираних трошкова ПР активности:

City light-ови (трошкови месечног одржавања)	180.000,00
--	------------

Студијска путовања за иностране туроператоре, организаторе конгреса и конференције, туристичке новинаре, блогере и инфлуенсере

Током 2025. године планира се организација великог броја студијских путовања страних медија ради израда и објава репортажа, емисија, ТВ прилога, чланака у различитим земаљама у циљу упознавања са туристичком понудом Београда. Планира се и организација великог броја студијских путовања (*fam trip*) за туроператоре у склопу којих је и организација пословних радионица (*workshop*) у циљу повезивања туристичких привреда. Студијска путовања организоваће се самостално, у сарадњи са *Air Serbia*-ом и другим авио компанијама, страним туроператорима, организаторима конгреса, њиховим домаћим партнерима и ТОС-ом. Планирана је и организација студијских путовања за организаторе конгреса и конференција, као и за туристичке блогере и инфлуенсере. Планирају се и студијска путовања за новинаре домаћих штампаних и електронских медија у циљу представљања и промоције новина у туристичкој понуди како на територији града Београда, тако и излете ван града.

Преглед планираних трошкова студијских путовања за иностране туроператоре, организаторе конгреса и конференције, туристичке новинаре, пословне сараднике блогере и инфлуенсере

Назив активности	Смештај (у земљи)	Превоз (авио)	Превоз (трансфери у земљи)	Репрезентација (у земљи)	Укупно
Студијска путовања	550.000,00	100.000,00	100.000,00	650.000,00	1.400.000,00

4.4. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

1. Штампa и репринт

Промотивни штампани материјали Туристичке организације Београда омогућавају гостима Београда упознавање са туристичком понудом, која обухвата опште информације о историји, традицији и култури града, али и бројне препоруке за што садржајнији боравак у Београду, као и сервисне информације. Израда туристичких мапа и штампаних промотивних брошура намењена је промоцији и презентацији Београда на домаћем и међународном тржишту.

- Брошуре о Београду (Добродошли у Београд) – брошура о сервисним информација о граду, амбијенталним целинама, атракцијама и туристичком понудом Београда
- Мапе Београда, двојезична мапа града
- Конгресни водич (Пословни водич за организаторе конгреса)
- Репринт брошуре Атракције (енглески и српски језик)

Промотивне брошуре Туристичке организације Београда се деле бесплатно на следећим догађајима:

- Међународним сајмовима туризма у земљи и иностранству
- Промоцијама туристичке понуде Београда у земљи и иностранству
- У туристичко информативним центрима
- У свим београдским хотелима и другим смештајним капацитетима
- На свим међународним скуповима у Београду и Србији
- Страним амбасадама у Београду
- Српским амбасадама у свету
- Званичним делегацијама, гостима Скупштине града Београда, страним новинарима и туроператорима
- Спортским догађајима, манифестацијама и фестивалима
- Конгресима у Београду и светским конгресима

2. Услуге остале штампе

Услуге остале штампе реализују се за потребе манифестација и догађаја у оквиру планираних активности Туристичке организације Београда

- Промотивни флајери
- Постери
- Визит карте
- Захвалнице, честитке, позивнице
- Меш платна
- Медија зид
- *Roll up* –ви

3. Дизајн и припрема за штампу

Услуга дизајна и припреме за штампу повезана је са издавачком делатношћу, штампе брошура, мапа и остале штампе, као и других потреба у складу са планираним активностима Туристичке организације Београда:

- Брошуре о Београду
- Конгресни водич о Београду
- Банери за *on line* оглашавање
- Постери
- Промотивни флајери
- Визит карте
- Захвалнице, честитке, позивнице
- Меш платно
- Медија зид
- *Roll up* –ви

4. Услуге превозиња

У складу са активностима Туристичке организације Београда и промоцијама на међународним тржиштима и учешћу на сајмовима туризма превозилачке услуге неопходне су за следеће тектове и документа:

- Брошуре и флајери, више језичких мутација
- Правна и општа документа (документа везана за сајамаске наступе и промоције на међународним тржиштима у складу са активностима и потребама Туристичке организације Београда) – више језичких мутација
- Превод за сајт, друштвене мреже, банере, позивнице и захвалнице – више језичких мутација

5. Административне таксе за брошуре (републичке таксе)

У складу са законом о Библиотекарству и информационој делатности Туристичка организација Београда штампана промотивна издања региструје путем ИСБН броја

(матичну ознаку сваке монографске публикације) и ЦИП број-а (каталогизација у публикацији).

- ИСБН бројеви – Народна библиотека Србије
- ЦИП бројеви – Народна библиотека Србије

Преглед планираних трошкова издавачке делатности:

1.	Услуге превођења	300.000,00
2.	Услуге остале штампе - промотивни флајери, постери, плакати, визит карте	200.000,00
3.	Дизајн и припрема за штампу	250.000,00
4.	Штампа и репринт брошура	1.250.000,00
5.	Административне таксе – ИСБН и ЦИП бројеви	10.000,00
6.	Писање текстова	100.000,00
	УКУПНО	2.110.000,00

4.5. РЕКЛАМНИ МАТЕРИЈАЛ – СУВЕНИРИ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ БЕОГРАДА

ТОБ планира у 2025. години да издвоји **400.000,00 динара** за набавку рекламног материјала – сувенира. Рекламни материјал (сувенири) користе се за потребе сајмова, презентација и промоција у земљи и иностранству, затим за протоколарне поклоне које поклањају ТОБ, Скупштина града Београда и надлежни Секретаријат за привреду као и за репрезентацију поводом доласка различитих делегација у Београд. Сувенири се наменски брендирају симболима Београда.

Табела укупних планираних трошкова Сектора за промоције:

Назив активности	Износ (рсд)
Сајмови и промоције у иностранству	9.501.720,00
Сајмови и промоције у земљи	4.501.128,00
Сајмови тркачке привреде у сарадњи са „Београдским маратоном“	4.680.000,00
Годишње чланарине	400.000,00
Котизација конгреси	650.000,00
ПР активности	180.000,00
Студијска путовања	1.400.000,00
Издавачка делатност	2.110.000,00
Куповина рекламног материјала - сувенира	400.000,00
УКУПНО:	23.822.848,00

5. СЕКТОР ЗА ИНФОРМАТИВНУ И КОМЕРЦИЈАЛНУ ДЕЛАТНОСТ

5.1. ИТ АКТИВНОСТИ ТОБ-А

Туристичка организација Београда ће и током 2025. године у оквиру ИТ активности посебну пажњу посветити креирању и унапређењу садржаја на друштвеним мрежама (*инстаграм и facebook*), садржају за сајт (*www.tob.rs*), понуди виртуелних искуства кроз постојеће VR филмове о Београду и информисањем туриста путем интерактивних панела постављених на најфреквентнијим локацијама у граду.

5.1.1. Промоција на друштвеним мрежама *FACEBOOK* и *INSTAGRAM*

Промоција ТОБ-а на друштвеним мрежама *Facebook* и *Instagram* подразумева креирање садржаја, управљање профилима ТОБ-а и рекламне кампање на овим друштвеним мрежама.

Пратећи трендове промотивних активности светских дестинација, стављамо акценат ставља на следеће сегменте:

- Промоција кроз дигиталне канале,
- Већа понуда виртуелних искустава.

План промоције Туристичке организације Београда на друштвеним мрежама и промоција Београда базира се на две кључне активности:

1. Креирање садржаја и управљање профилима,
2. Спровођење рекламних кампања и промоција кроз планске објаве на друштвеним мрежама.

Наведене активности ТОБ ће спровести кроз:

1. Креирање садржаја и управљање профилима ТОБ-а, која подразумева следеће:

- израду фотографија, продукцију видео снимака, креирање виртуелних тура, израду анимираних формата за стори објаве и сл;
- формат мултимедијалних садржаја за друштвене мреже биће усмерен на информисање пратилаца о дестинацији, изазивању интересовања, као и покретања на акцију;
- посебна пажња биће усмерена на *Instagram* и *Facebook* стори објаве, са циљем да се постигне максимални ефекат формата који даје најбоље резултате у интеракцији са пратиоцима;
- управљање профилима поред оптимизованих објава фотографија и осталог мултимедијалног садржаја, обухватиће и адекватну комуникацију са пратиоцима, *hashtag*

стратегију, управљање са *UGC (User Generated Content)* садржајима.

2. Креирање рекламне кампање на друштвеним мрежама које подразумевају следеће:

- креирањем квалитетних и правилно осмишљених занимљивих садржаја чиме се испуњава предуслов за спровођење ефикасних рекламних кампања;
- појачавање видљивости објава уз адекватно таргетирање циљних група по демографском карактеристикама;
- таргетирање пратилаца према интересовањима и према географским подручјима (Београд, околина, Србија, регион, таргетирана тржишта);
- додатно оснаживање објава које промовишу атрактивне локалитете, активности и туристичке садржаје који привлаче пратиоце и посетиоце.

Очекивани ефекти промотивних активности на друштвеним мрежама:

- повећање броја пратилаца,
- подизање нивоа интеракције са пратиоцима на виши ниво,
- подизање поверења пратилаца и позиционирање профила ТОБ-а на водеће место у дигиталном маркетингу дестинације,
- повезивање оснажених профила на друштвеним мрежама са новом,
- интернет презентацијом веб сајта *tob.rs* уз постизање *cross* маркетинг ефеката.

Планирани трошкови кампање на друштвеним мрежама : 998.100,00 рсд

5.1.2. Одржавање и набавка интерактивних панела

Туристичка организација Београда препознаје потребу праћења савремених трендова комуникације у промоцији Београда и његове туристичке понуде. Анализе и спроведене студије показују да је најефикаснији вид промоције туристичких и културних садржаја управо кроз примену иновативних информационих технологија. Ефикасно решење које излази у сусрет препознатим потребама је постављање мреже интерактивних инфо тачака (интерактивних излога) на најфреквентнијим локацијама у граду.

Интерактивни излози испуњавају потребе за ефикасном промоцијом кроз дигиталне канале и иновативном комуникацијом са посетиоцима. Мрежа интерактивних излога постављених на најфреквентнијим локацијама у граду омогућава синхронизовану промоцију туристичке, културне и пословне понуде Београда. Садржајима се управља централизовано, а посетиоцима се шаљу праве поруке, у право време, на правим местима. Интерактивни панели се дужи низ година примењују у свим већим државама, градовима и туристичким центрима у земљи и свету.

Дигитални канали за промоцију показали су се као један од најнеопходнијих начина промоције дестинације.

ТОБ је до сада поставио интерактивне панеле на следећим локацијама:

- Туристичко-информативни центар ТОБ-а у Кнез Михаиловој улици,
- Аеродром „Никола Тесла“ Београд,
- Железничка станица „Београд-Центар“,
- Београдска аутобуска станица на Новом Београду

Током 2025. године планирају се трошкови одржавања постојећих као и унапређење интерактивног садржаја на истима, а циљу информисања страних и домаћих туриста о актуелној туристичкој понуди Београда.

Планирани трошкови одржавања интерактивних панела: 888.960,00 рсд

5.1.3. GOOGLE ADWORDS кампања

AdWords кампања представља циљано оглашавање на *Google*-у и мрежи партнерских веб сајтова, које омогућава оглашавачу да дефинише кључне речи и фразе за које жели да се позиционира на првој страни *Google* претраге. Ова кампања је од изузетног значаја за привлачење потенцијалних туриста на одређену дестинацију јер при претрази омогућује прву ставку коју корисници виде.

Планирани трошкови кампање: 1.190.000,00 рсд

5.1.4. Откуп фотографија

Фотографије ће бити коришћене у промотивне и некомерцијалне сврхе – за потребе сајта и друштвених мрежа ТОБ-а, сајамских наступа, промотивних наступа у земљи и иностранству, манифестација и других догађаја који промовишу Београд и његову туристичку понуду.

Планирани трошкови: 200.000,00 рсд

5.1.5. Прављење новог сајта Туристичке организације Београда

Сајт Туристичке организације Београда је стар шест година. Жеља нам је да направимо нови квалитетнији сајт који ће туристима пружати све туристички неопходне информације. Циљ нам је да направимо сајт који ће бити функционалан и привлачан за кориснике, што значи да ће бити добро осмишљен, структуриран, иновативан и у складу са новим веб стандардима који ће пружити боље корисничко искуство.

Планирани трошкови: 980.000,00 рсд

Остали трошкови *IT* активности односе се на редовну набавку и одржавање *IT* компоненти ТОБ-а и трошкови тих активности приказани су у табели укупних трошкова.

Преглед трошкова *IT* активности ТОБ-а :

Назив активности	Износ (рсд) 2025
Промоција на друштвеним мрежама <i>Facebook</i> и <i>Instagram</i>	998.100,00
Одржавање интерактивних панела <i>Google Adwords</i> кампања	888.960,00
Откуп фотографија	1.190.000,00
Одржавање сајта ТОБ-а	200.000,00
<i>Web mail exchange</i>	620.000,00
Регистрација националног домена - tob.rs	550.000,00
Обнова лиценце за софтвер	4.000,00
Одржавање осталог софтвера	150.000,00
Одржавање рачунарске опреме	200.000,00
Куповина рачунарске опреме	350.000,00
Набавка тонера за штампаче	460.000,00
Набавка штампача	300.000,00
Обуке и курсеви за информационе технологије	100.000,00
Прављење новог сајта	65.000,00
Укупно за IT активности:	980.000,00
	7.056.060,00

5.2. ТУРИСТИЧКО-ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ ТОБ-А

Туристичка организација Београда у својој организационој структури има три стална информативна центра, у Кнез Михаиловој 56, на аеродрому „Никола Тесла Београд“ и на Железничкој станици Београд-Центар (Прокоп). Док се на Цветном тргу налази сезонски информативни центар.

Запослени у информативној служби информишу домаће и стране туристе о знаменитостима Београда, културним и спортским дешавањима, актуелним догађајима и осталим општим информацијама о граду и околини, као и о туристичким турама које су у понуди за обилазак Београда и околине. У информативним центрима туриста може добити бесплатну мапу града, као и брошуре о Београду на различитим језицима или резервисати нешто из понуде разгледаља града: разгледање аутобусом, бродом, пешачке туре, разгледање Дворског комплекса и сл.

Информативна служба је у саставном делу практичне наставе средњих школа и факултета и представља добру праксу у раду са будућим туристичким радницима.

Поред информативних центара, као и на другим фреквентним местима у граду, постављени су интерактивни панели како би корисницима информације о Београду биле доступне 24 сата.

- Туристичко-информативни центар ТОБ-а у Кнез Михаиловој улици,
- Аеродром „Никола Тесла“ Београд,
- Железничка станица „Београд-Центар“,
- Београдска аутобуска станица на Новом Београду.

Током 2025. године планирају се трошкови одржавања постојећих панела и унапређење интерактивног садржаја на истима, а циљу информисања страних и домаћих туриста о актуелној туристичкој понуди Београда.

Преглед трошкова у ТИЦ-евима ТОБ-а:

Назив активности	Износ (рсд) 2025
Израда <i>ID</i> картица за аеродром	10.000,00
Таксе за аеродромске дозволе запослених	10.000,00
БГ пракса, 4 практиканата x 20.000,00 рсд x 3 месеца	240.000,00
Закуп простора ТИЦ	3.112.000,00
Укупно за ТИЦ-еве ТОБ-а:	3.372.000,00

Преглед укупних трошкова Сектора за информативну и комерцијалну делатност

Назив активности	Износ (рсд)
ИТ активности ТОБ-а	7.056.060,00
ТИЦ-еви ТОБ-а	3.372.000,00
УКУПНИ ТРОШКОВИ СЕКТОРА:	10.428.060,00

6. КВАЛИФИКАЦИОНА И СТАРОСНА СТРУКТУРА

Квалификациона структура

Редни број	Опис	Запослени		Назорни одбор/Скупштина	
		Број на дан 18.12.2024.	Број на дан 31.12.2025.	Број на дан 18.12.2024.	Број на дан 31.12.2025.
1	ВСС	37		8	
2	ВС	6			
3	ВКВ				
4	ССС	5			
5	КВ				
6	ПК				
7	НК				
УКУПНО		48		8	

Старосна структура

Редни број	Опис	Број запослених 18.12.2024.	Број запослених 31.12.2025.
1.	До 30 година	0	
2.	30 до 40	18	
3.	40 до 50	11	
4.	50 до 60	15	
5.	Преко 60	4	

УКУПНО	48	
Просечна старост	46,48	

Напомена:

У табелама квалификациона и старосна структура, напомињемо да је од укупно 48 запослених, једно лице именовано и то је в.д. директора ТОБ-а.

Структура по полу

СТРУКТУРА ПО ПОЛУ	Опис	Запослени		Надзорни одбор/Скупштина	
		Број на дан 18.12.2024.	Број на дан 31.12.2025.	Број на дан 18.12.2024.	Број на дан 31.12.2025.
1 У И СТРУ	Мушки	13		4	
2 КТУР	Женски	35		4	
УКУПНО		48		8	

Структура по времену у радном односу

Радни број	Опис	Број запослених 18.12.2024.	Број запослених 31.12.2025.
1 ОМ	До 5 година	3	
2 ОДН	5 до 10	15	
3 ОСУ	10 до 15	6	
4	15 до 20	5	
5	20 до 25	10	
6	25 до 30	7	
7	30 до 35	2	
8	Преко 35	0	
УКУПНО		48	

Напомена: У табелама структура по полу и структура по времену у радном односу, напомињемо да је од укупно 48 запослених, једно лице именовано и то је в.д. директора ТОБ.

6.2. ДИНАМИКА ЗАПОШЉАВАЊА

Р.бр	Основ одлива/пријема кадрова	Број запослених	Р. бр.	Основ одлива/пријема кадрова	Број запослених
	Стање на дан 31.12.2024. године*	48		Стање на дан 30.06.2025. године	48
	Одлив кадрова у периоду 01.01-31.03.2025.			Одлив кадрова у периоду 01.01-30.09.2025.	
	<i>навести основ</i>			<i>навести основ</i>	
	Пријем кадрова у периоду 01.01-31.03.2025.			Пријем кадрова у периоду 01.01-30.09.2025.	
	<i>навести основ</i>			<i>навести основ</i>	
	Стање на дан 31.03.2025. године	48		Стање на дан 30.09.2025. године	48
	Одлив кадрова у периоду 01.01-30.06.2025.			Одлив кадрова у периоду 01.01-31.12.2025.	
	<i>навести основ</i>			<i>навести основ</i>	
	Пријем кадрова у периоду 01.01-30.06.2025.			Пријем кадрова у периоду 01.01-31.12.2025.	
	<i>навести основ</i>			<i>навести основ</i>	
	Стање на дан 30.06.2025. године	48		Стање на дан 31.12.2025. године	48

Напомена: У табели динамика запошљавања напомињемо да је од планираних 48 запослених, једно лице именовано и то је в.д. директора ТОБ.

Туристичка организација Београда
в.д. директора
Миодраг Поповић