



Beogradski 37. Međunarodni sajam turizma, po oceni Miodraga Popovića, v.d. direktora Turističke organizacije Beograd, je po broju izlagača, kao i po nikada većem broju posetilaca, najuspešniji i najbolji do sada. Gospodin Popović smatra da to sve govori o odnosu države prema turizmu i da sve to, u narednom periodu, treba opravdati.

- Znamo da država, za razliku od nekih boljih vremena, i kada se moglo i trebalo malo više razmišljati o ulaganju nekog velikog novca, danas to ne može, ali svakako da je svaka pomoć dobrodošla - istakao je Miodrag Popović, i takođe napomenuo, da je prošla, 2014. godina za Beograd bila najuspešnija turistička godina u istoriji grada, u kojoj je zabeležen rast od 14%, odnosno milion i po noćenja. Kada bi se nastavilo tim tempom, ove godine bi broj noćenja trebao da se popne na dva miliona i dvesta-trista hiljada, što govori o tome da je lestvica visoko podignuta, „ali mislim da smo dobro trenirali, pa očekujem i dobre rezultate“. Kako je za TO Beograd završena prošla turistička godina, tako je počela i nova, 2015., i ukoliko se taj trend nastavi i ova godina će biti ne manje uspešna.

Na Beogradskom sajmu TO Beograd predstavio je ono što je tržišni proizvod Beograda, tzv. City break ture, sve popularniji kratak boravak u gradu, koji je rasčlanjen tako da se četiri dana odmora, predstave svaki dan Sajma drugim sadržajem, kako bi se plastično pokazala raznolikost grada čija istorija seže duboko u prošlost, do onog što predstavlja svakodnevni život, ono što je, posebno stranim turistima, najzanimljivije i najbolje što u Beogradu mogu da vide ili dožive.

Poslednjeg dana Sajma, TO Beograd je predstavio svojih 17 opština, svaku sa svojim specifičnostima. Ono što se nalazi u turističkoj ponudi Lazarevca retko koji glavni evropski grad može da ponudi. Ako se pređe most, u Zemunu turisti mogu ostetiti i doživeti jednu sasvim drugu, centralno evropsku priču, u Surčinu takođe, i sve to govori o tome da je turistička ponuda Beograda potpuna jedino ako se u nju uključe i periferne opštine, koje čine jedinstveno bogatstvo ponude Beograda.

- Dočekali smo kraj Sajma umorni, ali sa optimizmom i jasnim ciljevima. Da li ćemo ih dostići, ne znam, jer stvari zavise i od onoga što nije direkto vezno za turizam. Često se sve okrene u nekom provcu koji niste predvideli, ali se nadam da ono što je predvidljivo govori da će ova godina biti uspešna - rekao je gospodin Popović.

Ono što uliva optimizam je i to što je Beograd regionalni centar kada je turizam u pitanju, jer koristi svoju poziciju. Ove godine cilj je da se ceo region poveže u jedan regionalni klaster, gde oni koji se nalaze u centru, zauzimaju i posebno, istaknuto mesto.

- Prošle godine Beograd je bio destinacija u modi, ove godine treba da pokažemo i nešto više, i to je razlika koja će nam doneti možda i tih dva i po miliona i daljih 14% rasta gostiju. Beograd

je prošle godine zabeležio fantastičan rast i domaćih turista, što je veliki uspeh, imajući u vidu i ekonomsku krizu, ali i navike naših ljudi. U tome značajnu ulogu imaju manifestacije. TO Beograd za ovu godinu planira produbljivanje i proširivanje postojećih manifestacija, i da se uspostave nove. Planira se da će ove godine biti 30, možda i 40% više manifestacija nego do prošle godine, koje osim što šire dobar glas o Beogradu i Srbiji, mogu obezbediti i očekivani porast gostiju. Mi imamo obavezu da radimo najbolje što možemo, a ovo je neki realna procena šta se može uraditi ako se bar veći deo planiranog realizuje. Ne strepimo od činjenice koliko ćemo u TO Beograd rada uložiti, ali postoji uvek prisutan faktor sreće, za koju se nadam da će biti na našoj strani - zaključio je Miodrag Popović.