



IZVJEŠTAJ O RADU TURISTIČKE ORGANIZACIJE ULCINJ ZA 2025.GODINU



TURISTIČKA ORGANIZACIJA ULCINJ

www.ulcinj.travel

www.ulqini.travel

Februar, 2026

SADRŽAJ

UVOD.....	4
<i>OPŠTE INFORMACIJE O TOU</i>	6
TURISTIČKA SEZONA I OSTVARENI PROMET U ULCINJU.....	7
1. DIVERZIFIKACIJA TURISTIČKE PONUDE I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA.....	26
2. POZICIONIRANJE NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU.....	34
2.1. Informativna djelatnost.....	34
2.2. Izrada propagandnog materijala.....	51
2.3. Izrada suvenira, video materijala i atrakcija.....	51
3. JAČANJE KAPACITETA I EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM.....	52
3.1. Monitoring broja gostiju.....	52
3.2. Koordinacija i saradnja sa privredom i institucijama u turizmu.....	52
4. SUZBIJANJE SIVE EKONOMIJE.....	54
4.1. Aktivnosti u cilju smanjenja sive eko.Kampanja online prijavljivan.gostiju.....	54
4.2. Medijska kampanja Voli svoj grad, poštuj svoj grad, registruj smještaj.....	54
5. OSTALO.....	56
6. PREGLED AKTIVNOSTI ODBORA I SKUPŠTINE.....	60
7. IZRADA PLANA INTEGRITETA.....	60
5. FINANSIJSKI IZVJEŠTAJ TO ULCINJ.....	61

U V O D

Misija Turističke organizacije Ulcinj je da bude ključni nosilac razvoja održivog i konkurentnog turizma na teritoriji opštine Ulcinj. Kroz unapređivanje turističke ponude, promociju prirodnih i kulturnih vrijednosti i očuvanje autentičnosti grada, TO Ulcinj teži da pozicionira Ulcinj kao atraktivnu i prepoznatljivu destinaciju na domaćem i međunarodnom tržištu.

U središtu našeg djelovanja je stvaranje uslova za održiv turizam koji istovremeno čuva lokalnu baštinu i prirodno okruženje. Kroz različite projekte i inicijative, posvećeni smo zaštiti kulturnog naslijeđa, njegovanju tradicije i razvoju novih turističkih proizvoda koji posjetiocima pružaju jedinstveno i nezaboravno iskustvo boravka u Ulcinju.

Posebnu pažnju posvećujemo unapređenju kvaliteta turističkih usluga i prateće infrastrukture. Radimo na podizanju standarda ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta, kao i razvoju sadržaja – od plaža i prirodnih lokaliteta do kulturnih programa i manifestacija – kako bismo obogatili ponudu grada i povećali zadovoljstvo turista.

Kroz kontinuirane marketinške i promotivne aktivnosti, nastojimo da povećamo vidljivost Ulcinja na regionalnom i globalnom tržištu. Učešće na sajmovima, saradnja s turističkim akterima, razvoj digitalnih kampanja i izrada kvalitetnih promotivnih materijala dio su naše strategije jačanja turističkog brenda Ulcinja.

Misija TO Ulcinj podrazumijeva i stvaranje snažne sinergije između sektora turizma, kulture, sporta i ekologije. Kroz partnerstvo sa lokalnom upravom, privredom, nevladinim organizacijama i drugim relevantnim subjektima, radimo na razvoju programa i projekata koji doprinose kvalitetnijem životu građana i boljem iskustvu posjetilaca.

Kao najrelevantniji turistički subjekat grada, Turistička organizacija Ulcinj ima zadatak da, kroz strategijske i promotivne aktivnosti, postavi turistički potencijal Ulcinja na nivo koji odgovara savremenim potrebama, očekivanjima i interesovanju posjetilaca, doprinoseći tako dugoročnom prosperitetu i održivom razvoju grada.

Izveštaj o radu Turističke organizacije Ulcinj za 2025. godinu obuhvata period od 1. januara do 31. decembra i predstavlja sumirani prikaz realizovanih aktivnosti predviđenih Programom rada za ovu godinu. Tokom 2025. godine fokusirali smo se na snažniju promociju destinacije, kvalitetno informisanje posjetilaca, valorizaciju lokalnih autentičnih vrijednosti kroz različite manifestacije i događaje, te podsticanje unapređenja ukupnog nivoa turističkih usluga.

Strukturalno, izveštaj je podijeljen u više tematskih cjelina. U uvodnom dijelu izloženi su statistički pokazatelji o broju ostvarenih dolazaka i noćenja na teritoriji opštine Ulcinj. Nakon toga slijedi pregled informativno-propagandnih aktivnosti, nastupa na sajmovima, organizacije događaja i manifestacija, kao i drugih važnih segmenata koji su obilježili rad TO Ulcinj u 2025. godini.

Smatramo da smo i ove godine u potpunosti iskoristili raspoložive resurse kako bismo na najbolji način predstavili ono što Ulcinj nudi. Zahvaljujemo svim turističkim privrednicima na saradnji, podršci i spremnosti da zajedničkim naporima unaprijedimo kvalitet turističke ponude i budemo još bolji domaćini našim posjetiocima. U partnerstvu sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, našim privrednicima ali i sami kao lokalna organizacija, ugostili smo brojna novinarska i medijska predstavništva iz regiona i Evrope, influensere, čime je dodatno ojačana promocija destinacije na emitivnim tržištima.

Posebnu zahvalnost dugujemo medijima iz regiona, koji su svojim angažmanom doprinijeli da Ulcinj bude visoko zastupljen u promotivnim kampanjama prije početka ljetnje turističke sezone ali i u toku sezone. Njihova prisutnost bila je značajan kanal za upućivanje poziva potencijalnim gostima da odaberu naš grad kao svoju destinaciju za odmor.

Kao i prethodnih godina, najveći broj posjetilaca dolazio je iz zemalja regiona, koji i dalje predstavljaju naše najvažnije tržište. Tokom 2025. godine dominirali su gosti sa Kosova, zatim iz Srbije, Bosne i Hercegovine, Sjeverne Makedonije, Albanije, kao i brojni gosti iz Evrope koji svakog ljeta daju poseban doprinos ukupnim turističkim rezultatima.

Opšte informacije o Turističkoj organizaciji Ulcinj

OSNIVANJE

Turistička organizacija opštine Ulcinj je osnovana na osnovu člana 7 Zakona o turističkim organizacija („Sl.list. RCG“ br. 11/04) i člana 13 stav 1 tačka 1 Odluke o osnivanju Turističke organizacije Opštine Ulcinj („Sl.list. CG – opštinski propisi“, br. 5/07 od 30.11.2007. godine)

DJELATNOST

Zadaci Turističke Organizacije su:

- Unapređenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine Ulcinj u funkciji razvoja turizma;
- Stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine Ulcinj;
- Saradnja sa pravnim licima, fizičkim licima, udruženjima i nevladinim organizacijama koje za predmet poslovanja imaju turističku i ugostiteljsku ili njoj komplementarnu djelatnost u cilju dogovaranja, utvrđivanja i sprovođenja politike razvoja turizma i poboljšanja uslova boravka turista na teritoriji opštine Ulcinj;
- Izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala;
- Podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude;
- Pružanje informacija gostima o raspoloživim smještajnim kapacitetima u primarnim i komplementarnim ugostiteljskim objektima, ugostiteljskim objektima za pružanje usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića i kapacitetima privatnog smještaja, kulturnim manifestacijama, događajima i drugim servisnim informacijama o turističkim uslugama na teritoriji opštine Ulcinj;
- Pružanje informacija o radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovine i drugih informacija potrebnih za boravak turista;
- Posredovanje i pružanje pomoći prilikom rezervacije i davanje informacija o smještajnim kapacitetima ako u turističkom mjestu za koje je osnovana turistička organizacija ne postoji registrovana turistička agencija;
- Dostavljanje prijave i odjave boravka u skladu sa zakonom;
- Podsticanje aktiviranja područja opštine koja nijesu ili su nedovoljno uključena u turistički promet;
- Podsticanje i organizovanje akcija usmjerenih na zaštitu i očuvanje turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasljeđa;
- Realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji svog djelovanja;
- Vođenje evidencije u cilju kontrole izdavanja i korišćenja smještajnih jedinica u kondo hotelima i vikend stanovima, u saradnji sa organima lokalne uprave i sačinjavanje izvještaja koji najmanje dvomjesečno dostavlja Ministarstvu;
- Sačinjavanje baze podataka obaveznih članova organizacije na teritoriji opštine Ulcinj;
- Organizovanje turističko-informativnih biroa u turističkim mjestima, za koje ocijeni potrebu;
- Prikupljanje i obrada podataka (dnevna, nedjeljna i mjesečna) o turističkom prometu i njihovoj strukturi na području opštine, kao i izrada mjesečnog izvještaja o turističkom prometu za potrebe nadležnog organa za poslove statistike i Nacionalne turističke organizacije;

- Vođenje evidencije o naplati boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa;
- Procjena neobuhvaćenog turističkog prometa na nivou opštine Ulcinj u skladu sa metodologijom koju propisuje Ministarstvo;
- Saradnja sa organima opštine u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine Ulcinj;
- Saradnja sa lokalnim udruženjima i nevladinim organizacijama iz oblasti turizma i ugostiteljstva i njima komplementarnim djelatnostima;
- Saradnja sa drugim lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;
- Sprovođenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- Izrada izvještaja i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije;
- Dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji;
- Obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- Saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore.

ORGANI ORGANIZACIJE

Organi Organizacije su:

1. Skupština – ima 24 članova
2. Izvršni odbor – ima predsjednika i 6 članova, koje bira skupština Organizacije.
3. Nadzorni odbor – ima predsjednika i 2 člana.
4. Predsjednik – dužnost Predsjednika Turističke organizacije obavlja predsjednik Opštine Ulcinj.
5. Mandat organa organizacije traje 4 (četiri) godine.

PRIHODI

Organizacija ostvaruje prihode iz sljedećih izvora:

1. Boravišne takse, u skladu s posebnim zakonom,
2. Članskog doprinosa, u skladu s posebnim zakonom,
3. Turističke takse, u skladu sa posebnim zakonom,
4. Sredstava budžeta,
5. Dobrovoljnih priloga (donacija),
6. Kredita,
7. Iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

ZAPOSLENI

TO Ulcinj trenutno zapošljava 13 stalno zaposlenih, a u sezoni zapošljavamo na određeno vrijeme i do 70 (55+15) osoba, zavisno od obima posla.

OSNOVNA SREDSTVA

Osnovna sredstva TO Ulcinj: kompjuterska i telekomunikaciona oprema u poslovnim prostorima 5 (pet) Turističko informativnih punktova u vlasništvu TO Ulcinj, i oprema u iznajmljenim poslovnim prostorijama, foto arhiva, jedan putnički automobil – Opel Insignia, motor – skuter Sym a sve to se konstatuje godišnjim popisima.

TURISTIČKA SEZONA



PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ANALIZA TRŽIŠTA 2025.GOD

TO Ulcinj je redovno sedmično, mjesečno i godišnje vršila praćenje i analizu turističkog prometa na području Opštine Ulcinj, što je predstavljalo redovnu aktivnost organizacije. Na taj način su prikupljeni i sljedeći podaci:

Statistički podaci na osnovu programa RB 90

U punktovima se takođe vrši prijava boravka i usluga uplate boravišne takse. Nove tehnologija kojima su punktovi opremljeni pružaju bolji uvid u podatke zato što je uveden novi softver koji nam omogućava potpuni uvid u tržište i pruža precizne podatke o strukturi gostiju. Sistem omogućava obračun boravišne takse kao i prijavu boravka, te kreiranje dnevnih i periodičnih izvještaja po mjesecima, godinama, vrstama smještaja, statistike po državama, domaćim i stranim gostima.

Tab. 1 - Pregled rada Informacionih Punktova za 2025.godinu

Info Punkt	Datum	Turisti	Noćenja	Naplata BT
Punkt Centrala	01.07 - 31.12.2025	1.539	8.335	6.454,50
Punkt 1 (Ploča)	03.01 – 30.09.2025	17.088	77.148	62.576,50
Punkt 2 (Aut stanica)	Cijela godina	32.713	268.406	179.906,00
Punkt 3 (Djerane)	Cijela godina	37.035	206.152	149.775,50
Punkt 4 (Centar Štoj)	14.06 – 30.09.	29.851	203.997	127.234,00
Punkt 6 (Kruce)	03.07 – 31.08.	1.318	16011	6.383,00
Punkt 7 (Imperial)	01.07 – 10.09.	17.290	93.801	66.741,00
Punkt 8 (Objek. Lika)	01.07 – 10.09.	9.611	45.774	34.713,50
Punkt 10 -Pinjes	01.07 – 10.09.	6.287	27.669	22.362,00
UKUPNO		152.732	947.293	656.146,00

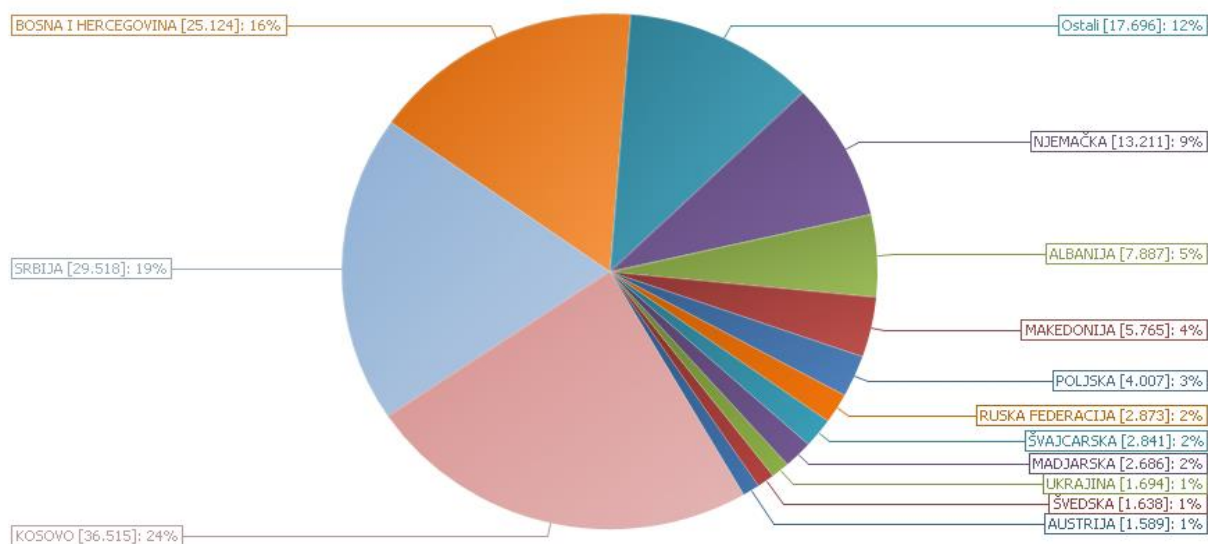
Tab. 2 – Pregled uporednih podataka 2025/2024.godine sa indexima

INFO PUNKT	Turisti Index 25/24	Noćenj Index 25/24	Bor.Tak.Index 25/24
Punkt Centrala	223,37	149,11	141,12
Punkt 1 (Ploča)	77,22	81,50	79,45
Punkt 2 (Aut. stanica)	87,10	96,50	90,67
Punkt 3 (Djerane)	98,98	105,12	104,69
Punkt 4 (Centar Štoj)	96,19	92,84	96,32
Punkt 6 (Kruce)	87,69	90,71	79,30
Punkt 7 (Imperial)	84,19	87,46	84,37
Punkt 8 (Objekat Lika)	78,91	81,15	81,28
Punkt 10 (Pinjes Kara.)	80,71	79,28	80,40
UKUPNO	89,41	93,75	91,82

Tab.3-Pr.gostiju po zemlji i strukturi pripadnosti prema prog. RB90 I online aplikacije

	DRŽAVA	Broj gostiju	Realiz.noćenja	Prosječan broj u danima
1.	KOSOVO	45.042	218.181	4,84
2.	SRBIJA	33.893	249.810	7,37
3.	BOSNA I HERCEGOVINA	28.494	143.958	5,05
4.	NJEMAČKA	17.410	100.716	5,78
5.	ALBANIJA	8.349	51.145	6,13
6.	SJEVERNA MAKEDONIJA	7.052	40.694	5,77
7.	POLJSKA	5.612	37.039	6,60
8.	ŠVAJCARSKA	3.959	19.106	4,83
9.	MADJARSKA	3.615	19.324	5,35
10.	RUSKA FEDERACIJA	3.482	33.400	9,59
11.	AUSTRIJA	2.192	10.748	4,90
12.	FRANCUSKA	2.183	9.997	4,58
13.	UKRAJINA	2.092	16.277	7,78
14.	ŠVEDSKA	2.107	11.600	5,51
15.	RUMUNIJA	1.950	11.222	5,75

Broj gostiju po državama (01.01.2025-01.01.2026)



Statistički podaci na osnovu ONLINE APLIKACIJE

Cilj Turističke organizacije je unapređenje turističkog sektora kroz uvođenje modernih tehnoloških rešenja koja pojednostavljaju administrativne procese za izdavaoce smeštaja i poboljšavaju iskustvo gostiju. Jedan od ključnih alata u ovom procesu jeste online aplikacija koja omogućava brz i efikasan sistem prijave gostiju, evidentiranje noćenja i naplatu boravišne takse. Aplikacija je dizajnirana kako bi omogućila izdavaocima smeštaja da jednostavno prijave svoje goste i evidentiraju neophodne podatke, čime se smanjuje administrativni posao i omogućava fokus na kvalitet usluga. Gosti takođe imaju koristi jer je proces prijave brži i prilagođen modernim potrebama.

Tokom 2025. godine evidentiran je značajan rast broja korisnika aplikacije. Broj korisnika povećan je na čak 140 korisnika, što predstavlja rast od 75%. Ovaj porast ukazuje na sve veću svjest među izdavaocima smeštaja o prednostima digitalnih rešenja za upravljanje gostima i obavezama prema Turističkoj organizaciji.

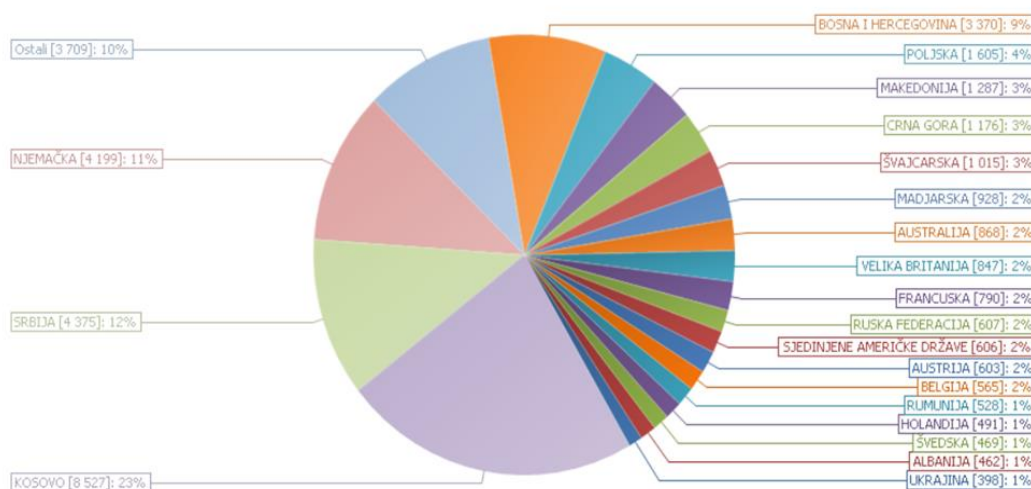
Ovaj rast dodatno potvrđuje uspjeh inicijative za digitalizaciju i implementaciju savremenih tehnologija, koja doprinosi većoj transparentnosti, boljoj kontroli i unapređenju kvaliteta turističkih usluga. Cilj za naredni period jeste da se još više izdavaoca smeštaja motiviše na korišćenje online aplikacije kako bi se osigurao još veći obuhvat i unapredili rezultati na nivou celokupnog sektora.

Pregled prijavljivanja preko Online aplikacije

Ukupan broj gostiju	37.390
Realizovana noćenja	151.506
Naplaćena boravišna taksa	123.431,00 eur

DOLASCI TURISTA U OPŠTINI PO DRŽAVAMA, OSTVARENA NOCENJA I PROCENTUALNO UČEŠĆE Grafički prikaz- Online aplikacija

Broj gostiju po državama (01.01.2025-31.12.2025)



Statistički podaci prema MONSTAT-U

Tab. 4 - Turistički promet u Opštini Ulcinj za 2025.godinu

	Broj dolazaka	Index 25/24	Broj noćenja	Index 25/24
Domaći	16.616	82,00	70.933	83,55
Strani	296.061	99,47	1.438.817	96,73
Ukupno	312.677	98,36	1.509,750	96,02

Tab. 5 - Turistički promet u Ulcinju po mjesecima za 2025.godinu za kolektivni smještaj (Hoteli, Moteli..)

Mjesec	Dolasci			Noćenja		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
Januar	101	43	144	311	166	477
Februar	84	33	117	342	112	454
Mart	38	106	144	96	730	826
April	6.797	820	7.617	9.187	2.854	12.041
Maj	7.927	2.933	10.860	28.409	9.204	37.613
Jun	11.895	2.074	13.969	57.415	8.574	65.989
Jul	17.861	2.498	20.359	86.632	12.380	99.012
Avgust	21.742	2.447	24.189	104.995	11.794	116.789
Septembar	10.467	1.591	12.058	52.769	7.493	60.262
Oktobar	6.113	1.228	7.341	8.990	4.652	13.642
Novembar	58	191	249	115	1.212	1.327
Decembar	97	13	110	317	21	338
UKUPNO	83.180	13.977	97.157	349.578	59.192	408.770

Tab.6 Dolasci i noćenja gostiju po zemljama pripadnosti

Tab.6 Dolasci i noćenja gostiju po zemljama pripadnosti

Zemlja pripadnosti	Dolasci Kol.smještaj	Dolasci Ind. smješt	Ukupno dolasci	Noćenja Kol.smještaj	Noćenja Ind.smještaj	Ukupno noćenja
Ukupno	97.157	215.520	312.677	408.770	1.100.980	1.509.750
Domaći turisti	13.977	2.639	16.616	59.192	11.741	70.933
Strani turisti	83.180	212.881	296.061	349.578	1.089.239	1.438.817
Evropa	80.890	207.946	288.836	340.833	1.062.468	1.403.301
Albanija	966	9.737	10.703	2.564	51.040	53.604
Austrija	1.138	2.429	3.567	3.591	10.613	14.204
Belgija	554	1.913	2.467	2.789	8.239	11.028
Bjelorusija	43	214	257	203	1.378	1.581
Bosna i Hercegovina	2.930	31.441	34.371	11.288	143.767	155.055
Bugarska	105	284	389	525	1.137	1.662
Češka Republika	2.457	1.520	3.977	16.782	7.401	24.183
Danska	166	458	624	537	2.081	2.618
Estonija	58	78	136	284	307	591
Finska	118	503	621	481	2.279	2.760

Francuska	10.832	2.357	13.189	66.103	10.057	76.160
Grčka	47	63	110	140	201	341
Holandija	454	1.547	2.001	1.723	7.499	9.222
Hrvatska	462	1.145	1.607	1.961	5.893	7.854
Irska	113	220	333	445	792	1.237
Island	17	8	25	95	23	118
Italija	379	1.167	1.546	1.321	5.251	6.572
Kipar	9	4	13	9	16	25
Kosovo	18.138	49.949	68.087	63.245	217.983	281.228
Letonija	33	149	182	182	644	826
Litvanija	78	1.009	1.087	393	4.971	5.364
Luksemburg	231	484	715	762	2.878	3.640
Mađarska	455	4.069	4.524	2.339	19.339	21.678
Malta	40	5	45	282	40	322
Sjeverna Makedonija	1.875	7.934	9.809	5.450	40.671	46.121
Norveška	228	761	989	1.118	4.031	5.149
Njemačka	12.009	19.520	31.529	28.296	100.430	128.726
Poljska	6.333	6.528	12.861	41.726	36.983	78.709
Portugalija	94	76	170	414	289	703
Rumunija	661	2.195	2.856	2.390	11.237	13.627
Ruska Federacija	770	4.298	5.068	3.396	33.422	36.818
Slovačka	264	1.167	1.431	1.237	5.843	7.080
Slovenija	605	1.430	2.035	2.557	7.410	9.967
Srbija	10.582	39.622	50.204	47.009	248.897	295.906
Španija	133	222	355	488	714	1.202
Švajcar(uklj. Lihtenštajn)	2.408	4.382	6.790	9.878	19.194	29.072
Švedska	671	2.432	3.103	2.675	11.591	14.266
Turska	690	1.803	2.493	1.685	11.233	12.918
Ukrajina	394	2.544	2.938	1.991	16.329	18.320
Ujedinjeno Kraljevstvo	3.083	2.007	5.090	11.570	8.576	20.146
Ostale evropske zemlje	267	272	539	909	1.789	2.698
Vanevropske zemlje	2.290	4.935	7.225	8.745	26.771	35.516
Južna Afrika	23	18	41	86	52	138
Ostale afričke zemlje	142	106	248	619	378	997
Kanada	92	450	542	280	2.420	2.700
SAD	984	1.493	2.477	4.024	8.479	12.503
Ost. zemlje Sjeverne Amerike	48	49	97	130	520	650
Argentina	17	44	61	52	426	478
Brazil	21	55	76	38	429	467
Čile	1	14	15	5	72	77
Ost. Zem. Juž. i Srednje A	57	107	164	199	639	838
Kina (uključ Hong Kong)	72	109	181	217	548	765
Japan	19	14	33	39	110	149
Rep. Koreja (Južna Koreja)	14	9	23	27	31	58
Izrael	133	205	338	437	875	1.312
Indija	98	187	285	371	429	800

Azerbejdžan	8	364	372	11	4.360	4.371
Ujedinjeni Arapski Emirati	58	1	59	210	3	213
Ostale azijske zemlje	334	438	772	1.461	2.342	3.803
Australija	127	1.079	1.206	402	3.852	4.254
Novi Zeland	21	182	203	78	750	828
Ostale zemlje Okeanije	21	11	32	59	56	115

Stepen iskorišćenosti smještajnih hotelskih kapaciteta

Azul Beach resort Montenegro

Azul Beach resort Montenegro je tokom 2025.godine posjetilo 28.259 gostiju koji su realizovali 137.894 noćenja. Najviše je bilo domaćih gostiju i to 6.347 koji su realizovali 20.602 noćenja, zatim slijede gosti iz regiona odnosno sa Kosova i to 6.313 sa 23.495 noćenja, Srbija sa 2.764 gostiju koji su realizovali 14.558 noćenja i Bosna i Hercegovina sa 751 gostiju sa 3.390 noćenja. Što se evropskih zemalja tiče najviše gostiju je bilo iz Češke i to 1.920 gostiju sa 14.149 noćenja, Poljske 1.899 sa 13.184 noćenja, iz Francuske 1.726 sa 12.836 noćenja, iz Ujedinjenog Kraljevstva je bilo 1.098 gostiju a oni su realizovali 8.180 noćenja, iz Njemačke je bilo 925 gostiju sa 5.131 noćenja, i Švajcarske 780 gostiju sa 4.233 noćenja.

Hasanaga Company – Hotel Nobel

Hotel Nobel je tokom 2025.godine posjetilo 948 gostiju koji su realizovali 5366 noćenja, što je 35% više u odnosu na 2024.godinu. Najviše gostiju je bilo iz Crne Gore, Albanije, Bosne i Hercegovine i Kosova..

Pallata Venezia

U hotelu Pallata Venezia tokom 2025.godine boravilo je ukupno 1.971 gostiju koji su ostvarili 5.399 noćenja, što je u odnosu na prošlu godinu 24% više. Najviše gostiju je bilo iz Njemačke i to 202 sa 755 noćenja, UK 172 gostiju i 396 noćenja, Poljske 148 sa 654 noćenja, Kosova 112 gostiju koji su realizovali 724 noćenja, Holandije 101 gostiju i 221 noćenja, i Norveške 71 gostiju sa 295 noćenja. Prosječan boravak po gostu je blago smanjen sa 3,44 na 3,25 noćenja po gostu.

Ulcinjaska Rivijera – Ada

UlcinjSKU rivijeru je tokom 2025.godine posjetilo 8.686 gostiju koji su ostvarili ukupno 40.716 noćenja, što je u odnosu na prošlu godinu povećanje za 12 %. Najviše gostiju koji su boravili u kompleksu Ulcinjske rivijere je bilo iz Srbije, Crne Gore, Njemačke, Češke i Bosne i Hercegovine.

Hotel Pino

Hotel Pino je tokom 2025.godine posjetilo 1377 gostiju koji su ostvarili ukupno 5833 noćenja. Najviše gostiju koji su boravili u ovom hotelu je bilo sa Kosova, Njemacke, Srbije, Švajcarske i Velike Britanije.

Hotel Mediteran

Hotel Mediteran je tokom 2025.godine posjetilo 5.969 gostiju koji su realizovali 19.991 noćenja. Od toga 383 su bili domaći gosti koji su realizovali 779 noćenja. Najviše gostiju je bilo iz regiona odnosno sa Kosova i to 3.146 sa 9987 noćenja, zatim slijedi Srbija sa 285 gostiju i 1.071 noćenja, Albanija sa 179 gostiju koji su realizovali 285 nocenja. Što se evropskih zemalja tiče najviše gostiju je bilo iz Njemacke i to 426 gostiju sa 1.738 nocenja i Švajcarske 261 gostiju sa 993 noćenja. Takođe bilo je gostiju iz SAD i to 218 gostiju koji su realizovali 897 noćenja. Od ukupno 19.991 noćenja moramo napomenuti da su djeca realizovala 779 a odrasli 19.120 noćenja.

1. DIVERZIFIKACIJA TURISTIČKE PONUDE I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

1.1. Turističko informativni biroi

Tokom 2025. godine Turistička organizacija Ulcinj upravljala je mrežom od ukupno devet sezonskih Turističko-informativnih punktova, koji su bili aktivni tokom čitave turističke sezone na frekventnim i strateški značajnim lokacijama širom grada, u cilju što kvalitetnijeg informisanja domaćih i stranih posjetilaca. Pored sezonskih punktova, tokom cijele godine su neprekidno funkcionisala i tri stalna informativna punkta – u zoni autobuske stanice, u užem centru grada, kao i na bulevaru u pravcu Velike plaže, čime je obezbijeđena kontinuirana dostupnost informacija turistima u svim periodima godine.

Funkcionisanje Turističko-informativnih punktova predstavlja jedan od ključnih segmenata unapređenja ukupnog kvaliteta turističkih usluga na području Ulcinja, kao i efikasan mehanizam za unapređenje evidencije turističkog prometa. Informacije o lokacijama, radnom vremenu i nadležnostima punktova bile su pravovremeno i transparentno dostupne putem više medijskih kanala, uključujući elektronske i štampane medije, društvene mreže, kao i zvanični internet sajt Turističke organizacije Ulcinj. Poseban akcenat stavljen je na obavezu prijave boravka gostiju i plaćanje boravišne takse, čime je dodatno unaprijeđena informisanost turista i stanodavaca.

U saradnji sa opštinskim organima i nadležnim inspeksijskim službama, rad punktova dao je značajan doprinos suzbijanju sive ekonomije, jačanju zakonitosti u turističkom prometu i unapređenju fiskalne discipline, naročito u segmentu privatnog smještaja.

Na Turističko-informativnim punktovima se svakodnevno vrše prijava boravka gostiju i naplata boravišne takse, pri čemu je u 2025. godini u potpunosti primijenjen savremeni softverski sistem koji omogućava efikasno upravljanje podacima i precizno praćenje turističkih tokova. Uvedeni informacioni sistem obezbjeđuje automatski obračun boravišne takse, generisanje dnevnih, mjesečnih i godišnjih izvještaja, pregled prometa po vrstama smještaja, kao i detaljnu statistiku prema strukturi gostiju, uz razdvajanje domaćih i stranih posjetilaca, kao i evidenciju po državama porijekla.

Zahvaljujući ovakvom sistemu, Turistička organizacija Ulcinj je na kraju 2025. godine raspolagala sveobuhvatnim i pouzdanim podacima o kretanjima turista, broju ostvarenih noćenja i stepenu naplate boravišne takse, kao i preciznom evidencijom stanodavaca koji uredno ispunjavaju svoje zakonske obaveze.

Svi Turističko-informativni punktovi su direktno umreženi sa Ministarstvom unutrašnjih poslova – Sektorom za strance, putem sistema RB90, što omogućava MUP-u potpuni i ažuran uvid u prijave boravka, broj gostiju i ostvarena noćenja. Saradnja sa ovim državnim organom odvija se kontinuirano, kroz svakodnevnu operativnu komunikaciju i razmjenu podataka, čime se dodatno unapređuje bezbjednost i zakonitost boravka stranih državljana.

Turistička organizacija Ulcinj vodi svakodnevnu i urednu evidenciju o naplaćenju boravišne takse, te vrši redovnu uplatu dnevnog pazara na žiro-račun Opštine Ulcinj. U skladu sa važećim zakonskim propisima i procedurama, Opština Ulcinj vrši raspodjelu sredstava po utvrđenom principu – 80% sredstava pripada Turističkoj organizaciji Ulcinj, dok se 20% uplaćuje Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore.

Pored administrativnih i evidencionih poslova, Turističko-informativni punktovi imaju i značajnu informativno-promotivnu ulogu. U njihovim prostorijama posjetioci mogu dobiti sve relevantne informacije o ponudi hotelskog i privatnog smještaja, kulturnim, zabavnim i sportskim manifestacijama, prirodnim i kulturnim atrakcijama, izletima, saobraćajnim vezama, kao i druge korisne savjete koji doprinose kvalitetnijem i ugodnijem boravku u Ulcinju.

1.2. Manifestacije i kulturni program

Turizam je neraskidivo povezan sa manifestacijama, koje predstavljaju važan segment ukupne turističke ponude destinacije. Često upravo događaji međunarodnog karaktera predstavljaju ključni motiv dolaska posjetilaca i snažno utiču na kreiranje turističke potražnje. Stoga manifestacije istovremeno oblikuju turizam, ali i zavise od njega, stvarajući međusobno podsticajan odnos koji doprinosi razvoju destinacije.

Kulturne, zabavne, sportske i druge manifestacije, programi iz oblasti umjetnosti, kulture, tradicije i folklora čine značajan dio identiteta Ulcinja i predstavljaju jednu od važnih polaznih tačaka u njegovoj promociji kao atraktivne turističke destinacije. U njihovoj organizaciji moraju se uzeti u obzir elementi kao što su atraktivnost sadržaja, atmosfera, dostupnost i razumljivost programa, raznovrsnost publike, stvaralačka vrijednost i zastupljenost savremenih umjetničkih tendencija.

Ulcinj, prepoznatljiv po svojoj tradiciji, ljepoti i jedinstvenom identitetu, sve više se afirmiše kao destinacija bogate kulturne, zabavne i rekreativne ponude, što ga svrstava među primorske gradove visokog turističkog potencijala. Upravo zahvaljujući rastućem interesovanju, tokom 2025. godine nastavili smo sa realizacijom opsežnog kalendara manifestacija koje je Turistička organizacija Ulcinj organizovala samostalno ili u saradnji sa Opštinom Ulcinj i brojnim partnerima. Posebno ističemo da TO Ulcinj ima važnu ulogu u podršci i organizaciji širokog spektra manifestacija, uključujući kulturne, koncertne, pozorišne, sportske i druge programe od značaja za unapređenje turističke ponude i jačanje brenda Ulcinjske rivijere.

Ovim izvještajem dajemo pregled najznačajnijih manifestacija koje su obilježile 2025. godinu. Turistička organizacija Ulcinj će i u narednom periodu nastojati da nastavi tradiciju podrške i organizacije događaja koji doprinose promociji destinacije i obogaćivanju ukupne turističke ponude.

Prezentacija festivala i manifestacija prikazanih u nastavku obuhvata događaje koje je Turistička organizacija Ulcinj organizovala ili podržala tokom 2025. godine, u skladu sa strateškim ciljevima unapređenja turističke ponude grada.

Daćemo detaljan prikaz manifestacija čiji je glavni organizator Turistička organizacija Ulcinj, a koje se realizuju u saradnji sa Opštinom Ulcinj. Riječ je o događajima od posebnog značaja za promociju destinacije i unapređenje turističke ponude grada tokom cijele godine.

Prije svega, izdvajamo manifestaciju „Svi za turizam“, kojom se zvanično otvara ljetnja turistička sezona u Ulcinju. Ova manifestacija ima za cilj promociju turističkih potencijala grada, jačanje saradnje sa turističkom privredom, kao i afirmaciju Ulcinja kao atraktivne i dinamične destinacije. Nakon toga slijedi Kolonija umjetnika – Art Dolcini festival, kulturna manifestacija koja se tradicionalno održava u septembru, a koja doprinosi obogaćivanju kulturne ponude grada, produženju turističke sezone i promociji Ulcinja kao prostora susreta umjetnosti, kulture i kreativnosti.

Na kraju kalendarske godine organizuje se manifestacija „Sweet December“, koja obuhvata božićne i novogodišnje programe i aktivnosti, s ciljem stvaranja praznične atmosfere, unapređenja ponude u zimskom periodu i dodatne promocije Ulcinja kao destinacije koja nudi sadržaje tokom cijele godine.

Nakon predstavljanja navedenih manifestacija, biće dat pregled brojnih drugih događaja i manifestacija koje Turistička organizacija Ulcinj finansijski podržava i aktivno učestvuje u njihovoj realizaciji, u saradnji sa lokalnim institucijama, organizacijama i udruženjima. Ove manifestacije dodatno doprinose raznovrsnosti turističke ponude, afirmaciji lokalne zajednice i jačanju imidža Ulcinja kao atraktivne turističke destinacije.

Svi za turizam

Ulcinj već dugi niz godina tradicionalno organizuje manifestaciju „Svi za turizam“, kojom se zvanično otvara ljetnja turistička sezona. Ova manifestacija je tokom vremena prerasla lokalne okvire i poprimila međunarodni karakter, imajući u vidu raznovrsne aktivnosti i učesnike koji dolaze iz različitih zemalja. Manifestacija „Svi za turizam“ predstavlja događaj koji okuplja ključne aktere iz sektora turizma, predstavnike lokalne zajednice, turističke privrede, kao i potencijalne partnere, sa ciljem zajedničkog djelovanja na promociji i daljem razvoju turizma u Ulcinju. Glavni ciljevi manifestacije su promocija turističkih potencijala lokalne zajednice, umrežavanje aktera u turizmu (vlasnika smještajnih kapaciteta, ugostitelja, turoperatora i kulturnih institucija), kao i edukacija o značaju održivog razvoja turizma. Poseban akcenat stavljen je na podizanje svijesti o važnosti registrovanja smještaja i suzbijanja sive ekonomije, kao jednog od ključnih preduslova za unapređenje kvaliteta turističke ponude.

Bamboo Maj Fest

U periodu od 1. do 4. maja 2025. godine, na Maloj plaži u Ulcinju, održan je Bamboo Mayfest 2025, manifestacija koja je nakon duže pauze ponovo donijela festivalsku energiju i prepoznatljivu atmosferu na ulcinjsku obalu. Tokom četiri dana trajanja festivala, brojni posjetioци uživali su u bogatom muzičkom programu, ritmu i autentičnom ambijentu otvorenog prostora uz more. Mala plaža je bila centralno mjesto okupljanja ljubitelja elektronske i house muzike, koji su svake večeri imali priliku da dožive jedinstveno open-air iskustvo.



Koncerti Amadeus Band i Era Istrefi

U okviru kampanje „Svi za turizam“, tokom maja mjeseca na Maloj plaži u Ulcinju održani su koncerti popularne grupe Amadeus Band i regionalne muzičke zvijezde Ere Istrefi. Koncerti su okupili veliki broj posjetilaca i dodatno obogatili kulturno-zabavnu ponudu grada, doprinoseći promociji Ulcinja kao atraktivne turističke destinacije na početku ljetnje sezone.



Međunarodni dan djece

Turistička organizacija Ulcinj bila je organizator manifestacije povodom obilježavanja Međunarodnog dana djeteta, koja je uspješno realizovana uz učešće velikog broja djece, roditelja i građana Ulcinja. Ova manifestacija imala je za cilj da najmlađima pruži kvalitetan, sadržajan i bezbrižan dan, istovremeno promovišući značaj dječijih prava, kreativnosti i zdravog odrastanja. Program manifestacije bio je bogat i raznovrstan, te je obuhvatio brojne edukativne, kreativne i zabavne sadržaje prilagođene djeci različitog uzrasta. Kroz interaktivne radionice, igre, animacije, sportske i umjetničke aktivnosti, djeca su imala priliku da uče, razvijaju svoje vještine i izraze kreativnost u podsticajnom i sigurnom okruženju. Poseban akcenat stavljen je na stvaranje vedrog i porodičnog ambijenta, u kojem su, pored djece, aktivno učestvovali i roditelji, čime je dodatno ojačan osjećaj zajedništva i međugeneracijske povezanosti. Veliki odziv građana potvrdio je značaj organizovanja ovakvih manifestacija, koje doprinose kvalitetu društvenog i kulturnog života u gradu.



Dan ulcinjskih gambora

Manifestacija „Dan ulcinjskih gambora“ uspješno je realizovana u subotu, 14. juna, sa početkom u 20.00 časova, kod parka na šetalištu na Maloj plaži. Manifestaciju je po prvi put organizovala Turistička organizacija Ulcinj u saradnji sa lokalnim ugostiteljima i partnerima. „Dan ulcinjskih gambora“ realizovan je u okviru tradicionalne manifestacije „Svi za turizam“, sa ciljem da se simbolično obilježi zvaničan početak ljetnje turističke sezone u Ulcinju kroz promociju lokalne gastronomije, kulture i muzičkog stvaralaštva. Centralni motiv manifestacije bili su gambori, jedan od najprepoznatljivijih morskih specijaliteta ulcinjskog kraja. Posjetioci su imali priliku da degustiraju gambore pripremljene na različite načine, uz bogat muzički program. Na ovaj način promovisani su ulcinjski gambori kao jedan od najcjenjenijih morskih specijaliteta južnog Jadrana, poznati po svom bogatom ukusu i nježnoj teksturi, koji se tradicionalno love u priobalnom području Ulcinja. Manifestacija je dodatno istakla značaj dugogodišnje tradicije ulcinjskih ribara i kuvara u pripremi gambora, koji danas predstavljaju neizostavan dio lokalne gastronomske ponude i autentičan ukus Mediterana.



Art dolcinium festival

Turistička organizacija Ulcinj organizovala je Međunarodnu likovnu koloniju „Dulcigno Art – Art Dulcinium“, koja se ove godine održala od 17. do 21. septembra 2025. u hotel Palata Venecija, u srcu ulcinjskog Starog grada. Svečano otvaranje izložbe je održano 18. septembra u 18:00h, kada su predstavljeni radovi učesnika, a organizovana je i prezentacija umjetnika.

Na ovogodišnjoj koloniji učestvovali su umjetnici iz više od 20 zemalja, među kojima su bile SAD, Brazil, Indija, Kina, Tajland, Vijetnam, Egipat, Maroko, Engleska, Njemačka, Poljska, Italija, Turska, Albanija, Slovenija, Srbija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Kosovo, Sjeverna Makedonija i Crna Gora. Većina učesnika bili su afirmisani umjetnici, dok su neki bili i ugledni profesori likovne umjetnosti. Radovi su izrađeni u formatu 70x50 cm, pri čemu je svaki umjetnik imao slobodu da se likovno izrazi na svoj jedinstven način. Cilj kolonije bio je da Ulcinj postane prepoznat kao grad inspiracije i umjetnosti, gdje stvaralaštvo umjetnika doprinosi razvoju kulturnog turizma i jača međunarodnu prepoznatljivost grada. Kroz ovaj projekat, grad je uspješno povezao kulturu i turizam, stvarajući platformu za afirmaciju umjetnosti, ali i promociju Ulcinja kao značajne turističke i kulturne destinacije na međunarodnom nivou.



Ulcinj na platno

Kolonija umjetnika je manifestacija koja se organizuje dugi niz godina a ove godine u hotelu “Lolla” otvorena je VIII Regionalna slikarska kolonija “Ulcinj na platnu” koja je okupila 50 umjetnika iz Crne Gore, Albanije, Srbije, Sjeverne Makedonije, Bosne i Hercegovine i Kosova. Ovu sada već tradicionalnu četvorodnevnu likovnu manifestaciju u Ulcinju organizuje Institut za knjigu i promociju iz Tirane, uz podršku Turističke organizacije Ulcinj. Kolonija je kao i do sada, tematska – u fokusu umjetnika je pejzaž, odnosno njihov doživljaj prirodnih ljepota i kulturno-istorijskih spomenika drevnog Ulcinja.



Sweet December

Na osnovu Plana programa za 2025. godinu, u saradnji sa Opštinom, Turistička organizacija Ulcinj po četvrti put organizovala je manifestaciju „Sweet December“, koja je održana od 23. decembra do 7. januara.

Uz defile i raznovrstan muzički program, otvorene su i novogodišnje kućice, koje su predstavljale važan dio praznične čarolije u Ulcinju. Ove godine manifestacija je organizovana na potpuno novoj lokaciji ispred Opštine, uz postavku brojnih kućica, čime je stvoren atraktivan i privlačan ambijent za građane i posjetioce.

Svi učesnici i posjetioći imali su priliku da osjete duh božićnih i novogodišnjih praznika, uživajući na šetalištu otvorenog srca sa porodicama i prijateljima. Program je kreiran u skladu sa statistikom dolazaka turista u naš grad, uz želju da se postigne balans muzičkih i kulturnih sadržaja.

Tokom manifestacije uključeni su svi muzički žanrovi, od klasične i tradicionalne muzike, preko džez, pop, elektronske i narodne, tako da su svi posjetioći mogli pronaći sadržaj prema svom ukusu. Na programu su nastupali: Adi Šoš, grupa Fisniket, grupa Elita 5, Sinan Vllasaliu, Anxhela Peristeri, kao i brojni lokalni umjetnici.

Posebno mjesto zauzeo je Dječiji festival u organizaciji Centra za kulturu, tokom kojeg su naši najmlađi imali priliku da učestvuju u raznim dječijim predstavama, koncertima, folklornim nastupima, kreativnim radionicama i sportskim dešavanjima. Takođe je postavljen i dječiji karusel, čime je manifestacija dodatno obogatila sadržaj za porodice.

Smatramo da je ova manifestacija bila značajno uspješnija od prošlogodišnje, ispunivši sva očekivanja u svakom pogledu. Grad je tokom praznične sezone izgledao ljepše, a novogodišnja rasvjeta je realizovana na visokom nivou.

Ovaj uspjeh potvrđuje da smo na pravom putu u nastojanju da Ulcinj živi tokom cijele godine i da se svake godine unapređuje kvalitet i raznovrsnost programa manifestacije „Sweet December“.



Ulcinj Ulqini Trail



Ulcinj/Ulqini trail je maraton koji udruženje Bijte e Shestanit i uz podršku Turističke organizacije Ulcinja organizuju treću godinu zaredom, koji je ove godine podignut na još viši nivo. Na ovom maratonu učestvovalo je oko 145 takmičara iz svih zemalja regiona, ali i iz Ulcinja, a upravo je glavni cilj bio da se u Ulcinju dovedu ljudi koji vole sport i prirodu. Maraton je bio podijeljen u dvije grupe, na 10 kilometara, a ostali 21 kilometar. Maraton je počeo od Starog grada, da bi se nastavilo obalom do Velike plaže. Na kraju ovog maratona upriličen je koktel za sve učesnike na kojem su imali priliku da degustiraju tradicionalnu ulcinjsku hranu.

Turistička organizacija Ulcinja ove godine je podržala organizaciju ovog maratona.

Dan Opštine Ulcinj – Konferencija za naučna istraživanja



U Ulcinju uspješno realizovana XVII Međunarodna naučna konferencija na temu „Uloga tehnologije i inovacija u razvoju održivog turizma u kontekstu klimatskih promjena i prostornog planiranja“, u organizaciji Opštine Ulcinj i Instituta za naučna istraživanja i razvoj – Ulcinj, uz podršku Turističke organizacije Ulcinj. Konferencija je okupila brojne istraživače i naučnike iz zemlje i regiona, koji su kroz svoja izlaganja i radove dali vrijedan doprinos razmjeni znanja, iskustava i ideja u oblasti održivog turizma, inovacija i prostornog planiranja u kontekstu klimatskih

izazova. Tokom događaja otvorene su važne teme relevantne za razvoj Ulcinja kao održive turističke destinacije, a učesnici su razmatrali rješenja i preporuke koje mogu biti primjenjene u lokalnim i regionalnim strategijama razvoja.

Virtuozi klasične muzike



U Muzičkoj školi Ulcinj tokom 2025. godine održani su koncerti klasične muzike na kojima su nastupili renomirani profesori i talentovani učenici. Ovi programi predstavljaju vrijedan doprinos kulturnom životu grada, omogućavajući publici da uživa u izvedbama vrhunskih umjetnika i mladih talenata koji svoje obrazovanje stiču u Ulcinju. Turistička organizacija Ulcinj podržala je realizaciju ovih koncerata u okviru aktivnosti usmjerenih na unapređenje kulturne ponude i promociju Ulcinja kao destinacije bogate umjetničkim sadržajima. Kroz ovakve inicijative, grad dodatno jača svoj identitet kao sredina koja njeguje kulturu, umjetnost i stvaralaštvo, čime se

Ulcinj sve više pozicionira ne samo kao primorska turistička destinacija, već i kao rastući centar kulturnih događaja.

Old timer fest



Old Timer Fest 2025 održan je u Ulcinju i ove godine privukao veliki broj posjetilaca i ljubitelja oldtajmera. 21. juna 2025., gosti najjužnijeg primorskog grada imali su priliku da uživaju u spektakularnom defileu oldtajmera, koji je počeo u jutarnjim satima ispred hotela Llolla, a kolona automobila prodefilovala je kroz centar grada i zaustavila se na Maloj plaži, gdje su posjetioci mogli da razgledaju i fotografišu jedinstvene automobile.

Turistička organizacija Ulcinj i ove godine je, u skladu sa Planom programa, bila jedan od sponzora

ove tradicionalne manifestacije, pružajući finansijsku podršku organizaciji događaja koji već dugi niz godina promoviše kulturu, tradiciju i turistički potencijal Ulcinja.

Međunarodni Sajam knjiga



Sajam knjiga u Ulcinju 2025 održan je od 27. do 31. jula na pijaci suvenirna, gdje je na poseban način obilježeno njegovo 24. izdanje otkako se tradicionalno organizuje u našem gradu. Ovogodišnji Sajam ponovo je potvrdio svoju važnost kao jedan od ključnih kulturnih događaja u Ulcinju, okupljajući ljubitelje pisane riječi, autore, izdavače, kulturne radnike i sve one koji promovišu književnost i čitalačku kulturu. Tokom pet dana, posjetioci su imali priliku da uživaju u bogatom programu koji je uključivao promocije knjiga,

susrete sa autorima, radionice i tematske razgovore. Sajam knjiga 2025 svečano je otvoren na prostoru pijace suvenirna, koja je svojim ambijentom doprinijela toploj, otvorenoj i dostupnoj atmosferi ovog kulturnog okupljanja. U nastavku programa, posebnu pažnju privukle su promocije savremenih autora iz regiona, razgovori o savremenim književnim tokovima, kao i aktivnosti namijenjene mladima i najmlađima, sa ciljem podsticanja ljubavi prema knjizi.

Međunarodni sajam suvenirna



Sajam koji je postao tradicija u našem gradu i organizuje se nekoliko puta godišnje u organizaciji Globus Art i uz podršku TO i Opštine Ulcinj. Cilj ove manifestacije koja je poprimila međunarodni karakter jeste promovisanje starih zanata, ručne radinosti i vrijednosti, kao i omogućavanje svih ljudi koji se bave ovim stvarima da izlažu svoje radove svim građanima i gostima koji se nalaze u tom trenutku kod nas i upoznavanje sa istorijskim i kulturnim nasljeđem Crne Gore. Na ovom sajmu je uzelo učešće preko 100 izlagača kako iz našeg grada, tako iz zemlje, regiona i šire a izložene su rukotvorine, suveniri, ukrasni i modni

detalji, kozmetički preparati i ostali proizvodi.

Motomeeting



Ulcinj je bio domaćin spektakularne manifestacije Motorijada, koja je okupila ljubitelje motora, adrenalina i dobre zabave iz celog regiona i šire. Ovaj događaj, organizovan na atraktivnim lokacijama u Ulcinju, bio je prava poslastica za sve učesnike i posetioce, pružajući im nezaboravno iskustvo i priliku da uživaju u posebnoj atmosferi ovog primorskog grada. Turistička organizacija Ulcinj je prepoznala značaj Motorijade kao jedinstvenog događaja za promociju grada i pružila podršku u organizaciji. Kroz ovu inicijativu, TO Ulcinj je istakla Ulcinj kao destinaciju koja nudi ne samo prirodne lepote, već i bogat program manifestacija namenjenih različitim ciljnim grupama. Motorijada u Ulcinju je još jedan dokaz da grad ima kapacitet da bude domaćin velikih i atraktivnih događaja. Uz podršku

Turističke organizacije Ulcinj, ova manifestacija je ostavila snažan utisak na sve učesnike i posetioce, dodatno promovišući Ulcinj kao dinamičnu i uzbudljivu destinaciju

Kalimera poetike



Kalimera Poetike“ ostaje najznačajnija književna manifestacija Albanaca u Crnoj Gori i jedna od vodećih u albanskom kulturnom prostoru, što potvrđuje i duga tradicija ugošćavanja najistaknutijih književnika, pjesnika i stvaralaca iz regiona i šire. Kao takva, manifestacija i ove godine nastavila je svoju misiju afirmisanja savremenog književnog stvaralaštva, predstavljajući publici najvrednije domete književnosti albanskog govornog područja, Balkana i međunarodne scene. Izdanje za 2025. godinu održano je na tri autentične lokacije u opštini Ulcinj – Muzeju

Ulcinja, Knjižari „Ulqini“ i Etnografskom muzeju u naselju Draginë. Time je manifestacija, pored književnog programa, dodatno istakla značaj očuvanja i prezentacije bogatog istorijsko-kulturnog nasljeđa grada, kao i njegovog turističkog potencijala.

Dječiji Festival



26. decembra 2025. godine, u Ulcinju je održan 18. Festival dječje pjesme, kulturna manifestacija koja već godinama predstavlja jedan od najomiljenijih i najznačajnijih događaja za djecu i njihove porodice. Ovogodišnje izdanje obilježilo je poseban trenutak u istoriji festivala, jer je po prvi put organizovano na otvorenom prostoru, čime je manifestacija dobila novu umjetničku i festivalsku dimenziju, kao i neposredniju povezanost između scene, publike i grada. Festival je realizovan u organizaciji Centra za kulturu Ulcinj, uz

podršku Opštine Ulcinj, Ministarstva kulture i medija i Turističke organizacije Ulcinj. Ostale kulturno, zabavne i sportske manifestacije

Ostale kulturno zabavne i sportske manifestacije

✓ Rastimo uz ples



Manifestacija "Rastimo uz ples" je događaj namijenjen promovisanju fizičke aktivnosti, socijalizacije i kreativnog izražavanja kroz ples. Ova manifestacija često okuplja djecu, mlade i odrasle, pružajući im priliku da kroz plesne koreografije razvijaju svoje talente i jačaju osjećaj zajedništva. Manifestacija "Rastimo uz ples" je međunarodni program namijenjen djeci predškolskog uzrasta, koji se tradicionalno održava uoči Međunarodnog dana djeteta, 1. juna. U Podgorici je 28. maja 2024. godine održan događaj u okviru ovog programa, gdje su učestvovalе javne i privatne predškolske ustanove. Iz Ulcinja na ovoj manifestaciji je učestvovala predškolska ustanova Arushi PU, koju je Turistička Organizacija Ulcinj finansijski podržala.

✓ Dani diaspore



Ova manifestacija je poprimila međunarodni karakter i organizuje se već dugi niz godina koja okuplja veliki broj kako turista tako i naših iseljenika koji žive u različitim zemljama svijeta i koji imaju mogućnost da se međusobno upoznaju i da se zabave. Naša dijaspora je mnogo pomogla našem regionu i tražimo od njih da dođu i da investiraju još više sa ciljem razvoja ovog djela. Dijaspore je s pravom ponos i nada zemlje. Dijaspore je veliko blago kulture i tradicije ali i prijateljstva sa mnogim zemljama poručili su organizatori ove manifestacije. Turistička Organizacija je i ove godine pružila finansijsku podršku realizaciji ove manifestacije.

✓ Komedia Buongiorno



Komedia "Buongiorno", koju su izveli lokalni glumci, nije ostavila nikoga ravnodušnim i publika ju je nagradila dugotrajnim aplauzom. Predstava je izazvala pozitivne reakcije kako kod građana, tako i kod gostiju, potvrđujući kvalitet i profesionalizam izvođača. Gluma i interakcija s publikom doprinijeli su dinamičnom i zabavnom tijeku predstave. Režiserka predstave je Edina Mustafiq Avdiu, dok su scenografija i kostimografija realizovane pod rukovodstvom Jetmire Hoxhe. Producent komedije je Munib Abazi, koji istovremeno vodi i "Teatar Teuta". Ova predstava predstavlja značajan doprinos kulturnom životu Ulcinja, kao i afirmaciji lokalne glumačke scene i teatarskih produkcija, jačajući kulturnu ponudu grada i pružajući kvalitetan sadržaj za sve uzraste. Turistička Organizacija Ulcinj je pružila finansijsku podršku realizaciji ove komedije.

✓ Zvuci sa rive



Na festivalu „Zvuci sa Rive“ pozornica je zasijala snagom 120 glasova, stvarajući impresivan muzički doživljaj za sve posjetioce. Hor JU „Zahumlje“ iz Nikšića i festivalski hor, sastavljen od horova „BujArt“ iz Tirane, Gradskog hora Pljevlja i JU „Zahumlje“, udružili su snage i izvedbom zajedničke pjesme ostavili nezaboravan trag u srcima publike. Kombinacija različitih horskih ansambala doprinijela je bogatom zvuku, harmoniji i emociji, dok je profesionalna interpretacija i zajednički trud izvođača dodatno istakla kvalitet i značaj festivala.

Ovaj događaj je ne samo obogatio kulturni život Ulcinja, već je i afirmisao međunarodnu saradnju među horskim ansamblima, jačajući reputaciju grada kao centra za muziku i kulturne manifestacije.

✓ Zagrebački komorni orkestar



Zagrebački komorni orkestar nastupio je 19. septembra 2025. u Muzeju Stari grad Ulcinj, pružajući publici nezaboravan muzički doživljaj. Koncert je okupio ljubitelje klasične muzike i domaću publiku, koja je imala priliku da uživa u bogatom repertoaru izvedenom od strane vrhunskih muzičara. Ovaj događaj je dodatno obogatio kulturnu ponudu Ulcinja i potvrdio status grada kao centra umjetnosti i muzike, spajajući istorijsko okruženje Muzeja Stari grad sa vrhunskom izvođačkom kvalitetom. Turistička Organizacija Ulcinj po prvi put

je pružila finansijsku podršku realizaciji ovog koncerta koji se inače po prvi put održao u našem gradu.

✓ Biciklistička tura Dritan Kurti



Ulcinj je ponovo pokazao svoj potencijal kao destinacija koja promoviše sportski i rekreativni turizam organizacijom biciklističke ture pod nazivom „Dritan Kurti“. Ova sportska manifestacija, koja okuplja ljubitelje biciklizma iz različitih krajeva, predstavlja značajan događaj za razvoj aktivnog turizma i promociju prirodnih lepota Ulcinja. Turistička organizacija Ulcinj prepoznala je značaj ove biciklističke ture i pružila punu podršku njenoj realizaciji. Kroz ovu aktivnost, TO Ulcinj dodatno doprinosi promociji

zdravog načina života, sportskog duha i održivog turizma. Biciklistička tura „Dritan Kurti“, uz podršku Turističke organizacije Ulcinj, pokazala je da Ulcinj nije samo destinacija za odmor već i mesto koje podstiče aktivan i zdrav način života. Ovaj događaj je još jedan korak ka unapređenju turističke ponude i jačanju imidža Ulcinja kao idealne destinacije za ljubitelje sporta i prirode.

✓ Koncert Armend Rexhepagiq



U posebnoj ljetnjoj atmosferi, na Velikoj skeli u Ulcinju održan je emotivan koncert poznatog pjevača Armenda Redžepagića. Veliki broj građana Ulcinja i brojni gosti okupili su se pored mora kako bi uživali u večeri ispunjenoj muzikom, nostalgijom i pozitivnom energijom. Tokom koncerta, poznati pjevač izveo je najveće hitove iz svoje karijere, kao i nove pjesme koje je publika s oduševljenjem prihvatila. Prisutni su često aplauzima i zajedničkim pjevanjem pratili nastup, stvarajući živu i toplu atmosferu koja je pokazala ljubav i poštovanje koje ovaj umjetnik uživa dugi

niz godina. Ovaj koncert, organizovan od strane Opštine Ulcinj, Turističke organizacije i Centra za kulturu, u saradnji sa Ministarstvom za dijasporu, bio je jedan od najistaknutijih kulturnih događaja ovog ljeta u Ulcinju. Događaj je okupio ljude svih generacija da uživaju u muzici i da izbliza osjete magiju nastupa jednog renomiranog umjetnika.

✓ Naučna sesija



Turistička organizacija Ulcinja je tokom 2025. godine pružila podršku aktivnostima Udruženja „Ora“, koje je obilježilo 20 godina od osnivanja organizovanjem naučne sesije. Naučna sesija je održana 11. i 12. aprila 2025. godine na području Ane Malit i u hotelu „Mediteran“. Cilj naučne sesije bio je da se osvijetle različiti aspekti istorijskog, društvenog i kulturnog razvoja Ane Malit, područja koje je, usljed složenih istorijskih i političkih okolnosti, često bilo primorano da živi i razvija se u uslovima podijeljenosti. U okviru programa, prikazan je i dokumentarni film „Malim

koracima ka velikim tragovima“, posvećen dvadesetogodišnjem radu Udruženja „Ora“, koji je na simboličan način predstavio kontinuitet i značaj njegovog djelovanja. Takođe, organizovana je i retrospektivna foto-izložba koja je kroz vizuelni prikaz obuhvatila najznačajnije aktivnosti i projekte Udruženja realizovane tokom proteklih godina.

✓ Festival kafe



Manifestacija je predstavljala jedinstven kulturno-turistički događaj u Ulcinju, sa ciljem očuvanja, promocije i revitalizacije stare tradicije pripreme kafe na autentičan, zanatski način. Tokom manifestacije, posjetioci su imali priliku da se upoznaju sa kompletnim procesom tradicionalne pripreme kafe, uključujući prženje kafe na otvorenoj vatri, ručno tucanje u kamenom avanu, kao i mljevenje na ručnom mlinu, čime je na neposredan način predstavljena vrijedna nematerijalna kulturna baština ovog područja. Pored tradicionalnog segmenta, program manifestacije je bio obogaćen raznovrsnim muzičkim i

umjetničkim sadržajima koji su događaju dali svečani i atraktivan karakter.

✓ Izrada i štampanje knjiga

Turistička organizacija Ulcinj tokom 2025. godine kontinuirano je pružala podršku u izradi i štampanju knjiga koje predstavljaju značajan doprinos promociji lokalne kulture, gastronomije, prirodnih resursa i turističke ponude Ulcinja. Tokom godine, TO Ulcinj je sarađivala sa autorima, istraživačima i kulturnim institucijama kako bi rezultati njihovog rada bili dostupni širem auditorijumu, ali i kako bi doprinijeli razvoju kulturnog i turističkog sadržaja grada.

Posebna pažnja posvećena je publikacijama koje se bave lokalnom gastronomijom, kroz knjige koje prikazuju tradicionalne recepte, autohtone namirnice i kulinarske specijalitete Ulcinja. Na ovaj način promovisani su autentični ukusi mediteranske kuhinje i bogato kulinarsko nasljeđe koje Ulcinj može ponuditi turistima.

TO Ulcinj je takođe podržala projekte koji prikazuju portrete lokalnih ličnosti, umjetnika i zanatlija, čime se čuva i prenosi kulturna memorija zajednice, ali i doprinosi stvaranju autentične turističke priče o ljudima i tradiciji Ulcinja.

Osim toga, organizacija je pomogla u izradi knjiga posvećenih maslinarstvu i uzgoju maslina, koje predstavljaju jedan od najprepoznatljivijih lokalnih resursa i turističkih aduta. Publikacije su obuhvatile istorijat maslinarstva, tradicionalne metode obrade maslina i značaj maslinovog ulja u lokalnoj kuhinji i kulturi.

Poseban fokus bio je i na prirodne ljepote Ulcinja – knjige koje predstavljaju more, obalu i priobalna područja omogućile su turistima i posjetiocima da bolje upoznaju i cijene prirodne resurse, ali i da se inspirišu za posjete i aktivnosti u prirodi.

Turistička organizacija Ulcinj će i ubuduće podržavati ovakve projekte, jer oni doprinose ne samo kulturnoj promociji, već i direktno obogaćuju turističku ponudu, jačaju prepoznatljivost destinacije i promovišu Ulcinj kao grad bogat istorijom, gastronomijom, prirodnim ljepotama i kulturnim nasljeđem.

✓ Podrška sportskim klubovima

Tokom cijele godine pruža se podrška lokalnim sportskim klubovima kroz:

- Finansijsku podršku: Podrška u organizaciji takmičenja, nabavci opreme i održavanju sportskih terena.
- Promociju aktivnosti: Vidljivost sportskih klubova kroz promotivne kanale Turističke organizacije, uključujući društvene mreže i događaje.
- Saradnju u organizaciji kampova i treninga: Privlačenje sportskih ekipa i individualaca za pripreme i treninge u Ulcinju, uz korištenje lokalnih sportskih kapaciteta.

Organizacija sportskih manifestacija

Sportske manifestacije igraju ključnu ulogu u promociji Ulcinja kao destinacije pogodnog za sportski turizam. Turistička organizacija pruža podršku kroz:

- Suorganizaciju i logistiku: Pomoć u organizaciji međunarodnih i lokalnih sportskih događaja, poput turnira, maratona i sportova na vodi.
- Promociju događaja: Informisanje javnosti o sportskim manifestacijama putem promotivnih materijala, društvenih mreža i medija.
- Povezivanje sa turističkom ponudom: Kroz manifestacije, promocija lokalne kulture, gastronomije i prirodnih atrakcija.

Kroz podršku sportskim klubovima i manifestacijama, Ulcinj se pozicionira kao destinacija koja nudi aktivan odmor i sportske sadržaje tokom cijele godine.

1.3.Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda I unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda

Pranvera ne Ane te Malit



Izdanje manifestacije „Pranvera ne Ane te malit“ 2025 realizovano je kao poseban kulturni događaj koji je posjetioce vratio njegovim istorijskim i duhovnim korijenima. Održano na simboličnom lokalitetu Šasa, mjestu gdje je manifestacija i započela, ovogodišnje izdanje donijelo je refleksivnu atmosferu, stavljajući u fokus kolektivno pamćenje, kulturni identitet i neraskidivu vezu čovjeka s prostorom. Proljeće je predstavljeno ne samo kao godišnje doba, već i kao simbol obnove, kontinuiteta i nade. Program je obilježen suptilnijim umjetničkim izrazom, u kojem su riječ, umjetnost i ljudska interpretacija imali centralnu ulogu, stvarajući prostor za miran dijalog između prošlosti i sadašnjosti. Kroz kulturne i sportske sadržaje, manifestacija je okupila učesnike iz Anamalja i šireg regiona, jačajući duh saradnje, prijateljstva i regionalne povezanosti. Manifestacija „Pranvera ne Ane te malit 2025“ još jednom je potvrdila svoj značaj u očuvanju tradicije i kulturnog naslijeđa, istovremeno se prilagođavajući savremenom trenutku i dajući novo značenje univerzalnim vrijednostima zajedništva i suživota.

Aktivni turizam

Ulcinj je destinacija u kojoj se na jedinstven način susreću more, rijeka, jezero, pješčane plaže, lagune, solana, maslinjaci i brdski pejzaži, stvarajući idealne uslove za boravak u prirodi i aktivan odmor. Upravo ta raznovrsnost reljefa i ekosistema omogućava razvoj različitih oblika aktivnog turizma, prilagođenih kako rekreativcima tako i profesionalcima.

Posebno mjesto u ponudi zauzima Velika plaža, jedna od najdužih pješčanih plaža na Jadranu, prepoznata na međunarodnom nivou kao izuzetna destinacija za kitesurfing. Zahvaljujući stabilnim vjetrovima, plitkom moru i prostranom obalnom pojasu, Velika plaža je idealna kako za početnike tako i za iskusne sportiste. Tokom sezone ovdje djeluje više licenciranih škola kitesurfinga, a sve veće interesovanje gostiju iz Evrope potvrđuje da Ulcinj postaje regionalni centar ovog sporta. Pored kitesurfinga, razvijaju se i drugi sportovi na vodi poput windsurfinga, kajaka, stand up paddlinga i rekreativnog jedrenja.

Rijeka Bojana dodatno obogaćuje ponudu aktivnog turizma. Njen miran tok i očuvana priroda čine je savršenom za kajak ture, panoramske vožnje čamcem i sportski ribolov. Delta Bojane predstavlja poseban prirodni ambijent gdje se susreću riječki i morski ekosistem, nudeći autentičan doživljaj za ljubitelje prirode i fotografije. Ovo područje je takođe prepoznato kao atraktivno za eko-turizam i boravak u netaknutoj prirodi.

Ulcinj je poznat i po izuzetnim mogućnostima za pješaćenje i hajking. Brojne staze prolaze kroz maslinjake stare više vjekova, duž obale sa panoramskim pogledima, kao i kroz brdske predjele u zaleđu grada. Poseban prirodni dragulj predstavlja Ulcinjska solana, jedno od najvažnijih staništa ptica u regionu, koje privlači ljubitelje birdwatchinga i istraživače prirode iz cijele Evrope. Raznovrsni pejzaži omogućavaju ture različite težine i dužine, čineći Ulcinj pogodnim kako za rekreativce tako i za zahtjevnije planinare.

Pored toga, područje Ulcinja ima dugu tradiciju sportskog ribolova i lovnog turizma, koji se realizuju u skladu sa važećim propisima i principima održivog upravljanja prirodnim resursima.

Kombinacija morskog, riječnog i jezerskog ribolova dodatno proširuje turističku ponudu i privlači specifične ciljne grupe gostiju.

Turistička organizacija Ulcinj je, prepoznajući ove potencijale, pripremila sveobuhvatan katalog aktivnog turizma koji sadrži detaljne informacije o stazama, sportskim zonama, prirodnim lokalitetima, sezonalnosti, bezbjednosnim preporukama i kontaktima lokalnih organizatora i vodiča. Cilj ovog kataloga je sistematizacija i profesionalna prezentacija cjelokupne ponude aktivnog odmora, kao i jačanje pozicije Ulcinja kao destinacije cjelogodišnjeg turizma.

➤ Aktivni turizam – markiranje staza

Kad je u pitanju aktivni turizam, bili smo jedan od inicijatora i podstakli smo entuzijaste iz planinarskog društva Rumija da osnuju planinarski klub, pa je prošle godine registrovan Planinarski sportski klub "LIPOJA" i sa time su započete aktivnosti u određivanju prioriteta, lociranju i uređenju pješačkih staza. Počelo se prvo na teritoriji grada i prigradskih naselja pa će tokom ove godine biti uređene i planinarske staze u ruralnim djelovima našeg grada. Široj javnosti malo poznate, jer je Ulcinj uglavnom poznat po kupalištima, ali mi imamo veoma atraktivne staze duž planinskog masiva Rumije.

Ove godine je potpisan ugovor sa njima koji su se obavezali da izvrše čišćenje, uređenje, markiranje i redovno održavanje sljedećih planinarskih staza i to stazu Lipoja, u Đeranama, stazu Uljara kao i postavljanje signalizacije u skladu sa važećim planinarskim standardima.

➤ Prezentacija dokumentarnog filma "Česme prošlosti- snaga multikulturalnosti"



U Plavu održana je prezentacija dokumentarnog filma Česme prošlosti - snaga multikulturalnosti, na temu Obogaćenje turističke ponude našeg grada, kulturne i istorijske vrijednosti starih česama i mogućnost valorizacije istih u turističku ponudu. Poslije promocije, zaključak je bio da postoji potreba a i mogućnosti za saradnju u turističku valorizaciju svih prirodnih lepota Ulcinja i Plava. Predstavnik TO Ulcinj je bio prisutan na prezentaciji ovog dokumentarnog filma i imao ozdravnu riječ na održanom panelu.

🌈 Ruralno, održivo, domaćinski – Podsticaj seoskog domaćinstva

U okviru aktivnosti usmjerenih na razvoj ruralnog i održivog turizma, u maju je realizovan program „Ruralno, održivo, domaćinski – podsticaj seoskog domaćinstva“, koji je održan u Etno selu Dragina, jedinom registrovanom etno seoskom domaćinstvu na području Ulcinja. Ovaj projekat ima za cilj promociju ruralne ponude grada i podsticanje održivog turizma kroz prezentaciju autentičnog seoskog života, lokalne tradicije i kulturnih vrijednosti.

Tokom događaja dočekanе su organizovane grupe posjetilaca, a etno selo su, zajedno sa predstavnicima medija, obišli i organizatori manifestacije. Posjetioci su imali priliku da se upoznaju sa svakodnevnim aktivnostima domaćinstva, uživaju u lokalnoj tradicionalnoj kuhinji i dožive autentičnu atmosferu ruralnog života. Poseban akcenat stavljen je na edukaciju i promociju lokalnih običaja, proizvoda i potencijala za razvoj turističke ponude Anamalskog područja.

Rekonstrukcija vidikovca

Turistička organizacija Ulcinj je tokom 2025. godine realizovala rekonstrukciju vidikovca na području Valdanosa, sa ciljem unapređenja bezbjednosti posjetilaca i poboljšanja ukupnog turističkog ambijenta. U okviru radova izvršena je zamjena starih ograda novim, modernim i sigurnim ogradama, prilagođenim standardima zaštite i estetici prirodnog okruženja.

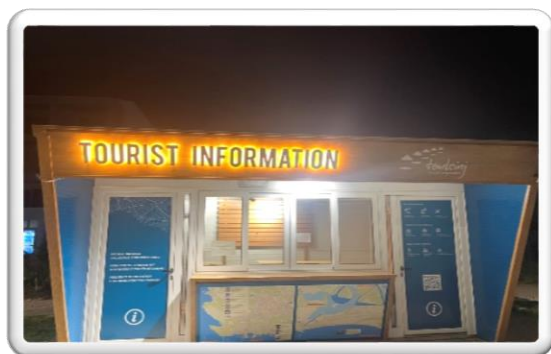
Vidikovac Valdanos predstavlja jednu od najatraktivnijih turističkih lokacija Ulcinja, poznatu po pogledu na Jadransko more, maslinjake i priobalnu liniju. Rekonstrukcija je omogućila da posjetioci uživaju u sigurnijem i prijatnijem boravku, dok su nove ograde dizajnirane tako da ne narušavaju vizuelni doživljaj pejzaža.

Ovim projektom TO Ulcinj nastavlja praksu ulaganja u turističku infrastrukturu, unapređujući kvalitet turističke ponude i pružajući bolje iskustvo svim gostima. Rekonstrukcija vidikovca Valdanos dodatno doprinosi promociji Ulcinja kao destinacije koja neguje prirodne ljepote i sigurnost svojih posjetilaca.



Rekonstrukcija Turističkih informativnih biroa

Turistička organizacija Ulcinj je tokom 2025. godine realizovala i uvela novi, savremeni dizajn informacionih punktova, čime je značajno unaprijeđen kvalitet usluga namijenjenih turistima i posjetiocima. Novi vizuelni identitet osmišljen je tako da bude atraktivan, funkcionalan i lako prepoznatljiv, uz poseban akcenat na boje koje simbolizuju Ulcinj. Dominantna plava boja, inspirisana morem i mediteranskim ambijentom grada, dodatno doprinosi osjećaju otvorenosti, svježine i dobrodošlice, dok moderni elementi dizajna podižu ukupni standard turističke ponude.



Dani bamije



Venecija", a partneri u realizaciji su Opština Ulcinj, Turistička organizacija Ulcinj i Ministarstvo turizma Crne Gore. Organizacija je uvijek velika, a ove godine još veća zato što je proširena na tri lokacije. Mi podržavamo sve autentične, specifične i tradicionalne proizvode. Bamija je jedan od 11 zaštićenih proizvoda.

Dani Ulcinjske lubenice



Ulcinj je već decenijama prepoznat kao grad sa snažnom tradicijom u proizvodnji lubenice, a upravo iz te tradicije proistekla je ideja organizacije ove manifestacije, čiji je osnovni cilj očuvanje i unapređenje višegodišnjeg znanja u kultivisanju lubenice, kao i promocija naših lokalnih proizvođača kao ključnih nosilaca autentičnih domaćih proizvoda. Manifestacija je prvi put organizovana u saradnji sa Opštinom Ulcinj, odnosno Sekretarijatom za poljoprivredu, uz punu podršku

Ljetnja scena



naših vrijednih poljoprivrednika. Ove godine manifestacija je uspješno održana ponovo, ovoga puta na pijaci suvenira, koja je svojim ambijentom dodatno doprinijela autentičnosti događaja. Događaj je privukao veliki broj građana i posjetilaca, koji su imali priliku da uživaju u prezentaciji najkvalitetnijih ulcinjskih lubenica, degustacijama, promotivnim štandovima i druženju sa proizvođačima.

Tradicionalna manifestacija "Dani bamije", osma po redu, održana je u Starom gradu Ulcinju. Centralni događaj manifestacije je upriličen u hotelu "Palata Venecija", gdje se održalo tradicionalno takmičenje prijavljenih ekipa u pripremanju raznih jela od bamija. Prvi put, ove godine manifestacija je osim u hotelu "Palata Venecija", održana i na još dvije lokacije u Starom gradu – na trgu kod muzeja i na trgu kod donjeg ulaza u tvrđavu. Manifestacija je projekat NVO za uzgoj i promociju bamije, koja je i inicijator događaja zajedno sa hotelom "Palata

Ulcinj je tokom ljeta 2025. godine postao epicentar kulturnih dešavanja zahvaljujući manifestaciji „Letnja scena“, koja je okupila ljubitelje muzike, pozorišta, filma i drugih umjetničkih izraza. Program je održan u prestižnom ambijentu Muzeja Stari grad Ulcinj, gdje su posjetioci mogli da uživaju u raznovrsnim programima na otvorenom, spajajući zabavu i kulturu u nezaboravne ljetnje večeri. Manifestacija je privukla punu publiku, dok su kvalitetan program i profesionalni nastupi umjetnika dodatno istakli

Podsticaj i podrška sportskom turizmu

Sportski turizam predstavlja važan segment razvoja turizma, jer doprinosi produženju turističke sezone, povećanju posjeta i promociji destinacije. Ulcinj, sa svojim prirodnim resursima i povoljnim klimatskim uslovima, pruža brojne mogućnosti za razvoj sportskog turizma, čime se dodatno obogaćuje turistička ponuda grada. Turistička organizacija Ulcinj prepoznaje značaj sportskih aktivnosti kao atraktivnog sadržaja za domaće i strane turiste. Kroz promociju sportskih manifestacija, organizaciju takmičenja i saradnju sa sportskim klubovima i udruženjima, nastoji se privući veći broj posjetilaca i stvoriti prepoznatljiv imidž Ulcinja kao destinacije pogodnog za aktivni odmor. Turistička organizacija Ulcinj prepoznaje značaj sportskih klubova i manifestacija kao važnog segmenta za razvoj sportskog turizma i promociju destinacije. Aktivna podrška sportskim organizacijama, takmičenjima i događajima doprinosi ne samo razvoju sporta, već i privlačenju većeg broja posjetilaca u različitim periodima godine, čime se turistička sezona značajno produžava.

Podrška sportskom turizmu ogleda se i u podsticanju ulaganja u sportsku infrastrukturu, promociji specijalizovanih programa i organizaciji međunarodnih sportskih događaja, koji dodatno doprinose vidljivosti destinacije. Razvoj sportskog turizma ima pozitivan uticaj na lokalnu ekonomiju, privlačenje novih tržišta i promociju zdravog načina života, što ga čini jednim od prioriteta u razvoju održivog turizma u Ulcinju.

➤ Dani kublje



Tradicionalna manifestacija „Dani Kuble“ uspješno je realizovana u subotu, 17. maja 2025. godine, na Maloj plaži, u neposrednoj blizini Gradskog parka, u organizaciji Turističke organizacije Ulcinj, uz podršku Opštine Ulcinj. Cilj manifestacije bio je očuvanje i promocija ribarske tradicije i mediteranskog duha Ulcinja, kroz kulturno-zabavni program i zajedničko okupljanje građana, gostiju i ljubitelja morske kuhinje i muzike. Događaj je doprinio afirmaciji lokalnih običaja i nematerijalne kulturne baštine, kao i obogaćivanju turističke

ponude grada. Program je započeo u 20:00 časova, dok je u 21:00 čas uslijedio muzički dio večeri, tokom kojeg su nastupili Grupa Burimi i Pljevaljski tamburaši. Njihov raznovrstan muzički repertoar upotpunio je autentičnu atmosferu manifestacije i doprinio velikom interesovanju i posjećenosti publike.

➤ Mundijal prijateljstva



Manifestacija „Ulcinjski Mundijal prijateljstva“ uspješno je realizovana po četvrti put u periodu od 26. do 28. septembra 2025. godine u Ulcinju, u organizaciji Organizacionog odbora manifestacije, uz podršku partnera, institucija i sponzora. „Mundijal prijateljstva“ predstavlja jedinstvenu manifestaciju koja prevazilazi okvire sportskog događaja, afirmišući vrijednosti zajedništva, dijaloga, tolerancije, mira i multikulturalnosti. Tokom tri dana trajanja, Ulcinj je bio

domaćin brojnim sportistima, umjetnicima, kulturnim radnicima, paraolimpijcima, novinarima, djeci, mladima i gostima iz cijelog regiona, čime je grad još jednom potvrđen kao otvorena i inkluzivna sredina. Ovogodišnje izdanje karakterisao je izuzetno bogat i raznovrstan program, koji je obuhvatio sportska takmičenja, filmske projekcije i premijere, književne promocije, kao i međunarodni umjetnički festival.

➤ Lignjada



Tradicionalna manifestacija „Lignjada“ uspješno je realizovana 1. novembra 2025. godine na Maloj plaži u Ulcinju, u organizaciji Turističke organizacije Ulcinj. Manifestacija je okupila veliki broj učesnika i posjetilaca, afirmišući gastronomsku ponudu, ribarsku tradiciju i mediteranski duh grada. Kroz takmičenje u lovu na lignje, njihovo prženje i degustaciju, posjetiocima je ponuđen autentičan doživljaj lokalne kuhinje i običaja, uz poseban akcenat na druženje i zajedničku atmosferu. Program je protekao u izuzetno

pozitivnom ambijentu, uz bogatu gastronomsku ponudu i veliki interes publike. Muzički dio manifestacije dodatno je obogatio cjelokupan događaj, a nastup Asa Voce doprinio je dobroj atmosferi i zadovoljstvu posjetilaca. Realizacijom manifestacije „Lignjada“ dodatno je obogaćena postsezonska turistička ponuda Ulcinja, te je potvrđen značaj ovakvih događaja u promociji lokalne gastronomije, tradicije i destinacije kao atraktivne tokom cijele godine.

➤ Kitesurf Fest



KiteSurf Fest je dvodnevna sportsko-promotivna manifestacija koja obuhvata takmičarski segment i bazar lokalnih plažnih brendova. Manifestacija je ove godine održana na Kabanya Kitesurf plaži, na Velikoj plaži u Ulcinju, i predstavlja značajan događaj u oblasti sportskog i aktivnog turizma. Ovogodišnje izdanje okupilo je veliki broj posjetilaca, pretežno mladih ljudi, rekreativaca i zaljubljenika u more, vjetar i aktivan stil života. U poređenju sa prethodnim godinama, događaj je u avgustu podignut na viši organizacioni i programski nivo, uz učešće renomiranih regionalnih kitesurf rajdera iz Grčke, Italije, Hrvatske i Španije. Poseban doprinos kvalitetu manifestacije dali su profesionalna produkcija promotivnog video materijala, kao i snažna online i društveno-mrežna promocija, čime je značajno proširen domet događaja. Poseban akcenat stavljen je na promociju Velike plaže i grada Ulcinja kao atraktivne

destinacije za sportski i avanturistički turizam. U sklopu događaja organizovan je i bazar lokalnih plažnih i lifestyle brendova, čime je pružena direktna podrška lokalnim preduzetnicima. Na ovaj način podstaknuta je promocija domaćih proizvoda, povećana njihova vidljivost i stvorena prilika za direktan kontakt sa publikom. Turistička organizacija Ulcinj je pružila finansijsku podršku realizaciji ovog sortskog događaja

Jesenja korpa

Jesenja korpa 2025, tradicionalni festival koji spaja ekologiju, poljoprivredu i turizam, održana je od 28. do 29. oktobra u Parku Zenelaj u Ulcinju. Ovaj događaj, koji se održava treću godinu zaredom, postao je prepoznatljivo okupljalište za sve generacije, različite nacionalnosti i vjerske pripadnosti, pružajući posjetiocima jedinstvenu priliku da se upoznaju sa bogatom ponudom domaćih i zanatskih proizvoda lokalnih proizvođača.

Tokom dva dana festivala, posjetioci su imali priliku da učestvuju u raznovrsnom kulturno-zabavnom programu, koji je obuhvatao nastupe folklornih ansambala, lokalnih muzičkih bendova i estradnih umjetnika. Poseban koncertni nastup imala je grupa Lanterna, čiji su nastupi dodatno doprinosili živahnoj atmosferi manifestacije. Program je bio osmišljen tako da zadovolji sve uzraste, a posebna pažnja bila je posvećena najmlađima, kroz edukativne i kreativne radionice u saradnji sa školama, predškolskim ustanovama i plesnom školom Porta di Danza.

Pored muzičkog i zabavnog dijela, festival je imao i važan edukativni karakter, jer je kroz interaktivne aktivnosti i prezentacije domaćih proizvoda podsticao posjetioce na svjesnost o značaju lokalne proizvodnje, očuvanju tradicije i održivom razvoju ruralnih područja. Posjetioci su mogli da degustiraju sezonske proizvode, da se upoznaju sa načinom izrade zanatskih i rukotvornih predmeta, te da direktno podrže lokalne proizvođače.

Organizatori su posebno istakli značaj umrežavanja turističke, poljoprivredne i kulturne ponude, čime se stvara dodatna vrijednost za razvoj održivog turizma u Ulcinju. Manifestacija Jesenja korpa 2025 pokazala je da grad ima bogat kulturni i prirodni potencijal, te da kroz ovakve inicijative može da promoviše autentične domaće proizvode, tradiciju, kreativnost lokalnih ljudi i jača turističku prepoznatljivost destinacije. Jesenja korpa 2025 još jednom je potvrdila da Ulcinj nudi mnogo više od plaža – grad je destinacija koja njeguje kulturu, tradiciju, ekologiju i lokalni razvoj.



1.4. Projekti valorizacije kulturne baštine

Turistička organizacija Ulcinj uspješno realizovala Javni konkurs za valorizaciju kulturne baštine u 2025. godini. Tokom 2025. godine, Turistička organizacija Ulcinj po prvi put je uspješno realizovala Javni konkurs za sufinansiranje projekata valorizacije kulturne baštine, u skladu sa Zakonom o boravišnoj taksi, kojim je propisano da se 10% sredstava od naplaćene boravišne takse opredjeljuje za projekte očuvanja, zaštite i promocije kulturne baštine na teritoriji opštine Ulcinj. Cilj Javnog konkursa bio je unapređenje valorizacije kulturnih dobara kroz konkretne i kvalitetne projekte, jačanje identiteta destinacije, podsticanje aktivnog učešća lokalne zajednice, kao i integracija kulturne baštine u ukupnu turističku ponudu Ulcinja.

Proces odabira projekata

Komisija za odabir projekata, formirana u skladu sa važećim propisima, razmotrila je sve pristigle prijave prema unaprijed definisanim kriterijumima. Nakon sprovedenog evaluacionog postupka, odabrano je ukupno 7 projekata, koji pokrivaju različite aspekte očuvanja, promocije i inovativne prezentacije kulturne baštine:

- Foto – Studio u tradicionalnoj nošnji – Kulturna vizija Ulcinja – projekat koji kroz fotografiju i vizuelne prikaze promoviše bogatstvo tradicionalnih nošnji i kulturnu autentičnost Ulcinja.
- 3D Kult – 3D digitalizacija i kreiranje digitalnih dvojnika kulturne baštine – inovativni pristup digitalizaciji kulturnih dobara radi očuvanja i dostupnosti za edukativne i promotivne svrhe.
- Nasljeđe u pokretu – kulturni ekoturizam Ulcinja – projekat koji spaja prirodu, tradiciju i kulturu kroz aktivnosti koje promovišu ekoturizam i ruralni način života.
- Foto izložba i brošura „Podvodni svijet Valdanosa“ – edukativni i promotivni materijal koji ističe prirodne i kulturne vrijednosti podmorja Valdanosa.
- So i vrijeme – projekat koji kroz istorijske i kulturne prikaze soli i njenih procesa doprinosi razumijevanju lokalne tradicije i ekonomskog značaja ovog proizvoda.
- Stari grad Ulcinj – prošlost ožvjljenja sa mladima, kulturom i medijima – inicijativa koja uključuje mlade u prezentaciju istorijskih vrijednosti Starog grada kroz interaktivne sadržaje i medijsku promociju.
- Zvuci sa rive – II međunarodni festival horova – muzički projekat koji kroz horove i kulturne performanse promoviše kulturni turizam i bogatstvo muzičke tradicije Ulcinja.

Plan realizacije i nadzor

Odabrani projekti su u fazi pripreme, a njihova realizacija planirana je do kraja tekuće godine, uz kontinuirani nadzor i praćenje od strane Turističke organizacije Ulcinj, u skladu sa potpisanim ugovorima i utvrđenim obavezama korisnika sredstava.

Značaj Javnog konkursa

Realizacijom ovog Javnog konkursa, TO Ulcinj je postavila temelje za kontinuitet i dugoročan pristup ulaganju u očuvanje i promociju kulturno-istorijskog nasljeđa. Očekuje se da se objavljivanje Javnog konkursa nastavi i u 2026. godini, čime će se dodatno osnažiti kulturni turizam i strateški razvoj destinacije.

Ovim aktivnostima, TO Ulcinj potvrđuje svoju opredijeljenost ka održivom razvoju turističke ponude, kroz partnerstvo sa institucijama, nevladinim sektorom i lokalnom zajednicom, stvarajući dodatnu vrijednost za grad i jačajući prepoznatljivost Ulcinja kao destinacije koja njeguje tradiciju, kulturu i inovativne turističke sadržaje.

2. POZICIONIRANJE ULCINJA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Ulcinj se ističe kao destinacija koja spaja prirodne ljepote, bogato kulturno-istorijsko nasljeđe i raznovrsnu turističku ponudu. Turistička organizacija Ulcinj kroz pažljivo osmišljene promotivne aktivnosti radi na privlačenju različitih profila turista – od ljubitelja sunčanih plaža i aktivnog odmora, preko posjetilaca zainteresovanih za kulturne sadržaje, do onih koji traže sportske i avanturističke doživljaje.

Poseban fokus stavljen je na očuvanje autentičnosti destinacije i promovisanju održivog turizma, koji balansira između razvoja turističke ponude i zaštite prirodnih resursa i lokalnih tradicija. Stalnim unapređenjem promotivnih aktivnosti i saradnjom sa partnerima, Ulcinj se sve više pozicionira kao nezaobilazna destinacija na Jadranu.

Tokom prethodne godine, TO Ulcinj je intenzivno radila na jačanju prepoznatljivosti destinacije na domaćem, regionalnom i međunarodnom tržištu. Strategija promocije bila je usmjerena ka isticanju jedinstvenih karakteristika Ulcinja – od prirodnih atrakcija, preko kulturno-istorijskih znamenitosti, do specifičnih sadržaja koji čine grad prepoznatljivim.

Uprkos izazovima globalnog turističkog tržišta, Ulcinj je zabilježio pad broja posjetilaca i noćenja. Promotivne aktivnosti su svakako doprinijele boljoj vidljivosti destinacije, dok su manifestacije i promotivni nastupi dodatno obogatili turističku ponudu i pružili posjetiocima nezaboravne doživljaje.

2.1. Informativna propagandna djelatnost

Informativna djelatnost – digitalni marketing

Informativno-propagandna djelatnost predstavlja jedan od temelja rada Turističke organizacije Ulcinj, usmjerena na promociju destinacije i pružanje pravovremenih i relevantnih informacija turistima, partnerima i lokalnoj zajednici. Cilj ove djelatnosti je jačanje imidža Ulcinja kao atraktivne turističke destinacije, povećanje broja posjetilaca i isticanje prepoznatljivosti na domaćem i međunarodnom tržištu.

TO Ulcinj kontinuirano vodi informativno-propagandne aktivnosti, obuhvatajući promociju svih događaja i turističkih atrakcija duž ulcinjske rivijere. Tokom cijele godine, a naročito u turističkoj sezoni, organizacija koristi raznovrsne kanale informisanja kako bi omogućila turistima i partnerima pristup potpunim i tačnim informacijama. To uključuje pružanje podataka o smještaju, restoranima, cijenama, manifestacijama, kao i prikupljanje i obradu statističkih i drugih relevantnih podataka o turističkoj ponudi.

Kombinacijom tradicionalnih promotivnih kanala i savremenih digitalnih platformi, uz direktnu komunikaciju sa posjetiocima i partnerima, informativno-propagandna djelatnost TO Ulcinj igra ključnu ulogu u pozicioniranju destinacije kao jedinstvene i prepoznatljive. Na ovaj način organizacija doprinosi razvoju turizma, unapređenju turističke ponude i ekonomskom prosperitetu lokalne zajednice.

Realizacija kampanje u elektronskim medijima

Ulcinj je destinacija koja inspiriše, očarava i pamti – grad koji spaja prirodne ljepote, bogato kulturno-istorijsko nasljeđe i raznovrsnu turističku ponudu. Turistička organizacija Ulcinj posvećeno radi na promociji ovog primorskog grada, nastojeći da ga učini prepoznatljivim ne samo na domaćem, već i na međunarodnom turističkom tržištu. Kroz kombinaciju tradicionalnih promotivnih kanala i savremenih digitalnih platformi, elektronski mediji postaju ključni alat za direktnu i interaktivnu komunikaciju sa turistima širom svijeta.

Kampanja u elektronskim medijima omogućava da posjetioци iz različitih dijelova svijeta upoznaju sve što Ulcinj nudi – od sunčanih plaža, sportskih i avanturističkih sadržaja, preko bogatog kulturno-istorijskog nasljeđa, do gastronomske ponude i lokalnih manifestacija. Kroz kvalitetne fotografije, video materijale i virtualne vodiče, cilj je prikazati ljepote Ulcinja tokom cijele godine i prenijeti autentičnu atmosferu grada.

Poseban fokus kampanje stavljen je na isticanje autentičnosti destinacije i principa održivog turizma, promovišući očuvanje prirodnih resursa, lokalnih tradicija i kulturnih vrijednosti. Kombinacija savremenih digitalnih alata i direktne komunikacije sa turistima doprinosi boljoj prepoznatljivosti Ulcinja, povećanju broja posjetilaca i jačanju ekonomskog prosperiteta lokalne zajednice.

Turistička organizacija Ulcinj nastoji da svaki posjetilac doživi iskustvo koje će pamtiti, spajajući tradiciju i inovaciju, prirodne ljepote i kulturnu autentičnost. Kroz stalnu promociju i saradnju sa partnerima, Ulcinj se pozicionira kao nezaobilazna destinacija na Jadranu i grad koji inspiriše ljude iz cijelog svijeta.

Radijske kampanje

Radijske kampanje su jedan od tradicionalnih, ali još uvek vrlo efikasnih načina promocije turističkih destinacija. S obzirom na široku dostupnost radio stanica, ovaj oblik oglašavanja omogućava dopiranje do velikog broja potencijalnih turista. Korišćenje radija za promociju turizma omogućava direktnu komunikaciju sa slušaocima, pružajući im informacije o specifičnim ponudama, događajima, turističkim atrakcijama i novim projektima u destinaciji.

<https://mne.ul-info.com/ulcini-partner-sajma-tourism-expo-sarajevo-2025/>

<https://indeksonline.net/turizmi-nis-me-feste-ulqini-gati-per-veren-2025/>

<https://www.monitor.co.me/ulcini-najpotcjenjenija-turisticka-destinacija-evrope-iz-londona-se-bolje-vidi/>

<https://www.blic.rs/slobodno-vreme/ulcini-za-svaciji-dzep/p41h070>



Održavanje internet stranice i drugih socijalnih mreža

Održavanje internet stranice i društvenih mreža predstavlja ključnu komponentu digitalne strategije svake organizacije, uključujući Turističku organizaciju Ulcinj. Aktivno prisustvo na internetu omogućava kontinuiranu promociju destinacije, komunikaciju s posjetiocima i prikupljanje dragocjenih povratnih informacija koje pomažu u unapređenju usluga.

Mnogim ljudima, internet, razni sajtovi društvene mreže postale su osnovni izvor informacija i najbolji način za odabir njihove sljedeće destinacije.

TO Ulcinj je uradila novi dizajn web stranice koji sa sadrži sve neophodne informacije o našem gradu, počevši od istorije, atrakcija, zanimljivosti, turizmu I još mnogo toga. Takođe, posjetioci našeg web sajta mogu dobiti veliki broj informacija o turističkim mjestima na području ulcinjske Opštine, hotelima, plažama, a takođe mogu dobiti i druge informacije koje se tiču podataka turističkih agencija i raznih institucija u gradu.

Turistička Organizacija Ulcinj osim web portala kao vid promocije koristi i svoje Facebook i Instagram stranice koje redovno ažurira sa novim informacijama i fotografijama, i na ovaj način svim svojim prijateljima pruža tu mogućnost da budu u toku sa svim dešavanjima koja se tiču Turističke Organizacije Ulcinj.

Društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn) igraju ključnu ulogu u angažovanju turista i promociji destinacije. Aktivno održavanje i pravilno korišćenje ovih kanala uključuje:

- Redovno objavljivanje sadržaja: Fotografije, video zapisi, najave događaja i lokalnih atrakcija pomažu u stalnom prisustvu i angažovanju publike.
- Interakcija s pratiteljima: Odgovaranje na komentare, poruke i pitanja korisnika omogućava direktnu komunikaciju i izgradnju odnosa s posjetiocima.
- Praćenje trendova: Korišćenje aktuelnih trendova i izazova na društvenim mrežama (kao što su hashtagovi, TikTok izazovi) za angažovanje šire publike.
- Kreiranje kampanja i oglasa: Kroz plaćene oglase na društvenim mrežama moguće je precizno ciljati specifične grupe korisnika, čime se povećava vidljivost destinacije među potencijalnim posjetiocima.
- Prilagođavanje sadržaja: Svaka društvena mreža ima svoj specifičan format i način komunikacije (vizuelni sadržaj za Instagram, informacije i najave na Facebooku, kratke poruke na Twitteru), pa je potrebno prilagoditi strategiju i sadržaj svakoj platformi.

Održavanje internetske stranice i društvenih mreža nije jednokratna aktivnost, već kontinuiran proces. Redovno ažuriranje sadržaja, odgovaranje na komentare, praćenje performansi i angažovanje publike ključno je za izgradnju poverenja i održavanje relevantnosti brenda na internetu. Kontinuirano prisustvo na mrežama omogućava bolju povezanost s turistima, veći broj posjetilaca i veće šanse za uspešnu promociju Ulcinja kao destinacije.



Realizacija kampanje u TV i štampanim medijima

Turistička organizacija Ulcinj realizuje sveobuhvatnu promotivnu kampanju u televizijskim i štampanim medijima, usmjerenu na unapređenje vidljivosti destinacije i poboljšanje njenog pozicioniranja na nacionalnom i regionalnom tržištu. Kroz pažljivo planirane promotivne aktivnosti, Ulcinj se predstavlja kao atraktivna i autentična destinacija, poznata po jedinstvenim prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom naslijeđu i raznovrsnim sadržajima tokom cijele godine.

Kampanja u televizijskim medijima obuhvata produkciju i emitovanje promotivnih spotova, koji na savremen i vizuelno atraktivan način prikazuju najznačajnije segmente turističke ponude grada. Kroz gostovanja, intervjuje i tematske priloge u emisijama sa visokim rejtingom, dodatno se jača prisustvo Ulcinja u javnom prostoru, dok se putem specijalizovanih turističkih programa prenosi autentičan doživljaj destinacije i aktuelne informacije o manifestacijama, investicijama i projektima koje TO Ulcinj realizuje. Ovakav vid komunikacije omogućava širok domet, efektivno dopirući do različitih ciljnih grupa, od domaćih turista do međunarodne publike.

Istovremeno, kampanja u štampanim medijima predstavlja važan segment promocije, posebno kada je riječ o ciljanim publikama koje preferiraju informativne i analitičke sadržaje. Kroz objave reklamnih materijala, advertorijala, reportaža i autorskih tekstova, Ulcinj se pozicionira kao mjesto koje nudi bogat spoj prirode, kulture i kvalitetnog odmora. Promotivni sadržaji se plasiraju u vodećim dnevnim novinama, magazinima, specijalizovanim turističkim izdanjima i lifestyle publikacijama, čime se obezbjeđuje kontinuirano prisustvo destinacije u medijskom prostoru. Posebna pažnja posvećuje se saradnji sa renomiranim novinarima i uredništvima koji kroz autentične priče i profesionalne reportaže dodatno doprinose realnom prikazu bogatstva koje Ulcinj nudi turistima.

Realizacijom ovakve integrisane kampanje, Turistička organizacija Ulcinj jača prepoznatljivost destinacije i doprinosi povećanju interesovanja potencijalnih posjetilaca, ističući specifičnosti grada kao jedne od najatraktivnijih destinacija Jadrana. Kroz strateško korišćenje tradicionalnih medija, dodatno se učvršćuje brend Ulcinja i stvara osnova za rast turističkog prometa, bolju informisanost javnosti i razvoj održivog turizma koji čuva autentičnost, identitet i bogatstvo lokalne ponude.



Promotivni nastupi

Turistička organizacija Ulcinj je i tokom 2025. godine aktivno učestvovala na regionalnim i međunarodnim sajmovima turizma, predstavljajući bogatu i raznovrsnu turističku ponudu našeg primorskog grada. Sajmovi i promotivne prezentacije predstavljaju ključnu priliku za isticanje prirodnih ljepota, kulturno-istorijskog nasljeđa, gastronomije i jedinstvenih turističkih doživljaja koje Ulcinj nudi. U okviru sajamsko-promotivnih aktivnosti za 2025. godinu, TO Ulcinj nastupila je na nekoliko značajnih sajmova i jednodnevnih prezentacija, sa ciljem jačanja prepoznatljivosti Ulcinja kao atraktivne destinacije tokom cijele godine. Pored sajmova, organizovani su i road show nastupi u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, lokalnim turističkim organizacijama i privrednicima. Na sajmovima, TO Ulcinj se fokusira na sledeće aspekte:

Prirodne ljepote – Promocija Velike plaže, Ade Bojane, maslinjaka i drugih prirodnih atrakcija koje čine Ulcinj prepoznatljivim. **Kultura i tradicija** – Predstavljanje kulturno-istorijskih znamenitosti poput Starog grada, muzeja, manifestacija i tradicionalnih događaja. **Turistička infrastruktura** – Promocija smještajnih kapaciteta, gastronomske ponude, aktivnosti na otvorenom i mogućnosti za sportski i rekreativni turizam. Posjetioци sajmova i promotivnih nastupa imali su priliku da dobiju informativne brošure, promotivne materijale, video prezentacije, degustacije lokalnih specijaliteta, kao i da učestvuju u razgovorima sa predstavnicima turističke privrede i medija radi dodatne promocije.



Ulcinj je u 2025. godini nastupio na sledećim sajmovima i promotivnim prezentacijama:

TRŽIŠTE	SAJAMSKE PREZENTACIJE	TERMIN ODRŽAVANJA
Region	Expo city Tirana	12 – 14.02.2025
Zapadna Evropa	Free Minhen	19 – 23.02.2025
Region	IFT Beograd	20 – 23.02.2025
Region	Mostar	08 – 12.04.2025
Region	Prishtina	10 – 11.04.2025
Region	Ljetnji sajam Decani	27 – 28.06.2025
Region	Sarajevo Tourism Expo	25 – 27.09.2025

TO Ulcinj je u 2025. godini uzela učešće na ukupno 7 sajmova i nekoliko prezentacija.

- U saradnji sa NTO i samostalno, nastup je organizovan na sajmovima u: Minhenu i Beog.
- 2. U saradnji sa LTO u: Tirani, Prištini, Mostaru i Sarajevu.
- 3. Promotivni nastupi: TO Ulcinj je u 2025. god. okviru promocije sezone u regionu je nastupila u: Beogradu, Termoli, Zadar, Peć, Novi Pazar, Novi Sad, Prishtina.

➤ *Expo City Tirana*



Turistička organizacija Ulcinj, u skladu sa Plan-programom za 2025. godinu, aktivno učestvuje na sajmu turizma Travel Show – Sajam turizma koji se održava u Tirani. Ovaj dvodnevni i izuzetno dinamičan događaj predstavlja jednu od najvažnijih platformi u regionu, fokusiranu na B2B (business-to-business) i B2C (business-to-consumer) segmente turističke industrije, sa ciljem povezivanja ključnih aktera iz Albanije, zemalja Zapadnog Balkana, kao i međunarodnih tržišta. Sa razvojem turizma u Albaniji i šire u regionu Zapadnog Balkana, ovaj sajam pruža jedinstvenu priliku za promociju turističkih destinacija, povećanje vidljivosti brenda i jačanje konkurentnosti učesnika na sve zahtjevnijem tržištu. Pored toga, sajam omogućava direktno povezivanje sa vodećim profesionalcima u industriji, razmjenu iskustava i uspostavljanje strateških partnerstava sa investitorima i turističkim operaterima. Posebno je značajan program „Hosted Buyers“, koji okuplja 50 globalnih kupaca iz različitih sektora turizma, uključujući smještaj, turističku tehnologiju, upravljanje destinacijama i druge relevantne oblasti. Ovaj program omogućava lokalnim i regionalnim učesnicima da predstave svoje ponude potencijalnim međunarodnim partnerima i unaprijede poslovne mogućnosti u segmentu incoming turizma.

➤ *F r e e Minhen, 19 – 23.02.2025*



Turistička organizacija opštine Ulcinj predstavila je turističku ponudu Ulcinjske rivijere na Međunarodnom sajmu turizma i turističke berze f.re.e IMOT u Minhenu, koji se održao od 19. do 23. februara 2025. godine. Tokom sajma, fokus predstavljanja bio je na aktivnom i zdravstvenom turizmu, uključujući ponudu hotela, apartmana, kampovanja, kao i mogućnosti kampovanja direktno na plažama i u prirodnom ambijentu Ulcinja i okoline. Na ovom prestižnom sajmu, Turistička organizacija Ulcinj nastupila je u saradnji sa Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, kao i sa predstavnicima lokalnih turističkih organizacija iz Bara, Podgorice, Herceg Novog, Mojkovca, Žabljaka, Kolašina, Nikšića, Plava i turističkog centra Vučje. Ova saradnja omogućila je prezentaciju cjelokupne turističke ponude Crne Gore na jednom od najvažnijih emitivnih tržišta, sa posebnim osvrtom na potencijale Ulcinja za razvoj aktivnog i zdravstvenog turizma. Posjećenost crnogorskog štanda, a posebno štanda Turističke organizacije Ulcinj, premašila je sva očekivanja. Posjetioci su tokom trajanja sajma pokazali veliko interesovanje za prirodne ljepote Ulcinja, bogatu turističku ponudu i kulturne atrakcije grada. Posjetioci su bili izrazito oduševljeni prezentacijom Ulcinja i Crne Gore, a brojni su iskazali namjeru da posjete destinaciju u predstojećoj sezoni, što dodatno potvrđuje uspjeh nastupa TO Ulcinj na međunarodnoj turističkoj sceni. Turistička Organizacija Ulcinj obezbjedila dvije nagrade za posjetioce našega štanda od sponzora Ulcinjska rivijera za sedmodnevni boravak u FKK Ada Bojana za dvije osobe i apartmani ENEIDA za petodnevni boravak za dvije osobe.

➤ IFT Beograd, 20 – 23.02.2025

U periodu od 20. do 23. februara 2025. godine, Turistička organizacija Ulcinj se po prvi put samostalno predstavila na 46. Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu, jednom od najznačajnijih i najposjećenijih turističkih sajmova u regionu i šire. Ovaj prestižni međunarodni događaj okupio je veliki broj nacionalnih i lokalnih turističkih organizacija, turističkih agencija, turoperatora, hotelskih kuća, avio-kompanija, kao i brojne profesionalce iz oblasti turizma, ugostiteljstva i pratećih djelatnosti. Štand Turističke organizacije Ulcinj bio je izuzetno zapažen i među najposjećenijima tokom sva četiri dana trajanja sajma, što potvrđuje kontinuirano veliko interesovanje tržišta za Ulcinj kao atraktivnu i raznovrsnu turističku destinaciju. Posjetoci su pokazali posebno interesovanje za ponudu odmora na Adi Bojani, mogućnosti boravka u privatnom smještaju i hotelskim kapacitetima, kao i za bogatu gastronomsku, kulturnu i manifestacionu ponudu grada. Tokom trajanja sajma, predstavnici Turističke organizacije Ulcinj su kroz direktnu komunikaciju sa posjetiocima pružali detaljne informacije o turističkoj ponudi, aktuelnim manifestacijama, prirodnim atrakcijama, mogućnostima aktivnog odmora, sportskog i nautičkog turizma, kao i o povoljnim aranžmanima za predstojeću turističku sezonu. U saradnji sa lokalnim hotelijerima i izdavaocima privatnog smještaja, organizovani su posebni sajamski popusti, koji su posjetiocima omogućili da po povoljnijim uslovima rezervišu svoj boravak u Ulcinju, čime je direktno podstaknuta prodaja turističkih aranžmana.

Posebnu pažnju i dodatnu vidljivost štandu Turističke organizacije Ulcinj dali su i prijatelji Ulcinja, istaknuti estradni umjetnici Sergej Četković i Peđa Jovanović, koji su tokom sajma posjetili štand i izrazili podršku promociji grada kao turističke destinacije. Njihovo prisustvo izazvalo je veliko interesovanje posjetilaca i medija, te dodatno doprinijelo afirmaciji Ulcinja na jednom od najznačajnijih turističkih događaja u regionu.

Takodje, pažnju publike privukla je prezentacija međunarodne sportske manifestacije „Mundijal prijateljstva“, koja već treću godinu zaredom okuplja veliki broj sportista, sportskih radnika i mladih iz cijelog regiona. Ovaj događaj ima za cilj jačanje prijateljskih i sportskih veza među učesnicima, kroz takmičenje, druženje i razmjenu iskustava, a istovremeno promoviše Ulcinj kao destinaciju izuzetno pogodnu za razvoj sportskog turizma, priprema sportskih ekipa i organizaciju međunarodnih sportskih događaja.

Samostalni nastup Turističke organizacije Ulcinj na 46. Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu, uz prateće promotivne aktivnosti, ocijenjen je kao izuzetno uspješan, te je dao značajan doprinos jačanju imidža Ulcinja kao atraktivne, turističke destinacije



➤ Prishtina, 10 – 11.04.2025

Turistička organizacija opštine Ulcinj, kao organizator promotivnog događaja, predstavila je turističku ponudu Ulcinjske rivijere za sezonu 2025. godine predstavnicima lokalnih turističkih organizacija iz Tuzi i Plava, na manifestaciji održanoj u Prishtina Mall-u u Prištini, u periodu od 10. do 11. aprila 2025. godine. Na sajmu i promotivnoj prezentaciji, pored TO Ulcinj, svoju ponudu predstavili su i brojni naši privrednici i hotelijeri, uključujući Eneida, Continental, Lolla, Kleopatra, La Rosa Negra, Kasmi, Hoti i Gjovani, čime je dodatno obogaćena i valorizovana kompletna turistička ponuda Ulcinja. Posjetioци su imali priliku da se upoznaju sa bogatim spektrom smještajnih kapaciteta, gastronomskih sadržaja, kulturnih i zabavnih manifestacija, kao i mogućnostima aktivnog i zdravstvenog turizma na Ulcinjskoj rivijeri.

Tokom boravka u Prištini, predstavnici Turističke organizacije iskoristili su priliku da putem najuticajnijih kosovskih medija dodatno predstave sve sadržaje koje Ulcinj nudi za ljeto 2025. godine i pozovu zainteresovane goste da, kao i prethodnih godina, posjete Ulcinj tokom predstojeće sezone. Tim povodom, TO Ulcinj je bila gost u najvažnijim medijima Kosova, uključujući RTK, Klan Kosova, KTV i TV21, dok su novinari aktivno pratili predstavljanje na štandu TO Ulcinj.

Pored direktne medijske promocije, Turistička organizacija je iskoristila i portal Kosovo Press, gdje je prezentovana kompletna ponuda Ulcinjske rivijere, dodatno pozivajući sve zainteresovane da budu naši gosti u predstojećoj sezoni. Na ovaj način, nastup u Prištini doprinio je jačanju turističke prepoznatljivosti Ulcinja na kosovskom tržištu, povećanju interesovanja za ljetovanje u našem gradu i jačanju saradnje sa lokalnim turističkim organizacijama i privrednicima.



➤ Ljetnji sajam u Dečanima



Turistička organizacija Ulcinj, na poziv organizatora ovog sajma, koji se svake godine održava u ovo vrijeme u Dečanima, nastupila u saradnji sa delegacijom Opštine Ulcinj. U okviru ovog sajma koji je već sada postao tradicija ovog mjesta održava se manifestacija Dani diaspore koja je međunarodnog karaktera. Delegacija Opštine Ulcinj nastupa na ovom sajmu svake godine, i ujedno iskoristi priliku da promovise vrijednosti našeg grada kao i turistički potencijal Ulcinja. Ovakve manifestacije kao što je ovaj ljetnji sajam su jako bitni naš grad pogotovo kada se uzme u obzir da najveći broj gostiju koji borave u Ulcinju tokom ljetnje turističke sezone je upravo sa Kosova.

Mostar, 08 – 12.04.2025



Privredna komora Crne Gore organizuje nastup crnogorskih kompanija na 26. Međunarodnom sajmu privrede u Mostaru, koji će se održati u periodu od 08. do 12. aprila 2025. godine (www.mostarski-sajam.com). Međunarodni sajam privrede u Mostaru afirmisan je kao jedna od najvećih i najznačajnijih privrednih manifestacija u regionu, te je svrstana u zvanične godišnje kalendare sajmova i događaja od značaja za privrednike sa prostora cijele regije. U okviru sajma, kao podsajamska manifestacija, tradicionalno se održava Mostarski sajam turizma, koji predstavlja značajno mjesto za umrežavanje turističkih ponuda, turističkih agencija i turoperatora, kao i za predstavljanje potencijala turističkih destinacija. Turistička organizacija Ulcinj, na poziv Privredne komore Crne Gore, koja

organizuje nastup delegacije Crne Gore u okviru zajedničkog štanda, predstavila je svoju turističku ponudu na Mostarskom sajmu turizma. Nastup TO Ulcinj omogućio je prezentaciju atraktivnih turističkih sadržaja Ulcinja, uključujući smještajne kapacitete, manifestacije, gastronomsku ponudu, prirodne ljepote i mogućnosti aktivnog i zdravstvenog turizma, pred brojnim predstavnicima turističke privrede i potencijalnim partnerima. Tokom sajma, realizovani su B2B sastanci, kao i konferencije za medije i stručna predavanja, što je omogućilo direktnu razmjenu iskustava, uspostavljanje novih poslovnih kontakata i promociju Ulcinja kao konkurentne i atraktivne turističke destinacije u regionu.

➤ Sarajevo, 25 – 27.09.2025



Turistička organizacija Ulcinj, shodno Planu i programu rada za 2025. godinu, učestvovala je na međunarodnom sajmu turizma „SARAJEVO TOURISM EXPO 2025“. Sarajevo je krajem septembra postalo epicentar regionalne i međunarodne turističke industrije, budući da je u Centru Skenderija, u periodu od 25. do 27. septembra 2025. godine, održan jedan od najznačajnijih sajmova turizma u Bosni i Hercegovini i širem regionu. Sajam je okupio brojne turističke zajednice, institucije i privredne subjekte iz oblasti turizma, sa ciljem promocije turističkih destinacija zemalja regiona, Balkana, Evrope, ali i drugih dijelova

svijeta. Poseban međunarodni karakter ovogodišnjem izdanju sajma dao je podatak da je grad Ulcinj iz Crne Gore bio zvanični partner manifestacije. Partnerstvo sa ovim atraktivnim primorskim gradom dodatno je obogatilo sadržaj sajma, omogućivši posjetiocima da se detaljnije upoznaju sa turističkom, kulturnom i gastro ponudom Ulcinja, jednog od najposjećenijih ljetovališta na Jadranu. Na sajmu su učestvovali izlagači iz Grčke, Italije, Srbije, Sjeverne Makedonije, Kosova, Švajcarske, Bosne i Hercegovine i drugih zemalja. Turistička organizacija Ulcinj je ove godine imala ulogu organizatora nastupa Crne Gore na sajmu, a zajednički su se predstavile lokalne turističke organizacije Budve, Bara i Tivta, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, kao i brojni privredni subjekti iz oblasti turizma i ugostiteljstva.

Road show prezentacije i nastupi

Turistička organizacija Ulcinj realizuje road show prezentacije i promotivne nastupe na regionalnim i međunarodnim tržištima, s ciljem direktnog predstavljanja turističke ponude grada i jačanja saradnje sa turističkom privredom. Kroz prezentacije, poslovne sastanke i susrete sa medijima, TO Ulcinj promovise prirodne ljepote, kulturne atrakcije, manifestacije i cjelogodišnju ponudu, obraćajući se turoperatorima, turističkim agencijama, aviokompanijama i drugim partnerima.

Ovakvi nastupi omogućavaju neposredan kontakt sa tržištem, identifikovanje potreba i trendova, kao i unapređenje promotivnih strategija u skladu sa interesovanjem potencijalnih posjetilaca. Road show prezentacije doprinose povećanju vidljivosti destinacije, jačanju brenda Ulcinja i stvaranju novih poslovnih prilika, čime se dodatno podstiče rast turističkog prometa i unapređuje pozicioniranje grada na turističkoj map i regiona.

➤ **Oskar Popularnosti – Beograd**



Turistička organizacija Ulcinj je tokom ovog perioda ostvarila značajan uspjeh na regionalnom nivou, kada je na manifestaciji „Oskar“, koja ove godine obilježava 25 godina postojanja, dobila prvu nagradu za najatraktivniju turističku destinaciju u 2024. godini. Oskar, ustanovljen 1999. godine, nagrađuje pojedince i kompanije sa najboljim rezultatima u regionu. Manifestaciju su uveličale brojne poznate ličnosti iz svijeta muzike i zabave, a priznanje potvrđuje kvalitet i prepoznatljivost turističke ponude Ulcinja, dodatno jačajući njegov brend i atraktivnost na regionalnom tržištu.

➤ **Kulturna manifestacija Dan Arbanasa - Zadar**



Službena posjeta Zadru povodom kulturno-vjerske manifestacije „Dan Arbanasa“, koja je održana od 8. do 10. maja 2025. godine, realizovana je s ciljem jačanja saradnje sa zajednicom Arbanasa u Hrvatskoj, očuvanja zajedničke kulturne baštine i predstavljanja aktivnosti naše organizacije. Glavni događaj, proslava Dana Arbanasa, održan je 9. maja, a naši predstavnici aktivno su učestvovali u svim planiranim programima. Tokom boravka održan je radni sastanak s predstavnicima Društva zadarskih Arbanasa i Udruge mladih Arbanasa 1726, na kojem se razgovaralo o unapređenju kulturne i obrazovne saradnje, naročito

među mladima i kroz projekte prekogranične saradnje. Predstavnici organizacije prisustvovali su svečanoj misi u crkvi Gospe Loretske, kao i tradicionalnoj procesiji ulicama Arbanasa. Posebno je značajno učešće likovnih umjetnika iz Ulcinja, koji su kroz neformalna predstavljanja prezentovali stvaralaštvo našeg kraja, uz planove za organizaciju zajedničke izložbe u narednom periodu.

Tokom posjete realizovani su brojni bilateralni sastanci sa domaćinima, lokalnim institucijama i gostima iz dijaspore i regiona, tokom kojih su razmatrani zajednički projekti, kulturna razmjena i

mogućnosti partnerske saradnje kroz EU fondove. Organizovane su i poslovne večere te radni ručkovi, što je dodatno ojačalo veze između učesnika i domaćina.

U okviru kulturno-gastronomskog programa, naši predstavnici posjetili su štandove s tradicionalnim jelima, razmijenili iskustva s kuharima i organizatorima, te dogovorili uzvratno gostovanje na manifestaciji u Crnoj Gori. Prisustvo i aktivnosti naše organizacije zabilježeni su i u lokalnim medijima, čime je dodatno promovisan identitet i prisustvo albanske zajednice u Crnoj Gori, kao i kulturna saradnja između dvije zemlje.

➤ **Prezentacija turističke ponude u Novom Sadu**



Turistička organizacija Ulcinj učestvovala je na svečanom koktelu u Novom Sadu, gdje su prisustvovali predstavnici medija, turističkih agencija i turoperatora iz Vojvodine. Tokom događaja predstavljene su novine u turističkoj ponudi Crne Gore, sa posebnim fokusom na kulturne i zabavne sadržaje koje Ulcinj priprema za predstojeću ljetnju sezonu.

Predstavnik TO Ulcinj, Bekim Shurdha, istakao je da turisti iz ovog regiona čine značajan dio posjetilaca Ulcinja. On je predstavio raznovrstan program muzičkih događaja, koncerata i manifestacija tokom juna, uz najavu da će posebna pažnja biti posvećena i zatvaranju sezone u septembru, kada će se održati koncerti poznatih regionalnih izvođača.

Cilj promocije je povećanje atraktivnosti destinacije, produženje turističke sezone i motivisanje gostiju da se vraćaju u Ulcinj.

➤ **Prezentacija turističke ponude u Peći**



Turistička organizacija Ulcinj, na poziv predsjednika Opštine Peć na Kosovu, uzela je učešće u svečanim aktivnostima koje se organizuju povodom Dana Opštine Peć, 16. juna. Ove godine obilježavanje ovog datuma realizovano je kroz bogat i raznovrstan program kulturnih, umjetničkih i istorijskih događaja, koji su se održavali u periodu od 12. do 16. juna. Manifestacija je okupila brojne predstavnike institucija, organizacija i turističkog sektora, čime je Peć još jednom potvrdila značaj ovog događaja na regionalnom nivou.

Uvažavajući važnost kosovskog tržišta za turističku privredu Ulcinja, učešće na ovom događaju imalo je poseban značaj. Svaka prezentacija i komunikacija usmjerena ka ovom tržištu predstavlja priliku za

unapređenje vidljivosti destinacije, kao i za predstavljanje aktuelne ponude za ljetnju turističku sezonu. Tokom aktivnosti u Peći, Turistička organizacija Ulcinj je predstavila promotivne materijale, prirodne ljepote, kulturno-istorijsku baštinu i specifične sadržaje koji čine Ulcinj atraktivnom destinacijom za posjetioce sa Kosova, koji tradicionalno zauzimaju značajan udio u ukupnoj turističkoj posjeti.

➤ **Prezentacija turističke ponude u Novom Pazaru**



Učešće na prezentaciji turističke ponude Ulcinja u Novom Pazaru predstavlja značajnu aktivnost u okviru promocije destinacije na tržištu Srbije, sa posebnim fokusom na region Sandžaka. Ovo područje je jedno od ključnih emitivnih tržišta za Ulcinj, kako tokom ljetnje sezone, tako i kroz dolaske dijasporne porijeklom iz ovog regiona. Povezanost stanovništva Sandžaka sa Ulcinjem, koja je kulturna, porodična i tradicionalna, kontinuirano održava interesovanje za boravak u destinaciji. Prezentacija u Novom Pazaru omogućava direktan kontakt sa potencijalnim turistima, turističkim agencijama i dijasporom, te jača imidž Ulcinja kao atraktivne i prepoznatljive destinacije. Ova aktivnost doprinosi kvalitetnijem predstavljanju destinacije i učvršćivanju veza između Ulcinja i regiona.

➤ **Dodijela nagrada Prizma 2025 – Novi Sad**



Turistička organizacija Ulcinj je, na poziv redakcije *Turističke prizme*, učestvovala na svečanoj dodjeli nagrada **Prizma 2025**, koja je organizovana u okviru Međunarodnog sajma turizma u Novom Sadu, održanog od 27. do 29. novembra. Ceremonija dodjele nagrada upriličena je 28. novembra u Kongresnom centru Master. Riječ je o jednom od najznačajnijih regionalnih priznanja koje se, još od 1997. godine, dodjeljuje za novi kvalitet u turizmu, s ciljem afirmacije inovativnosti, profesionalnosti i razvoja turističke ponude destinacija. Tokom trajanja sajma, predstavnici

Turističke organizacije Ulcinj prisustvovali su i turističkoj konferenciji „Turizam naš nasušni“, koja je obuhvatila dva panel-diskusiona segmenta posvećena aktuelnim izazovima i trendovima u oblasti turizma jugoistočne Evrope.

➤ **Prishtina, Gastronomi Ulcinja**



TO Ulcinj, u okviru Road show prezentacije i shodno Programu rada za 2025. godinu, uspješno je nastupila u Prištini na prezentaciji gastronomije Ulcinja, koja je održana 9. i 10. decembra 2025. godine. Manifestacija je realizovana u saradnji sa Udruženjem „Gastronomi Ulcinja“. Tokom događaja predstavljena su autentična lokalna jela i specijaliteti sa različitih područja Ulcinja, čime je uspješno prezentovano bogatstvo i raznovrsnost ulcinjske kuhinje. Udruženje „Gastronomi Ulcinja“ učestvovalo je sa četiri profesionalna kuhara, koji su kroz pripremu tradicionalnih jela predstavili cjelokupnu gastro ponudu destinacije. Turistička

organizacija Ulcinj je kompletno predstavljanje iskoristila u promotivne i marketinške svrhe.

Studijske grupe novinara i influensera

Studijske posjete novinara, turoperatora i influensera predstavljaju jedan od najvažnijih i najefikasnijih instrumenata promocije turističke ponude Ulcinj. Kroz pažljivo planirane i sadržajno osmišljene programe, Turistička organizacija Ulcinj omogućava ključnim akterima turističkog tržišta da destinaciju dožive neposredno – kroz lično iskustvo, autentične susrete i neposredan kontakt sa lokalnom zajednicom. Upravo taj iskustveni pristup promociji, u kojem emocija i doživljaj imaju centralnu ulogu, pokazuje se kao najefikasniji model savremenog destinacijskog marketinga. Za razliku od klasičnih promotivnih kampanja, studijske posjete omogućavaju stvaranje iskrenog i vjerodostojnog sadržaja. Novinari, blogeri, influenseri i predstavnici turističkih agencija ne prenose samo informacije – oni prenose lični utisak, atmosferu grada, energiju prostora i autentičnost koju su osjetili tokom boravka. Takav sadržaj ima znatno veću težinu kod publike, jer dolazi iz perspektive neposrednog iskustva.

Svrha organizovanja ovih posjeta je višeslojna. One podrazumijevaju predstavljanje smještajnih kapaciteta različitih kategorija, gastronomske ponude zasnovane na lokalnim specijalitetima, bogatog kulturno-istorijskog nasljeđa, prirodnih atrakcija i savremenih turističkih sadržaja. Istovremeno, cilj je stvaranje snažnog emocionalnog utiska koji će učesnike motivisati da o destinaciji pišu, govore, snimaju ili je uključe u svoje komercijalne programe. Kroz takav pristup formiraju se reportaže, članci, televizijski priloz, blogovi, video zapisi, objave na društvenim mrežama i konkretni turistički aranžmani koji direktno utiču na rast prepoznatljivosti i tržišne vidljivosti grada.

Studijske grupe obuhvataju predstavnike relevantnih medija iz regiona i šire Evrope, uključujući specijalizovane turističke magazine, portale posvećene putovanjima, kulturi i ekologiji, kao i influensere sa značajnim digitalnim dometom. Posebna pažnja posvećuje se saradnji sa turoperatorima i turističkim agencijama sa emitivnih tržišta kao što su Njemačka, Češka, Austrija, Poljska i zemlje regiona, ali organizacija ostaje otvorena i za nova tržišta, kontinuirano koristeći svaku priliku da destinaciju predstavi novim partnerima. Svaka grupa gostiju dočekuje se sa maksimalnom profesionalnošću i gostoprimstvom, uz pažljivo osmišljen program koji ima za cilj da istakne komparativne prednosti destinacije.

Programi studijskih posjeta najčešće uključuju obilazak najznačajnijih lokaliteta kao što su Velika plaža, Ada Bojana, Stari grad Ulcinj, Valdanos Maslinada i Solana Ulcinj. Pored prirodnih i kulturnih znamenitosti, učesnicima se predstavljaju sportski, omladinski, kulturni i gastronomski sadržaji, čime se kreira cjelovita slika destinacije kao mjesta koje nudi raznovrsna iskustva za različite ciljne grupe. Poseban akcenat stavlja se na autentične priče lokalne zajednice, tradicionalne vrijednosti i specifičan mediteranski ambijent koji Ulcinj izdvaja na regionalnom tržištu.

Efekti ovakvih aktivnosti vidljivi su kroz objave u relevantnim domaćim i međunarodnim medijima, članke u turističkim vodičima, blog postove, video reportaže i intenzivnu prisutnost na društvenim mrežama. Posebno značajan doprinos daju influenseri, čiji vizuelni i narativni sadržaji dopiru do mlađe, digitalno orijentisane publike i oblikuju savremeni imidž destinacije. Njihove objave često generišu direktan interes, povećan broj upita i rast rezervacija, čime se postiže mjerljiv promotivni efekat.

Kroz studijske posjete kao strateški alat promocije, Turistička organizacija Ulcinj ne samo da prezentuje turističku ponudu, već i gradi dugoročne partnerske odnose sa medijima i turističkom industrijom. Takva saradnja doprinosi kontinuiranom jačanju brenda destinacije, diversifikaciji tržišta i stvaranju stabilne osnove za održiv rast turističkog prometa na domaćem i međunarodnom nivou.



kontinuiranu posvećenost Turističke organizacije Ulcinj promociji destinacije na međunarodnom tržištu i predstavljanju lokalnih vrijednosti široj publici.

Turoperatori iz Belgije



dodatno jača promocija Ulcinja na međunarodnom turističkom tržištu. Ova posjeta predstavlja značajan korak u unapređenju međunarodne saradnje, te potvrđuje kontinuiranu posvećenost Turističke organizacije Ulcinj promociji grada kao atraktivne i održive turističke destinacije

ADAC Reisemagazine



Turistička organizacija Ulcinj je imala čast da ugosti predstavnike ADAC Reisemagazina, jednog od najuticajnijih turističkih magazina u Njemačkoj. Tokom posjete, gosti su imali priliku da istraže bogatu istoriju grada, zadržavajući obalu i živopisni lokalni život, čime su stekli sveobuhvatan uvid u turističke i kulturne vrijednosti Ulcinja. Rezultat ove posjete je objava u jednom od izdanja ADAC Reisemagazina, čime se jedinstveni šarm Ulcinja približio milionima čitalaca širom njemačkog govornog područja. Od historijskog Starog grada do beskrajnih plaža, Ulcinj je predstavljen kao destinacija sa bogatom pričom i autentičnim doživljajem, što doprinosi jačanju međunarodnog prepoznatljivosti i promociji grada.

NovaS

Tokom 2025. godine, Turistička organizacija Ulcinj realizovala je studijsku posjetu ekipe televizije Nova S, koja je boravila u Ulcinju u trajanju od tri dana. Tokom boravka, gosti su imali priliku da se detaljnije upoznaju sa bogatom turističkom ponudom, prirodnim ljepotama i kulturno-istorijskim nasljeđem Ulcinja. U okviru programa posjete, ekipa televizije Nova S posjetila je Adu Bojanu, gdje su uživali u vožnji brodom rijekom Bojanom i okušali se u pecanju, doživjevši autentičan ambijent ovog jedinstvenog prirodnog područja. Organizovan je i obilazak Starog grada Ulcinja, gradskih muzeja, kao i staze Đerane, koja se prostire od hotela Albatros do Velike plaže. Posebno interesovanje izazvala je posjeta Solani Ulcinj, gdje su gosti imali priliku da posmatraju brojne vrste ptica i upoznaju se sa značajem ovog prostora kao zaštićenog prirodnog dobra. U sklopu boravka, ekipa je obišla maslinjake i obalu Valdanosa, te doživjela jedinstveni Valdanos tour brodom, koji je obuhvatio plovidbu od Valdanosa do Starog grada Ulcinja. Tokom ove ture, gosti su imali priliku da vide brojne pećine, skrivene uvale i divlje plaže, što je dodatno upotpunilo njihov doživljaj destinacije. Tokom posjete, ekipa televizije Nova S realizovala je intervju sa ključnim nosiocima turističkog i institucionalnog razvoja Ulcinja, i to sa direktorom Turističke organizacije Ulcinj, Čazimom Hodžićem, direktorom Ulcinjske rivijere, Armendom Milom, kao i sa predsjednikom Opštine Ulcinj, Gencijem Nimanbeguom. Ova medijska posjeta doprinijela je jačanju promocije Ulcinja na regionalnom tržištu i dodatno unaprijedila vidljivost Ulcinja kao atraktivne, autentične i cjelogodišnje turističke destinacije.



RTV 21



U okviru promotivnih aktivnosti Turističke organizacije Ulcinj tokom 2025. godine, TO Ulcinj je ugostila ekipu novinara RTV 21, koji su boravili u Ulcinju povodom održavanja tradicionalne manifestacije „Dan gambora“, sa ciljem medijske promocije kulturne, gastronomske i turističke ponude grada. Tokom boravka, novinarska ekipa RTV 21 pratila je realizaciju manifestacije „Dan gambora“, kroz koju je na autentičan i prepoznatljiv način predstavljen duh i identitet Ulcinja. Poseban akcenat stavljen je na morske specijalitete, sa fokusom na gambore kao autohtoni gastronomski proizvod, čime je istaknuto bogatstvo lokalne kuhinje i tradicije povezane sa morem i ribarstvom. U sklopu manifestacije, zabilježeni su i folklorni nastupi u tradicionalnim narodnim nošnjama, koji su dodatno doprinijeli prezentaciji kulturnog nasljeđa Ulcinja. Kroz pjesmu, igru i autentične kostime, prikazana je multikulturalnost

i bogata tradicija grada, što je ostavilo snažan utisak na gledaoce i doprinijelo stvaranju prepoznatljive slike Ulcinja kao destinacije koja njeguje svoje običaje i identitet.

Televizioni T7



U okviru promotivnih aktivnosti Turističke organizacije Ulcinj tokom 2025. godine, TO Ulcinj je ugostila ekipu novinara televizije T7, koji su boravili u Ulcinju tri dana, sa ciljem upoznavanja i medijske promocije turističkih, kulturnih i prirodnih potencijala grada.

Tokom boravka, novinari su, u pratnji predstavnika TO Ulcinj, obišli Stari grad Ulcinj, gdje su se upoznali sa bogatom istorijom i kulturnim nasljeđem grada, te posjetili muzeje u Starom gradu, koji svjedoče o višeslojnoj prošlosti ovog područja.

Poseban segment posjete bio je obilazak staze

Derana, tokom šetnje od hotela Albatros do Velike plaže, gdje su predstavljeni prirodni ambijent, biodiverzitet i potencijal ovog prostora za razvoj aktivnog i održivog turizma.

Novinari su imali priliku da uživaju i u ljepotama rijeke Bojane, koju su obišli brodom, kao i da posjete nudističko turističko naselje Ada Bojana, jedno od najprepoznatljivijih turističkih brendova Ulcinja.

U nastavku programa, zajedno sa novinarima, obišli su i Maslinada Ulcinja, Valdanos, Šasko jezero, kao i Etno muzej u Draginju, čime je predstavljena autentična ponuda ruralnog i kulturnog turizma, kao i bogatstvo prirodnih resursa ovog područja.

Boravak ekipe televizije T7 u Ulcinju rezultirao je kvalitetnim medijskim sadržajima koji na autentičan način promovišu Ulcinj kao destinaciju raznovrsne ponude, bogate istorije, netaknute prirode i jedinstvenog spoja mora, rijeke i jezera.

Klan Kosova



Tokom trodnevne posjete Ulcinju, novinari sa televizije Klan Kosova imali su priliku da upoznaju bogatu turističku, kulturnu i prirodnu ponudu naše opštine. Posjeta je organizovana u cilju predstavljanja Ulcinja kao atraktivne destinacije za turiste iz regiona.

Program posjete obuhvatao je:

Stari grad Ulcinj, gdje su novinari imali priliku da se upoznaju sa bogatom istorijom grada i posjete Muzej Stari grad.

Maslinak i mlin, gdje su prisustvovali demonstraciji prerade maslinovog ulja i upoznali se sa

tradicionalnim metodama proizvodnje.

Izlet brodom od obale Valdanos do Starog Ulcinja, tokom kojeg su obišli pećine i divlje plaže, uživajući u netaknutoj prirodi i panoramskim pogledima.

Velika plaža, gdje su izbliza mogli da posmatraju kite surfing, jednu od najatraktivnijih aktivnosti za ljubitelje adrenalina.

Rijeka Ada Bojana, gdje su učestvovali u tradicionalnom ribolovu brodom.

Etnografski muzej u Dragini, gde su se upoznali sa etničkom i kulturnom baštinom Ulcinja i okoline. Ova posjeta dodatno promoviše Ulcinj kao destinaciju koja nudi spoj istorije, tradicije, sportskih aktivnosti i prirodnih ljepota, čime se potvrđuje kao destinacija za turiste iz regiona i šire.

Posjeta Influensera i delegacija

Tokom ljetnje turističke sezone, Turistička organizacija Ulcinj imala je čast da dočeka grupe influensera, što predstavlja izuzetno značajan vid promocije turističke ponude našeg grada. Ovakve posjete imaju višestruku vrijednost: one ne samo da direktno promovišu destinaciju široj publici putem digitalnih platformi i društvenih mreža, već i stvaraju autentične preporuke i vizuelni sadržaj koji potencijalni posjetioци mogu koristiti prilikom planiranja svojih putovanja.

Ovaj vid promocije se pokazao kao vrlo efektan, jer omogućava da poruka o Ulcinju dopre do ciljane međunarodne publike, posebno mladih putnika i digitalno aktivnih turista. Posjete influensera i saradnja sa estradnim umjetnicima otvaraju prostor za stvaranje dugoročnih partnerstava, povećavaju vidljivost brenda destinacije i doprinose konkurentnosti Ulcinja na regionalnom i međunarodnom tržištu turizma.

S obzirom na značaj ovakvih aktivnosti, Turistička organizacija Ulcinj nastoji da što češće dočekuje influensere, estradne umjetnike i slične grupe, prepoznajući njihov doprinos u modernoj promociji i marketingu destinacije. Planirano je da se ove inicijative dodatno unaprijede u narednim sezonama, kroz strateško osmišljene programe posjeta, medijske kampanje i integraciju influensera i umjetnika u promotivne aktivnosti, s ciljem jačanja prepoznatljivosti Ulcinja kao atraktivne i dinamične turističke destinacije.



Poseban akcenat biće stavljen na odabir influensera čija publika odgovara ciljnim tržištima i strateškim prioritetima destinacije, kako bi promotivni efekti bili što mjerljiviji i dugoročniji. Takođe, planira se sistematičnije praćenje rezultata kroz analizu dosega, angažmana i direktnog uticaja na turistički promet. Na taj način, savremeni digitalni marketing biće dodatno integrisan u ukupnu strategiju razvoja turizma, čime će se osigurati još snažnije pozicioniranje Ulcinja na međunarodnoj turističkoj mapi.

Outdoor Led display i bilbordi



Turistička organizacija Ulcinj i u 2025. godini nastavila sa inovativnim i efektivnim promocijama, koristeći spoljašnje displeje kao savremeni kanal za predstavljanje turističke ponude Ulcinja. Ova forma promocije omogućava dinamično, vizuelno atraktivno i multimedijalno predstavljanje sadržaja, čime se efikasno privlači pažnja velikog broja potencijalnih turista, posebno u urbanim centrima i na prometnim lokacijama. U okviru kampanje za 2025. godinu, displeji su postavljeni na ključnim lokacijama u Prištini, Gnjilanu, Peći, kao i u centralnim urbanim zonama drugih većih gradova Kosova. Posebno ističemo aerodrom u Prištini, gdje je postavljen bilbord sa snažnom promotivnom porukom: Nema Pravog odmora ako ne dođete u Ulcinj.

2.2. Izrada propagandnog materijala

Tokom 2025. godine, Turistička organizacija Ulcinj kontinuirano je radila na unapređenju i modernizaciji svojih promotivnih aktivnosti, s ciljem jačanja prepoznatljivosti Ulcinja kao atraktivne turističke destinacije i unapređenja ukupne turističke ponude.

U okviru realizovanih projekata u oblasti promocije i izdavaštva, izdvajaju se sljedeće aktivnosti:
Opšti katalog „Da li ste znali?“ na njemačkom jeziku – izrađen je moderan katalog koji predstavlja ključne informacije o Ulcinju, njegovoj istoriji, kulturnim znamenitostima, prirodnim ljepotama i turističkoj ponudi. Katalog je posebno prilagođen njemačkom tržištu, jednom od najznačajnijih emitivnih tržišta za destinaciju, i distribuira se na sajmovima turizma, turističkim punktovima i kod poslovnih partnera.

Katalozi za aktivni i zdravstveni turizam – izrađeni su posebni katalozi koji prikazuju ponudu aktivnog turizma (biciklizam, planinarenje, vođeni sportovi) i zdravstvenog/wellness turizma (spa, medicinski tretmani, klimatske prednosti Ulcinja).

Mape – pješačkih staza - za pješačku stazu Đerane izrađena je detaljna i pregledna mapa koja posjetiocima omogućava lakše snalaženje i sigurnije kretanje kroz ovo atraktivno prirodno područje. Mapa sadrži osnovne informacije o trasi staze, dužini, karakteristikama terena i prirodnim vrijednostima, te doprinosi promociji aktivnog turizma i boravka u prirodi na području Ulcinja.

2.3. Izrada suvenira, video materijala i atrakcija

Izrada suvenira – izrađeni su suveniri koji predstavljaju simbole Ulcinja, uključujući maslinovo ulje i sapune, koji se koriste kao poslovni pokloni i promotivni materijal. Poseban akcenat stavljen je na maslinovo ulje proizvedeno od autohtone ulcinjske masline, koje simbolizuje dugogodišnju tradiciju maslinarstva ovog kraja, kao i na prirodne sapune izrađene od maslinovog ulja, karakteristične po kvalitetu, autentičnosti i ekološkom pristupu. Ovi suveniri nose snažnu poruku lokalnog identiteta, održivosti i veze Ulcinja sa prirodom.

Video spot na četiri jezika – pripremljen je profesionalni video spot u trajanju od jedne minute i nekoliko sekundi, dostupan na crnogorskom, albanskom, njemačkom i engleskom jeziku. Spot obuhvata najljepše dijelove grada, prirodne ljepote, kulturne znamenitosti i atraktivne turističke sadržaje, te se koristi u promociji Ulcinja na sajmovima, društvenim mrežama i digitalnim platformama.

Foto dokumentacija grada – realizovana je obimna fotografska dokumentacija koja prikazuje Ulcinj u svim godišnjim dobima, uključujući najljepše lokacije, kulturne i istorijske znamenitosti, plaže i prirodne ljepote, sa ciljem da se vizuelno predstavi kompletna turistička ponuda destinacije.

Biznis pokloni u turističke svrhe – izrađeni su promotivni pokloni (maslinovo ulje, sapuni i drugi suveniri) koji se dijele na sajmovima, poslovnim sastancima, medijskim događajima, novinarima, delegacijama i važnim gostima, čime se dodatno promoviše autentičnost i kvalitet destinacije. Sve ove aktivnosti Turistička organizacija Ulcinj kontinuirano distribuira kroz različite kanale promocije: na međunarodnim i domaćim sajmovima turizma, turističkim punktovima, privrednim partnerima i direktno posjetiocima. Fokus je stavljen na kvalitet sadržaja, moderni dizajn, multijezičnost i relevantnost informacija za ciljne grupe turista, čime se podiže profesionalni standard u turističkoj promociji.

Tokom 2025. godine, Turistička organizacija Ulcinj značajno je unaprijedila sve aspekte promotivnih aktivnosti kroz izradu novih kataloga, video i foto materijala, turističkih mapa, suvenira i biznis poklona. Ove aktivnosti potvrđuju kontinuiranu inovaciju, posvećenost promociji i profesionalni pristup u predstavljanju Ulcinja kao atraktivne, autentične i sveobuhvatne turističke destinacije, te doprinose jačanju međunarodne prepoznatljivosti grada.

3.JAČANJE KAPACITETA I EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

3.1.Monitoring broja gostiju nedeljno i mjesecno



TO Ulcinj je svakog četvrtka pratila i uredno prijavljivala brojno stanje u svim vidovima smještaja.

Pored zvaničnih statističkih podataka Zavoda za statistiku – Monstat, TO Ulcinj je svakog petka prikupljala podatke o broju registrovanih turista koji borave u Ulcinju u hotelima, odmaralištima, privatnom smještaju, kampovima za svaki petak u sedmici, zatim vršila njihovu obradu i dostavljala podatke Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore, Opštini Ulcinj i medijima, što je bila redovna aktivnost koja se sprovodila po istom principu od prvog dana postojanja organizacije. Takođe, u tu aktivnost spada i rikupljanje podataka na godišnjem nivou i razne analize za potrebe TO

Ulcinj, NTO CG, Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma. Sarađivalo se i sa lokalnom samouravom, javnim preduzećima, Mup-om, Domom zdravlja, Službom zaštite, ZZZCG, inspekcijским službama, medijima i ostalim subjektima, koji su na svoj način doprinijeli uspješnoj realizaciji sezone.

3.2.Koordinacija i saradnja sa privredom i institucijama u turizmu



Turistička organizacija Ulcinj je tokom 7, 8. i 9. oktobra u hotelu „Otrant“ organizovala seriju radnih sastanaka sa predstavnicima privrede, s ciljem analize protekle ljetnje turističke sezone i zajedničkog definisanja pravaca djelovanja u narednom periodu. Na sastancima su učestvovali hotelijeri i (najuspješniji platioci boravišne takse) iz reda privatnog smještaja (prvih 60 domaćinstava), kao i zakupci plaža i kampova, dok je po prvi put održan i poseban sastanak sa predstavnicima ugostiteljskih objekata – restorana. Domaćin sastanaka bila je Turistička organizacija Ulcinj, a prisustvovali su i predsjednik Opštine Ulcinj te predstavnici Sekretarijata za privredu i ekonomski razvoj kao i Sekretarijata za budžet i finansije, što je dodatno potvrdilo značaj partnerskog pristupa između lokalne uprave i privrede. Tokom sastanaka razgovaralo se o tokovima i rezultatima ljetnje sezone, sprovedenim aktivnostima Turističke organizacije Ulcinj, ali i o izazovima sa kojima se sektor suočava, poput pitanja naplate boravišne takse i unapređenja kvaliteta ponude i promocije destinacije.

Poseban akcenat stavljen je na ideje, sugestije i predloge privrednika, koji su dali dragocjen doprinos u pogledu planiranja narednih koraka i aktivnosti za predstojeći period, odnosno za 2026.godinu.

3.2.1. Novi dani boljeg turizma



Privredna komora Crne Gore je u saradnji sa turističkom privredom organizovala prvu konferenciju o turizmu pod sloganom „Novi dani boljeg turizma“, koja je održana 16. i 17. decembra 2025. godine u hotelu „Splendid“ u Budvi. Predstavnici Vlade, eksperti i turistički poslenici iz Crne Gore, Albanije, Hrvatske, Srbije i Španije su na ovom događaju razmatrali teme destinacijskog menadžmenta, avio-saobraćaja, strateškog marketing plana, poreske politike, infrastrukture, valorizacije plaža i premium turizma, a sve u cilju otvaranja puta prema

turizmu kakvom Crna Gora teži i kakav zaslužuje. Turizam kao jedna od strateških grana razvoja Crne Gore ulazi u ključnu fazu razvoja koja podrazumijeva moderno upravljanje, jasne politike, novi zakonodavni okvir i funkcionalan destinacijski menadžment. Dosadašnji razvojni model, zasnovan dominantno na ekspanziji nekretnina i rezidencijalnog (real estate) turizma, pokazao se dugoročno neodrživim i suštinski je ugrozio konkurentnost klasičnog, naročito holiday turizma. Direktor Hodžić je rekao da Velika plaža predstavlja ključni turistički resurs Ulcinja i mora ostati očuvana, uz pažljivo planiranu valorizaciju zasnovanu na principima održivog razvoja. Prema njegovim riječima, savremeni turistički trendovi, posebno nakon pandemije, jasno ukazuju na potrebu balansiranja između razvoja i očuvanja autentičnih vrijednosti destinacije. Hodžić je naveo da Ulcinj upravo u netaknutoj prirodi i jedinstvenom ambijentu Velike plaže ima komparativnu prednost koju nema nijedna druga destinacija.

Ona je atraktivna za turiste. Kada vidite jednu divlju, a istovremeno luksuznu plažu, sa netaknutom prirodom iza nje, to je upravo ono što elitni turizam traži. Smatramo da je prihvatljivo u jednom malom segmentu privrede razvijati ozbiljne hotele, ali isključivo niske gradnje i sa malim kapacitetima.

On je naglasio da elitni turizam ne podrazumijeva masovnu izgradnju, već pažljivo osmišljene projekte koji se uklapaju u prostor. Kako je naveo, eventualni hotelski kapaciteti moraju biti ograničeni, niske gradnje i malog obima, kako bi se sačuvala prirodna cjelina prostora. Paralelno sa očuvanjem ključnih resursa, Turistička organizacija Ulcinj radi na diversifikaciji turističkog proizvoda, sa posebnim akcentom na agroturizam, aktivni odmor i povezivanje lokalne ponude sa savremenim turističkim očekivanjima. U tom kontekstu, već su otvorene nove pješačke staze, a u planu su i dodatni sadržaji koji će obogatiti boravak gostiju.



4.SUZBIJANJE SIVE EKONOMIJE

4.1 Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije

4.1.1 Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije – Kampanja online prijavljivanja gostiju

Turistička organizacija Ulcinj kontinuirano radi na unapređenju i modernizaciji sistema prijavljivanja turista, s ciljem smanjenja sive ekonomije i povećanja transparentnosti u turističkom sektoru. U tu svrhu, TO Ulcinj je razvila i aktivno promoviše online program za prijavljivanje gostiju, koji omogućava vlasnicima smještajnih objekata i privatnim izdavaocima jednostavno, brzo i sigurno evidentiranje boravka turista.

Kroz ciljane kampanje i edukaciju stanodavaca, nastojimo da što veći broj pružalaca smještaja koristi ovaj elektronski sistem, čime se ostvaruje bolja kontrola, smanjuju neprijavljene rezervacije i doprinosi poštovanju zakonskih obaveza. Svake godine broj korisnika online programa kontinuirano raste, što potvrđuje povjerenje stanodavaca u digitalni sistem i njegovu praktičnost. Ovaj pristup omogućava TO Ulcinj da:

- unaprijedi statističke podatke o turističkim posjetama;
- poboljša planiranje i razvoj turističke ponude;
- osigura pravednu raspodjelu prihoda od boravišne takse;
- dodatno podstakne odgovorno i legalno poslovanje u sektoru turizma.

Rezultat kontinuirane promocije online prijavljivanja je značajno povećanje broja registrovanih smještajnih objekata i prijavljenih gostiju, što predstavlja konkretan doprinos smanjenju sive ekonomije i unapređenju profesionalnog standarda u turističkoj djelatnosti.

Turistička organizacija Ulcinj nastavlja sa aktivnim informisanjem, podrškom i edukacijom pružalaca smještaja, čime osigurava dugoročno povećanje broja korisnika online programa i unapređenje transparentnosti u turističkom sektoru.

4.1.2 Medijska kampanja Voli svoj grad, poštuj svoj grad, registruj smještaj

Turistička organizacija Ulcinj kontinuirano obaveštava građane i pružaoce smještaja da je prijava gostiju zakonska obaveza, te da neregistrovani objekti za smještaj i njihovo izdavanje na različite načine narušavaju poslovni ambijent, stvaraju nelojalnu konkurenciju registrovanim privrednicima i ugrožavaju ukupni turistički sistem grada.

Tokom ljetnje turističke sezone 2025. godine, TO Ulcinj je u saradnji sa Opštinom Ulcinj i turističkom inspekcijom Opštine angažovala kontrolore čiji je zadatak bio redovni obilazak smještajnih objekata i provjera pravilnog prijavljivanja gostiju. Ekipe su vršile inspekcijske obilaske dva puta dnevno, čime je osigurana visoka efikasnost i pokrivenost svih relevantnih lokacija u gradu.

Ove aktivnosti imaju višestruki značaj:

- osiguravaju poštovanje zakonskih obaveza i smanjuju sivu ekonomiju u sektoru turizma;
- štite registrovane privrednike od nelojalne konkurencije;
- doprinose transparentnosti i sigurnosti turističke ponude;
- unapređuju ukupni imidž Ulcinja kao profesionalne i pouzdane turističke destinacije.

Rezultati sprovedenih aktivnosti pokazuju da je sistematska kontrola i edukacija pružalaca smještaja ključna za unapređenje turističkog sektora, kao i za podsticanje odgovornog poslovanja i poštovanja zakonskih propisa. Turistička organizacija Ulcinj nastavlja sa kontinuiranim informisanjem i saradnjom sa nadležnim institucijama, u cilju daljeg unapređenja poslovnog ambijenta i kvalitetne turističke ponude.

Turistička sezona 2025 – problemi i mjere

U prostorijama hotela Albatros u Ulcinju održana je konferencija za novinare na kojoj su se predstavnici lokalne samouprave, Turističke organizacije i Ministarstva turizma obratili javnosti povodom priprema za predstojeću turističku sezonu. Na konferenciji su govorili predsjednik Opštine Ulcinj Genci Nimanbegu, direktor Turističke organizacije Ulcinj Ćazim Hodžić, predstavnik Ministarstva turizma – turistička inspektorka Jelena Kankaraš, kao i Arjan Lamović, sekretar Sekretarijata za budžet i finansije. Tokom konferencije naglašena je važnost poštovanja zakonskih obaveza od strane svih subjekata u turizmu, kao i uloga inspeksijskih organa u obezbjeđivanju regularnosti poslovanja i ravnopravnih uslova na tržištu. Takođe je ukazano na potrebu veće informisanosti izdavalaca smještaja o obavezama prijave gostiju i načinu obračuna boravišne takse.

Predstavnici nadležnih institucija poručili su da će i ove sezone biti pojačana kontrola, ali i savjetodavni pristup, sa ciljem da se turistička sezona odvija uspješno, uz maksimalno poštovanje propisa i podizanje ukupnog kvaliteta boravka turista u Ulcinju.



Direktor TO Ulcinj, Ćazim Hodžić, osvrnuo se na mjere koje je TO preduzela u promociji turističke ponude Ulcinja na sajmovima i organizaciji brojnih kulturnih događaja. Prema njegovim riječima, aplikacija za prijavu boravka, koju je pripremila TO, predstavlja jedinstveno, brzo i jednostavno rješenje za registraciju turista. On očekuje da će primjena ove mjere biti realizovana u saradnji sa svim relevantnim strukturama i uz potpunu transparentnost prema građanima. Na ovoj konferenciji upućen je apel građanima da izmire obavezu plaćanja boravišne

takse. Rečeno je da njena realizacija ne doprinosi samo uspješnom toku turističke sezone, već je i u interesu bezbjednosti samih gostiju.

Sastanak Monstat



Na sastaku je ukazano na značaj unapređenja sistema prikupljanja turističkih podataka i bolju saradnju između MONSTAT-a i lokalnih turističkih organizacija.

LTO su predstavile postupak prikupljanja podataka, odnosno online aplikaciju za prijavu gostiju kao i glavne izazove, posebno u vezi sa prijavom privatnog smještaja. Takođe je prezentovan model elektronskog prikupljanja podataka i prednosti digitalizacije. Nakon svake prezentacije održane su kratke sesije pitanja i odgovora.

Razmatrana su ključna pitanja: poštovanje rokova za dostavljanje mjesečnih podataka, izmjena upitnika TU-11 i reaktivacija elektronskog upitnika; usklađivanje LTO podataka sa RB-90 bazom; način evidentiranja sezonskih radnika; povezanost boravišne takse i ostvarenih noćenja; te

izazovi u registraciji privatnog smještaja.

5.OSTALO

IPA – Blue Flag

Turistička organizacija Ulcinj, u okviru projekta BLUE FLAG je organizovala radionicu o Plavoj zastavi, 20. maja 2025. godine, u hotelu Nobel, u Ulcinju. Radionica je okupila predstavnike javnog i privatnog sektora, upravljače plaža i druge relevantne aktere, sa ciljem razmjene iskustava i dobrih praksi u oblasti održivog upravljanja obalnim područjima. Poseban fokus stavljen je na unapređenje kvaliteta usluga, zaštitu morskog ekosistema i bezbjednost korisnika plaža. Kroz ovakve aktivnosti, Turistička organizacija Ulcinj daje doprinos jačanju održivog turizma i unapređenju međunarodne prepoznatljivosti destinacije Ulcinj.

Ideja o Plavoj zastavi rođena je 1986. godine u Francuskoj. Plava zastava je simbol visokih standarda zaštite životne sredine, kao i kvalitetnih sanitarnih i bezbjednosnih uslova na plažama i u marinama. Cilj radionice je povećanje saradnje, institucionalnih kapaciteta i upravljačkih vještina partnera, kako bi se omogućila efikasna primjena kriterijuma Plave zastave. Projekat BLUE FLAG – Enhance cooperation between private and public institution for an efficient management to raise criteria standards for BlueFlag award in the region – finansira Evropska unija kroz program South Adriatic– Small-scale capitalization projects. Projekat zajednički sprovode Turistička organizacija Ulcinj, Opština Ugento (Apulija), Fondacija Visokog tehničkog instituta za turizam i kulturu iz Molisea, Albanska federacija spasilaca na obali i vodi, kao i Opština Lezha.



Turistička organizacija Ulcinj, u okviru projekta BLUEFLAG „Unapređenje saradnje između privatnih i javnih institucija radi efikasnog upravljanja i podizanja standarda za dodelu Plave zastave u regionu“, koji se finansira kroz program Interreg South Adriatic 2021-2027, organizuje stručnu obuku namijenjenu profesionalcima u sektoru turizma zainteresovanim za upravljanje plažama. Obuka pod nazivom „Efikasni administrativni sistemi i kriterijumi za dodelu Plave zastave“ održaće se u Cala Sveva Beach Clubu u Termoliju od 24. do 28. februara 2025. godine, u trajanju

od ukupno 30 sati. Tokom obuke, učesnici će kroz predavanja, praktične sesije i studijske posjete imati priliku da razviju specifične vještine u vezi sa administrativnim procesima i zahtjevima za dobijanje Plave zastave. Cilj kursa je detaljno upoznavanje sa međunarodnim standardima održivosti i kvaliteta usluga na plažama, čime se doprinosi unapređenju profesionalnog znanja i jačanju kapaciteta turističkog sektora u regionu. Cilj kursa je da pruži detaljno znanje o kriterijumima potrebnim za dobijanje Plave zastave, međunarodnog standarda koji potvrđuje održivost i kvalitet usluga na plažama.

➤ *Radionica za apliciranje na EU fondove*



Radionica je održana zbog apliciranja na eu fondove sa ciljem pripreme firmi za apliciranje za aktuelne i najavljene eu grantove. Sredstva su namijenjena za unapređenje performansi preduzeća, nabavku mašina i opreme, softvera itd. Teme radionice su uslovi za apliciranje, visine i vrste raspoloživih grantova, process pripreme aplikacije, proces odabira korisnika.

 Izložba fotografija na temu „Zaštita mora“,



U Spomen domu „Crvena komuna“ u Petrovcu održana je putujuća izložba fotografija na temu „Zaštita mora“, koja je organizovana u okviru BLUE4ALL projekta, a koja ima za cilj podizanje svijesti o očuvanju mora predstavljanjem pobjedničkih fotografija sa fotokonkursa. Izložbu je povodom Mediteranskog dana obale, a u okviru BLUE4ALL projekta, organizovalo Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom Crne Gore u saradnji sa projektnim partnerom iz Hrvatske – WWF Adria i ostalim projektnim partnerima. Tokom događaja, predstavljene su fotografije morskih zaštićenih područja iz cijele Evrope. Takođe, u okviru prezentacija predstavljene su informacije o morskom zaštićenom području- Parku prirode “Katič”, BLUE4ALL projektu, kao i sami rezultati procesa testiranja alata sprovedenog u pilot područjima u Crnoj Gori. Izložba je uključivala i interaktivnu radionicu u okviru koje su posjetioци mogli dobiti detaljnije informacije o morskim zaštićenim područjima u Crnoj Gori, BLUE4ALL projektu, kao i istraživanju sprovedenom u Parku prirode “Katič”. Ovom prilikom izloženi su i edukativno promotivni poster i koje je Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom Crne Gore do sada izradilo povodom Mediteranskog dana obale.

 Prezentacija analize digitalnih tokova i alata u turizmu Crne Gore

Ministarstvo turizma, u saradnji sa Kancelarijom Ujedinjenih nacija za projektne usluge (UNOPS), izradilo je sveobuhvatan presjek postojećih digitalnih alata i procesa u turističkom sektoru, sa konkretnim nalazima i preporukama za njegovo unapređenje. Dana 09.jula održana je prezentacija na ovu temu a koja predstavlja jedan od ključnih prioriteta u cilju unapređenja turističkog sektora i podizanja konkurentnosti naše zemlje na globalnom tržištu. Cilj ovog procesa je uspostavljanje centralizovanog, efikasnog i transparentnog turističkog informacionog sistema koji će pojednostaviti prijavu turista, omogućiti pravovremenu razmjenu podataka između institucija, smanjiti sivu ekonomiju i unaprijediti ukupno upravljanje turističkim sektorom. Turistička Organizacija je prisustvovala ovoj prezentaciji u Podgorici.

Kako EU podržava promjene u Crnoj Gori

U okviru programa Dani EU u Evropskoj kući Bar 10. novembar je održana panel diskusija pod nazivom „Kako EU podržava promjene u Crnoj Gori“. Ova diskusija bila je druga sesija serijala „Dani EU – Upoznaj EU“, a okupila je predstavnike državnih institucija, akademske zajednice, lokalne samouprave i Delegacije Evropske unije, sa ciljem da se prikaže na koji način Evropska unija podržava procese reformi, modernizacije i razvoja u Crnoj Gori.

Evropska unija nije samo postavila ciljeve, već i sredstva da do njih dođemo. Kroz prekogranične projekte učimo od partnera koji su već dio EU, prenosimo njihova iskustva i zajedno uvodimo nove prakse. Opštine su te koje razvijaju lokalnu infrastrukturu i sprovode projekte koji direktno utiču na kvalitet života građana. Turistička Organizacija je prisustvovala ovoj prezentaciji.



Saradnja sa Opštinom Ulcinj

Izuzetno dobra saradnja sa osnivačem Opštinom Ulcinj podrazumijevala je i obostrano pružanje brojnih informacija, kao i podataka neophodnih za realizaciju brojnih aktivnosti.

Koordinaciono tijelo

U toku sezone aktivno se učestvovalo u radu Koordinacionog tijela za praćenje turističke sezone 2025, pri čemu se zajedničkim snagama sa svim ostalim subjektima koordinacionog tijela, dao veliki doprinos u prevazilaženju utvrđenih nepravilnosti i problema.

Saradnja sa Ministarstvom turizma i NTO - LTO

Turistička Organizacija Ulcinj je uzela učešće na raznim sastancima i aktivnostima koje su organizovale kako lokalne Turističke organizacije tako i NTO Crne Gore. Na sastancima se uvijek dostigao dogovor međusobne saradnje kako na promociji turističke ponude tako i u vezi učešća na sajamskim berzama. Što se tiče aktivnosti kako sportskih, kulturnih i zabavnih uvijek se podržavaju kolege iz ostalih organizacija i uvijek se pozivaju na istim kada mi kao domaćini organizujemo sastanke.

Saradnja sa Privrednom Komorom

Turistička Organizacija tokom cijele godine prisustvuje brojnim sastancima i radionicama koje organizuje Privredna komora, samostalno ili u saradnji sa drugim institucijama.

Saradnja sa Upravom Policije – Granična ispostava TO Ulcinj je i tokom 2025. godine u saradnji sa Upravom Policije – Sektor za strance radila prijavu boravka turista u 9 turističko informativna biroa, sa ciljem da se i na taj način poboljša registracija gostiju i naplata boravišne takse.

Saradnja sa svim Opštinskim javnim preduzećima

Tokom cijele godine TO Ulcinj je imala izuzetno dobru saradnju sa svim Opštinskim javnim preduzećima i sa svim ostalim subjektima, koji su na svoj način doprinijeli uspješnoj realizaciji sezone i doprinijeli rješavanju brojnih problema koji su se javljali, posebno u turističkoj sezoni.

Edukacija kadrova

Uloga TO Ulcinj u edukaciji kadrova za rad u turizmu ogledala se u obuci 2 pripravnika koji su svoj rad započeli u 2025.godini posvećujući im pažnju u vidu aktivnog učešća u javnim raspravama, radionicama, seminarima, kao praćenju aktuelnih trendova u turizmu.

Saradnja sa Nevladinim organizacijama i udruženjima

Turistička Organizacija Ulcinj tokom cijele godine je imala jako dobru saradnju sa svim nevladinim udruženjima i održala brojne sastanke sa njima ali i finansijski pomogla u realizaciji njihovih aktivnosti koji utiču na bolju promociju turističke ponude grada.

Saradnja sa lokalnim medijima

Redovna komunikacija i zajedničke akcije doprinijele su boljoj promociji turističke ponude ulcinjske Opštine. Tokom cijele godine predstavnici TO Ulcinj su davali brojna saopštenja i izjave svim lokalnim medijima kao i svim portalima.

Saradnja sa školskim institucijama

Tokom cijele godine TO Ulcinj je učestvovala i podržala brojne aktivnosti svih školskih i predškolskih ustanova koji rade u našem gradu i time doprinijela realizaciji njihovih aktivnosti i planova koji su takođe imali uticaj na bolju promociju turističke ponude.

TO Ulcinj je svoju arhivu fotografija ustupala mnogim preduzećima kojima je osnivač opština, organizacijama, i drugim institucijama na korišćenje u okviru svojih djelatnosti, a sve u cilju bolje promocije.

TO Ulcinj je reklamni materijal davala opštini Ulcinj kao osnivaču, brojnim institucijama, organizacijama, sportskim i kulturno umjetničkim društvima koji su u zemlji i inostranstvu osim svojim aktivnostima prezentovali turističku ponudu ulcinjske opštine ili poklanjali drugim delegacijama. Takođe, distribuiranje materijala osim na sajamskim nastupima, realizovano je i na svim informacionim punktovima.

Sponzorstva i pomoći

TO Ulcinj pokazuje i punu društvenu odgovornost, pa se redovno odazivala pozivima i zahtjevima brojnih humanitarnih, sportskih i drugih organizacija, radi saradnje i pomoći sa svime što je imalo veliki odjek na značaj u turizmu i promociju destinacije ili generalnu pomoć, kroz vid sponzorstva, shodno za tu svrhu opredijeljenim sredstvima na godišnjem nivou Plana rada organizacije.

Javne nabavke

Planom javnih nabavki za 2025.godinu, TO Ulcinj je pristupila tenderskoj dokumentaciji i postupcima nabavke kroz otvoreni postupak za nekoliko stavki iz Finansijskog plana za 2025.godinu.

Plava zastavica u Ulcinju– Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom CG su organizovali dodjelu plavih zastavica za 2025.godinu odobrenih od strane žirija Blue flag programa, kao i dodjelu sertifikata za plaže. Crna Gora je jedna od omiljenih ljetnjih destinacija za kupanje i sunčanje, a jedan od razloga svakako su i plaže koje su iz godine u godinu sve kvalitetnije i raznovrsnije. Od ulcinjskih plaža koje su nosioci plavih zastavica su White beach, Evropa beach, Saranda, Hills, Mcm Beach, Cabo beach, Havana beach, Copacabana.

6. Pregled aktivnosti Izvršnog Odbora, Nadzornog Odbora i Skupštine

Izvršni Odbor je tokom 2025.godine radio u skladu sa svojim ovlašćenjima utvrđenim Zakonom o privrednim društvima, Zakonom o Turističkoj Organizaciji CG, zatim osnivačkim aktom i statutom TO Opštine Ulcinj, a na način bliže uređen poslovnikom o radu Izvršnog Odbora. Imao više redovnih zasijedanja na kojima su donešene odluke kojima se dopunjavala pravna i organizaciona utvrđenost TO Ulcinj kao i odluke kojima su se regulisala konkretna pitanja i problemi od značaja za javni turistički interes grada.

U izvještajnom periodu održane su 11 redovne sjednice Izvršnog Odbora koje su održane u prostorijama TOU kao i 4 online sjednice. Odluke koje su donešene tiču se kampanje o naplati boravišne takse, usvojeni su Izvještaj o radu za 2024.godinu, Program Rada i finansijski plan za 2026.godinu i još mnoge druge odluke i zaklučke.

Nadzorni Odbor je takođe imao dvije redovne sjednice na kojima je usvojio Izvještaj o radu za 2024.godinu i takođe Program rada i Finansijski plan za 2026.godinu. S obzirom da nije bilo nikakvih vanrednih okolnosti u radu TO Ulcinj, Nadzorni Odbor je ovim zasijedanjima izvršio u potpunosti svoje obaveze predviđene Statutom TO Ulcinj.

Redovne godišnje sjednice Skupštine TO Ulcinj održane su 14.03.2025 i 16.12.2025.godine. Članovi Skupštine usvojili su Izvještaj o radu i Finansijski Izvještaj za 2024. kao i Program rada i Finansijski plan za 2026. godinu. Uz kraću raspravu o eventualnim problemima i planovima za narednu sezonu, Skupština je zaključila svoje redovno zasijedanje.



7. Izrada Plana Integriteta

Plan integriteta je strateški dokument koji se koristi u cilju prevencije i borbe protiv korupcije u javnom sektoru. Ovaj plan ima za cilj da obezbijedi da organizacije, preduzeća i institucije, naročito one koje imaju javni karakter ili koriste javna sredstva, rade u skladu sa zakonima i pravilima, uz očuvanje visokih etičkih standarda.

Svrha plana integriteta je da se razviju i implementiraju mehanizmi koji će smanjiti rizik od korupcije, nesavjesnog poslovanja i nepravilnosti. Plan integriše različite preventivne aktivnosti, poput obuke zaposlenih, uspostavljanja jasnih procedura i kontrola, kao i praćenja i evaluacije aktivnosti, kako bi se stvorila odgovorna, transparentna i etička radna sredina.

U osnovi, plan integriteta uključuje sledeće komponente:

Procena rizika od korupcije, preventivne mjere, nadzor i praćenje, transparentnost i odgovornost i postupanje u slučaju nepravilnosti.



FINANSIJSKI IZVJEŠTAJ TO ULCINJ ZA 2025.GODINU **Godišnji finasijski izvještaj Turističke organizacije Ulcinj**

Godišnji finasijski izvještaj Turističke organizacije Ulcinj, koji je sastavni dio izvještaja o radu, pripremljen je od strane Stručne službe Organizacije, da bi se Nadzorni i Izvršni odbor upoznali sa finasijskim rezultatima u 2025. godini, odnosno finasijskoj poziciji Turističke Organizacije, i podnijeli isti na razmatranje i usvajanje Skupštini Organizacije. Na bazi knjigovodstvene dokumentacije i bilansnih šema dati su kraći komentari finasijskih rezultata za godinu koja je za nama. Svi komentari i zaključci su potkripljeni tabelarnim i grafičkim prikazima, u sklopu teksta, kao i u prilogu istog. Finasijski izveštaj Turističke organizacije Ulcinj za 2025.godinu pruža pregled prihoda i rashoda, kao i pregled aktivnosti i projekata realizovanih tokom izvještajnog perioda. Izveštaj je pripremljen u skladu sa relevantnim zakonskim propisima i pravilnicima koji regulišu rad turističkih organizacija u Crnoj Gori.

Prihodi Turističke organizacije Ulcinj u 2025.godini ostvareni su iz sledećih izvora:

- Boravišne takse
- Turističke takse
- Članki doprinos
- Sufinansiranje projekata od strane lokalne samouprave i drugih institucija
- Prihodi od promotivnih aktivnosti i saradnje sa partnerima
- Ostali prihodi

Aktivnosti koje su obilježile rad TOU u prethodnoj godini su:

- Prisustvo na brojnim turističkim prezentacijama u zemlji i inostranstvu, samostalno ili u organizaciji Lokalnih TO Crne Gore,
- Rad na organizaciji prijema stranih novinara i raznih studijskih grupa tokom turističke sezone,
- Otvaranje Informacionih punktova,
- Davanje raznih intervju, izjava, reportaža i slično,
- Organizovanje raznih manifestacija tokom čitave godine,
- Razna donacija i sponzorstva,
- Saradnja sa NVO i ostalim organizacijama.
- Razvoj turističke infrastrukture
- Troškovi administracije i redovnog poslovanja
- Sufinansiranje lokalnih turističkih inicijativa

Finasijski izveštaj za 2025.godinu potvrđuje stabilno poslovanje Turističke organizacije Ulcinj, uz značajan doprinos razvoju turističke ponude grada. Organizacija će nastaviti sa sprovođenjem strategija za unapređenje turizma, promociju destinacije i održivi razvoj u narednim godinama.

PRIHODI I RASHODI 2025

Analiza bilansa uspjeha za 2025.godinu, govori da je TO Ulcinj ostvarila ukupan prihod od 1.156.350,65 eur dok su na drugoj strani rashodi od 1.115.133,01 eur, što upućuje na zaključak o uknjiženom pozitivnom finansijskom poslovanju, odnosno obračunskom dobitku u iznosu od 41.217,64 eur.

Prihodi 2025

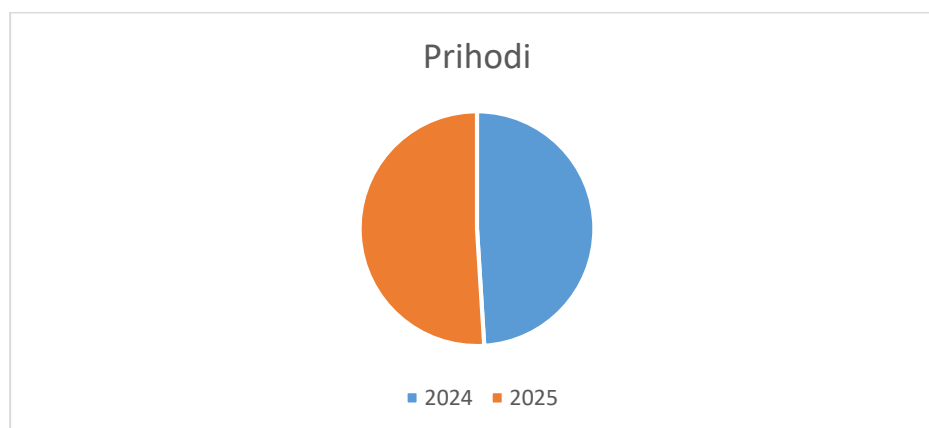
Tabela 1. Pregled ostvarenih prihoda 2025/2024

OPIS	2025	2024	INDEX 25/24	UČEŠĆE
1.Poslovni prihodi	1.028.921,22	1.010.859,02	101,78	88,98
Prih. od borav. takse	825.043,36	867.617,68	95,09	71,34
Prih. od turisti. takse	166.345,00	134.272,27	123,88	14,38
Priho. od član. Doprin.	37.532,86	8.969,07	418,46	3,24
2.Os.poslov. prihodi	50.759,45	98.353,40	51,61	4,38
Prihodi od donacija	/	/	/	/
Prihodi od usluga	16.759,45	23.353,40	71,76	1,44
Priho. od SO UL rješ.	34.000,00	75.000,00	45,33	2,94
3.Ostali prihodi	76.669,98	2.606,68	2941	6,63
Prih. po osnov. saradnje za manif.	5.000,00	820,66	609,26	0,43
Prihodi od IPA	52.905,09	/	/	4,57
Dr. Finans. Prihodi	18.746,18	1.757,48	1066	1,62
Drugi prih. od kama.	18,71	28,54	65,55	0,00
UKUPNO PRIHODI	1.156.350,65	1.111.819,10	104,00	

Tabela prikazuje uporedni pregled ostvarenih prihoda u 2025. i 2024. godini, indeks rasta ili pada prihoda između ove dvije godine (25/24) i učešće pojedinačnih prihoda u ukupnim prihodima za 2025. godinu.

Napomena: *Hoteli imaju neizmireno dugovanje u iznosu od 40.636,00 EUR, koje se odnosi na naplatu boravišne takse na dan 31.12.2025. Ovaj iznos predstavlja obavezu hotela prema Turističkoj organizaciji na osnovu prikupljenih, ali neproslijeđenih sredstava boravišne takse u skladu sa važećim propisima.*

Grafikon 1.Pregled ostvarenih prihoda 2025/2024



Prihodi od boravišne takse imaju učešće u obračunatim prihodima sa 88,98%. U odnosu na prošlu godinu imamo pad boravišne takse za 4,91%.

Prihod od turističke takse 166.345,00 eur što je 23,88% više u odnosu na prošlu godinu, dok članski doprinos u iznosu od 37.532,86 eur je veći u odnosu na 2024.godinu za 4 puta više- U nastavku dajemo prikaz planiranih i ostvarenih prihoda za 2025.godinu.

Tabela 2. Prikaz planiranih i ostvarenih prihoda za 2025.godinu

Vrsta prihoda	Plan 2025	Ostvareno 2025	Index O/P
Boravišna taksa	1. 080.000,00	825.043,36	76,39
Turistička taksa	200.000,00	166.345,00	83,17
Članski doprinos	50.000,00	37.532,86	75,06
Ostali Posl. prihodi	100.000,00	50.759,45	50,75
Ostali prihodi	25.000,00	76.669,98	306,67
UKUPNO:	1.455.000,00	1.156.350,65	79,47

Tabela prikazuje planirane i ostvarene prihode za 2025. godinu, kao i indeks ostvarenja prihoda u odnosu na plan (O/P). Analiza pokazuje sljedeće:

Boravišna taksa, koja čini najveći dio prihoda, planirana je na 1.080.000,00 €, dok je ostvareno 825.043,36 eur, što predstavlja 76,39% od planiranog iznosa. Ovo ukazuje na manji priliv od očekivanog.

Turistička taksa je planirana na 200.000,00 €, a ostvareno je 166.345,00 €, što znači da je realizovano 83,17% plana. Ovo pokazuje da je prihod skoro dostigao očekivani nivo, ali i dalje nešto ispod plana.

Članski doprinos je planiran u iznosu od 50.000,00 eur a ostvareno je samo 37.532,86 €, odnosno 75,06%.

Ostali poslovni prihodi umjesto očekivanih 100.000,00 €, ostvareno je 50.759,45,00 €, što čini 50,75% od planiranog iznosa. Ostali prihodi bijeleže bolje rezultate od očekivanih, ostvareno je 76.669,98 €, što je 3 puta više od planiranog iznosa od 25.000,00 €.

Ukupno gledano, od planiranih prihoda u iznosu od 1.455.000,00 €, ostvareno je 1.156.350,65 €, što je 79,47% od predviđenog budžeta. To ukazuje na značajan manjak u prihodima, prije svega zbog niže naplate boravišne takse, turističke takse i članskih doprinosa, koji su najznačajniji prihodi budžeta TO Ulcinj, dok su ostali prihodi donekle ublažili taj nedostatak.

Grafikon 2.Pregled planiranih i ostvarenih Prihoda 2025



PRIHODI OD TURIZMA

Tabela koja prikazuje mjesečnu dinamiku ostvarenih prihoda od boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa u 2025. godini, a koja se odnosi na 80% sredstava pripadajućih Turistička organizacija Ulcinj, jasno potvrđuje izraženu sezonsku orijentisanost turističke privrede na teritoriji Ulcinj. Struktura prihoda tokom godine pokazuje snažnu koncentraciju finansijskih efekata u periodu glavne ljetnje turističke sezone, dok su vansezonski mjeseci značajno slabiji.

Najveći prihodi ostvareni su u julu (257.819,40 €) i avgustu (320.067,54 €), pri čemu ova dva mjeseca zajedno generišu više od 60% ukupnih godišnjih prihoda. Ovakav rezultat nedvosmisleno potvrđuje dominantnu zavisnost lokalnih javnih prihoda od ljetnjeg turističkog prometa. Već od maja primjetan je rast, koji kulminira tokom jula i avgusta, dok se nakon septembra bilježi postepeni pad, uz naglašeno smanjenje tokom kasne jeseni i zime.

Boravišna taksa predstavlja najznačajniji pojedinačni izvor prihoda i njen trend u potpunosti prati sezonska kretanja broja noćenja. Tokom zimskih i ranih prolječnih mjeseci prihodi po ovom osnovu su minimalni, da bi sa intenziviranjem turističkih dolazaka naglo porasli i dostigli maksimum u vrhuncu sezone. Turistička taksa takođe pokazuje sličan obrazac, ali u ukupnoj strukturi prihoda ima manji udio u odnosu na boravišnu taksu. Iako doprinosi ukupnim prihodima, njen finansijski efekat ostaje sekundaran u poređenju sa prihodom od boravišne takse.

Članski doprinos tokom većeg dijela godine ima izrazito nizak finansijski efekat, sa značajnijim iznosima evidentiranim isključivo u julu i avgustu (13.187,00 € i 11.467,54 €). Ovakva dinamika ukazuje na ograničen obuhvat i potencijal za unapređenje ovog segmenta prihoda kroz sistemska rješenja i jačanje saradnje sa turističkom privredom.

Period od januara do maja karakterišu znatno niži prihodi, koji ne obezbjeđuju stabilan i ravnomjeran finansijski tok tokom godine. Jesen donosi postepeno smanjenje nakon septembra, čime se dodatno potvrđuje snažna koncentracija prihoda u svega nekoliko ljetnjih mjeseci.

Ukupno posmatrano, prihodi su izrazito sezonski orijentisani, sa dominantnim osloncem na dvomjesečni vrhunac ljetnje sezone. Ovakva struktura nosi određeni fiskalni rizik, jer budžetska stabilnost u velikoj mjeri zavisi od uspjehnosti jedne turističke sezone. Rezultati ukazuju na potrebu strateškog djelovanja u pravcu produženja turističke sezone, razvoja selektivnih oblika turizma i ravnomjernije raspodjele prihoda tokom godine, kako bi se obezbijedila veća finansijska stabilnost i održiv razvoj turizma u Ulcinju.

Tabela 3. Pregled ostvarenih prihoda po mjesecima (Iznos od 80% TO Ulcinj)

	Boravišna taksa	Turistička taksa	Članski doprinos	Ukupno:
Januar	9.734,91	3.067,00	0	12.801,91
Februar	12.310,06	4.612,00	0	16.922,06
Mart	13.588,24	2.573,00	0	16.161,24
April	13.991,02	7.262,00	757,10	22.010,12
Maj	27.582,20	12.794,00	935,20	41.311,40
Jun	84.720,59	17.606,00	5.180,00	107.506,59
Jul	217.251,40	27.381,00	13.187,00	257.819,40
Avgust	271.034,00	37.566,00	11.467,54	320.067,54
Septembar	103.047,60	29.978,00	1.389,96	134.415,56
Oktobar	27.546,80	13.036,00	40,46	40.623,26
Novembar	30.430,13	6.402,00	0	36.832,13
Decembar	13.044,82	4.069,00	4.575,00	21.688,82

U nastavku dajemo tabelarni prikaz za registrovane hotele i kampove.

**Tabela 4.Pregled uplatioca boravišne takse 2025 za Opštinu Ulcinj
(Registrovani hoteli i kampovi)**

NAJVEĆI UPLATIOCI BORAVIŠNE TAKSE OPŠTINE ULCINJ - HOTELI		
R.BR	NAZIV UPLATIOCA	IZNOS (€)
1	AZUL BEACH – KARISMA RESORT	97.747,50
2	HOTEL OTRANT	53.770,50
3	ULCINJSKA RIVIJERA	26.000,00
4	HOTEL MEDITERAN	17.802,50
5	HOTEL ALBATROS	10.367,50
6	HOTEL OLEA	8.692,50
7	TRIO RESORT	6.474,00
8	HOTEL MONTEFILA & PRIMAFILA	5.809,50
9	HOTEL HOTI 1 & 2	5.353,50
10	HOTEL NOBEL	5.212,50
11	PALATA VENEZIA	4.810,50
12	MALI HOTEL PINO	4.568,50
13	HOTEL AMBIENTE	3.599,00
14	HOTEL EDITA	3.595,50
15	HOTEL HILLS	3.583,00
16	HOTEL UMMA	3.089,50
17	HOTEL MARIS	3.082,00
18	HOTEL EMERALD	2.571,20
19	HOTEL CONTINENTAL	2.467,00
20	HOTEL EVROPA	2.126,00
21	IMPERIA TROY	2.111,00
22	HOTEL PLAZA & SPA	2.068,00
23	BLUE MOON	1.964,50
24	HOTEL IMPERIAL	1.876,50
25	HTP VELIKA PLAŽA	1.836,00
26	HOTEL MN HOLIDAY	1.767,00
27	MALI HOTEL MEDITERRANEO	1.701,00
28	HOTEL MARINUS	1.331,00
29	HOTEL SALINA	1.329,50
30	MALI HOTEL TEUTA	1.214,50
31	APART HOTEL LA DOMAINE	1.152,00
32	HOTEL HALIBAS	907,50
33	HOTEL PADAM	905,00
34	APART HOTEL KASMI	866,50
35	HOTEL MONTENEGRO HILLS	667,00
36	PRINCESS VALDANOS	625,50
37	MALI HOTEL HERMOSA	590,00
38	HOTEL PROVA	493,00
39	MALI HOTEL PIRATE	290,00
40	HOTEL GOTHIA	208,50

R.BR	NAZIV KAMPA	IZNOS (€)
1	MCM CAMPING	3.758,00
2	COPACABANA	2.296,00
3	GIOVANNI	1.671,00
4	AUTOKAMP MIAMI	1.645,00
5	KAMP SARANDA	1.265,50
6	SAFARI	996,00

**Tabela 5.Pregled uplatioca boravišne takse 2025 za Opštinu Ulcinj
(Privatni smještaj)**

	PRIVATNI SMJESTAJ 01.01-31.12.2025		
1	HOTEL LA ROSA NEGRA	10.385.00	
2	DURAKOVIC ENIS	6.544.50	
3	RESULBEGU ENEIDA	6.379.50	
4	DJEČIJE ODMARALIŠTE OVČAR	5.163.00	
5	IBROCEVIC METROPOLIS	4.050.50	
6	ADŽEMOVIĆ NAZIF	3.233.50	
7.	SELIMI FATON	2.942.00	
8	LLOLLA MUSLIM	2.942.00	
9	LIKA ENVER	2.767.00	
10	ODMARALIŠTE ELEKTRODIST NP	2.553.50	
11	PEPIC ŠABO	2.512.50	
12.	DOO DIJARI	2.507.00	
13	MANDŽUKIĆ ADMIR	2.384.50	
14	DUSHEVIQ PATRIK	2.175.00	
15	RUDOVIĆ ZEF	2.173.00	
16	SADIKOVIĆ ŠUČURIJA	2.152.50	
17	ALLOVIĆ ŠABAN-PETRITI	2.118.00	
18	HALILOVIĆ DELVA-LEJLA	2.054,00	
19	FICIĆ SABIR	2.030.00	
20	SHKRELI MARIAN	1.933.00	

RASHODI 2025

Turistička organizacija Ulcinj ostvaruje rashode kroz različite segmente poslovanja, s ciljem promocije destinacije i unaprijeđenja turističke ponude.

Ovi rashodi su ključni za funkcionisanje organizacije i razvoj turizma, doprinoseći promociji Ulcinja kao destinacije i poboljšanju usluga za turiste.

U nastavku dajemo analitički prikaz ostvarenih rashoda u 2025.godini koji ukupno iznose 1.115.133,01 eur. Rashodi će biti podijeljeni po ta belama i nazivima troškova shodno zaključnom listu za 2025.godinu. Glavne kategorije rashoda uključuju:

OSTVARENI RASHODI	OSTVARENJE U 2025.GODINI
1. Materijalni troškovi	18.916,40
2. Troškovi zarada i naknada	519.225,04
3. Troškovi promocije turističke ponude	450.624,86
3.1.Promocija turisticke ponude,marketing,mani	65.640,77
3.2.Troškovi podrške ostalim aktivnostima, spo	17.660,00
3.3.Troškovi sajmova, seminara i prezent	71.852,07
3.4. Pro aktivno,kultu,sports turiz - Manifestacije	295,472,02
4. Uslužni troškovi	31.095,61
5. Troškovi platn. prometa, amortizacije	20.119,93
6. Ostali troškovi	75.151,17
UKUPNO	<u>1.115.133,01</u>

U nastavku dajemo prikaz svih rashoda u tabelama na kojima stoje sve stavke utrošenih sredstava.

1. MATERIJALNI TROŠKOVI

Ukupni materijalni troškovi u iznosu od **18.916,40** odnose se na redovno funkcionisanje i materijalni troškovi predstavljaju neophodne rashode za funkcionisanje Turističke organizacije Ulcinj, i obavljanje planiranih aktivnosti. Najveći dio troškova čine izdaci za gorivo, električnu energiju i nabavku sirovina i ostalog materijala, koji su neophodni za realizaciju programskih i operativnih aktivnosti. Takođe, sredstva su utrošena na kancelarijski materijal, održavanje higijene, režijski materijal te troškove vode, čime su obezbijeđeni adekvatni uslovi za nesmetan rad i realizaciju planiranih zadataka.

1. MATERIJALNI TROŠKOVI	Uplaćeni iznos
Troš. sirovina i ostalog materijala	4.471,19
Nabavka materijala za izradu	724,00
Trošk materijala za razne aktivnosti	1.919,72
Troškovi za održavanje higijene	477,59
Troškovi kancelarijskog materijala	2.940,01
Nabavka ostalog rež materijala	300,00
Troškovi električne energije	2.446,84
Trošk vode i vodovodne mreže	468,38
Troškovi goriva	5.168,67
UKUPNO	18.916,40

2. TROŠKOVI ZARADA I NAKNADA

Troškovi zarada i naknada predstavljaju jedan od najznačajnijih rashoda Turističke organizacije Ulcinj i odnose se na isplate plata zaposlenima, naknade za sezonske radnike, članove odbora i druge oblike isplate vezane za rad organizacije. Ukupni troškovi zarada i naknada u 2025. godini iznosili su 519.225,04 evra, a raspoređeni su na sledeće stavke. Troškovi zarada i naknada su ključna stavka u budžetu Turističke organizacije Ulcinj, jer omogućavaju stabilno funkcionisanje organizacije i angažovanje kadrova neophodnih za realizaciju turističkih aktivnosti i manifestacija. Veći dio sredstava odnosi se na isplate stalno zaposlenih, dok značajan dio ide na sezonske radnike koji su neophodni tokom glavne turističke sezone.

Zbog potrebe za nesmetanim odvijanjem turističke sezone i povećanog obima posla u periodu pojačanih aktivnosti, bilo je neophodno angažovanje sezonskih radnika. Kako bi se obezbijedila pravovremena selekcija, administrativna obrada i zakonski usklađen angažman radne snage, zapošljavanje je realizovano putem agencije za zapošljavanje DEKRA. Mora se napomenuti da tokom 2025. godine zarade sezonskih radnika obračunavane su u uvećanom iznosu, pri čemu je visina naknade bila diferencirana u zavisnosti od nivoa stručne spremlje, sa posebnim uvećanjem za radnike sa srednjom i one sa visokom stručnom spremom.

2.1. Troškovi zarada i naknada

2.1. Troškovi zarada i naknada	Uplaćeni iznos
Troškovi neto zarada i red. rada	201.296,01
Troškovi naknada za Odbor	38.574,73
Trošk. dopunskog rada radnika	7.350,00
Trošk. neto po osnovu doprinosa zbirno	57.678,81
Troškovi PKCG	909,33
Troškovi SSS CG	835,16
Troškovi prireza na porez	3.011,04
Troškovi naknada ugovora o djelu	10.340,00
Ostale naknade troškova zaposlenih	3.802,50
UKUPNO	323.797,58

2.2. Agencijsko poslovanje

2.2. Troškovi za agencijsko poslovanje	Uplaćeni iznos
Agencijsko poslovanje	195.427,46
UKUPNO	195.427,46

3. PROMOCIJA TURISTIČ PONUDE, MARKETING, MANIFESTACIJE, SAJMOVI

U protekloj godini, Turistička organizacija Turistička organizacija Ulcinj realizovala je niz aktivnosti usmjerenih na unapređenje i promociju turističke ponude grada Ulcinj, sa ciljem jačanja imidža destinacije i produženja turističke sezone.

Poseban fokus stavljen je na intenziviranje marketinških aktivnosti kroz digitalne kampanje, promociju na društvenim mrežama, izradu promotivnih materijala i saradnju sa medijima i turističkim privrednicima. Kontinuirano smo radili na pozicioniranju Ulcinja kao atraktivne i autentične destinacije, ističući njegove prirodne ljepote, kulturno-istorijsko nasljeđe i raznovrsnu ponudu. Turistička organizacija pružila je podršku svim značajnim kulturnim, sportskim i zabavnim

manifestacijama u gradu, kao i aktivno učestvovala u organizaciji pojedinih događaja, prepoznajući njihov značaj za obogaćivanje turističkog sadržaja i povećanje posjećenosti. Takođe, ostvareno je učešće na domaćim i međunarodnim sajmovima turizma, gdje je predstavljena cjelokupna turistička ponuda Ulcinja, uspostavljeni novi kontakti i ojačana saradnja sa partnerima iz regiona i inostranstva. Kroz koordinisano djelovanje sa lokalnom samoupravom i turističkom privredom, Turistička organizacija Ulcinj nastavila je da aktivno radi na unapređenju promocije grada i stvaranju uslova za održiv i konkurentan razvoj turizma. Ukupni troškovi promocije turističke ponude u 2025. godini iznosili su **450.624,86 eura** i obuhvatali su sljedeće segmente:

3.1.Promocija turističke ponude, marketing, manifestacije

Promocija turističke ponude jedan je od ključnih zadataka Turističke organizacije, jer doprinosi povećanju broja turista, jačanju imidža destinacije i boljoj prepoznatljivosti na domaćem i međunarodnom tržištu. Tokom 2025. godine realizovan je veliki broj aktivnosti koje su imale za cilj unaprijeđenje turističke ponude, promociju destinacije i organizaciju različitih manifestacija. Ove aktivnosti uključivale su marketinške kampanje, izrada propagandnog materijala, organizaciju studijskih posjeta za novinare i turoperatore, kao i održavanje brojnih događaja. Ukupni troškovi promocije turističke ponude i manifestacija u 2025. godini iznosili su 65.640,77 eura i obuhvatali su sljedeće segmente:

3.1.Promocija turističke ponude	Uplaćeni iznos
Trošk. materijala za reklamu i propagandu	19.528,57
Troškovi smještaja gostiju za manifestaci	2.519,80
Trošk. Za manifestacije I programe	1.389,50
Trošk. reklame i propagande u zemlji	13.329,68
Studijske grupe novinara	13.158,90
Troškovi kampanje za elektronske medije	2.000,00
Troškovi manifestacije za usluge Pam	1.906,17
Aktivan turizam Čišćenje i markiranje staza	4.500,00
Troškovi robe upotrijebljenih za reklamu i propag	788,15
Trošk. reklame i propagande u inostranstvu	3.520,00
Troškovi proozvoda upotrebljeni za promo	3.000,00
UKUPNO	65.640,77

3.2.Troškovi za podršku ostalim aktivnostima, sponzorstva I donacije

Podrška zabavnim, sportskim i kulturnim aktivnostima igra ključnu ulogu u razvoju turizma i unapređenju kvaliteta života lokalnog stanovništva. Ove aktivnosti obogaćuju turističku ponudu destinacije, produžavaju trajanje turističke sezone i doprinose ekonomskom razvoju grada. Podrška zabavnim, sportskim i kulturnim aktivnostima nije samo ulaganje u turizam, već i u celokupan razvoj lokalne zajednice. Ove aktivnosti doprinose ekonomskoj održivosti, očuvanju tradicije i povećanju kvaliteta života, čineći Ulcinj poželjnom destinacijom za posjetioce tokom cijele godine.

Organizacija festivala, sportskih turnira, koncerata i kulturnih manifestacija stvara priliku za promociju lokalnih umjetnika, sportista i preduzetnika, ali i za jačanje identiteta grada. Raznovrsni sadržaji privlače različite ciljane grupe turista – od mladih i porodica, do ljubitelja kulture i sporta. Time se podstiče razvoj malih biznisa, ugostiteljstva i pratećih turističkih usluga, a TO Ulcinj je tu da uvijek daje svima podršku.

3.2.Podrška ostalim akti i sponzors	Uplaćeni iznos
--	-----------------------

Troškovi NVO za razne projekte	2.750,00
Troškovi sportu i sportskim klubovima	6.410,00
Troškovi za kulturno zabavn. aktivnosti	3.950,00
Troškovi za reportaže i dokumn filmove	1.550,00
Troškovi za kupovinu, promociju i šta., knjiga	1.700,00
Donacije za socijalnu pomoć	300,00
Donacije obrazovnim institucijama	1.000,00
UKUPNO:	17.660,00

3.3.Sajmovi, seminari, prezentacije i sl putovanja

Učešće na sajmovima, seminarima i prezentacijama od suštinskog je značaja za promociju turističke destinacije, jačanje poslovnih veza i privlačenje novih turista. Ovi događaji omogućavaju direktnu komunikaciju s turističkim agencijama, turoperatorima, medijima i potencijalnim posjetiocima, čime se povećava vidljivost i konkurentnost Ulcinja na turističkom tržištu. Ključne prednosti učešća na sajmovima i prezentacijama: Promocija destinacije, povezivanje s turoperatorima i agencijama, medijska vidljivost, praćenje turističkih trendova, brendiranje Ulcinja kao atraktivne destinacije. Ovi događaji su neophodni za jačanje turističkog sektora, poboljšanje promocije i dugoročan razvoj turizma u Ulcinju.

Ukupni troškovi iznose 71.852,07 a najveći dio sredstava utrošen je na učešće na sajmovima u inostranstvu, što je bilo neophodno za predstavljanje i promociju aktivnosti van zemlje.

3.3.Sajmovi, seminari, prezentacije i sl put	Uplaćeni iznos
Trošk.upotrebe sopstv.auta na služb put	1.561,74
Trošk. sastanaka na služb. putovanju	4.527,04
Troškovi smještaja na služb. putovanju	3.143,28
Troškovi saobr.,drumar. i parkinga	1.360,65
Troškovi avio prevoza	195,00
Troškovi dnevnica po putnom nalogu	7.035,75
Troškovi učešća na sajmovima u zemlji	3.860,00
Troškovi učešća na sajmovima u inostranstvu	45.935,47
Troškovi mate. za pripremu štandova	329,14
Troškovi Road Show i osta prezent.	3.904,00
UKUPNO:	71.852,07

3.4.Promocija aktivnog, kulturnog, sportskog turizma - Manifestacije

Turistička organizacija Ulcinj tokom 2025. godine aktivno je podržavala i promovisala različite oblike turizma kako bi obogatila ponudu destinacije i privukla širi spektar posjetilaca. Tokom cijele godine organizujemo i realizujemo brojne manifestacije različitog karaktera i sadržaja, koje su od izuzetnog značaja za obavljanje naše osnovne djelatnosti i ostvarivanje strateških ciljeva. Sve aktivnosti planiraju se i sprovode u skladu sa usvojenim Planom i programom rada, uz jasno definisane ciljeve, dinamiku realizacije i budžetske okvire.

Manifestacije obuhvataju kulturne, turističke, edukativne, promotivne, sportske i druge sadržaje, čime doprinosimo unapređenju ukupne ponude, jačanju prepoznatljivosti i podsticanju društvenog i ekonomskog razvoja lokalne zajednice. Za određene programe nastupamo kao glavni organizatori i nosioci aktivnosti, dok u realizaciji drugih pružamo organizacionu, logističku i finansijsku podršku partnerskim institucijama i udruženjima.

Posebno ističemo kontinuiranu saradnju sa Opštinu, sa kojom zajednički planiramo i sprovodimo značajne projekte i manifestacije od javnog interesa. Ovakav model saradnje doprinosi kvalitetnijoj realizaciji programa, racionalnijem korišćenju resursa i jačanju institucionalne povezanosti u cilju razvoja zajednice.

3.4.Trošk aktivnog, kulturnog, sportsk Manifestacije	Uplaćeni iznos
Ulgini Trail	700,00
Dan Opštine – Konferencija za naučna istraž	1.000,00
Svi za turizam	52.843,47
Dan Kublje	3.258,86
Pranvera ne Ane te malit	7.000,00
Dani bamije	5.907,50
Old timer fest	4.650,00
Dani ulcinjske lubenice	4.014,80
Ulcinski mundijal prijateljstva	8.000,00
Ljetnja scena	5.000,00
Medjunarodni sajam suvenira	2.000,00
Koncert Klasicne muzike	2.000,00
Medjunarodni sajam knjiga	6.355,08
Kolonije umjetnika	15.852,15
Nastup Koncert Armend Rexhepagiq	24.841,40
Motoriada	3.500,00
Lignjada	2.000,00
Kalimera poetike	2.500,00
Jesenja Korpa	16.627,50
Sweet decembar 2024/2025	127.421,26
UKUPNO	295.472,02

4. USLUŽNI TROŠKOVI

Uslužni troškovi odnose se na izdatke za različite spoljne usluge neophodne za redovno funkcionisanje i realizaciju planiranih aktivnosti. Obuhvataju troškove stručnih i tehničkih usluga, održavanja, zakupa, promocije, kao i druge usluge koje nije bilo moguće obezbijediti internim kapacitetima.

Ovi troškovi planirani su u skladu sa Programom rada i predstavljaju neophodan segment u obezbjeđivanju kvalitetne, efikasne i kontinuirane realizacije aktivnosti.

Ovi troškovi obuhvataju:

4.Uslužni troškovi	Uplaćeni iznos
Troškovi usluge prevoza u zemlji	2.325,95
Troškovi PTT usluga	7.149,12
Troš.održa.osnovnih sredstava	10.193,67
Troškovi komunalnih usluga	996,14
Troškovi usluga održavanja	39,70
Troškovi vizuelnog web domena	3.292,30
Troškovi transportnih usluga	151,25

Troškovi revizije	1.694,00
Troškovi advokatskih usluga	756,25
Troš.savjetovanja i drugih usluga	1.195,00
Troškovi prevođenja	195,00
Troškovi drugih i neproi.usluga	1.806,71
Troškovi premije osiguranja osn sred	478,02
Trošk. premije osiguranja zaposlenih	822,50
UKUPNO:	31.095,61

5. TROŠKOVI PLATNOG PROMETA, AMORTIZACIJE I SLIČNO..

Ovi troškovi predstavljaju izdatke koji su povezani s poslovanjem organizacije, ali nisu direktno vezani za operativne aktivnosti poput promocije ili organizacije događaja. Služe za održavanje finansijskog i tehničkog funkcionisanja organizacije. Ovi troškovi omogućavaju da Turistička organizacija Ulcinj nesmetano funkcioniše i održava svoje kapacitete i infrastrukturu, pružajući podršku svim promotivnim i operativnim aktivnostima.

5.Troškovi platnog prometa, amorti...	Uplaćeni iznos
Troškovi platnog prometa u zemlji	2.228,83
Troškovi platnog prometa u inostranstvu	1.409,23
Rashodi kamata iz odnosa sa ostal pov	250,00
Troškovi amortizacije, nekretnina, postro.	4.721,46
Rashodi kamata po Overdraft	2.175,69
Rashodi kamata po obavezama iz dužni	6.000,00
Finans rashodi po osnovu kasa skonta	3.334,72
UKUPNO:	20.119,93

6. OSTALI TROŠKOVI

Ostali troškovi uključuju razne izdatke koji nisu specifično vezani za jednu od većih kategorija rashoda, ali su neophodni za normalno poslovanje i funkcionisanje organizacije. Ovi troškovi su ključni za održavanje operativnog funkcionisanja organizacije, izgradnju dobrih odnosa sa partnerima i sticanje novih znanja i vještina koje pomažu u unaprijeđenju turističke ponude.

6.Ostali troškovi	Uplaćeni iznos
Troškovi zakupa poslovnog prostora	20.258,21
Troškovi reprezentacije i sastanaka sa posl.	4.443,51
Troškovi repoz lpa projekti	850,00
Troškovi radionice lpa - Blue Flag	8.382,95
Troš projekata za valorizaciju kultur baštine	38.416,50
Troškovi naknade zaduženim po sudskim sp	2.800,00
UKUPNO:	75.151,17

Takođe, u nastavku ćemo dati tabelarni prikaz rashoda i u 2024.godini i na osnovu toga analiziraćemo rashode u 2025.godini.

POZICIJA	R.br	2025	2024	In.25/2 4
1.Prihodi od prodaje	201	994.088	1.001.89	99,22
2.Pri. od aktivi ucinaka robe	203	8.802	20.137	43,71
3. Ost.prih.od poslov	204	145.301	88.006	165,10
-Os. prihodi iz red.poslov.	205	139.621	88.006	158,65
-Ost prihodi iz poslova	206	5.680	/	/
3.Trošk. poslovanja	208	565.994	498.838	113,46
-Nab. Vrijd. i troš. Mat.	209	38.463	35.464	108,45
-Ost. Trošk. poslovanja	210	522.810	458.815	113,94
-Amortizacija	210a	4.721	4.559	103,55
4.Troškovi zarada	211	537.378	487.133	110,31
-Neto trošk.zarada	212	500.327	421.627	118,66
-Troš.poreza i doprin.	213	37.051	65.506	56,56
*Troškovi poreza	214	37.051	65.506	56,56
*Trošk. dopr.sa penzi.	215	/	/	/
*Troškovi doprinosa	216	/	/	/
5.Ras.po osnv.vrijd.uskladjivanja	217	/	75	/
-Ras.po osn.,ukl.stal i	218	/	75	/
6.Ost.rash.iz poslovanja	220	/	273	/
I.POSLOV REZULTAT	221	44.819	123.714	36,22
7.Vrije usklađ kratk.fin.sred	234	8.159	/	/
Prih po osnv vrijd.uksla.	235	8.159	/	/
8.Ras. po osnov kamata	237	11.760	2.318	507,33
Rash po osnovu kamata	239	250	/	/
-Ras. po osno. kamata	240	11.510	2.318	507,33
II FINANS. REZULTAT	241	(3.601)	(2.318)	
III.REZ. IZ RED.POSLOV.	242	41.218	121.396	33,95
IV.REZ.PRIJE OPOREZ	244	41.218	121.396	33,95
9.Dobitak ili gubitak	248	41.218	121.396	33,95
NETO REZULTAT	260	41.218	121.396	33,95

Ova tabela prikazuje **Izvještaj o dobiti i gubitku**, odnosno poslovni rezultat za 2025. i 2024. godinu.

Prihodi od prodaje su blago smanjeni (1.001.890 → 994.088, pad oko 0,8%), što znači da su prihodi iz osnovne djelatnosti ostali gotovo na istom nivou. S druge strane, **ostali prihodi od poslovanja** su porasli (88.006 → 145.301, rast oko 65%), što je pozitivno uticalo na ukupne prihode.

Troškovi poslovanja su porasli (498.838 → 565.994, rast oko 13,5%) a Troškovi materijala su blago povećani. Ostali troškovi poslovanja su takođe porasli. **Troškovi zarada** su povećani (487.133 → 537.378, rast oko 10,3%).

Neto troškovi zarada su porasli, dok su troškovi poreza i doprinosa smanjeni.

Neto rezultat (konačna dobit) iznosi 41.218 u 2025. godini, dok je u 2024. iznosio 121.396, što predstavlja pad od oko 66%.

Zaključak: Prihodi su uglavnom stabilni, ali su troškovi poslovanja porasli. Zbog toga je ukupna dobit u 2025. godini znatno manja u odnosu na 2024. godinu.

BILANS STANJA

STANJE IMOVINE I KAPITALA NA DAN 31.12.2025

U nastavku teksta dajemo prikaz strukture imovine i organizacije i izvora finansiranja navedene imovine na dan 31.12.2025.godine.

AKTIVA	2025	AKTIVA	2024	INDEX
1.NEUP. PISANI KAPITAL	/	1.NEUP. PISANI KAPITAL	/	/
2.STALNA IMOVINA	122.719	STALNA IMOVINA	121.417	101,07
I NEMATER. ULAGANJA	2.752	I NEMATER. ULAGANJA	2.915	94,40
-Koncesije, licence i sl.	2.752	Koncesije, licence i sl	2.915	94,40
II NEKRETNINE OPREMA	119.967	II NEKRETNINE OPREMA	118.502	101,23
-Zemljište i objekti	2.607	-Zemljište i objekti	3.566	73,10
-Posrojenja i opreme	61.182	-Posrojenja i opreme	58.758	104,12
-Av. za nekretnine, postroje	56.178	Av. za nekretnine, postroje	56.178	100
3.ODLOŽENA PORES. SRE.	/	3.ODLOŽENA PORES. SRE.	/	/
4.OBRTNA SREDSTVA	229.587	4.OBRTNA SREDSTVA	208.287	110,22
I ZALIHE	20.203	I ZALIHE	20.203	100
-Zalihe materijala	20.203	Zalihe materijala	20.203	100
II KRATKOROČ. POTRAŽ.	5.560	II KRATKOROČ. POTRAŽ.	3.799	146,35
-Potraž. od kupaca	363,00		/	/
-Ostala potraživanja	5.197	-Ostala potraživanja	3.799	136,79
*Potraž. po osnovu poreza	2.114	*Potraž. po osnovu poreza	2.114	100
*Ost. nepomenuta potraž.	3.083	*Ost. nepomenuta potraž.	1.685	182,96
III KRATK. FINANSI. PLASM.	309	III KRATK. FINANSI. PLASM.	309	100
-Os. Kratk. Finans. plasmani	309	-Os. kratk. finans. plasmani.	309	100
IV GOTOVINA NA RAČU.	203.515	IV GOTOVINA NA RAČU.	183.976	110,62
5.AKTIVNA VREMEN RAZ.	13.660	5.AKTIVNA VREMEN RAZ.	13.660	100
6.UKUPNA AKTIVA	365.966	6.UKUPNA AKTIVA	343.364	106,58

Bilans stanja za **Aktivnu** prikazuje ukupnu imovinu TO Uclinj na određeni datum. Ovdje su prikazane vrijednosti za 2024. i 2025. godinu, uz indeks koji pokazuje promjene.

Stalna imovina– zabilježen je blagi porast dugoročne imovine.

Nematerijalna ulaganja (2.915 → 2.752) su blago smanjena.

Nekretnine, postrojenja i oprema (118.502 → 119.967) bilježe blagi rast.

Obrtna sredstva (208.287 u 2024 → 229.587 u 2025, rast oko 10,2%) – vidljivo je povećanje kratkoročne imovine:

Zalihe su ostale nepromijenjene (20.203).

Kratkoročna potraživanja su porasla (3.799 → 5.560), posebno ostala potraživanja.

Gotovina na računu je značajno povećana (183.976 → 203.515), što direktno utiče na jačanje likvidnosti.

Kratkoročni finansijski plasmani su ostali isti.

Ukupna aktiva (343.364 u 2024 → 365.966 u 2025, rast od 6.58%) – ukupna imovina je povećana, prvenstveno zahvaljujući rastu obrtnih sredstava, posebno gotovine i potraživanja.

Zaključak: U 2025. godini evidentan je rast ukupne imovine i poboljšanje likvidne pozicije. Struktura aktive pokazuje stabilnu stalnu imovinu uz izraženije povećanje obrtnih sredstava, što ukazuje na finansijski stabilnije i likvidnije poslovanje u odnosu na 2024. godinu

PASIVA	2025	PASIVA	2024	INDEX
1.KAPITAL	259.199	1.KAPITAL	217.981	118,90
-NERASPORE. DOB. ILI GUB.	259.199	-NERASPORE. DOB. ILI GUB.	217.981	118,90
*Nera. dobitak ranijih godina	666.670	*Nera. dobitak ranijih godina	545.274	122,26
*Nera. dobitak tekuće godine	41.218	*Nera. dobitak tekuće godine	121.396	33,95
*Gubitak ranijih godina	448.689	*Gubitak ranijih godina	448.689	100
2.DUG. REZERVISANJA	/	2.DUG. REZERVISANJA	/	/
3.KRAT. REZERVISANJA	106.767	3.KRAT. REZERVISANJA	125.383	85,15
I.KRATKO OBAVEZE	106.767	I.KRATKO OBAVEZE	125.383	85,15
-Obav. od lica koja nijesu kr. Instit.	2.704	Obav. od lica koja nijesu kr. instit.	2.704	100
-Obaveze po osn. kredita	2.486	-Obaveze po osn. kredita	2.486	100
-Obav. prema dobavljačima	40.092	-Obav. prema dobavljačima	31.443	127,50
-Obaveze prema ost. licima	254	-Obaveze prema ost. licima	254	100
-Osta. obaveze iz poslova.	61.231	-Osta. obaveze iz poslova.	88.496	69,19
^Ostale kratkoroc. obaveze	60.979	^Ostale kratkoroc. obaveze	88.496	68,90
Obaveze po osnovu poreza	252		/	/
4. PASI. VREMEN. RAZGR.	/	4. PASI. VREMEN. RAZGR.	/	/
UKUPNA PASIVA	365.966	UKUPNA PASIVA	343.364	106,58

Bilans stanja za **Pasivu** prikazuje izvore finansiranja imovine TO Ulcinj, odnosno način na koji su sredstva obezbjeđena – kroz kapital ili obaveze.

Ključni segmenti:

Kapital (259.199 u 2025, rast oko 18,9%)

Ovaj rast je rezultat povećanja ukupne neraspoređene dobiti.

Neraspoređena dobit ranijih godina porasla je sa 545.274 na 666.670 (rast od 22,26%).

Neraspoređena dobit tekuće godine smanjena je sa 121.396 na 41.218 (pad oko 66%), što znači da je rezultat poslovanja u 2025. slabiji u odnosu na 2024.

Gubitak ranijih godina ostao je nepromijenjen (448.689).

Kratkoročne obaveze (125.383 u 2024 → 106.767 u 2025, pad oko 14,8%)

Obaveze prema dobavljačima su porasle za oko 27% (31.443 → 40.092).

Ostale kratkoročne obaveze su značajno smanjene (88.496 → 60.979), što je glavni razlog ukupnog pada obaveza (smanjenje oko 31%).

Kreditne obaveze su ostale iste, što ukazuje na stabilnost u tom segmentu.

U 2025. godini evidentirane su i obaveze po osnovu poreza (252).

Ukupna pasiva (343.364 u 2024 → 365.966 u 2025, rast oko 6,6%)

Povećanje ukupne pasive rezultat je rasta kapitala, dok su obaveze smanjene.

Zaključak:

Turistička organizacija je u 2025. godini ojačala sopstvene izvore finansiranja kroz rast kapitala i istovremeno smanjila kratkoročne obaveze. Iako je dobit tekuće godine manja nego u 2024, ukupna finansijska struktura je stabilna.

Zaključna razmatranja

U 2025. godini, Turistička organizacija Ulcinj ostvarila je značajan napredak u promociji turističke ponude grada, unaprijeđenju usluga i infrastrukture, te u jačanju pozicije Ulcinja na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Kroz raznovrsne aktivnosti, manifestacije i podršku različitim vrstama turizma, organizacija je uspješno doprinosila rastu broja posjetilaca, kao i povećanju prihoda od turizma. U nastavku su predstavljena ključna zaključna razmatranja na osnovu ostvarenih aktivnosti, troškova i postignutih ciljeva.

✚ Promocija turističke ponude i manifestacije

Jedan od glavnih ciljeva Turističke organizacije Ulcinj u 2025. godini bio je povećanje vidljivosti destinacije i poboljšanje njene konkurentnosti na tržištu. Aktivnosti vezane za promociju turističke ponude, uključujući organizaciju manifestacija, učešće na sajmovima, studijske posete novinara, kao i ulaganje u reklamu i propagandu, ostvarile su značajan uticaj.

✚ Raznovrsnost turističke ponude

U 2025. godini, Turistička organizacija Ulcinj je pružila podršku raznim oblicima turizma, uključujući kulturni, sportski, aktivni i lovni turizam. Podrška aktivnostima poput obuka kadrova i organizacije stručnih seminara unaprijedila je kapacitete turističkog sektora i stvorila osnovu za dalji rast u narednim godinama. Ove inicijative su imale i ekološki aspekt, s posebnim naglaskom na održivost i očuvanje prirodnih resursa, što je od ključne važnosti za budući razvoj turizma u Ulcinju.

✚ Efikasnost upravljanja finansijama

Finansijsko poslovanje Turističke organizacije u 2025. godini bilo je usmjereno ka racionalizaciji troškova i optimizaciji budžeta. Troškovi su bili usmjereni na ključne oblasti kao što su promocija, održavanje infrastrukture, podrška manifestacijama i učešće na međunarodnim sajmovima i događajima. Iako su rashodi bili značajni, ovi troškovi su ostvareni uz konkretne rezultate u obliku povećane posjete, boljih promotivnih aktivnosti i uspješnih manifestacija. Posvećenost transparentnosti u trošenju sredstava omogućila je održivost poslovanja i efektivno korišćenje resursa, čime je postavljen temelj za dalji razvoj.

✚ Saradnja sa partnerima i razmjena iskustava

Ove godine, organizacija je ostvarila značajnu saradnju sa drugim turističkim organizacijama, nevladinim sektorima, lokalnim preduzetnicima i nadležnim institucijama

-Na kraju, naše djelovanje bilo je usmjereno u pravcu unapređenja ukupnog turističkog proizvoda, osmišljavanjem novih sadržaja, aktivnosti u gradu i dobroj saradnji sa svim subjektima u turizmu.

- Analiza bilansa uspjeha za 2025.godinu, govori da je TO Ulcinj ostvarila ukupan prihod od 1.156.350,65 eur ,dok su na drugoj strani rashodi od 1.115.133,01 eur, sto upućuje na zaključak o uknjiženom pozitivnom finansijskom poslovanju, odnosno obračunskom dobitku u iznosu od 41.217,64 eur.

STRUČNA SLUŽBA TO ULCINJ

Predsjednik Skupštine TO Ulcinj
Genci Nimanbegu

