



Turizam Novog Sada u prvih 6 meseci beleži rekordne rezultate.

Kako je sajamska sezona počela krajem prošle godine, nije bilo pauze u radu Turističke organizacije Grada Novog Sada, jer su usledile brojne promocije kako na sajmovima, putem društvenih mreža, elektronskih medija, tako i putem direktnog kontakta sa medijima.

TONS je realizovao promotivnu kampanju za novogodišnje praznike i doček Nove godine „Zimska fantazija“, koja je izazvala veliku pažnju na društvenim mrežama, ali i putem televizije i radija, najavljujući dešavanja u decembru i januaru. Rezultat kampanje, ali i drugih promotivnih aktivnosti pokazali su uspeh, jer su smeštajni kapaciteti već u tom periodu, a naročito početkom 2018. godine, beležili rast noćenja. U januaru je ostvaren rast noćenja domaćih i stranih turista od preko 22%, a već u februaru, mesec koji se tradicionalno smatra mesecom sa manje ostvarenim brojem noćenja, u Novom Sadu je ostvareno preko 46% više noćenja domaćih i stranih turista u odnosu na isti mesec prethodne godine.

U poslednjih 9 godina TO Novog Sada beleži sve veće interesovanje turista, što se ogleda kroz podatke Republičkog zavoda za statistiku naročito kada je reč o ostvarenom broju noćenja. Primera radi, u toku 2010. godine u Novom Sadu je noćilo oko 168.000 domaćih i stranih turista, dok je samo za prvih 6 meseci ove godine u Novom Sadu ostvareno preko 203.000 noćenja.

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku Srbije na teritoriji Grada Novog Sada u periodu januar - jun 2018. godine ukupno je ostvareno 203.437 noćenja što predstavlja rast od 29,3% u odnosu na isti period prethodne godine. Od toga domaći turisti su ostvarili 73.820 noćenja (rast za 28,4%), a strani 129.617 (rast za 29,7%). Najviše noćenja ostvarili turisti iz Srbije (73.820), Rumunije (18.967), Hrvatske (11.421), Bosne i Hercegovine (11.100), Slovenije (7.957), Nemačka (5.941), Mađarske (5.091), Ruske federacije (4.755), Kine (4.643), ostalih evropskih zemalja (3.921).

Takođe, prihod od naplate boravišne takse je u prvih 6 meseci ove godine povećan za čak četvrtinu u odnosu na isti period prethodne godine i u 2018. godini iznosi 19.361.161,77 RSD.

Kada je reč o poseti web sajta TONS-a, www.novisad.travel, najveći broj upita na sajtu dolazi iz Srbije, dok je odmah iza najveće interesovanje za Novim Sadom iz Kine. U maju, više upita ka sajtu TONS-a je bilo iz Kine nego iz Srbije. Ovi podaci govore da u narednom periodu može da se očekuje još više dolazaka gostiju iz Kine. Interesovanja takođe stižu iz Rusije, Nemačke, Mađarske, Velike Britanije, Australije, Francuske.

Kako smo uspeali da postignemo ovaj zavidan rezultat?

Kontinuiran rad na promociji prethodnih 10 godina od strane TONS-a, ali veoma uspešna i dobro osmišljena promocija TO Srbije, kao i nastupi TO Vojvodine, zatim dobra saradnja i

zajednički nastupi na ciljanim tržištima sa TO Beograda doprineli su da Novi Sad bude sve poželjnija destinacija. U velikoj meri za dobre rezultate zaslužna je i turistička privreda grada kao i veliki festivali poput EXIT-a koji generišu veliki broj poseta, ali i veliki broj poslovnih događaja (kongresi, konferencije, sajmovi) i sve veći broj međunarodno značajnih sportskih događaja, koji privlače sve veći broj gostiju. Stim u vezi, u Novom Sadu se u proteklom periodu povećao i broj smeštajnih jedinica, pa tako danas raspolaže sa novim kampom u blizini grada, velikim brojem hostela i smeštaja u domaćoj radinosti, ali i novim hotelom visoke kategorije.

U toku sajamske sezone Novi Sad je promovisan na preko 20 domaćih i međunarodnih sajmova kao i putem „road show“ nastupa na kojima su ostvareni značajni kontakti sa predstavnicima medijskih kuća, turističkih agencija, sa influenserima, blogerima i brojnim potencijalnim turistima. Ovim nastupima TONS je postigao da grad bude stalno vidljiv i pred očima turista, kao i da ih stalno drži zainteresovane za brojne atrakcije. Takođe, da ih informiše o događajima, da im predstavi sve tajne grada putem promotivnih tura i da ih stalno poziva putem društvenih mreža da budu u kontaktu zbog mnogo novih turističkih sadržaja.

U prethodnih nekoliko meseci TONS je ugostio značajne predstavnike medijskih kuća poput TV kuće TV5Monde iz Francuske i Globtrotter iz Velike Britanije, kao i važne turooperatore iz Kine zadužene za evropsko tržište, a takođe i zvaničnike iz brojnih parlamentarnih delagacija, kao i zamenika gradonačelnika grada Šangaja sa kojim je razgovarano o promociji na Kineskom tržištu.

Uporedo sa promocijama, predstavnici TONS-a su stalno prisutni na terenu. Redovnim obilaskom šireg područja grada, pronalaženjem novih „skrivenih“ kutaka, radi se na saradnji sa predstavnicima turističke privrede i prezentuje ponuda u okolini grada, kao dobar razlog za produženje boravka u gradu (i okolini). Salaši, čarde, vinarije, smeštajni kapaciteti, brojne manifestacije i događaji tokom čitave godine, sadržaji i aktivan odmor na Dunavu i Fruškoj gori, omogućavaju produženje boravka, što je za lokalnu privredu veoma važno. Istovremeno, otkrivaju se i nova mesta za odmor i razonodu za Novosađane.

Iza nas je 7. OPENS YOUTH FAIR, koji je TONS vrlo uspešno realizovao, a ove godine sa promenjenim konceptom i brojnim novim saradnicima, stvoren je odličan osnov za sledeću godinu kada je Novi Sad Evropska prestonica mladih i kada ga treba u tom svetlu i predstaviti na 8. OPENS YOUTH FAIR-u, jednom od centralnih događaja sledeće godine. Pripreme za taj događaj su uveliko u toku i brojni novi sadržaji biće predstavljeni Novosađanima i turistima naredne godine kada je omladinski turizam u pitanju.

Tekst: Tihana Putin PR
Turistička organizacija Grada Novog Sada
Foto: Arhiva TONS-a