

PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE TIVAT ZA 2026.GOD.

Turistička organizacija Tivat, ul. Palih boraca 19, 85320 Tivat, Crna Gora

Tel: +382 32 671 324 – Tel: +382 32 660 165 - Tel / Fax: +382 32 671 323,

e-mail: info@tivat.travel

www.tivat.travel

ŽIRO RAČUN: 510 8953 50 CKB

PIB: 02428695

I UVOD	2
1.1 Aktivnosti TO Tivat	2
II STATISTIČKI POKAZATELJI	3
2.1. Statistički pokazatelji	3
2.2. Smještajni kapaciteti u 2025.godini	9
III FINANSIJSKI POKAZATELJI	10
3.1. Finansijski pokazatelji	10
3.2. Pregled većih uplatioca boravišne takse za periodu 01.01.-31.10.2025.	11
IV UNAPREĐENJE I OBOGAĆIVANJE TURISTIČKE PONUDE, UZ PODIZANJE KVALITETA PROIZVODA NA PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA	11
4.1. Valorizacija kulturne baštine	11
4.1.1. Javni poziv – arheološka istraživanja, konzervatorski i restauratorski radovi, rekonstrukcija i promocija kulturnih dobara	11
4.1.2. Javni poziv 2025. i projekti 2026.	13
4.2. Razvoj proizvoda	14
4.2.1. Luštički pasoš	14
4.2.2. Pasoš Vrmca	15
4.2.3. VR experience	16
V MANIFESTACIJE	17
5.1. Manifestacije koje će biti organizovane od TO Tivat	17
5.2. Game changer	18
5.3. Art battle	18
VI POZICIONIRANJE TURISTIČKE DESTINACIJE NA TRŽIŠTU I PRIVLAČENJE TURISTA VEĆE PLATEŽNE MOĆI	19
6.1. Razvoj MICE turističkog proizvoda	19
6.1.2. Luxury Travel Summit Montenegro 2026	20
6.2. Promocija	21
6.3. Digitalni marketing	21
6.4. Sajmovi, roadshow aktivnosti i press konferencije	23
6.5. Studijske grupe	24
VII DOPRINOS SUZBIJANJU SIVE EKONOMIJE KROZ INFORMISANJE, PROMOCIJU I SARADNJU SA NADLEŽNIM INSTITUCIJAMA	25
7.1. Siva ekonomija	25
7.2. Informisanje turista	25
VIII JAČANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNIJE OSNOVE ZA PLANIRANJE AKTIVNOSTI	26
8.1. Anketa turista	26
8.2. Turistička signalizacija	26

I UVOD

Program rada Turističke organizacije Tivat za 2026.godinu izrađen je u skladu sa zakonskim i statutarnim obavezama, te predstavlja nastavak planskog i strateškog pristupa razvoju turističke ponude opštine Tivat. Dokument je usklađen sa smjernicama „Strateškog plana razvoja Opštine Tivat u periodu od 2024. do 2029.god“, kao i sa smjernicama Nacionalne turističke organizacije.

Strategija razvoja Tivta definisana je kroz koncept održivog i inovativnog turizma, koji se temelji na kreiranju prepoznatljivog turističkog proizvoda visoke vrijednosti, zasnovanog na bogatstvu prirodnih resursa, kulturne baštine i autentičnog doživljaja destinacije. Vizija razvoja Tivta je pozicioniranje grada kao moderne, održive i cjelogodišnje turističke destinacije, s posebnim akcentom na kvalitet i autentičnost.

Akcionni plan djelovanja za 2026.godinu predviđa nastavak i unapređenje dosadašnjih aktivnosti, uz uvođenje novih inicijativa koje će doprinijeti razvoju konkurentne i raznovrsne turističke ponude. Aktivnosti će se sprovoditi u saradnji sa Opštinom Tivat, Nacionalnom turističkom organizacijom, drugim lokalnim turističkim organizacijama, privredom iz sektora turizma kao i preduzećima od javnog interesa na teritoriji opštine. Kada je riječ o lokalnim turističkim organizacijama posebno intenzivna saradnja je planirana sa LTO Kotora i Herceg Novog u cilju snažnije promocije integralne ponude Boke.

U narednom periodu Turistička organizacija Tivat će kroz niz manjih, ali strateški važnih koraka raditi na afirmaciji Tivta kao destinacije koja spaja tradiciju, prirodne ljepote i savremene turističke trendove. Fokus će biti na kontinuiranoj razmjeni znanja i iskustava, te realizaciji zajedničkih aktivnosti koje doprinose boljoj vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

1.1. AKTIVNOSTI TO TIVAT

U planiranju 2026. godine Turistička organizacija Tivat nastavlja sa strateškim pristupom razvoju i promociji destinacije, oslanjajući se na iskustva iz prethodnog perioda i analizi trendova u turizmu. Poseban akcenat biće stavljen na unapređenje kvaliteta turističke ponude, jačanju prepoznatljivosti Tivta na domaćem i međunarodnom tržištu, te kreiranju održivih i inovativnih projekata koji doprinose produžetku sezone i većem zadovoljstvu posjetilaca.

Savremeni izazovi poput globalnih ekonomskih kretanja, geopolitičkih tenzija i konflikata, promjena u ponašanju turista, klimatskih uticaja i sve izraženije konkurencije zahtjevaju prilagođen i fleksibilan pristup planiranju aktivnostii. U tom kontekstu, TO Tivat će tokom 2026. godine fokus usmjeriti na unapređenje digitalne promocije, jačanju saradnje sa privrednim subjektima, te razvoju koji doprinosi održivom rastu destinacije.

Cilj svih aktivnosti je da Tivat ostane prepoznat kao sigurna, inovativna i atraktivna destinacija koja nudi autentično iskustvo i kvalitetan boravak tokom cijele godine.

Aktivnosti planirane Programom rada za 2026.god. su:

- ✓ promocija Tivta na emitivnim tržištima u saradnji sa privredom, lokalnim turističkim organizacijama i Nacionalnom turističkom organizacijom,
- ✓ učešće u definisanju politike razvoja turizma na nivou destinacije,
- ✓ saradnja sa turističkom privredom grada u cilju sprovođenja zajedničkih aktivnosti,
- ✓ organizacija i pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u saradnji sa privredom, lokalnim turističkim organizacijama i Nacionalnom turističkom organizacijom,
- ✓ učešće u uređenju destinacije i podizanju opštih uslova boravaka turista u destinaciji,
- ✓ učešće u organizovanju i organizacija manifestacija koje doprinose obogaćivanju turističke ponude,
- ✓ razvoj novih i unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda i ponuda koje će predstavljati autentični oblik iskustva i sadržaja,
- ✓ redovno prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama te drugih informacija potrebnih za boravak turista u destinaciji,
- ✓ obavljanje informativnih poslova u vezi sa turističkom ponudom,
- ✓ održavanje i redovno kreiranje sadržaja na web stranicama destinacije i profilima društvenih mreža,
- ✓ prikupljanje i obrada podataka o turističkom prometu na području destinacije.

II STATISTIČKI POKAZATELJI

2.1. STATISTIČKI POKAZATELJI

Kada je riječ o statističkim pokazateljima koji se odnose na turistički promet na teritoriji opštine Tivat u prvih 9 mjeseci ove godine, zabilježeno je povećanje turističkog prometa u odnosu na prethodne godine.

Na osnovu podataka Uprave za statistiku za 9 mjeseci 2025.god u Tivtu je ostvareno 145.065 dolazaka turista (5% više u odnosu na uporedni period 2024.god.) i 1.230.966 noćenja (5% više u odnosu na uporedni period 2024.god.). U odnosu na 2019.god bilježimo 7% više dolazaka, dok je broj noćenja uvećan za 19 %.

Otvaranje novih avio linija tokom prethodnog perioda doprinijelo je boljoj povezanosti Tivta sa značajnim emitivnim tržištima, što je rezultiralo rastom broja posjetilaca iz tih područja i većom raznovrsnošću u strukturi turista

Ukupan broj dolazaka i ostvarenih noćenja po mjesecima					
		Dolasci turista	Noćenja turista	Indeks dolasci	Indeks noćenja
1	januar	3.754	42.166	100,24	96,01
2	februar	4.308	41.738	96,66	95,22
3	mart	5.829	51.016	105,75	98,80
4	april	10.572	71.631	108,94	103,94
5	maj	14.366	103.928	106,34	107,59
6	jun	22.695	166.183	105,43	109,79
7	jul	31.652	274.775	99,57	101,42
8	avgust	32.133	297.386	105,43	104,27
9	septembar	19.756	182.143	111,93	114,10
	UKUPNO	145.065	1.230.966	104,84	105,03

Vrsta smještajnog objekta	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
	1	2	(3)=(1)+(2)	1	2	(3)=(1)+(2)
Ukupno	140.260	4.805	145.065	1.217.894	13.072	1.230.966
Objekti kolektivnog smještaja	63.839	4.649	68.488	187.785	11.725	199.510
Hotel	28.668	2.411	31.079	91.477	7.400	98.877
Garni hotel	0	0	0	0	0	0
Mali hotel	12.228	1.138	13.366	26.349	2.453	28.802
Boutique hotel	19.833	1.079	20.912	51.694	1.714	53.408
Apart hotel	1.098	18	1.116	6.431	148	6.579
Turističko naselje	0	0	0	0	0	0
Motel	0	0	0	0	0	0
Gostionica i pansion	0	0	0	0	0	0
Kamp	199	0	199	663	0	663
Hostel	769	3	772	2.022	10	2.032
Etno selo	0	0	0	0	0	0
Odmaralište i lječilište	1.044	0	1.044	9.149	0	9.149
Individualni turistički smještaj	76.421	156	76.577	1.030.109	1.347	1.031.456

DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA PRIPADNOSTI 25-24 ZA 9 MJESECI KOLEKTIVNI I INDIVIDUALNI SMJEŠTAJ

DOLASCI I OSTVARENA NOĆENJA U 2025 ZA 9 MJESECI							
Zemlja pripadnosti gostiju	Dolasci	Noćenja	Prosječno boravka u danima	Struktura u %		INDEX 25/24	
				Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
UKUPNO	145.065	1.230.966	8,49			104,84	105,03
Crna Gora	4.805	13.072	2,72	3,31%	1,06%	103,73	92,39
Inostranstvo	140.260	1.217.894	8,68	96,69%	98,94%	104,88	105,18
Evropa	109.366	1.028.603	9,41	75,39%	83,56%	100,54	101,24
Albanija	1.601	8.495	5,31	1,10%	0,69%	92,65	109,15
Austrija	941	7.076	7,52	0,65%	0,57%	80,70	91,55
Belgija	1.481	6.449	4,35	1,02%	0,52%	118,10	104,50
Bjelorusija	535	4.950	9,25	0,37%	0,40%	100,00	92,32
Bosna i Hercegovina	6.295	58.394	9,28	4,34%	4,74%	98,59	103,34
Bugarska	434	4.121	9,50	0,30%	0,33%	102,36	101,95
Češka	737	4.674	6,34	0,51%	0,38%	92,94	84,02
Danska	554	2.869	5,18	0,38%	0,23%	90,38	90,36
Estonija	864	5.650	6,54	0,60%	0,46%	122,21	126,85
Finska	1.083	5.543	5,12	0,75%	0,45%	129,08	131,79
Francuska	3.351	19.399	5,79	2,31%	1,58%	100,48	104,66
Grčka	308	2.744	8,91	0,21%	0,22%	103,70	148,08
Holandija	1.690	9.194	5,44	1,16%	0,75%	104,26	100,09
Hrvatska	2.742	23.187	8,46	1,89%	1,88%	99,46	117,40
Irska	655	5.763	8,80	0,45%	0,47%	103,80	119,32
Island	44	162	3,68	0,03%	0,01%	133,33	110,96
Italija	1.729	15.777	9,12	1,19%	1,28%	113,97	127,82
Kipar	160	1.678	10,49	0,11%	0,14%	105,96	88,92
Kosovo	711	7.806	10,98	0,49%	0,63%	89,43	81,96
Letonija	1.042	5.596	5,37	0,72%	0,45%	115,39	109,32
Litvanija	692	3.283	4,74	0,48%	0,27%	83,47	69,64
Luksemburg	160	922	5,76	0,11%	0,07%	126,98	140,55
Mađarska	1.460	8.935	6,12	1,01%	0,73%	84,44	82,58
Malta	109	1.476	13,54	0,08%	0,12%	145,33	241,18
Sjeverna Makedonija	1.520	9.817	6,46	1,05%	0,80%	145,18	116,41
Norveška	721	3.644	5,05	0,50%	0,30%	117,62	122,86
Njemačka	5.542	39.641	7,15	3,82%	3,22%	96,84	104,06
Poljska	2.076	12.208	5,88	1,43%	0,99%	95,10	87,53
Portugalija	426	1.822	4,28	0,29%	0,15%	142,00	84,94
Rumunija	855	6.886	8,05	0,59%	0,56%	101,06	99,15
Rusija	18.848	214.282	11,37	12,99%	17,41%	106,38	94,47
Slovačka	383	2.396	6,26	0,26%	0,19%	93,87	110,52
Slovenija	806	5.762	7,15	0,56%	0,47%	103,47	101,35
Srbija	24.338	295.275	12,13	16,78%	23,99%	101,14	103,30
Španija	1.019	7.703	7,56	0,70%	0,63%	99,80	122,41
Švajcarska uključujući Lihtenštajn	1.651	8.005	4,85	1,14%	0,65%	109,70	94,41
Švedska	1.216	11.682	9,61	0,84%	0,95%	87,04	124,78

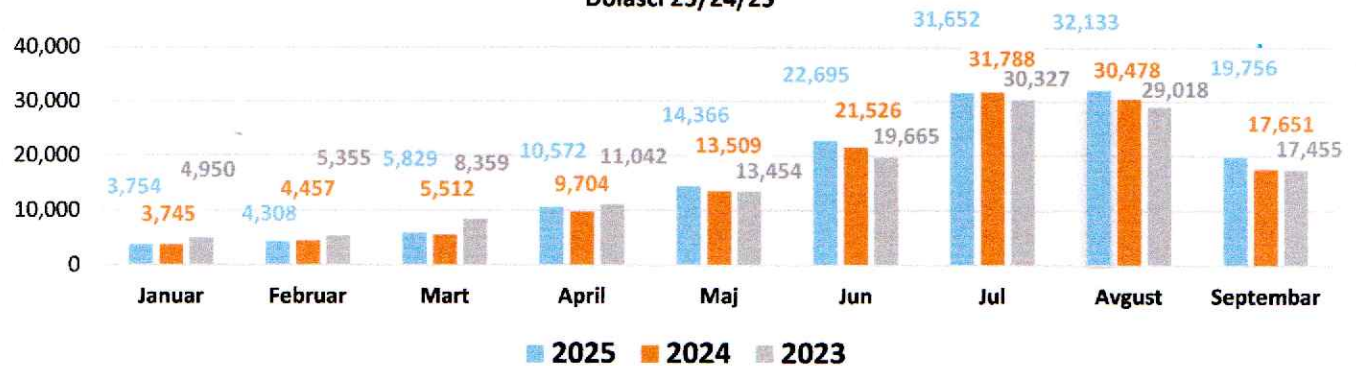
Turska	5.965	66.621	11,17	4,11%	5,41%	77,66	97,19
Ukrajina	3.087	40.805	13,22	2,13%	3,31%	103,80	105,59
Velika Britanija	10.991	83.082	7,56	7,58%	6,75%	100,56	100,93
Ostale evropske zemlje	544	4.829	8,88	0,38%	0,39%	157,68	110,53
Afrika	1.744	13.664	7,83	1,20%	1,11%	99,20	97,90
Južna Afrika	598	7.518	12,57	0,41%	0,61%	93,73	86,85
Ostale afričke zemlje	1.146	6.146	5,36	0,79%	0,50%	102,32	115,94
Sjeverna Amerika	8.087	41.696	5,16	5,57%	3,39%	107,70	98,76
Kanada	1.031	7.921	7,68	0,71%	0,64%	100,88	96,66
SAD	6.882	33.238	4,83	4,74%	2,70%	109,03	99,12
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	174	537	3,09	0,12%	0,04%	99,43	109,37
Juzna i Srednja Amerika	1.397	14.092	10,09	0,96%	1,14%	131,30	132,12
Argentina	146	2.917	19,98	0,10%	0,24%	102,10	129,13
Brazil	398	2.845	7,15	0,27%	0,23%	157,94	132,08
Čile	100	908	9,08	0,07%	0,07%	151,52	137,58
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	753	7.422	9,86	0,52%	0,60%	124,88	132,70
Azija	16.788	101.859	6,07	11,57%	8,27%	137,15	173,52
Kina (uključujući Hong Kong)	1.804	2.983	1,65	1,24%	0,24%	81,37	81,15
Japan	119	483	4,06	0,08%	0,04%	158,67	201,25
Koreja, Republika (Južna Koreja)	37	176	4,76	0,03%	0,01%	80,43	158,56
Izrael	7.453	36.301	4,87	5,14%	2,95%	182,18	176,31
Indija	1.449	4.573	3,16	1,00%	0,37%	149,07	157,58
Azerbejdžan	1.481	32.066	21,65	1,02%	2,60%	196,94	326,94
Ujedinjeni Arapski Emirati	217	651	3,00	0,15%	0,05%	74,32	85,43
Ostale azijske zemlje	4.228	24.626	5,82	2,91%	2,00%	111,38	119,46
Australija sa Okeanijom	2.878	17.980	6,25	1,98%	1,46%	120,47	110,16
Australija	1.417	12.050	8,50	0,98%	0,98%	118,98	97,17
Novi Zeland	315	4.605	14,62	0,22%	0,37%	140,63	170,87
Ostale zemlje Okeanije	1.146	1.325	1,16	0,79%	0,11%	117,66	108,08

PROMET TURISTA ZA 9 MJESECI 25-24-23

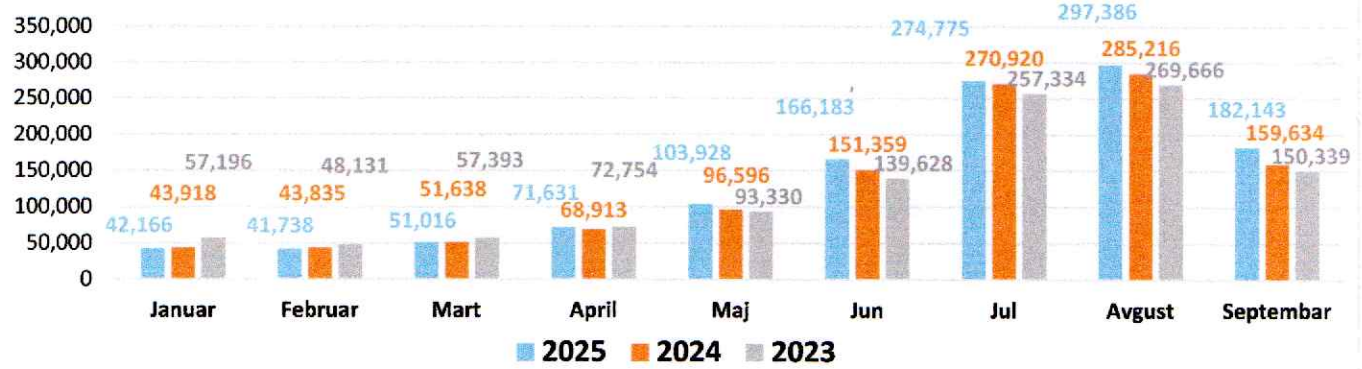
Mjesec/Godina	Dolasci turista u opštini Tivat			Noćenja turista u opštini Tivat		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023
Januar	3.754	3.745	4.950	42.166	43.918	57.196
Februar	4.308	4.457	5.355	41.738	43.835	48.131
Mart	5.829	5.512	8.359	51.016	51.638	57.393
April	10.572	9.704	11.042	71.631	68.913	72.754
Maj	14.366	13.509	13.454	103.928	96.596	93.330
Jun	22.695	21.526	19.665	166.183	151.359	139.628
Jul	31.652	31.788	30.327	274.775	270.920	257.334
Av gust	32.133	30.478	29.018	297.386	285.216	269.666

Septembar	19.756	17.651	17.455	182.143	159.634	150.339
Ukupno	145.065	138.370	139.625	1.230.966	1.172.029	1.145.771

Dolasci 25/24/23



Noćenja 25/24/23



DOLASCI PO VRSTI SMJEŠTAJA 25/24

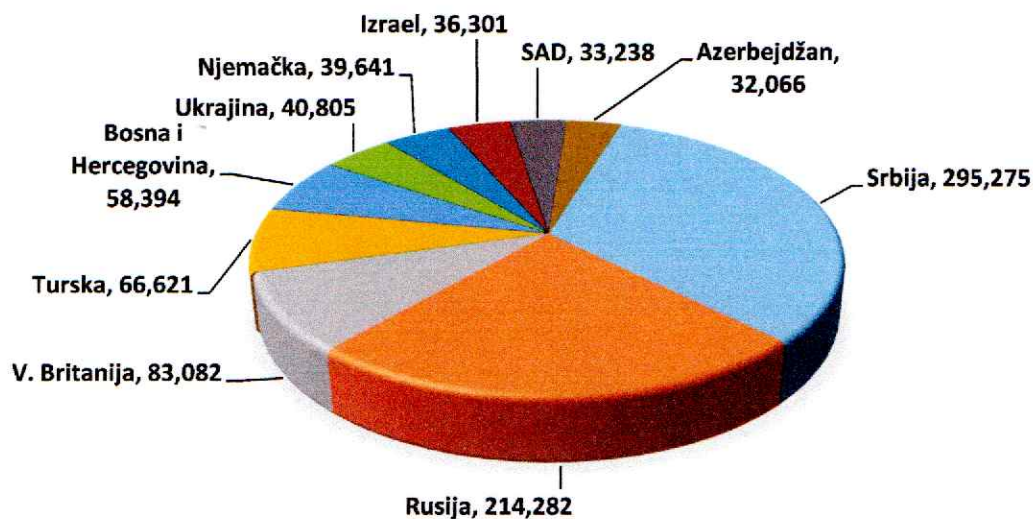
DOLASCI	UKUPNO 2025	UKUPNO 2024	INDEX UKUPNO 25/24	STRANI 2025	STRANI 2024	INDEX STRANI 25/24	DOMAĆI 2025	DOMAĆI 2024	INDEX DOMAĆI 25/24
Kolektivni smještaj	68.488	65.244	104,97	63.839	60.735	105,11	4.649	4.509	103,10
Privatni smještaj	76.577	73.126	104,72	76.421	73.003	104,68	156	123	126,83
Ukupno	145.065	138.370	104,84	140.260	133.738	104,88	4.805	4.632	103,73

NOĆENJA	UKUPNO 2025	UKUPNO 2024	INDEX UKUPNO 25/24	STRANI 2025	STRANI 2024	INDEX STRANI 25/24	DOMAĆI 2025	DOMAĆI 2024	INDEX DOMAĆI 25/24
Kolektivni smještaj	199.510	202.372	98,59	187.785	189.076	99,32	11.725	13.296	88,18
Privatni smještaj	1.031.456	969.657	106,37	1.030.109	968.805	106,33	1.347	852	158,10
Ukupno	1.230.966	1.172.029	105,03	1.217.894	1.157.881	105,18	13.072	14.148	92,39

Prvih 10 zemalja za 9 mjeseci po noćenjima 2025

Rb	Zemlja	Noćenja	Prosjeak boravka	Index noćenja 25/24	Struktura noćenja
1	Srbija	295.275	12	103,30	23,99%
2	Rusija	214.282	11	94,47	17,41%
3	V. Britanija	83.082	8	100,93	6,75%
4	Turska	66.621	11	97,19	5,41%
5	Bosna i Hercegovina	58.394	9	103,34	4,74%
6	Ukrajina	40.805	13	105,59	3,31%
7	Njemačka	39.641	7	104,06	3,22%
8	Izrael	36.301	5	176,31	2,95%
9	SAD	33.238	5	99,12	2,70%
10	Azerbejdžan	32.066	22	326,94	2,60%

PRVIH 10 ZEMALJA ZA 9 MJESECI 2025 NOĆENJA



2.1. SMJEŠTAJNI KAPACITETI U 2025.GODINI

Učešće smještajnih kapaciteta u hotelima kategorije od 2** do 5*****

VRSTA SMJEŠTAJNE JEDINICE	*****	****	***	**	UKUPNO
HOTELI	8	11	5	1	25
Broj ležaja	735	725	158	388	2006

Kolektivni smještaj

OSTALI KOLEKTIVNI SMJEŠTAJ			
VRSTA SMJEŠTAJNE JEDINICE	Broj zvjezdica	Broj objekata	Broj ležaja
Kamp	*	1	40
Kamp odmorište za mobile home	/	2	30
Odmaralište	/	1	50
Hostel	/	1	22
UKUPNO LEŽAJA			142

PRIVATNI SMJEŠTAJ (Pružanje usluga smještaja u domaćinstvu-do 20 ležaja)						
VRSTA SMJEŠTAJNE JEDINICE	5*****	4*****	3***	2**	1*	UKUPNO
SOBE	0	51	148	140	27	366
Br. ležaja	0	136	348	340	65	889
APARTMANI	12	425	403	159	20	1019
Br. ležaja	40	1144	1167	422	37	2810
KUĆE ZA IZNAJMLJIVANJE	13	20	8	3	0	44
Br. ležaja	102	125	54	16	0	297
STANOVI	463					436
Br. ležaja	1339					1339
UKUPNO LEŽAJA						5335

III FINANSIJSKI POKAZATELJI

3.1. Finansijski pokazatelji

Tokom 10 mjeseci o.g. ostvareno je ukupno **864.720,78 €** namijenskih prihoda (boravišna i turistička taksa i članski doprinos) što je za 7% više nego 2024.god, a 29% više u odnosu na isti period 2019.god. Prihodovano je **567.081,94 €** boravišne takse što je za 2% više nego 2024.god, odnosno 22% više nego 2019.god., **178.629,35 €** turističke takse, 4% više u odnosu na 2024.god i 36% više u odnosu na 2019.god i **119.009,49 €** članskog doprinosa što je za 49% više u odnosu na 2024.god, tj 62% više nego 2019.god.

Prihodi za 10 mjeseci u 2025 godini

	boravišna taksa	INDEX	turistička taksa	INDEX	članski doprinos	INDEX	UKUPNO	INDEX
januar	20.702,80	105,07	7.798,17	182,85	6.171,00	80,16	34.671,97	109,49
februar	16.820,40	91,71	8.727,14	255,99	4.706,99	122,23	30.254,53	118,18
mart	16.634,40	82,87	6.088,12	149,28	1.512,00	72,03	24.234,52	92,32
april	32.087,60	92,89	2.256,30	46,31	1.553,64	82,77	35.897,54	86,93
maj	39.076,40	88,60	9.089,52	137,78	1.252,00	76,48	49.417,92	94,42
jun	59.416,00	108,11	14.866,81	81,20	934,00	306,23	75.216,81	102,24
jul	115.440,58	96,39	33.711,28	67,76	14.669,22	528,24	163.821,08	95,08
Avgust	112.421,92	111,22	52.044,92	128,86	53.661,67	3.986,75	218.128,51	152,74
Septembar	87.794,24	94,30	30.910,12	133,53	29.226,99	267,23	147.931,35	116,31
Oktobar	66.687,60	138,20	13.136,97	76,71	5.321,98	11,23	85.146,55	75,51
UKUPNO	567.081,94	102,38	178.629,35	103,89	119.009,49	148,94	864.720,78	107,32

3.2 Pregled većih uplatioca boravišne takse za periodu 01.01.-31.10.2025.

Naziv pravnog lica	NAPLAĆENO (100%) 01.01 - 31.10.2025.
PM HOTELS DOO	35.132,25 €
LB HOTELS MANAGEMENT DOO	32.351,00 €
PRIMORJE HOTELS & RESTAURANTS AD	28.760,00 €
HTP MIMOZA AD	15.119,00 €
PM 4.1 DOO (SIRO)	14.599,00 €
ELEKTROSRBIJA DOO	9.264,00 €
GRAĐEVINAR DOO	6.416,00 €
GENERAL INVESTMENT	6.206,00 €
OLIVE INVEST DOO	4.164,00 €
RB HOLDING DOO	3.679,00 €

IV UNAPREĐENJE I OBOGAĆIVANJE TURISTIČKE PONUDE, UZ PODIZANJE KVALITETA PROIZVODA NA PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA

4.1. VALORIZACIJA KULTURNE BAŠTINE

4.1.1. Javni poziv – arheološka istraživanja, konzervatorski i restauratorski radovi, rekonstrukcija i promocija kulturnih dobara

Turistička organizacija redovno objavljuje Javne pozive za raspodjelu sredstava za odabir projekata koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara (dalje: Javni poziv). Od 2022. godine, Javni poziv se kontinuirano unapređuje kako bi adekvatno odgovorio na potrebe u ovoj oblasti. Stručnu procjenu donosi komisija, na osnovu praćenja stanja u zaštićenom i nezaštićenom segmentu baštine te na osnovu povratnih informacija korisnika sredstava, odnosno struke. Javni poziv organizuje se shodno Zakonu o boravišnoj taksi, član 8 stav 2 alineja (Sl. list RCG", broj 11/04 i 13/04 i "Službeni list CG", broj 73/10 i 48/15), koji nalaže da 10% godišnjeg iznosa boravišne takse bude izdvojeno za navedene potrebe putem Javnog poziva.

Dodatno, komisija zadužena za Javi poziv i ocjenu projekata, služi se smjernicama Nacionalne turističke organizacije (Dopis Ministarstva održivog turizma br.106-1262/6 od 19. 9. 2016. godine) a uslovi posebno podliježu usklađivanju sa zakonodavstvom u oblasti kulturnih dobara.

U 2025. godini, Javni poziv vodi Komisija za odabir projekata valorizacije kulturne baštine koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara u mandatu 2024–2026. ("Sl.list CG – opštinski propisi 53/24 od 31. 10. 2024).

U 2025. godini relizovani su projekti odobreni putem Javnog poziva raspisanog **15. 11. 2024.** godine (TOT br. 438, 15. 11. 1014), kada je budžet iznosio **64.067,34** (iznos sredstava od boravišne takse za 2024. shodno članu 8 stav 2 tačka1 alineja 1 Zakona o boravišnoj taksi).

Tada je prijavljeno devet projekata ukupne vrijednosti 166.018,75 EUR i ukupnog iznosa tražene podrške 120.729,25 EUR.

Odobrena su četiri projekta prema prioritetima i u potpunosti ispunjenima zahtjevima, i to

- Konzervatorski projekat rekonstrukcije i sanacije istorijskog objekta na kat. par. 545 KO Donja Lastva, Opština Tivat (poznata kao "Kuća kapetana Nikolića"), aplikant: PROJEKTOR DOO;
- Istraživanje, snimanje i izrada Idejnog rješenja tvrđave Verige, KO Lepetane, Tivat, aplikant: ENFORMA DOO;
- Crkva Blagovijesti - Navještenje Gospodnje Seljanovo, doprinos boljoj valorizaciji i prezentaciji baštine, aplikant: NVO Društvo prijatelja bokeške baštine;
- VRMAC, Arheologija - nevidljiva baština, aplikant: KZU NAPREDAK, Gornja Lastva.

Za navedene projekte opredijeljeno je **53.765,50 EUR**, dok je su preostala sredstva raspoređena tako da podrže još dva projekta u dijelu u kojem su usklađena s ciljevima poziva i za potrebe promocije svih projekata. Iznos od **9.288,50 EUR** raspoređen je ravopravno na istraživanje i prezentaciju nematerijalne baštine, i to aplikantima:

- JU BIBLIOTEKA TIVAT, za izradu studije "Romanska leksika u govoru Boke Kotorske" i
- NVO KUD BOKA, za projekat "KUKULICA, nakit bokeljske nevjeste", za profesionalnu izradu replike ukrasne igle tehnikom filigrana u srebru po motivu bokeškog dugmena, majstorsku izradu trepetljike, prema originalu, ista tehnika, kutiju za čuvanje nakita te za potrebe istraživanja, saradnje s mještanima, muzejske psotavke, izrade kataloga, uz potpisan Memorandum o saradnju s JU Muzej i galerija.

Preostalih **1.013,34 EUR** opredijeljeno je za potrebe organizacije edukativno-stručnog skupa na kojem će biti prezentovani svi projekti i učesnici, s posebnim naglaskom na uključivanje lokalnih

i republičkih institucija kulture, kulturnih ustanova i turističkih organizacija drugih opština, što je daljom odlukom usmjereno u cjelosti za honorar **studentkinji digitalne umjetnosti Nađi Stanić**, koja će biti zadužena za režiju i montažu dokumentarnog filma o svim realizovanim projektima. Zaključak je da film najbolje može prenijeti ciljeve poziva i rezultate, odnosno predstaviti tivatsku baštinu kroz rezultate ostvarene prethodnih godina pretočene u priču blisku zajednici, a korisnu za potrebe promocije aktivnosti svih aktera.

Budući da je većina projekata realizovana kasnije tokom oktobra 2025. godine i da film zahtijeva učešće velikog broja aktera te složen proces koordinacije, odlučeno je, u dogovoru sa svim učesnicima, da bude realizovan tokom 2026. godine. Film će biti prezentovan struci i zajednici shodno prvobitnoj odluci, a ambicija je i da predstavi tivatsku baštinu na odgovarajućim festivalima. Film je zamišljen kao projekat dobrovoljne saradnje i kreativnog učešća svih aktera, uz tehničku podršku Opštine Tivat i TO Tivat. Jedini poseban trošak je honorar za režisera. Budući da su cijene profesionalnih režisera visoke, odlično je podržati studentkinju koja je pokazala talenat i visoko interesovanje za temu i čiji je motiv primarno sticanje iskustva, a honorar dragocjena pomoć na studijama.

4.1.2. Javni poziv 2025. i projekti 2026.

U odnosu na 2022. godinu, kada je uspostavljen novi model Javnog poziva koji u kontinuitetu privlači projekte jasno usmjerene na zaštitu i očuvanje baštine, primjećuje se znatan porast broja prijavljenih projekata. Posebno je važno što su projekti sada potpuno usmjereni na ciljeve Poziva. Posljednji put odbijeni su projekti koji nisu ispunili uslove u smislu dokumentacije ili nisu bili prioritetni, ali su bili sasvim usklađeni s osnovnom svrhom, što u početku nije bio slučaj. Komisija kontinuirano radi na poboljšavanju uslova, jasnoće teksta, razgovoru s aplikantima, uvažavanjem povratnih informacija, kontaktiranjem relevantnih institucija, organizacijom prezentacija, uz podršku TO Tivat, što je urodilo plodom.

U skladu s prethodnom praksom, Javni poziv se raspisuje u kasnijim jesenskim mjesecima, a iskustvo je sada pokazalo da s oziljnošću projekata raste i potreba za produženim rokom za realizaciju, što je sve uvaženo kroz nove uslove. Ove godine opredijeljeno je **61509,52 EUR**, a Javni poziv je raspisan 24. 10. 2025. (TOT 403/25) s rokom za prijavu 17. 11. 2025. godine. i rokom realizacije **20. 10. 2026.**

U toku 2026. godine se očekuje realizacija novih projekata čija je prijava u toku i velika prezentacija dosadašnjih uz realizaciju planiranog filma u kasnijem dijelu godine. Na filmu će raditi svu stručnjaci koji su dosad realizovali projekte, zaposleni TOT-a, komisija, uz konsultaciju stručnjaka za komunikaciju baštine.

Ponovićemo, rezultati otvaraju mogućnost formiranja radne grupe koja bi napravila predlog korištenja rezultata projekata za nove vidove turističke promocije kulturne baštine Tivta. Takva grupa bi uključila stručnjake za baštinu, turizam i marketing. Po nekim statistikama gotovo 40%

turista u svijetu putuje kako bi zadovoljilo kulturne potrebe, a turistička ponuda mora pratiti statistike i globalne trendove i uključiti autentičnu lokalnu priču. U tom smislu, realizacija projekata valorizacije ima koliko stručni okvir (u smislu pravne zaštite baštine kao kulturnog dobra i uvećanja znanja o kulturnoj vrijednosti lokalnog nasljeđa) toliko i širi – valorizacije u cilju širih društvenih, kulturnih, turističkih i ekonomskih dobrobiti, uz informisan i odgovoran pristup kulturnim dobrima.

Rok realizacije: decembar 2026

Indikator: završeni projekti s tim da se ne može unaprijed definisati broj projekata, sve zavisi od pristiglih prijava i da li su svi ispunili uslove definisane Javnim pozivom

Rezultat : obnova i očuvanje kulturne baštine ; prezentacija i promocija kulturnih dobara

4.2. Razvoj proizvoda

Tokom 2026.god. u skladu sa smjernicama Strateškog plana razvoja Opštine Tivat biće nastavljene intenzivne aktivnosti u cilju promocije i razvoja određenih turističkih proizvoda. Cilj je intenzivnije razvijati i promovisati destinaciju kroz manifestacije i kulturu, autentičnost i tradiciju, gastronomiju, nautički, sportski, ruralni i MICE turizam.

4.2.1. Luštički pasoš

TO Tivat, u saradnji sa TO Herceg Novi u 2021. godini otpočela je sa projektom izgradnje panoramske rute pod nazivom „Život na Luštici“. Cilj ovog projekta je uvezivanje cjelokupne ponude poluostrva Luštica u jedinstveni turistički proizvod, udruživanjem turizma, poljoprivrede, kulturne baštine i ponude za aktivni odmor. Tokom putovanja, pored prekrasnog pogleda duž cijele rute, posjetioци mogu da obiđu brojna ruralna područja, poljoprivredna gazdinstva koja nude lokalne specijalitete, uživaju u pješačkim i biciklističkim stazama, a mogu takođe i obići kulturno istorijske spomenike i druga atraktivna mjesta.

U prvoj fazi projekta urađena je turističko-informativna mapa područja na našem jeziku i ista je prevedena na tri jezika: engleskom, njemačkom i ruskom. Tokom 2023.godine završene su aktivnosti snimanja i stavljanja u funkciju audio vodiča, takođe na četiri jezika (crnogorski, engleski, njemački i ruski) i isti je postavljen na aplikaciji **izi.travel**. Nakon izrade projektne dokumentacije za turističku signalizaciju panoramskog puta „Život na Luštici“ i dobijanja saglasnosti od nadležnih institucija u toku je proces prikupljanja ponuda za izvođenje radova za postavljanje iste. Aktivnosti promovisanja ove turističke atrakcije sprovode se u kontinuitetu od strane TO Tivat i TO Herceg Novi.

U toku 2025.g. završeni su radovi na postavljanju turističke signalizacije panoramskog puta.

Takođe u saradnji sa LTO Herceg Novog implementiran je nov turistički proizvod – **Luštički pasoš**. Osnovni cilj projekta „Luštički pasoš“ je promocija održivog turizma, očuvanje i valorizacija prirodne i kulturno-istorijske baštine Boke Kotorske, te jačanje saradnje između lokalnih turističkih organizacija i privatnog sektora. Projekat podstiče aktivno istraživanje destinacije kroz interaktivnu formu, približavajući posjetiocima bogatstvo pejzaža, tradicije, gastronomije i pomorskog nasljeđa Tivta i Herceg Novog

„Luštički pasoš“ nema status zvaničnog dokumenta. Neograničenog je trajanja i omogućava posjetiocima da rutu obilaze slobodnim redoslijedom. Ovaj projekat doprinosi afirmaciji Tivta i šireg područja Luštice kao primjera održivog razvoja i kulturnog turizma, u skladu sa globalnim ciljevima održivog razvoja. Istovremeno, on predstavlja i model kojim se na inovativan način spajaju edukacija, ekologija i turizam, čineći boravak posjetilaca iskustvenim i svrsishodnim.

- U 2026. godini planiran je prevod na engleskom jeziku i štampanje novog broja tiraža.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: *pasoš na engleskom jeziku , u štampanoj formi min 1000komada*

Rezultat: *stvaranje autentičnog proizvoda za goste koji žele jedinstveno iskustvo*

4.2.2. Pasoš Vrmca

U 2026. godini Turistička organizacija Tivat planira sa TO Kotor realizaciju projekta „Pasoš Vrmac“, koji predstavlja inovativni alat i turistički proizvod namijenjen promociji prirodnih, kulturnih i istorijskih vrijednosti područja Vrmca. Projekat je zamišljen kao interaktivna analogna potraga za pečatima duž planinskih i pješačkih ruta koje povezuju Donju i Gornju Lastvu sa područjem Stoliva, čime se povezuju teritorije opština Tivat i Kotor.

Pasoš Vrmac funkcioniše kao jedinstveni vodič i suvenir, koji kroz šetnju, razgovor s lokalnim nosiocima pečata i pažljivo oblikovane narative omogućava posjetiocima da na autentičan način upoznaju duh prostora i lokalnu zajednicu. Projekat se zasniva na iskustvima ranije uspješno realizovanih „pasoša“ u Perastu, Miločeru, na Luštici i Cetinju, te se razvija u saradnji sa lokalnim partnerima, institucijama i akterima u kulturi i turizmu.

Tokom 2026. godine planirano je da se završi selekcija lokacija, izrada narativa i ilustracija, dizajn **pasoša i pečata**, te štampa i distribucija promotivne test serije. Pasoši će biti dostupni u info birolima **TO Tivta** i Kotor, kao i na odabranim lokacijama u Donjoj i Gornjoj Lastvi i Stolivu. Dodatne tačke distribucije (hoteli, ugostiteljski objekti) biće definisane u saradnji sa lokalnim

akterima. Projekat ima za cilj da poveća prepoznatljivost Vrmačkog zaleđa kao atraktivne turističke zone, podstakne održive oblike kretanja (planinarenje i kulturne šetnje) i doprinese jačanju saradnje između Tivta i Kotora u oblasti interpretacije i zajedničkog upravljanja kulturnim pejzažom.

Rok realizacije: III kvartal

Indikator: pasoš, 12 autentičnih i originalni pečata, u štampanoj formi min 1000komada

Rezultat: stvaranje autentičnog proizvoda za one koji vole da istražuju

4.2.3. VR experience

Tokom 2026. godine Turistička organizacija Tivat će nastaviti sa razvojem i unapređenjem inovativnog projekta „Tivat VR Experience“, započetog 2025. godine, koji predstavlja značajan iskorak u oblasti digitalne promocije destinacije. Projekat se zasniva na primjeni savremenih tehnologija virtuelne stvarnosti (Virtual Reality – VR), s ciljem da prirodne, kulturne i istorijske vrijednosti Tivta i Bokokotorskog zaliva budu predstavljene na moderan, interaktivan i globalno dostupan način. Cilj ovog projekta jeste dalji razvoj digitalnih promotivnih alata, jačanje imidža Tivta kao savremene, tehnološki napredne i kulturno bogate destinacije, kao i povećanje interaktivnog i virtuelnog turističkog sadržaja dostupnog posjetiocima.

Kako smo projektom odpočeli samo dio onoga što slijedi u planu za 2026.godinu su nam :

- ✚ Proširenje VR sadržaja – dodavanje novih lokacija, znamenitosti i kulturnih atrakcija Tivta u okviru aplikacije.
- ✚ Unapređenje korisničkog iskustva – razvoj naprednijih segmenata aplikacije sa poboljšanim vizuelnim prikazima, prostornim zvukom i dodatnim interaktivnim elementima.
- ✚ Promocija projekta – korišćenje VR sadržaja u promotivnim kampanjama, međunarodnim sajmovima turizma, prezentacijama i promotivnim događajima TO Tivat.
- ✚ Saradnja sa lokalnim partnerima – uključivanje muzeja, kulturnih institucija i turističkih subjekata u kreiranje dodatnih VR iskustava.

Rok realizacije: tokom cijele godine sa faznim proširenjem sadržaja i promotivnim predstavljanjem projekata u II i III kvartalu

Indikator: odrađeni VR snimci i instalirani u aplikaciji, minimum 2 snimka

Rezultat: povećana vidljivost na međunarodnom tržištu kroz savremene digitalne kanale, veće uključivanje mladih i kreativnih sektora u razvoj turističkog proizvoda, kreiranje prepoznatljivog digitalnog brenda destinacije

V MANIFESTACIJE

Turistička organizacija Tivat će u toku 2006. godine nastaviti sa finansijskom i organizacionom podrškom zabavnim, sportskim, kulturnim, umjetničkim i drugim manifestacijama koje doprinose unapređenju, obogaćivanju i diverzifikaciji turističkog proizvoda destinacije. Cilj ovih aktivnosti je stvaranje dinamične i prepoznatljive turističke ponude kroz razvijanje sadržaja koji će privući što veći broj posjetilaca, produžiti turističku sezonu, povećati ugostiteljski promet i doprinijeti promociji Tivta kao atraktivne i kvalitetne destinacije na crnogorskom primorju.

Podrška organizatorima manifestacija kao i prethodnih godina biće realizovana putem Javnog poziva za sufinansiranje manifestacija.

Turistička organizacija će aktivno sarađivati sa lokalnim institucijama, sportskim i kulturnim organizacijama, nevladinim sektorom, ugostiteljima i drugim subjektima koji doprinose kreiranju turističke ponude, s ciljem da se uspostavi efikasan sistem planiranja i promocije događaja, ali i poboljša kvalitet događaja koji se realizuju na teritoriji opštine Tivat.

Pored podrške eksternim događajima, putem javnog poziva, kroz strateško partenrstvo ili putem spozorstva, Turistička organizacija Tivat će i sama biti organizator određenog broja manifestacija od posebnog značaja za destinaciju, koje će biti prepoznate kao nosioci identiteta Tivta i važan segment njegove promotivne strategije. Na ovaj način Turistička organizacija će doprinositi kontinuiranom razvoju i unapređenju turističkog proizvoda, jačanju imidža grada, te stvaranju prepoznatljivog i konkurentnog brenda Tivta na nacionalnom i međunarodnom tržištu.

5.1. Manifestacije koje će biti organizovane od strane TO Tivat:

U susret Uskrsu / Vaskrsu – program namjenjen mlađoj populaciji, kroz edukativne i zabavne radionice, face painting i muški program

Koncerti regionalnih izvođača i lokalnih bendova - minimum 5 koncerta na gradskoj rivi Pine

Art Battle festival - kroz 2 termina tokom ljetnje sezone,

Interaktivne radionice - minimum 2

Novogodišnji program – u trajanju od mjesec dana – bogat muški program sa izvođačima iz zemlje i regiona, praznični bazari, program za djecu, animacije

Eko akcije - obilježavanje određenih datuma značajnih za životnu sredinu, a u cilju očuvanja turističkog prostora, zaštite i unaprjeđenja turističkog okruženja ; minimum 2 datuma

5.2. Game changer

Treće izdanje Game Changer Montenegro Festivala održaće se u Tivtu od 18. do 20. juna 2026. godine, čime festival po prvi put zauzima junski termin – u samom vrhuncu početka ljetnje sezone. Na ovaj način festival dodatno doprinosi razvoju turističke ponude Tivta i jačanju spoja kulture, inovacija i mediteranske energije.

Tokom 2024. godine, Game Changer platforma ostvarila je izuzetne međunarodne rezultate – uspješno su realizovani događaji u Londonu i Veneciji, čime je Tivat dodatno pozicioniran u okviru globalne Game Changer mreže, koja danas obuhvata šest stalnih destinacija: London, Veneciju, Ljubljanu, Zagreb, St. Gallen i Tivat.

U 2026. godini festival u Tivtu donosi unaprijeđeni i prošireni koncept kroz tri programske cjeline:

1. *Velika izložba digitalnog dizajna, umjetnosti i animacije* – otvorena izložba na rivi Pine, s interaktivnim instalacijama i radovima mladih digitalnih umjetnika.
2. *Konferencijski program* – namijenjen studentima, inovatorima, stručnjacima i predstavnicima poslovne i institucionalne zajednice, fokusiran na teme tehnologije, održivosti i društvenih promjena.
3. *Game Changer Awards 2026* – svečani događaj koji prepoznaje pojedince i kompanije koje svojim radom doprinose inovacijama i odgovornom poslovanju u regionu.

Kontinuitet u razvoju festivala potvrđuje poziciju Tivta kao glavnog kreativnog i tehnološkog centra Mediterana. Poseban fokus biće na internacionalizaciji festivala, kroz saradnju s evropskim partnerima, dolazak stranih govornika i promocija Tivta u okviru globalne Game Changer kampanje.

Rok realizacije: 18. do 20. jun 2026.

Indikator: realizovan događaj sa nizom propratnog sadržaja, uručene nagrade najboljima

Rezultat: bolje pozicioniranje u okviru globalne Game Changer mreže, stvaranje inovativnih rješenja

5.3. Art battle

Nakon veoma uspješne realizacije prvog izdanja Art Battle festivala tokom 2025. godine, koji je privukao veliku pažnju posjetilaca i lokalne zajednice, Turistička organizacija Tivat planira nastavak ove manifestacije i u 2026. godini. Pozitivne reakcije publike, značajno medijsko

interesovanje i uključenost umjetnika iz zemlje i inostranstva potvrdili su da Art Battle predstavlja originalan i savremen koncept koji obogaćuje kulturnu i turističku ponudu Tivta.

Festival je osmišljen kao takmičenje u slikanju uživo, koje kombinuje umjetnost, zabavu i interakciju s publikom. Time se Tivat dodatno pozicionira kao destinacija koja podstiče kreativnost, savremene kulturne izraze i aktivno učešće posjetilaca u stvaralačkom procesu. U 2026. godini planirano je da se festival realizuje kroz dva izdanja tokom glavne sezone, uz učešće renomiranih slikara, muzičara i ljubitelja umjetnosti. Svako realizovanje biće praćeno muzičkim performansima, glasanjem publike i aukcijom radova, čime se zadržava koncept inkluzivnog i dinamičnog umjetničkog događaja. Takmičari se prijavljuju putem zvanične Art battle aplikacije i na osnovu definisanih kriterijuma njih 24 najboljih dobijaju priliku da se takmiče tokom jedne takmičarske noći.

Cilj nastavka projekta je da se dodatno razvije prepoznatljiv vizuelni identitet festivala, proširi saradnja s regionalnim umjetnicima i da Art Battle postane tradicionalni ljetnji događaj koji promovise Tivat kao grad savremene umjetnosti i kulture.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: realizovani događaji u dva termina i ukupno 48 takmičara

Rezultat: stvaranje novog proizvoda koji doprinosi stvaralaštvu i umjetnosti, kao i sadržaja koji će privući ljubitelje umjetnosti da se takmiče ili da budu podrška nekom od takmičara

VI POZICIONIRANJE TURISTIČKE DESTINACIJE NA TRŽIŠTU I PRIVLAČENJE TURISTA VEĆE PLATEŽNE MOĆI

6.1. RAZVOJ MICE TURISTIČKOG PROIZVODA

Tokom 2024.god Turistička organizacija Tivat je obnovila članstvo u Crnogorskom Kongresnom Birou koji je posvećen podizanju kvaliteta i boljoj promociji Crne Gore na MICE tržištu. U tom smjeru smo i intenzivirali aktivnosti kojima bi promovisali MICE turizam kao jedan od najznačajnijih oblika turizma koji utiče na produžetak sezone i ostvarivanje većih prihoda po toj osnovi.

Aktivnosti koje je TO Tivat planirala u 2026.god. su:

- Učešće na jednom međunarodnom MICE sajmu (IBTM Barselona),
- Organizacija studijskih putovanja organizatora događaja u saradnji sa NTO CG i privredom.
- Intenzivnije promovisanje Tivta kao destinacije koja nudi sadržaj i van ljetnje sezone.
- Podrška turističkim agencijama koje su usmjerene na MICE ponudu
- Realizacija Luxury Travel Summit Montenegro 2026

6.1.2. Luxury Travel Summit Montenegro 2026

Luxury Travel Summit Montenegro je ekskluzivan sajam za luksuzni turizam, koji je već ove godine pozicionirao Crnu Goru kao vrhunsku luksuznu destinaciju na globalnoj sceni.

Ovaj samit ujedinjuje najbolje domaće luksuzne brendove sa pažljivo odabranim svjetskim turističkim agencijama i organizacijama. Cilj je podići status zemlje na internacionalnom tržištu luksuznog turizma. Samit će se održati početkom aprila 2026. u nekoj od naših luksuznih marina. Agenda je pažljivo osmišljena kako bi obezbjedila maksimalno angažovanje i benefite za sve učesnike. Svaki dan samita podstiče umrežavanje, poslovne prilike, razmjenu znanja i prezentaciju ekskluzivne ponude Crne Gore.

Boutique Trade Show – Interaktivne 1 na 1 sesije u sajamskom prostoru, gdje učesnici imaju priliku da se povežu i istraže potencijalne saradnje.

Workshops- kreativne radionice, koje podstiču neformalno umrežavanje i zbližavanje domaćih i internacionalnih učesnika. Primjer radionica : pravljenje čokolade, crnogorski zlatovez, tradiconalna kuhinja, paint & wine...

Konferencija – Paneli i inspirativna izlaganja od renomiranih globalnih stručnjaka i ključnih predstavnika iz sektora luksuznog turizma, s fokusom na trendove i mogućnosti rasta na lokalnom i globalnom nivou.

Bespoke FAM Tours – Personalizovana tura za internacionalne partnere i domaće predstavnike organizacija, koja će predstaviti jedinstvenu ponudu i prirodne ljepote Crne Gore.

LTSM ima ogroman promotivni uticaj zbog istaknute ekspertize organizatora u digitalnoj promociji i PR, a takođe i zahvaljujući prisustvu vodećih globalnih brendova kao što su Forbes Travel Guide, Luxury Communications Council, Quintessentially i drugih ključnih partnera. Pored njih, na LTSM će biti pozvani predstavnici prestižnih svjetskih medija specijalizovanih za luksuz i turizam, čime ćemo obezbjediti globalnu medijsku pokrivenost.

Luxury Travel Summit Montenegro 2025 je imao doseg preko 5 miliona ljudi.

Rok realizacije: april 2026

Indikator: realizovan događaji sa panel diskusijama i radionicama i povećan broj noćenja u pred/ postsezoni (3%)

Rezultat : smanjenje sezonalnosti

6.2. Promocija

U skladu sa smjernicama Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, analizom kretanja turista na nivou naše opštine i planiranim budžetom za 2026. godinu, promotivne aktivnosti Turističke organizacije Tivat biće usmjerene ka jačanju prisustva na prioritetnim i perspektivnim tržištima. Poseban akcenat biće na praćenju savremenih trendova i analizi strukture gostiju koji najčešće posjećuju našu opštinu, s ciljem unapređenja vidljivosti Tivta.

Kontinuirana promocija sprovodiće se kroz učešće na međunarodnim i regionalnim sajmovima turizma, gdje će se raditi na očuvanju postojećih i uspostavljanju novih poslovnih kontakata sa partnerima, agencijama i medijskim kućama sa tržištima koja pokazuju veliki potencijal i ujedno mogu biti od koristi kada su ekonomski parametri u pitanju.

Pored učešća na sajmovima, tokom godine biće intenziviran rad na digitalnim kanalima kao prioritetnom sredstvu komunikacije – društvenim mrežama, web platformama i ciljanim online kampanjama. Organizacija studijskih posjeta turoperatora, influensera i medija, u saradnji sa NTO CG i lokalnom turističkom privredom takođe će biti sredstvo pozicioniranja i promocije destinacije.

6.3. Digitalni marketing

Digitalni marketing plan Turističke organizacije Tivat za 2026. godinu ima za cilj jačanje prepoznatljivosti Tivta kao savremene, autentične i inovativne mediteranske destinacije. Osnova plana je nastavak brenda 'Uhvati ritam Mediterana' uz proširenje međunarodne kampanje kroz slogan 'Feel the Moment'. Cilj je da Tivat bude lider u digitalnom turizmu regiona, destinacija koja se živi kroz emociju, tehnologiju i iskustvo.

Glavna godišnja digitalna kampanja biće bazirana na sezonskom storytellingu. Svaka sezona (proljeće, ljeto, jesen, zima) donosi zasebnu seriju video materijala, reelsa i TikTok sadržaja koji povezuju emociju i iskustvo boravka u Tivtu. Fokus je na stvarnim pričama, autentičnim kadrovima i vizuelnom narativu koji Tivat prikazuje kao destinaciju koja se živi, ne samo posjećuje.

Tokom 2026. godine planiramo i lansiranje inovativnog *Digital Welcome Kit*, digitalnog vodiča namijenjenog turistima koji posjećuju Tivat. Putem QR kodova postavljenih na ključnim lokacijama (aerodrom, hoteli, riva, info punktovi), posjetioči će imati pristup personalizovanom sadržaju, video pričama, preporukama i interaktivnoj mapi grada. Digital Welcome Kit povezuje online i offline iskustvo boravka, nudi savremeni način informisanja, a istovremeno jača emocionalnu povezanost posjetilaca sa Tivtom kroz koncept „Feel the Moment“.

SEZONSKI PLAN I GLAVNI FOKUSI

Proljeće	Feel the Energy: aktivni odmor, wellness, priroda, gastro sadržaji
Ljeto	Feel the Freedom: more, muzika, događaji, noćni život, energija
Jesen	Feel the Essence: umjetnost, vino, lokalna kultura, digital detox
Zima	Feel the Warmth: advent, svjetlosne instalacije, gourmet zimski program

GODIŠNJI TIMELINE (Q1–Q4)

Kvartal	Glavni fokus	Ključne aktivnosti
Q1 – Proljeće	Kampanja 'Feel the Energy'	Otvoriti sezonu autentičnim i smirenim vizualima Tivta, stvoriti osjećaj buđenja i svježine.
Q2 – Ljeto	Kampanja 'Feel the Freedom'	Pozicionirati Tivat kao luksuznu i živu mediteransku destinaciju.
Q3 – Jesen	Kampanja 'Feel the Essence'	Pozicionirati Tivat kao kulturni i gurmanski bijeg od gradske vreve; naglasiti autentičnost i gastro ponudu.
Q4 – Zima	Kampanja 'Feel the Warmth'	Promovisati Tivat kao epicentar zimskog provoda, dobre hrane i pravog novogodišnjeg duha. Zaokružiti godišnji narativ i prikazati kontinuitet života u Tivtu tokom cijele godine.

Kada analiziramo tržišta naše ciljne grupe će biti podijeljene kroz primarne i sekundarne:

- Primarne lokacije: Srbija, BiH, Slovenija
- Sekundarne lokacije: Austrija, Njemačka, UK, Francuska, Češka, Poljska, Skandinavija

2026.godina biće prilika da Tivat potvrdi status digitalnog lidera turizma regiona. Kroz kampanju 'Feel the Moment'-i nastavak brenda 'Uhvati ritam Mediterana', fokus će biti na emociji, inovaciji i stvarnim pričama. Naš cilj je da svaki posjetilac osjeti ritam Tivta i prije samog dolaska, destinacije koja živi Mediteran tokom cijele godine.

Takođe planirano je reklamiranje putem Google ads i društvenih mreža za bitnije događaje kao što su koncerti, festivali ili Novogodišnji program.

6.4. Sajmovi, roadshow aktivnosti i press konferencije

TO Tivat će nastaviti da učestvuje na najznačajnijim međunarodnim turističkim sajamovima u regionu i šire, u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore i lokalnim turističkim organizacijama. Poseban fokus biće na sajamovima koji okupljaju partnere sa prioriternih tržišta, uz nastojanje da se zadrži kontinuitet prisustva na njima.

Kada je riječ o sajamovima u planu su : Sajam turizma u Beču, CMT Štuttgart, Travel Adventure Show u New York-u, Sajam turizma IFT u Beogradu, Sajam turizma ITB u Berlinu, Sajam turizma Holiday World & Region World u Pragu, Sajam turizma IFTM Top Resa u Parizu, Sajam WTM u Londonu, kongresni sajam IBTM u Barseloni, Sajam turizma u Sarajevu.

TO Tivat će učestvovati u "roadshow" aktivnostima NTO CG, press konferenciji u Beogradu zajedno sa predstavnicima Luštica Bay i Porto Montenegro u cilju promocije kalendara dešavanja, kao i promotivnim događajima kojima će se zajedno sa drugim LTO najaviti novogodišnji program 2026/27.godine.

Navedene aktivnosti imaće za cilj kontinuiranu komunikaciju sa medijima, partnerima i širom javnošću, te unapređenje imidža Tivta kao destinacije koja nudi sadržaje tokom cijele godine.

Prilikom postavljanja sadržaja putem digitalnih kanala vodiće se računa da se ispoštuju zahtjevi i smjernice NTO u pogledu isticanja hastagova #MontenegroWildBeauty i #GoMontenegro.

6.5. Studijske grupe

U toku sljedeće godine planira se realizacija studijskih putovanja za novinare, turoperatore i organizatore događaja i podrška organizaciji istih. Studijska putovanja su najekonomičniji marketinški instrument kojim se postižu značajni promotivni efekti. Studijska putovanja biće realizovana u saradnji sa NTO CG, ali i u samostalnoj režiji u saradnji i dogovoru sa turističkom privredom grada i to za aktere iz prioritarnih emitivnih tržišta. Odnosi sa javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u kreiranju imidža i promociji destinacije.

Navedenim aktivnostima će se animirati karakteristične ciljne grupe (poslovni svijet, visokoplatežni gosti, široki sloj građana - porodice, populacija orjentisana na sport, nautiku, rekreaciju, prirodu, kulturu i sl.) i približiti konkretni turistički proizvod (MICE, sunce i more, specifični turistički proizvodi, gastronomija i sl.).

Pored prisustva na tradicionalnim tržištima, cilj nam je i usmjeravanje promotivnih aktivnosti ka tržištima na kojima TO Tivat do sada nije imala značajnije prisustvo. Na taj način će se raditi na privlačenju novih segmenata turista i širenju baze potencijalnih posjetilaca, a studijske grupe biće nam osnovni alat u realizaciji planiranog.

Skandinavsko tržište (Norveška, Švedska, Danska i Finska) jedno je od najstabilnijih i najpotentnijih emitivnih tržišta. Ove zemlje odlikuje visoka platežna moć, digitalna pismenost i preferencije ka sigurnim, mirnim i autentičnim destinacijama što mi sigurno možemo ponuditi. Sa druge strane ohrabrujuće su i najave koje dolaze od strane uprave Aerodroma Crne Gore o novim avio linijama i boljoj povezanosti čak i sa tim tržištima.

Putem studijskih grupa, stavljajući akcenat da je Tivat dobra opcija kao "winter sun" destinacija možemo ići ka povećanom broju dolazaka ,ali i produžetku turističke sezone .

U skladu sa studijskim grupama usmjeravaćemo i digitalne kampanje gdje ćemo potencirati wellness, nautiku, gastronomiju, prirodu i luksuz.

S obzirom da preko 90% skandinavskih putnika koristi internet kao glavni izvor informacija objave influensera i medija mogu biti osnovna inspiracija za putovanje.

TO Tivat će u saradnji sa lokalnim hotelima organizovati FAM trip .

Rok realizacije: kontinuirano tokom godine, ali nešto intenzivnije u II i III kvartalu

Indikator: minimum 10 studijskih grupa

Rezultat : objave putem digitalnih kanala, promovisanje ponude na ključnim emitivnim tržištima i povezivanje sa turoperatorima i medijima

VII DOPRINOS SUZBIJANJU SIVE EKONOMIJE KROZ INFORMISANJE, PROMOCIJU I SARADNJU SA NADLEŽNIM INSTITUCIJAMA

7.1. Siva ekonomija

Turistička organizacija Tivat će u 2026. godini značajnu pažnju posvetiti suzbijanju sive ekonomije u oblasti turizma, sa ciljem da se poveća broj registrovanih smještajnih kapaciteta i ostvarenih noćenja, a samim tim i prihod lokalne zajednice. Aktivnosti će biti usmjerene na podizanju svijesti o važnosti prijave boravka i legalnog poslovanja kroz kampanje, radionice i direktnu komunikaciju sa pružaocima usluga smještaja. U saradnji sa lokalnom samoupravom, poreskim organima i inspekcijskim službama, TO Tivat će raditi na unapređenju sistema praćenja i kontrole prijavljenih gostiju. Uvođenjem sistema Lotosturist tokom 2025. godine učinjen je značajan pomak na polju suzbijanja sive ekonomije- kontrole i evidencije neregistrovanih izdavaoca smještaja i omogućen pojednostavljen sistem prijave za registrovane izdavaoce. Tokom naredne godine poseban naglasak biće na stimulativnim mjerama za registrovane objekte — kroz promociju legalnih pružalaca usluga na zvaničnim platformama, zajedničke marketinške kampanje, obuke i mogućnost promocije tokom sajamskih nastupa. Na taj način, stvoriće se ambijent u kojem će legalno poslovanje biti prepoznato kao isplativije, sigurnije i održivije rješenje za sve učesnike u turističkom lancu.

Rezultati ankete koju smo proveli tokom 2025. godine potvrdili su činjenicu da još uvijek ima privatnih izdavaoca koji ne poštuju sve zakonske obaveze, jer znaju da ne postoji jedinstven sistem na nivou cijele države. Posebno se pribjegava prijavi kad su u pitanju gosti iz Crne Gore za koje je teško i sprovesti kontrolu. Sve dok se na nivou države ne uvede efikasan sistem djelovanje LTO je ograničeno i ne može dati znajnije rezultate.

7.2. Informisanje turista

Tokom 2026. godine, Turistička organizacija Tivat će kontinuirano raditi na efikasnijem informisanju turista, sa ciljem da se posjetiocima pruže tačne, pravovremene i sveobuhvatne informacije o turističkoj ponudi Tivta. Informisanje će se realizovati putem stalnih turističko-informativnih punktova koji će biti otvoreni tokom cijele godine – biro Centar i Porto Montenegro, dok će u ljetnjoj sezoni, biti otvorena još tri dodatna sezonska info biroa- Donja Lastva, Radovići i Krašići. U ovim punktovima turisti će moći da dobiju informacije o smještaju, manifestacijama, kulturnim i prirodnim znamenitostima, ugostiteljskoj ponudi, izletima i aktivnostima, kao i da izvrše prijavu boravka — čime se obezbjeđuje i informativna i regulatorna funkcija LTO.

Pored direktnog informisanja u info biroima, Turistička organizacija će tokom godine realizovati i digitalne i promotivne aktivnosti — kroz izradu i distribuciju promotivnih brošura, mapa, vodiča, kao i audio, foto i video materijala koji predstavljaju turističku ponudu grada. Informacije će biti

dostupne putem zvanične internet stranice, društvenih mreža, interaktivnih QR kodova, kao i putem partnerstava sa smještajnim i ugostiteljskim objektima. Na ovaj način TO Tivat će omogućiti jednostavan pristup informacijama, unaprijediti komunikaciju sa turistima i doprinijeti većem stepenu zadovoljstva i informisanosti posjetilaca.

VIII JAČANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNIJE OSNOVE ZA PLANIRANJE AKTIVNOSTI

8.1. Anketiranje turista

Tokom prethodnih turističkih sezona Turistička organizacija Tivat sprovodila je ankete o zadovoljstvu gostiju s ciljem prikupljanja povratnih informacija o kvalitetu turističke ponude i identifikovanja područja za unapređenje. Ankete su bila realizovane u digitalnom formatu, a popunjavali su ih posjetioci različitih starosnih struktura i sa različitih emitivnih tržišta, što je omogućilo reprezentativan uzorak.

Rezultati dobijeni ovim putem koriste se kao osnova za planiranje aktivnosti u narednom periodu, uključujući unapređenje infrastrukture, diversifikaciju ponude i ciljane marketinške kampanje. Vođeni prethodnom praksom i naredne godine nastavljamo da sprovodimo anketiranje gostiju kako bi pratili trendove zadovoljstva, bolje razumjeli potrebe posjetilaca i mjerili efekte preduzetih aktivnosti.

8.2. Turistička signalizacija

Unapređenje i standardizacija turističke signalizacije predstavljaju jednu od ključnih aktivnosti Turističke organizacije Tivat u cilju povećanja vidljivosti destinacije i olakšavanja kretanja posjetilaca. Jasna, estetski usklađena i funkcionalna signalizacija doprinosi ukupnom doživljaju boravka i direktno utiče na zadovoljstvo gostiju. Nažalost zbog radova na bulevaru na koje nismo u mogućnosti da utičemo imamo i ograničen aspekt djelovanja.

U toku je javni poziv za prijavu svih subjekata i lokacija gdje je potrebno dopuniti ili izmijeniti postojeću signalizaciju, što će omogućiti kvalitetnije informisanje i orijentaciju turista na terenu.

Ažuriranje postojeće turističke signalizacije na teritoriji opštine Tivat, uključuje provjeru ispravnosti, vidljivosti i usklađenosti sa važećim standardima; postavljanje novih info-tabli i putokaza ka najznačajnijim turističkim tačkama, kulturnim lokalitetima, vidikovcima i prirodnim atrakcijama.