



Posetioци najveće svetske turističke berze ITB Berlin, sada virtuelnog Sajma turizma, imali su ove nedelje priliku da se upoznaju sa turističkom ponudom Srbije, kao i izazovima koje je pandemija sa sobom donela. Srbija se prvog dana onlajn sajma pod nazivom ITB NOW i krovnim sloganom „Digitalni sastanak turističke industrije“, našla u fokusu pojavivši se na naslovnoj strani newsletter-a, uz ekskluzivni intervju direktorke Turističke organizacije Srbije, Marije Labović. Direktorica Labović je potencijalne partnere i buduće goste Srbije upoznala sa predstojećim procesom brendiranja Srbije, kao turističke destinacije i ponudom koja spremno čeka nove turiste.

Ohrabruje činjenica da za Srbiju postoji veliko interesovanje međunarodne turističke privrede, posebno brojnih inostranih organizatora putovanja, koji planiraju, ne samo nastavak saradnje sa TOS-om, već i proširivanje ponude za Srbiju novim programima i destinacijama.

Pod pritiskom korone, turisti širom sveta, svedoče učesnici Sajma, u potrazi su za novom vrstom putovanja tzv. Workation. Taj novi turistički proizvod koji su već prepoznale pojedine zemlje, podrazumeva kombinaciju boravka na destinaciji uz ispunjavanje radnih obaveza putem interneta. Opšti trend je da se traže sigurne i zdravstveno bezbedne destinacije, poštovanje mera, kao i destinacije u kojima nema masovnog turizma. Provejava optimizam da će se od letnje sezone situacija sa posetama inostranih turista polako poboljšati, imajući u vidu tempo vakcinacije koji Srbija postiže.

U okviru virtuelnog štanda TOS-a, na sajmu učestvuju i Air Serbia, Turistička organizacija Subotice, turističke agencije Alpha Travel, Serbia Touroperator, Robinzon, Kon Tiki, Serbian Private Tours, Magelan i Taratours, kao i hoteli 88 Rooms, Hyatt i Central Point Hotel iz Beograda.

Sajam u Berlinu, jedna od najznačajnijih turističkih manifestacija u svetu, ove godine traje do 12. marta.

