



Turistička organizacija Grada Novog Sada (TONS) je pokrenula regionalnu omladinsku kampanju na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Do kraja godine će se svake nedelje raditi na promociji Novog Sada kao poželjne, omladinske, festivalske, city break destinacije i u tom cilju pripremljeno je 17 video spotova kratkih formi.

Takođe, od prve nedelja maja, TONS je bogatiji za još jednu promotivnu brošuru koja promovise tekuću godinu, godinu mladih.

U periodu od 11. do 17. maja, plan je da se u auli Novosadskog sajma, brojnim posetiocima 86. Međunarodnog poljoprivrednog sajma, jednoj od nekoliko manifestacija tokom koje se „traži krevet više“, deli propagandni materijal i poziv da ponovo posete srpski grad sa dve evropske titule.

Takođe, tokom maja očekuje se veliki broj novinara iz regiona, Nemačke, Velike Britanije, daleke Azije, a sve u cilju pozicioniranja Novog Sada kao poželjne City Break turističke destinacije.

Krajem maja, TONS startuje i sa TV kampanjom kojom će takođe promovisati grad kao omladinsku prestonicu na nacionalnim televizijama RTS i PINK.

Sva događanja možete da pratite na društvenim mrežama:

<https://www.facebook.com/novisadcity/videos/vb.368221695693/322167678456579/?type=2&theater> ili <https://www.instagram.com/p/BxMrCIVFGj1/> .

Inače, u Novom Sadu je u martu 2019., prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, ostvareno blizu 32.000 noćenja domaćih i stranih turista zajedno, što predstavlja rast u visini od 7,8% više nego istog meseca prethodne godine.

Boravišna taksa u martu uplaćena je u visini od 3.429.183,00 dinara, što je više za 42% nego istog meseca prethodne godine. Naplata boravišne takse je veća u prvom kvartalu 2019. godine za 24% nego u istom periodu 2018. godine. Od početka godine, zaključno sa martom mesecom, najveći broj turista koji je noćio u Novom Sadu poreklom je iz Hrvatske, zatim Bosne i Hercegovine, Poljske, Slovenije i Rumunije.

TONS je u aprilu pored promocija na sajmovima u Nišu i Banja Luci, sa zadovoljstvom ugostio turoperatora koji saraduje sa vodećom kompanijom Evrope koja turiste dovodi u Srbiju Dunavom. Za TONS je veoma važno da se i ovi turisti animiraju brojnim sadržajima i ponudom koji bi ih naveli da se duže zadržavaju u gradu. Upravo su ovoj agenciji predstavljene sve mogućnosti koje mogu biti dobar razlog dužeg boravka ovog tipa turista u Novom Sadu i okolini.

Krajem aprila u gostima je bio novinar iz Italije, Vittorio Castellani koji piše za nekoliko dnevnih i nedeljnih magazina i koji je obišao skoro sve zemlje Mediterana, pa je želeći da sa

svojim čitaocima podeli nova iskustva, posle više od 25 godina posetio Srbiju i oduševio se ponudom, posebno gastronomskom koja će mu poslužiti kao tema vodilja za brojne članke koje će objaviti u narednom periodu.

