



Turistička organizacija Novog Sada (TONS) od početka godine užurbano radi na daljem pozicioniranju grada kao atraktivne i poželjne destinacije za posetiti. S obzirom da je prošla godina bila rekordna kada je reč o broju ostvarenih noćenja turista u Novom Sadu - 452.702 noćenja, (zajedno domaćih i stranih turista), što je više u odnosu na 2017. godinu za čak 23,2%, ovu, 2019. godinu, otpočeli su sa vrlo učestalim nastupima na međunarodnim sajmovima na kojima su imali mnoštvo sastanaka sa predstavnicima turističke privrede.

Turistička organizacija Grada Novog Sada, ovogodišnje Omladinske prestonice mladih Evrope, sa aktivnostima je 2019. započela učešćem na Međunarodnom sajmu turizma u Ljubljani, zatim u Istanbulu, pa nastavila na 41. Sajmu turizma u Beogradu. Turistička ponuda grada i okoline, na najvećoj sajamskoj manifestaciji u našoj zemlji predstavila je brojnim posetiocima, turoperaterima, predstavnicima medija, brojne zanimljive nove programe, koje su dvomilionskom beogradskom tržištu uvek interesantne. Kampanja je nastavljena na jednom od najvećih međunarodnih sajmova turizma u Berlinu i u okruženju, tj. Zagrebu.

Pokazalo se kao pun pogodak pozivanje domaćih i stranih predstavnika medija na obilazak destinacije, pa je tako od početka 2019. godine ugošćen veći broj medija i blogera. Turistička ponuda Novog Sada oduševila je blogere iz Kine, Nemačke, Bugarske, kao i goste iz Velike Britanije, koji grad Novi Sad, posebno mladi Britanci, obožavaju ponavljaju zbog EXIT-a na kome su i najbrojniji od svih stranih turista, čija je televizijska ekipa emitovala reportažu na gledanom Sky TV kanalu. Saradnja sa medijima, nastavlja se i u narednom periodu. Proleće će za TONS biti veoma radan period godine, jer će na svakih 10-ak dana dolaziti nove grupe koje čine medijske kuće, blogeri i turističke agencije koje žele da uvrste Novi Sad u svoju ponudu. Očekuje se dolazak novinara iz regionala, kao i nekoliko grupa novinara i turooperatora iz Turske, Italije, Francuske...

TONS-ova kampanje u delu promotivnih aktivnosti, koje su prošle godine imale višemilionski doseg na društvenim mrežama, pokazale su se kao veoma interesantne, pa će stoga kampanje pod nazivom „Leto u Novom Sadu“ i „Zimska fantazija“ i ove godine imati svoj nastavak. Rezultati su pokazali da promotivne kampanje Turističke organizacije Novog Sada posetioci društvenih mreža rado dele među svojim prijateljima i da su veoma korisne, kako sa stanovišta obaveštavanja publike o zbivanjima u gradu, tako i za promociju turističkih atrakcija grada.

Ove godine, TONS će zajedno sa Turističkom organizacijom Srbije sa kojom je potpisana ugovor o međusobnoj saradnji i zajedničkom nastupu na sajmovima, pokrenuti kampanju na društvenim mrežama i sajtu vodećeg svetskog turističkog vodiča Lonely Planet. Kao najuticajniji vodič i sajt za putovanje u svetu, koji je Novi Sad prošle godine proglašio

poželjnom destinacijom za posetiti u 2019. godini, Lonely Planet će ove godine uz podršku TONS-a pokrenuti kampanju od koje su velika očekivanja, naročito kada je reč o rastu broja dolazaka i noćenja turista u tekućoj godini u kojoj je Novi Sad i Omladinska prestonica Evrope.

U tekućoj godini brojne aktivnosti TONS-a i OPENS organizacije biće povezane. OPENS organizacija je, takođe, pripremila brojne programe za - godinu mladih. Sa izuzetnom pažnjom krenulo se u pripremu i organizaciju OPENS YOUTH FAIR, manifestacije koje će ove godine biti održana 02 i 03. jula na tri lokacije u centru grada.

Na krilima prošlogodišnjih nagrada i priznanja, kada je TONS dobio priznanje za najbolji promotivni turistički film, najbolju turističku organizaciju, „Turistički cvet“ za doprinos u promociji i razvoju turizma Srbije, kao i preporuku od strane vodiča „Lonely Planet“ da je Novi Sad poželjna destinacija za posetiti u 2019. godini, od ove godine očekuje se još više aktivnosti koja će gradu u narednom periodu doneti saradnju i nove kontakte sa medijima i sa turističkim agencijama.

