

Danas

utorak, 4. jul 2017.

Turizam



Marija Labović, direktorka
Turističke organizacije Srbije

**Skoro pola
miliona turista
u banjama
prošle godine**

Avala - među top 5 turističkih destinacija u Beogradu

**Vikendom toranj
poseti 5.000 ljudi**

Kulturni, turistički i ekonomski potencijal Tvrđave Golubački grad

**Preporod
Gospodarice Dunava**

Branko Gogić, v. d. direktora
JP Emisione tehnike i veze

**Ugledali
smo se
na Beč
i Tokio**



U svetu 14 miliona ljudi godišnje ide u inostranstvo na lečenje

**U Srbiju mladi
dolaze da se
leče od bolesti
zavisnosti i autizma**

Ove godine smo značajno intenzivirali promociju na tržištima Kine, SAD, Irana i Indije, ali smo i pojačali aktivnosti na nekim od tržišta koja su pokazala značajan rast kao što su tržišta Izraela i Rumunije, kaže u razgovoru za Danas direktorka Turističke organizacije Srbije Marija Labović.

■ Kako napreduje promocija Srbije na kineskom tržištu?

- Na prvom mestu, ukidanje viza sa Kinom je stvorilo uslove za intenziviranje promotivnih aktivnosti TOS-a na ovom tržištu. U Kini smo u poslednjih osam meseci organizovali prezentacije i učešće, prvo u Šangaju gde smo u saradnji sa Evropskom turističkom komisijom na štandu Evrope predstavili naše turističke potencijale, i u isto vreme učestvovali na B2B sastancima sa kineskom turističkom privredom. Nakon toga na Međunarodnom sajmu turizma u Pekingu TOS je učestvovao zajedno sa turističkom privredom kao i sa TO Crne Gore, na sajmu privrede u Xian-u, Srbija je bila partner sajma. Organizovali smo i posetu

grupe kineskih novinara i grupe kineskih organizatora putovanja, kojima je Srbija predstavljena kroz studijsko putovanje.

Uz sve navedeno, najavljeni direktan let iz Pekinga, koji se očekuje da bude realizovan od sredine septembra će dodatno povećati interesovanje turista iz Kine da posete našu zemlju. I povodom ovog direktnog leta planiramo dodatne promotivne aktivnosti krajem avgusta i u septembru. Moram da napomenem da je samo u prvih četiri meseca ove godine broj dolazaka kineskih turista u Srbiju porastao za 167 odsto.

■ Rekli ste da je tržište Irana vrlo perspektivno za našu zemlju?

- Kada je tržište Irana u pitanju, TOS je zajedno sa turističkom privredom, a u saradnji sa TO Slovenije održao prezentaciju i radionicu za iranske organizatore putovanja i novinare u Teheranu. Najveći iranski organizator putovanja Iran Markaz je organizovao prezentaciju novih destinacija za svoju mrežu agenata, kada je predstavljena i turistička ponuda Srbije. Turisti iz Irana sve više putuju i od prošle godine su pokazali interesovanje za našu turističku ponudu, te smo iz tog razloga pokrenuli promotivne aktivnosti na ovom tržištu.

■ Direktan let Beograd - Njujork je proslavio godinu, Rajan er iz Niša je sudeći po reakcijama putnika pun pogodak.

- Razvoj saobraćajne infrastrukture predstavlja jedan od najznačajnijih činilaca razvoja turizma kao privredne grane, bez obzira da li se radi o putevima, železnici ili avionskom saobraćaju. Kada su u pitanju nova tržišta, odabir se bazira prevashodno na direktnim avionskim linijama i uopšte na dobroj povezanosti Srbije sa novim tržištem. Poslednjih godina, zahvaljujući našem nacionalnom avio prevozniku Air Srbiji

Marija Labović, direktorka Turističke

Skoro pola turista u prošle



Marija Labović

BBC, Eurosport

Ove godine globalna kampanja pod nazivom Serbia: the place to be (Srbija: mesto na kome treba biti) započela je sa emitovanjem sredinom aprila na kanalima BBC World za Evropu i SAD, kao i na Eurosportu koji se emituje u svim zemljama Evrope. Ova dva medija su odabrana za početak globalne kampanje zbog svoje gledanosti i zbog ciljne grupe kojoj se obraćaju, jer su istraživanja pokazala da je 77 odsto gledalaca kanala BBC World zainteresovano za posete novim destinacijama, dok jedna četvrtina gledalaca Eurosporta bira za svoj odmor destinacije u centralnoj i istočnoj Evropi. Obe kampanje imaju i svoj digitalni segment na portalima ova dva medija. U planu je takođe i kampanja na specijalizovanom globalnom TV kanalu za putovanja Travel Channel. Njihova ekipa se upravo nalazi u Srbiji.

Светски дан туризма

Конкурс за награду Туристички ЦВЕТ

2017

за период од јула 2016. до јула 2017. године

у следећим категоријама:

1. Туристичка организација;
2. Туристичка манифестација;
3. Ресептивна туристичка агенција;
4. Угоститељски објекат за смештај / категорија у две подкатеорије:
 - Угоститељски објекат типа: хотел,
 - Остали угоститељски објекти за смештај;
5. Организација или појединац за допринос унапређењу туризма и подизању квалитета туристичких услуга.

Право предлагања кандидата имају привредни субјекти, државни органи и институције и физичка лица.

Пријава са образложеним предлозима доставља се на попуњеном обрасцу који је саставни део Правилника, закључно са 18. августом 2017. године.

Уз пријаву мора да се приложи писано образложење на максимално 3 куцане стране и одговарајући прилози (фотографије, АВ запис у трајању до 5 минута, пропагандни материјал и сл.).

Предлози могу да се доставе на следеће начине:

- лично: на адресу Чика Љубина 8, други спрат, Београд;
- поштом: Туристичка организација Србије, 11000 Београд, поштански фах 90, са назнаком „Туристички цвет“;
- факсом на број 011 26 26 767 или на
- e-mail: office@serbia.travel

Туристичка организација Србије

Beograd i Srbija su odlično povezani sa velikim brojem destinacija, što je osnovni preduslov daljeg razvoja turističke i kongresne destinacije. U tom smislu, u saradnji sa Air Srbijom, intenzivirali smo promotivne aktivnosti na tim tržištima. Moram da napomenem da je i najava direktnog leta za Peking izuzetno dobra vest, TOS se predstavio i na sajmu turizma u Njujorku. Istovremeno je u Misiji Srbije u

Njujorku, održana posebna prezentacija za novinare i organizatore putovanja. Za grupu poznatih američkih blogera i četiri novinara, organizovana je studijska poseta Srbiji.

■ Kako se Srbija promoviše na domaćem tržištu, u regionu?

- Kampanja u regionu za letnju sezonu - Bugarska, Rumunija, Slovenija, Crna Gora,

organizacije Srbije

miliona banjama godine

Bosna i Hercegovina, Mađarska i Grčka realizuje se u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama, Udruženjem hotelijera i restoratera Hores i organizatorima manifestacija je u toku. Kampanja na domaćem tržištu takođe se realizuje u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama. Pored medijske kampanje, organizuju se i predstavljanja po gradovima. U Nišu i Čačku je već predstavljena turistička ponuda, a u naredne dve nedelje, turističku ponudu Srbije ćemo predstaviti u Novom Sadu i Beogradu.

■ **Najavili ste za ovu godinu marketinšku strategiju za narednih pet godina. Da li se to desilo?**

- Izrada strateškog marketing plana turizma Srbije je jedan od prioriteta za Turističku organizaciju Srbije. Kako se dramatično menja svet, menja se i industrija putovanja. Kako bismo bili u skladu sa marketinškim trendovima u svetu neophodno je definisati stratešku orijentaciju Srbije kao turističkog brenda.

Dosadašnji marketinški planovi pokazali su se kao veoma pozitivni imajući u vidu rezultate koje beležimo u proteklih nekoliko godina i stope rasta dolazaka inostranih turistaistiju da svoj godišnji odmor ili njegov deo koriste u Srbiji.

■ **Očekujete li i ove godine dvocifren rast broja turista? Kakva je trenutna situacija?**

- Pozitivan trend rasta broja dolazaka turista nastavljen je i tokom 2017. godine. U periodu od januara do april ove godine u Srbiji je boravilo ukupno 790.427 turista, što je za 10 odsto više u odnosu na period januar-april 2016, od čega je domaćih bilo 437.736 (plus 6 odsto) ili 55 odsto od ukupnog broja gostiju, a inostranih 352.691 (+15%), odnosno 45 odsto od ukupnog broja gostiju. Teško je davati procene, ali s obzirom na planirane promotivne aktivnosti TOS-a, a imajući u vidu trend rasta

broja dolazaka turista poslednjih nekoliko godina, i ove godine očekujemo da se taj trend nastavi.

■ **Kakvi su planovi TOS-a i ima li ih kada je u pitanju zdravstveni turizam? Koliko su banje bitne za turizam u Srbiji?**

- Kombinacija medicine i turizma relativno je nov tip turizma koji beleži visoke stope rasta, a taj trend nastaviće se i u budućnosti. Srbiju već posećuju turisti čiji je motiv putovanja zdravstveni turizam, što je prepoznalo i Ministarstvo zdravlja. Tim povodom je

“

❖ *Tokom 2016. u banjama Srbije boravilo je ukupno 477.102 turista*

❖ *Samo u prva četiri meseca ove godine broj dolazaka kineskih turista u Srbiju porastao za 167 odsto*

❖ *Direktan let za Peking od sredine septembra*

uspostavljena saradnja između TOS-a i Ministarstva zdravlja, i njihovi predstavnici su učestvovali sa TOS-om na sajmovima turizma u Berlinu i Moskvi.

Turistička organizacija Srbije već dugi niz godina promoviše banje kao mesta za odmor, ali i kao zdravstvene centre. Tokom 2016. u banjama Srbije boravilo je ukupno 477.102 turista, što je za 12 odsto više u odnosu na 2015, od čega je domaćih bilo za 12 odsto više, a inostranih za devet odsto. Prošle godine najposećenije banje bile su Vrnjačka Banja i Sokobanja, Bukovička Banja u Arandelovcu, Banja Palić, Banja Vrdnik.

Prolom banja



Za vaučere od početka godine stiglo 62.166 zahteva

Najviše se traži smeštaj u banjama

U prvih šest meseci podneto je 62.166 vaučera za subvencionisani smeštaj, što znatno prevazilazi prošlogodišnje interesovanje domaćih turista za odmor u Srbiji. Prošle godine podneto je 46.000 zahteva za vaučere koji su značajno doprineli povratku domaćih gostiju, a kako je tražnja povećana u Ministarstvu turizma su rešili da ove godine izdvoje više sredstava i umesto za planiranih 60.000 vaučera odobreno je novca za dodatnih 20.000 vaučera.

- Najveće interesovanje kao i do sada je među penzionerima, kojih se od 1. januara do 3. jula prijavilo 34.707, što je nekih 55,8 odsto, zaposlenih je 21.265 ili 34,2 odsto - navode u Ministarstvu.

Prema njihovim podacima, za vaučere su se ove godine prijavljivali i nezaposleni, ratni vojni invalidi i osobe kojima je neophodna tuđa nega i pomoć. Najviše interesovanja bilo je za banje i to konkretno Prolom banju, Lukovsku banju, Banju Koviljaču i Zlatibor.

Rok za podnošenje prijave za vaučere je 15.

oktobar, a za korišćenje 20. novembar 2017. godine. Građanima je na raspolaganju blizu 800 ugostiteljskih objekata, a lista ugostitelja se redovno ažurira. Među građanima su najpopularnije banje, ali i Kopaonik, Zlatibor, Stara planina.

Najtraženiji

1. Hotel Radan,	
Prolom banja	3.542
2. Vila Mina,	
Zlatibor	2.843
3. Odmaralište Podrinje,	
Banja Koviljača	1.846
4. Prenosište Kopaonik,	
Lukovska banja	1.555
5. Prenosište Jelak	
Lukovska banja	1.407

Види Србију...
Савршен одмор ти је надокхват руке!

Ивана 10 ч.
Мама, хвала што нам чуваш децу. Овде је дивно! Пази да Маша не једе много слатког. Ако је нека фрка зови, за два сата смо назад.

Мама 10 ч.

Уживајте! :)



Туристичка
Организација Србије

Види
Србију



Fotografije: Banja Koviljača

Banja Koviljača, jedna od tri najtraženije banje među domaćim turistima

Samo prošle godine bilo 20.000 gostiju



U prvih pet meseci već imamo rast broja gostiju od 4,5 odsto: Prim. dr. Aleksandar Jokić

Od kada je država uvela sistem vaučera pre tri godine na listama najtraženijih destinacija među domaćim turistima je i Banja Koviljača nadomak Loznice. Prošla godina je za ovu banju, pre svega specijalnu bolnicu za rehabilitaciju, bila rekordna.

- Prošle godine smo imali 2.450 gostiju više nego što je to bilo planirano. Premašili smo plan koji je bio postavljen na tri odsto i to za čak šest procenata, tako da je rast broja gostiju u 2016. bio devet odsto - kaže za Danas v.d. direktora Specijalne bolnice za rehabilitaciju Banja Koviljača Aleksandar Jokić.

Rast broja gostiju u maju ove godine u odnosu na maj prošle je 12 odsto, a u odnosu na maj 2015. u Specijalnu bolnicu je došlo čak 37 odsto gostiju više.

- Za ovu godinu nismo znali kakav plan da napravimo jer smo ga prošle premašili dosta, tako da smo zacrtali da bude povećanje od bar jedan odsto. Međutim, u prvih pet meseci 2017. već imamo rast od 4,5 odsto. Što se tiče vaučera, u 2016. iskorišćeno je 273 vaučera, ove godine

stigao je u Bolnicu 541 zahtev, 162 su već iskorišćena - kaže Jokić.

U Banju Koviljaču dolaze, kako kaže Jokić, gosti svih uzrasta, od tek rođene dece jer su poznati po dečjem odeljenju za rehabilitaciju do penzionera. Prošle godine imali su, napominje Jokić, pacijentkinju od 105 godina koja je posle operacije kuka uspešno prohodala.

Specijalna bolnica ima 420 svojih ležaja i 200 dodatnih ležajeva u privatnom smeštaju. Uskoro bi te cifre mogle da budu mnogo veće, jer su na korišćenje dobili i pet zapuštenih

“

- ❖ *Gotovo 95 odsto dolazi zbog lečenja, svega pet odsto zbog velnesa*
- ❖ *Specijalna bolnica ima 420 svojih ležaja i 200 dodatnih u privatnom smeštaju*

Lečilište od 1908.

Banja Koviljača nalazi se u zapadnoj Srbiji, na nadmorskoj visini od 128 metara, u blizini reke Drine i planine Gučevo. Prva zgrada za smeštaj gostiju, sa deset soba, izgrađena je 1858, a banjsko lečilište postaje 1908, kada je kralj Petar I Karađorđević uz svoju rezidenciju podigao savremeno sumporno kupatilo. Banja Koviljača ima drugi najveći park u Srbiji koji se prostire na 40 hektara, a poznata je po rehabilitaciji dece, ali i odraslih koji imaju problema sa reumom, diskus hernijom, osteoporozom, degenerativnim promenama zglobova i kičme.

zgrada koje tek treba srediti. Sređivanje su počeli, ističe Jokić, svojim novcem, ali se nadaju i pomoći resornih ministarstava kao i evropskih fondova. Ono što je neophodno da bi Banju Koviljaču posetilo više gostiju jeste dodatni sadržaj, poput akva-parkova, hotela.

- Bolnica je dobar osnov da se privuče više gostiju. Samo prošle godine bilo ih je u Banji 20.000, dnevno kroz bolnicu prođe 1.000 pacijenata. Statistika pokazuje da 95 odsto njih dolazi zbog lečenja, svega pet odsto zbog velnesa - ističe Jokić.

Prosek boravka pacijenata u njihovoj bolnici je 15 dana, što je zaista dug period, smatra naš sagovornik i zato je neophodno svim tim gostima ponuditi još nešto osim lečenja.

Jokić kaže kako oni imaju ugovore sa RFZO, PIO fondom, ali i Ministarstvom turizma Republike Srpske i kantonom Tuzle. Stranih gostiju je prošle godine bilo 3.000, od toga polovina je iz BiH. Da bi taj broj porastao, ističe Aleksandar Jokić, neophodno je još ulagati.



KOVILJE WELLNESS CENTAR

www.banjakoviljaca.rs

DEO SPECIJALNE BOLNICE ZA REHABILITACIJU BANJA KOVILJAČA



Osetite istinsku relaksaciju i uživanje

U svetu 14 miliona ljudi godišnje ide u inostranstvo na lečenje

U Srbiju mladi dolaze da se leče od bolesti zavisnosti i autizma

Gotovo 14 miliona ljudi u svetu svake godine se odluče da na plastičnu operaciju, popravku zuba ili neki drugi medicinski tretman ode van granica svoje zemlje. Prema podacima Patient beyond borders, tržište zdravstvenog turizma u svetu vredi i do 72 milijarde dolara, a pacijenti na lečenje u inostranstvu potroše između 3.800 i 6.000 evra, uključujući i smeštaj u zemlji u kojoj se leče.

Uz SAD, azijske zemlje su ubedljivo najpopularnije među pacijentima koji biraju da uštede, pa tako oni koji odluče da odu u Indiju na operaciju mogu da uštede i do 90 odsto novca. U Srbiji zdravstveni turizam i dalje je u razvoju, ali, sudeći prema rečima stručne saradnice za medicinski konsalting i PR menadžerke u kompaniji Afeja Milice Radusin, taj novi turistički proizvod ima ozbiljnu perspektivu.

- Srbija je relativno novi činilac na mapi zdravstvenog turizma. Ta činjenica predstavlja i izazov, ali i prepreku zbog postojanje više svetski pozicioniranih tržišnih lidera. Može biti teško za Srbiju da stekne dovoljnu prepoznatljivost da bi mogla da se takmiči na globalnom nivou, i napreduje dovoljno da privuče značajan procenat stranog tržišta koje je lojalno drugim konkurentskim zemljama kao što su Indija, Kostarika, Meksiko, Kuba, Turska, a u našem okruženju Mađarska - ističe Radusin.

Kompanija Afeja bavi se konsaltingom u oblasti zdravstva i turizma, a nastala je, kako kaže naša sagovornica, na ugovornom grupisanju nekoliko desetina zdravstvenih ustanova, ordinacija, poliklinika, laboratorija i zavoda za laboratorijsku dijagnostiku, čiji su vlasnici naši eminentni zdravstveni radnici, koji su pravovremeno prepoznali mogućnosti i potencijale zdravstvenog turizma.

“

❖ *U poslednje dve godine povećana je potražnja za uslugama u lečenju bolesti zavisnosti, vantelesne oplodnje i palijativne medicine*

- Afeja je ugovorna mreža i vodič do pružalaca zdravstvenih usluga bilo da su oni zdravstvene ustanove, privatna praksa ili zdravstveni radnici. Jedna od važnih usluga je i rešavanje pitanja pravne zaštite stranog pacijenta koji dolazi u Srbiju radi medicinskih usluga i pravne zaštite lekara i zdravstvenih ustanova kao pružalaca tih usluga. Zamislite situaciju, došao je pacijent na primer iz Engleske, pružena mu je medicinska usluga i po povratku kući desila mu se neka medicinska komplikacija. Da li da se vrati u Srbiju da se to reši, da li da se obrati lekarima u svojoj zemlji, ko će snositi novo nastale troškove ne samo puta smeštaja, već njegovog odsustvovanja sa posla, naknadnog lečenja u svojoj zemlji i još mnogo toga - kaže Radusin.

Nažalost, kako kaže, domaće osiguravajuće kuće još nisu uključene u ovaj proizvod, a jedina „prepreka“ je osiguravajući proizvod koji bi u njihovo ime i za njihov račun ponudili strancu. Radusin kaže da imaju sveobuhvatnu ponudu usluga, počevši od stručnih medicinskih saveta i mnogih programa za prevenciju bolesti, preko najsavremenije dijagnostike i laboratorija, do vrhunskih stručnjaka iz svih medicinskih grana.

I dok je u svetu plastična hirurgija razlog zbog kog se i dalje najčešće ljudi opredeljuju da odu u inostranstvo, u Srbiji je situacija malo drugačija.

- Odgovor umnogome zavisi od starosnih grupa, ukoliko govorimo o mlađim ljudima, nažalost lečenje od bolesti zavisnosti i autizma poprima razmere epidemije. Ljudi srednjih godina prevashodno dolaze zbog nižih cena zdravstvenih usluga i na odmor ako su naši ljudi iz dijaspora i sve raznovrsnije turističke ponude, netaknute prirode, domaće hrane, ako su stranci - napominje Radusin.

Spektar traženih usluga je širok, kaže, i tu nema pravila.

- Najtraženije usluge podjednako i kod muškaraca i kod žena su iz oblasti stomatologije, iz plastične i rekonstruktivne hirurgije, oftalmologije, dermatovenerologije, a za strane pacijente koji koriste naše usluge u banjama iz fizikalne medicine i rehabilitacije. U zadnje dve godine povećana je potražnja za uslugama u lečenju bolesti zavisnosti, vantelesne oplodnje i palijativne medicine - napominje Radusin.

Kako godine odmiču, upita i pruženih usluga je

Himenoplastika

Postoje razni zahtevi pacijenata, među njima i zanimljivi koje je teško zaboraviti. „Skoro nam se javila gospođa od 65 godina sa zahtevom da je spojimo sa estetskim hirurgom da bi uradila himenoplastiku, poprilično insistirajući na diskreciji. Naravno, apsolutno poštovanje privatnosti i medicinske tajne je naše „zlatno pravilo“, tako da ne znamo šta se dalje događalo, ali smo kasnije od nje dobili poruke zahvalnosti na uloženom trudu i ljubaznosti“, kaže Milica Radusin.



Milica Radusin

sve više, a razlozi pozitivnih pomaka su pre svega, kako kaže naša sagovornica, zadovoljni pacijenti i širenje ponuđenih medicinskih usluga.

- Naši pružaoci zdravstvenih usluga stekli su poverenje stranih pacijenata, ispunili njihova očekivanja, i sve dalje je stvar preporuke „dobrog glasa“. Naravno, uvek ima mesta za poboljšanje. Sada radimo na redizajnu i izmeni unutrašnje strukture sajta-vodiča za zdravstveni turizam, gde će pacijentima biti ponuđeno preko 20.000 usluga naših zdravstvenih radnika iz cele Srbije - ističe Radusin.

Prema njenim rečima, najbrojniji su „zdravstveni turisti“ iz država bivše Jugoslavije, zatim dijaspora iz Nemačke, Austrije, SAD, Švajcarske i poslovni svet koji dolazi u Srbiju zbog sajmova, kongresa. Razlozi dolaska su individualni, a cene usluga, kako kaže, zavise isključivo od saradnika.

- Rekla bih da su formirane u skladu sa našim standardom, dakle nisu visoke. Sa druge strane, to znači i da su cene većine usluga niže nego u regionu, što je jedan od ključnih faktora zbog koga nam se ljudi obraćaju i dolaze - ističe Milica Radusin.

MINAQUA

IZVOR PRIRODNO
RASTVOREN OG
JODA

- ✓ Jod je neophodan za održavanje normalne razmene materija u organizmu i najbolje je unositi prirodno rastvoren jod organskog porekla.
- ✓ Trudnicama je potrebno duplo više joda, jer su posledice nedostatka joda u trudnoći trajne i nenadoknadive za novorođenče.
- ✓ Nedovoljan unos joda kod dece dovodi do problema pri učenju, čitanju i razumevanju.
- ✓ Puno soli nije dobro za zdravlje ljudi, zato prirodni jod treba nadoknaditi iz drugih izvora.

Izvor: studija UNICEF-a i Svetske zdravstvene organizacije WHO „Nedostatak joda u Evropi - konstantan opšti zdravstveni problem“

Sa samo jednom čašom **MINAQUA** prirodne mineralne vode zadovoljićete minimalne potrebe organizma za jodom.

WWW.BBMINAQUA.COM

Ivan Vitorović, generalni direktor
Mona hotel management

Dokle god imamo nesređene vlasničke odnose, nema napretka

U većini rehabilitacionih centara u Srbiji lečenje je zasnovano na starijim metodama, aparatura je zastarela, objekti su zapušteni. Ti rehabilitacioni centri žele u nekom trenutku da budu bolnica, a u nekom hotel. To je nemoguće i neodrživo sa aspekta ino, ali i domaćeg gosta, a takvo je stanje sada. Srbija ne raspolaže adekvatnim kapacitetima koji bi dali veće rezultate, tj. tek treba da se uspostavi infrastruktura i definiše proizvod, kaže u

razgovoru za Danas Ivan Vitorović, generalni direktor Mona hotel management. Država je, kako napominje, u većini slučajeva vlasnik ovih rehabilitacionih centara koji sebe nazivaju hotelima. - Čast izuzecima koji posluju. Ovdje imamo dva problema koji koče jedan veliki potencijal koji ima naša zemlja i koji je neiskorišćen. Prvo jeste da se država opredeli šta želi od ovih RH centara, a nema druge nego da se oni privatizuju. Pri tome sam mišljenja da ne trebaju svi da se privatizuju već se mora napraviti strategija šta treba

ostati u sistemu zdravstvenog osiguranja Srbije, jer ne smemo zapostaviti lečenje i banjski oporavak naših građana. Time bi se država rešila jednog balasta i podigao bi se kvalitet

kako za naše građane, tako i za turiste - ističe Vitorović. Drugi problem, kako kaže, jeste kadar. - Sada imamo situaciju da se naši cenjen i visokostručni

medicinski kadar, doktori, profesori nalaze u ulogama menadžera RH centara. Pa zar ne bi trebalo da oni budu tamo gde su najkvalitetniji, da leče i bave se svojim poslom. Isto se

odnosi i na bolnice. Kako stvari stoje, problem kadra u medicini je problem koji očekuje Srbiju, od nivoa srednjih škola do visokostručnih, a pojedine organizacije izgleda da rade na

institucionalizaciji odlaska kvalifikovanog medicinskog kadra iz zemlje - napominje naš sagovornik. Vitorović tvrdi da potencijala i te kako ima, ali da smo tek u prvim koracima pravljenja infrastrukture za medicinski turizam.

- Da bi dalje ozbiljnije napredovali u ovom značajnom segmentu, treba razgraničiti ulogu RH centara i ministarstva zdravlja, kao i rešiti problem banjskih hotela i PIO fonda koji polaže neka prava na vlasništvu prema njima, a država isti taj fond subvencionise svake godine. Dokle god imamo nesređene i jasno definisane vlasničke odnose, nema značajnijeg napretka - ističe Vitorović.

I dok se čeka ozbiljniji napredak u segmentu medicinskog turizma, u kompaniji Mona, u čijem sastavu se nalaze i hoteli Argo, Javor, Mona i Villa Bella mogu

“

❖ *Hotel Hilton je nešto odlično za Beograd, obogatiće ponudu hotela sa pet zvezdica i vratiti grad na jedno tržište koje je opalo poslednjih nekoliko godina*

objekta u Srbiji. Ono što smo uspeali da poboljšamo ove godine jeste nivo satisfakcije gostiju, što je za dugoročnost poslovanja izuzetno bitan parametar - kaže Ivan Vitorović.

Do kraja godine, kaže, planiraju se dodatna ulaganja u sadržaje hotela poput obeležavanja staza, proširenje otvorenih igrališta u hotelu

Nelojalna konkurencija

„Nelojalna konkurencija u vidu hotela u vlasništvu raznih ministarstava koji posluju na tržištu i dalje problem, u tom veći što su ovi hoteli u rangu hotela sa tri zvezdice i kao takvi su konkurencija malim i srednjim hotelima koji posluju na ovom segmentu, a znamo da mala i srednja preduzeća čine okosnicu ekonomskog rasta. I dalje je jako puno nelogičnosti. Na žalost država nije se pozabavila ovim problemom i dalje je stanje nepromenjeno i tako gubi i država i privatni sektor, a rekao bih da se rešenje ne nazire tj. da se resorna ministarstva ekonomije i turizma, pre svega, uopšte ne bave ovim problemom. Postavlja se pitanje zašto?“

da se pohvale konstantnim napredovanjem. - Jako sam zadovoljan jer prvih šest meseci ove godine završavamo sa poslovnim rezultatima na nivou prošle godine koja je bila rekordna, kako po broju noćenja tako i po profitabilnosti hotela. Dostigli smo jako visoku popunjenost hotela od 80 odsto u sva tri

Javor, obogaćenje wellness sadržaja u hotelu Zlatibor MONA kao i proširenje kongresnih kapaciteta uz jak akcenat na organizaciju spoljnih aktivnosti koje pruža Zlatibor u vidu odličnih uslova za organizaciju tim bildinga i izleta. Garni hotel Argo u centru Beograda, ističe, ulazi u četvrtu godinu poslovanja, tj. zrelu fazu.

Na pitanje da li se plaše konkurencije jer se hotel Argo nalazi svega stotinak metara od Hiltona, na kom se radovi privode kraju, Vitorović ističe kako je Hilton „nešto odlično za Beograd“ i da će bogatiji ponudu hotela sa pet zvezdica i vratiti grad na jedno tržište koje je opalo poslednjih nekoliko godina.

- Jako dobra mikro lokacija hotela koji uz renovirani Cvetni trg, Slaviju i Ulicu kralja Milana će ceo kraj učiniti još atraktivnijim. Naravno, naš hotel Argo posluje na skroz drugom tržišnom segmentu i daleko manjim kapacitetima, tako da će otvaranja Hiltona za nas biti veliki benefit jer ćemo biti komplementaran smeštaj za

kongrese i skupove koji traže hotele niže kategorije u neposrednoj blizini - naglašava Vitorović.

Od planova za ovu godinu Vitorović izdvaja i gradnju još jednog hotela na Dorćolu. Trenutno se, kako kaže, priprema dokumentacija, a do kraja godine u skladu sa planiranom dinamikom očekuje se i početak gradnje.

- Biće nam potrebno dve godine da završimo radove i otvorimo hotel i očekujemo da ceo kraj oživi sa ovom investicijom, mislim pre svega na mikro lokaciju Donjeg Dorćola. Beograd doživljava investicioni bum u hotelijerstvu, ponuda je sve kvalitetnija, kao i putna infrastruktura, bilo

“

❖ *Da bi dalje ozbiljnije napredovali u ovom značajnom segmentu, treba razgraničiti ulogu RH centara i ministarstva zdravlja, kao i rešiti problem banjskih hotela i PIO fonda koji polaže neka prava na vlasništvu prema njima, a država isti taj fond subvencionise svake godine*

autoputevi, ili avio saobraćaj. Putna infrastruktura je nešto što doprinosi razvoju destinacije i država je zaista puno uradila na tom polju, uz stabilnost zemlje. Ovdje vidimo veliku šansu jer svaki razvoj Beograda povlači dalji razvoj i unutrašnjosti

Srbije, tako da očekujemo da se ovaj investicioni bum dalje prelije ka drugim delovima Srbije, na Kopaonik i Zlatibor, što se već dešava, ali ubrzo i na Vrnjačku Banju, Sokobanju, Niš, Novi Sad i Palić - kaže Ivan Vitorović.



Ivan Vitorović

Moja Kravica
TROUGAO

PONOVO U KRUGU PORODICE

#KaoNekad

Ono što smo nekada davno voleli ponovo je među nama. Vaš omiljeni Moja Kravica jogurt u legendarnom trouglastom pakovanju!

Svaka generacija zaslužuje da proba Moja Kravica jogurt iz pakovanja koje inspiriše, zabavlja i čuva ne samo dobro poznati ukus, već i duh jednog lepog vremena.



Turistička ponuda sve više se prilagođava zahtevima Y, Z i Alfa generacije

Cilj ne sme da bude profit, već zadovoljan gost

Hteli to turistički radnici priznaju ili ne, na razvoj turizma, osim stručnog kadra i turističke ponude, sve više utiče i WiFi signal. Jer, tzv. generacije Y i Z i Alfa, koje odrastaju uz najnoviju tehnologiju, donose nove turističke trendove. Ovo je zaključak konferencije „Inovacije u turizmu - IT Zlatibor 2017“, koja je okupila inostrane i domaće eksperte iz turističke privrede. Da je reč o armiji potencijalnih turista, svedoči i podatak da se svake nedelje širom sveta rodi oko 2,5 miliona pripadnika te nove generacije koji će odrastati uz tablete i pametne telefone. „Nije tajna da oni već sada hotele biraju na osnovu internet podataka i komentara o jačini WiFi signala. Prednost je ako hoteli imaju i adekvatne aplikacije koje gostima omogućavaju da se prijave i odjave, zatim da poruče sobnu uslugu, rezervišu mesto u okolnim restoranima, turističke ture... Sa stanovišta onlajn marketinga i tehnologije, za hotele je važno da se predstave HD fotografija



jama i video-sadržajem, da koriste alate prilagođene mobilnim uređajima i da imaju pre svega dobar CRS (Central rezervišen sistem), ali i sopstveni booking, koji povećava udeo onlajn rezerva-

cija“, kaže Boro Bogojević, predstavnik TR Servis Srbije.

Kad je reč o Srbiji, Andreas Vogl, inače jedan od najpoznatijih svetskih konsultanata u oblasti turizma i turističkog menadžmenta, ističe da naša država raspolaže velikim potencijalom za kreiranje raznovrsnih turističkih proizvoda „ali bi turistički radnici morali da shvate da je ovo uslužna delatnost“. Prema njegovoj oceni, svrha turističkog biznisa ne sme da bude profit, već zadovoljan korisnik/gost. Sa njim se slaže i Zvezdan Horvat, stručnjak sa Adižes instituta, koji je naglasio da država može i treba da ulaže u obuku ljudi koji se bave ugostitelj-

stvom i turizmom, utoliko pre što je pored poljoprivrede, turizam najveći potencijal koji Srbija ima. „Najveći problem je nestručan kadar. Nije samo važno da se istakne da hotel ima pet zvezdica, već je isto toliko značajno da osoblje zadovoljava kriterijume za pet zvezdica“, poručio je Horvat.

U duhu slogana „Otkrijte skriveno“ na konferenciji su predstavljeni pozitivni primeri iz prakse, a jedan od njih je i turistička ponuda sela Skorenovac kod Kovina. To selo, koje ima tek oko 1.000 stanovnika, beleži najveći broj turističkih noćenja - čak 8.000 godišnje, u domenu seoskog turizma. Meštani tog sela odlučili su da razvijaju turizam po principu

“

❖ *Nije tajna da nove generacije već sada hotele biraju na osnovu internet podataka i komentara o jačini WiFi signala*

udruživanja. Posredstvom interneta njihova turistička ponuda dostupna je potencijalnim gostima širom sveta, noćenje sa polupansionom i boravišnim taksama u nekom od domaćinstava košta 20 evra, dok za marketing izdvajaju oko tri hiljade evra godišnje. ■

Komšijska solidarnost

- Podelili smo se na domaćinstva koja govore engleski, nemački, francuski i španski. Neko je napravio bazen, neko teniski teren, ili vinoteku, a ima i onih koji su svoje dvorište prilagodili porodicama sa malom decom. Bitno je da niko od nas ne gleda samo u svoju avliju. Naprotiv, ako jedan domaćin nema slobodnih smeštajnih kapaciteta, on goste „ustupa“ komšijama. Domaćini dočekuju goste, raspoređuju ih prema njihovim interesovanjima i jeziku kojim govore i čine sve da im boravak bude što prijatniji. Iskoristili smo dobar geografski položaj, odnosno blizinu glavnog grada, ali i Deliblatske peščare i Đerdapske klisure, kao i vinske puteve i napravili program zanimljiv turistima - kaže Dani Erne, jedan od domaćina iz sela Skorenovac, kod Kovina, koji je vrata svog gazdinstva otvorio turistima.

Dunav - jedan od tri prioriteta u srpskom turizmu



Krajem prošle nedelje u Beogradu je održana konferencija „Održivi turizam u dunavskom regionu - nove perspektive“. Ministar trgovine, turizma i telekomunikacija Rasim Ljajić rekao je da je Dunav jedna od tri prioritete destinacije u Srbiji, sa najvećim potencijalom za rast turizma, ali i za ekonomski razvoj regiona kroz koje protiče. On je istakao kako se dosta radilo na razvoju infrastrukture u protekle tri godine, kao i da ima puno planova za izgradnju infrastrukture i novih pristaništa, biciklističkih i pešačkih staza.

- Prošle godine sagrađena su četiri pristana na Dunavu, a ove godine očekuju se još tri - rekao je Ljajić.

On je istakao da Dunav ima veliki potencijal, jer povezuje 10 zemalja i 120 miliona ljudi, a ima brojne kulturne sadržaje, 40 kulturnih lokaliteta pod zaštitom Uneska i više od 30 nacionalnih parkova.

Turizam, prema njegovim rečima, daje značajan doprinos svetskoj ekonomiji i prošle godine je učestvovao sa 10 odsto u svetskom BDP. ■

Овог викенда
нисмо на базену.



Туристичка
Организација Србије



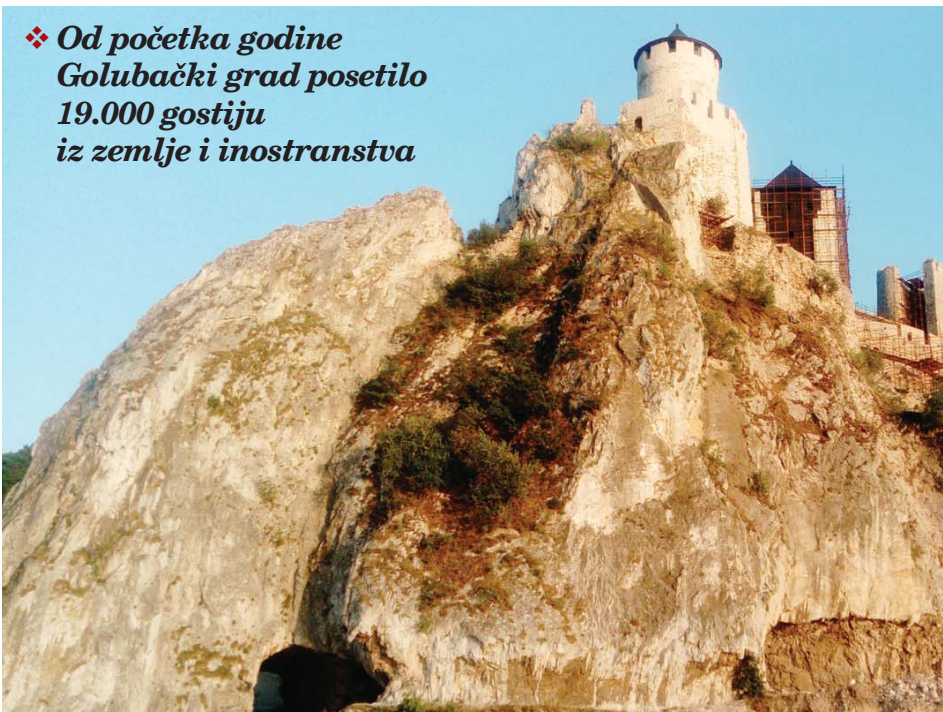
Kulturni, turistički i ekonomski potencijal Tvrđave Golubački grad

Preporod Gospodarice Dunava

Na samo 135 kilometara od Beograda, na ulazu u Đerdap, najveću i najlepšu klisuru Evrope, kao svojevrstni čuvar smestila se Tvrđava Golubački grad. Ovoj lepotici Dunava od 2014. godine kroz projekat „Socioekonomski razvoj Dunavskog regiona u Srbiji“ vraća se stari sjaj i mada svi radovi na rekonstrukciji ovog spomenika kulture od izuzetnog značaja još nisu završeni, turistička poseta u prvih pet meseci ove godine pokazuje da ova srednjovekovna tvrđava postaje značajna turistička destinacija u Srbiji.

66

❖ **Od početka godine Golubački grad posetilo 19.000 gostiju iz zemlje i inostranstva**



leta prilikom otvaranja novog tunela i obilaznice najavio predsednik opštine Golubac, Nebojša Mijović, koji je ukazujući značaj revitalizacije tvrđave za ovu opštinu, kazao da će ovde biti posla za mlade ljude različitog profila, što će biti podsticaj da mladi ostanu u rodnom mestu.

To što kompletna rekonstrukcija tvrđave nije završena ne umanjuje interesovanje posetilaca jer ono što čini trenutnu ponudu Tvrđave Golubački grad očigledno je dovoljan motiv za dolazak. U novootvorenom Centru za posetioce je izložba „Panorama vekova“ kojom su predstavljeni vredni arheološki nalazi otkrivajući bogate slojeve života ovog dinamičnog prostora. Rekonstrukcija i istra-

nisanja Komplexa, jer Tvrđava nije završena i tek sa njenim otvaranjem za posetioce startuje druga, kompletna faza funkcionisanja, saznaje Danas od direktorke preduzeća „Tvrđava Golubački grad“ dr Iskre Maksimović.

- Šešir kula je završena, radovi idu dalje, sada se radi na bedemima i drugim poslovima koji nisu građevinski. Tvrđava je još u skelama koje služe za prenos materijala, a za posete će biti otvorena početkom aprila iduće godine, kao što je bilo i planirano - kaže Iskra Maksimović.

Za gospodaricu Dunava počinje novi život, a u njemu će kako se planira, nakon rekonstrukcije biti mesta i za dodatne komercijalne sadržaje, što će uz kompletno uređenje otvoriti brojna radna mesta i omogućiti da se od turističkih poseta godišnje zaradi oko pola miliona evra, a sama Tvrđava i Golubac dobiti značajnu poziciju na turističkoj mapi Dunava, Srbije i Evrope. ■

Činjenica da je od početka godine do kraja maja u kompleksu Tvrđava Golubački grad evidentirano 19.000 posetilaca iz zemlje i inostranstva, nagoveštava da zaštita kulturne baštine, potpomognuta novcima inostranih fondova, neće ostati samo realizovani projektni zadatak, već će doprineti razvoju lokalne zajednice, regionalnog razvoja i razvoja turizma. Za opštinu Golubac na čijoj se teritoriji nalazi Golubačka tvrđava, koja prema podacima iz 2011. ima tek nešto više od 8.300 stanovnika od kojih oko 1.200 radi, rekonstrukcija tvrđave ima veliki značaj. Ne samo što će kule, zidine i bedemi rekonstrukcijom biti u funkciji adekvatne prezentacije kulturno-istorijskog nasleđa, već i što će obnovljena tvrđava biti motiv za dolazak turista koji će u Golupcu i okolini jesti, spavati, kupovati suvenire, dakle plaćati usluge koje će pružati lokalna zajednica. To znači i nova radna mesta koja je prošlog

življanja podgrađa su na svetlo dana izneli neočekivane nalaze iz različitih epoha, pa su sada u arheološkom parku za posete dostupni Turski hamam i Rimska kuća. U okviru kompleksa, na mestu koje nadleću različite ptice Đerdapa, poput goluba, galeba, malog vranca, male sive i bele čaplje, veoma retke crne rode osmišljen je kutak za posmatranje ptica, navode u Tvrđavi Golubački grad pozivajući istovremeno i na stazu ruja i jorgovana koja vodi do ocharavajućih vidikovaca. Poziv važi i za vidikovac „Zmajev vrt“ koji je poneo ime po despotu Stefanu Lazareviću, jednom od vladara Golubačkog grada, inače pripadniku viteškog reda Zmaja. Njemu u čast otvoren je vrt organskog lekovitog bilja, a boravak u „Zmajevom vrtu“ kažu leči od zaborava. Novina u turističkoj ponudi je vožnja šetnim brodom „Trajan“ zahvaljujući kojoj se Golubački brod može doživeti i sa vode.

Ova godina je još uvek deo prve faze funkcio-



Fotografije na VIII i IX strani: Tvrđava Golubački grad

ESI

PROBIOTIK sa alojom i vitaminima

Fermental

5 sojeva probiotika u jednoj kapsuli



- ✓ Efikasan u regulaciji crevne flore, olakšava varenje i rad creva
- ✓ Preporučuje se uz terapiju antibioticima i citostaticima
- ✓ Jača imunitet i smanjuje pojavu alergija
- ✓ Olakšava lečenje kandidijaze, ublažava tegobe kod kolitisa i Kronove bolesti
- ✓ Sprečava pojavu putničkih dijareja

Gluten free

GMO free



u apotekama

www.esi.it

www.bgbitaliana.rs

(011) 313 27 72 ESI Srbija

Avala - među top 5 turističkih destinacija u Beogradu

Vikendom toranj poseti 5.000 ljudi

Avala, zaštićeno prirodno dobro, predeo izuzetnih odlika i Avalski toranj sa već poznatim kvalitetima vidika, neometanog na bilo koju stranu da se gleda, imaju izuzetan značaj za turističku ponudu Beograda i Srbije. Vidik sa Avalskog tornja je svakako najpopularniji kako za Beograđane, posetioce iz Srbije, tako i za goste u tranzitu i turiste. Koliko je ovo atraktivna destinacija, među prvih pet u Beogradu, najbolje pokazuje statistika gde po podacima JP "Emisiona tehnika i veze" više od 160.000 domaćih i stranih turista godišnje poseti vidikovac i kafe bar na Avalskom tornju. U jeku turističke sezone, od aprila do septembra, samo tokom vikenda toranj poseti oko 5.000 ljudi. Takođe, na zvaničnu statistiku treba dodati i veliki broj Beograđana i gostiju koji Avalu posete u sopstvenom aranžmanu.

Prema rečima v. d. sekretara za privredu Beograda Milinka Veličkovića, kompleks Avale u celini, zaštićen kao predeo izuzetnih odlika i deo područja posebne namene Avala-Kosmaj, za Grad Beograd je turistička lokacija od izuzetnog značaja koja ima veliki razvojni potencijal, naročito u oblasti turizma. Sam Avalski toranj nije samo strateški važan telekomunikacioni objekat, već i mesto koje pored domaćih i stranih turista, posećuju državni

Suvenirnica



zvaničnici i drugi ugledni gosti iz javnog i društvenog života.

- Od kako su, sredstvima Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, ove sezone otvoreni novi sadržaji, poput etno prodavnice, kafea, turističkog info centra i suvenirnice TOS-a, dečjeg igrališta sa kafeom, multifunkcionalnih

sportskih terena, lifta za osobe sa invaliditetom, broj posetilaca je povećan za još 10 odsto, a očekujemo da će se ostvariti kontinuiran rast - kaže Veličković.

U tom pravcu idu i ciljevi Sekretarijata za privredu koji, kako kaže Veličković, kontinuirano radi na revitalizaciji Avale i obogaćivanju infrastrukture. Osim toga, cilj su i novi sportsko-rekreativni, kulturni i drugi sadržaji.

- Trudimo se da organizujemo i pomognemo brojne manifestacije i događaje, radimo na razvoju turizma specijalnih interesa imajući u vidu brojne neiskorišćene mogućnosti, primera radi, za bicikliste kao segment posebnih interesovanja. Podržavamo programe razgledanja grada, manifestacije koje organizuju sportski savezi i udruženja, razvoj programa „mountain biking“ na više lokacija - objašnjava Veličković. On dodaje da će Grad nastaviti sa aktivnostima koje će popularisati Avalu i Avalski toranj kao turističku atrakciju i afirmisati izuzetnu priču o starom tornju. Neke od aktivnosti biće mobiliza-



Dečije igralište

- U prethodnoj nedelji izvršeni su radovi u okviru redovnog održavanja saobraćajnica na putu koji vodi ka Avalskom tornju, gde su se održavale auto-moto trke. Nastoji se da se iznađe trajnije rešenje za prevoz turista i izletnika do naše najbliže planine - dodaje Veličković.

Za sada, tokom sezone posetiocima i turistima na raspolaganju su turistički autobusi SP Laste i BS tursa i sezonska gradska autobuska linije 400, koja saobraća vikendom od Trošarine do Avalskog tornja. U vreme održavanja manifestacija, Grad dodatno pojačava prevoz, kako bi se omogućio odlazak većem broju posetilaca na Avalu.

Turistička organizacija Beograda, u saradnji sa Lastom, organizuje vikend obilasku Avale otvorenim turističkim autobusom. U pitanju je turistički program koji se realizuje godinama za redom i koji beleži sve veći broj posetilaca.

- Pored Tornja na Avali koji je značajna i važna turistička atrakcija našeg grada, obilaze se i Spomenik neznanom junaku, podignutom na mestu srednjovekovnog grada Žrnova, i druge lokacije. Turistima je na raspolaganju i novootvoreni info centar - kažu u TOS i dodaju da bi dodatni ugostiteljski objekti svakako mogli obogatiti ponudu sadržaja koji su na raspolaganju posetiocima.

cija poznatih ličnosti i građana na prikupljanju sredstava, ali i podsticanje Ferijalnog saveza, planinarskih društava, izviđača i orijentiraca da organizuju više izleta i takmičenja.

Do sada, značajna sredstva u kompletnu izgradnju i sanaciju kompleksa tornja 2016. i 2017. godine izdvojilo je Ministarstvo trgovine kroz projekte razvoja turizma u Srbiji i JP ETV iz sopstvenih sredstava. Grad Beograd je pomogao da se asfaltira deo Avalskog puta, a JKP „Zelenilo Beograd“ je izvelo radove na ozelenjavanju kompleksa.

Spomenik neznanom junaku

Srednjovekovna tvrđava Žrnov, jedna od šest najznačajnijih utvrđenja u Srbiji, smeštena je na najvišem vrhu Avale, na 511 metara nadmorske visine. Sagradili su je Kelti, koji su se, prema ocenama arheologa, na tom području bavili rudarstvom još pre 4.000 godina. Na temeljima utvrđenja Rimljani su kasnije sagradili osmatračnicu odakle bi čuvali Singidunum i rudnike na obroncima planine. Kasnije su Srbi tu sazidali tvrđavu, a Osmanlije je potom ojačale za napad na Beograd. Dobro očuvani ostaci grada, po odluci kralja Aleksandra I Karađorđevića, dignuti su u vazduh 1934. da bi se na vrhu Avale podigao spomenik vojnicima poginulim u Prvom svetskom ratu. Spomenik Neznanom junaku podignut je po nacrtima vajara Kraljevine Jugoslavije Ivana Meštrovića.



Pogled na Beograd

Beograd, Šumadija i Banat „na dlanu“

Gondola tornja ima sedam nivoa od kojih su dva predviđena za turiste, a ostali su namenjeni tehničkim uređajima. Na visini od 122 metra nalazi se terasa sa vidikovcem, sa koje se prostire pogled na široku panoramu Beograda, celu Šumadiju, Banat i gotovo pola Srbije. Samo tri metra ispod vidikovca nalazi se kafe-bar. Do vidikovca i bara posetioci se prevoze nepunih 40 sekundi, pomoću dva lifta. Na platou ispod „nogu“ tornja i oko njega nalaze se letnja bašta, bina za kulturno-umetničke programe i panoji za izložbe.



Etno prodavnica

Branko Gogić, v. d. direktora JP Emisione tehnike i veze

Ugledali smo se na Beč i Tokio

Od 1965. godine, kada je sa-
građen, Avalski toranj je
prvi put ovih dana dobio
ono što je turistima i izlet-
nicima više od pola veka bilo preko po-
trebno. Na osnovu rezultata sprovede-
nih istraživanja i ankete o zadovoljstvu
posetilaca tornja na Avali, prepoznata
je potreba za investiranjem u ovaj zna-
čajan turistički objekat, kaže na počet-
ku razgovora Branko Gogić, v. d. di-
rektora JP Emisione tehnike i veze.

■ Otkud ideja i sredstva za to?

- Zajedno sa Ministarstvom trgo-
vine, turizma i telekomunikacija, koje je
finansiralo projekte, dok je ETV učes-
tvovalo sa manjim finansijskim sred-
stvima, odlučili smo da stranim i doma-
ćim turistima i izletnicima omogućimo
nešto zbog čega će se prijatnije osećati,
češće dolaziti i duže zadržavati. Znali
smo šta konkretno domaći i strani turi-
sti traže, a nemaju kada dođu na Aval-
ski toranj, pa smo po uzoru na slične
objekte u svetu (Beč, Tokio) prilagodili i
unapredili način informisanja i obave-
štavanja turista brošurama, katalogima,
lifelima. Konačno će posle sedam godi-

nirodnom ambijentu planine Avala, a
neposredno uz toranj izgrađeni su i
opremljeni: dečiji park sa kafe barom za
roditelje, teretana na otvorenom (sa 12
sprava) i sportski tereni (za mali fudbal/
rukomet i košarku).

Danas možemo da kažemo da smo
izgradili ono što je Tornju i Avali ne-

pleksa Avalskog tornja zbog unapre-
đenja turističke ponude. Projekat se
izvodio u dve faze. Sa realizacijom
projekata se krenulo 26. jula prošle go-
dine i za 11 meseci smo završili sve ra-
dove. To je svojevrsni uspeh svih nas.
Realizacija ovog projekta predstavlja
najveći poduhvat u izgradnji i urede-

Kroz istoriju emisione stanice

U „Muzeju, Galeriji, Školi“ izloženo je više stotina uređaja, koji prikazuju razvoj radiotehnike i elektronske tehnologije, od otkrića i prve upotrebe pa do današnjih dana. Izloženi su veliki broj raritetnih uređaja koji su izvan upotrebe više od pola veka, a još uvek su u funkciji, kao i više od 200 pejzažnih, tehničkih i radnih fotografija velikih formata, koje predstavljaju emisione stanice i život u njima, a autorska su dela inženjera.

dohtajalo. Turistima domaćim i stra-
nim, izletnicima svih uzrasta, sporti-
stima, deci i roditeljima, beogradsko
popularno izletišta stavlja na raspolo-
ganje objekte i terene o kojima se do
juče samo govorilo.

■ Ovo je najveća investicija u Aval- ski toranj od njegove izgradnje?

- Avalski toranj od izgradnje i pu-
štanja u rad 2010, nikada nije završen
do kraja u turističkom pogledu. Turi-

nju prostora za turističke posete u Sr-
biji tokom 2016. i 2017. godine.

Primenjujući najviše evropske stan-
darde i uvažavajući svaku kategoriju
turista, napravljen je i lift za osobe sa in-
validitetom i dečija kolica, kao i rampa
za prilaz dečijem igralištu i drugi prilazi
do ulaza u toranj i bolje povezivanje
svih pratećih sadržaja. Uveden je i novi
moderniji sistem za kontrolu pristupa
posetilaca tornja i prodaju karata (soft-

žbenu vitrinu sa otiscima šaka javnih
ličnosti koji su učestvovali u izgradnji
novog tornja. Među 105 betonskih od-
livaka sa otiscima šaka nalaze se otisci
Ane Ivanović, Novaka Đokovića i
mnogih drugih. Toranj je sada, u
mного čemu, blistaviji nego što je
bio kada je otvoren.

■ Kako izgleda digitalizacije TV u Srbiji dve godine nakon gašenja analogne televizije?

- Prelazak na digitalno
emitovanje televizijskog sig-
nala smo završili 7. juna
2015, pre roka određenog
u Ženevi i dobili priznanje
iz Evrope, dok neke zemlje u
okruženju još uvek nisu za-
vršile ovaj proces. O kvalitetu
digitalne slike i tona nabolje mogu
da govore sami gledaoci. Sve što od
njih saznajemo kao i naša istraživa-
nja govore da su građani Srbije do-
bili najkvalitetniji digitalni signal i
mogućnost prijema minimum
20-ak TV programa. Imamo digi-
talanu tehnologiju kakvu u
ovom trenutku, na celoj svojoj
teritoriji, nema više od pet-šest država
u Evropi. Srbija ima i veću pokriven-
ost stanovništva digitalnim signalom
od proseka najrazvijenijih evropskih
država koja iznosi 98,37 odsto.

Posebno se ponosimo što smo u
Somboru i Kikindi sagradili dve im-
presivne, potpuno nove, emisione sta-
nice sa antenskim stubovima visine
od po 105 metara i danas besprekor-
nim signalom pokrивamo šire regije
oko njih. Puštanjem u rad emisionih
stanica u Somboru i Kikindi pokrili
smo digitalnim signalom u Vojvodini
1.945.436 stanovnika ili 99,71 odsto
od ukupnog broja stanovnika Vojvo-
dine. Ostalo je da tokom ove i nare-
dne godine digitalnim TV signalom po-
krijemo i mesta u zaleđu Vršackog
brega: Markovac, Gudurica, Malo
Središte i deo Velikog Središta, do
kojih TV slika nije dopirala ni u vreme
analogne televizije.

■ Da li ste počeli sa vraćanjem kre- dita EBRD-u, uzetog za završetak procesu digitalizacije?

- Dve rate za otplatu kredita su stigle
na naplatu. Obe su isplaćene u ugo-
venim rokovima. Ipak jedan od uslova
za dobijanje kredita od Evropske ban-
ke za obnovu i razvoj, bio je da i Radio



Branko Gogić

“

Ostalo je da tokom ove i
naredne godine
digitalnim TV signalom
pokrijemo i mesta u
zaleđu Vršackog brega:
Markovac, Gudurica,
Malo Središte i deo
Velikog Središta, do
kojih TV slika nije
dopirala ni u vreme
analogne televizije

televizija Srbije, kao naš najveći kori-
snik, potpiše Ugovor i plaća usluge
emitovanja. Sa RTS-om još uvek nije
potpisan Ugovor, ali se nadam da ćemo
i to pitanje rešiti veoma brzo. Imali smo
razgovore, nastavljamo dalje sa prego-
vorima i siguran sam u veoma brz i po-
zitivian ishod tih razgovora, uz puno
razumevanje za realne probleme sa ko-
jima se i RTS suočava.

■ Možete li da stvorite neki novi iz- vor prihoda?

- Pokušavamo da dođemo do no-
vih izvora prihoda. JP ETV je prošle
godine zajedno sa Telekomom Srbija
osnovalo preduzeće „mts AntenaTV“,
kako bi iskoristili slobodne kapacitete
u trećem multipleksu. To je „Pay TV“
servis, dostupan svima koji TV signal
primaju putem krovne ili sobne ante-
ne. Na ovaj način smo ponudili građa-
nima paket raznovrsnih programa.
Promotivna akcija traje do kraja avgus-
ta i košta 599 dinara mesečno. U pa-
ketu su 23 različita programa od
sportskih (Arena 1,2,3,4,5), crtanih,
filmskih, kulturno-obrazovnih, poljo-
privrednih. Na ovaj način bi građani
koji se odluču za ovaj paket u proseku
mogli da gledaju minimum 45 TV
programa. ■



Vidikovac

na, nakon što su Beograđani ponovo
dobili svoj simbol ili više od pola veka
nakon prve izgradnje tornja, ponuda bi-
ti zaokružena sadržajima koje treba da
ima svaka turistička atrakcija i koje
Avala itekako zaslužuje: etno prodavni-
ca, kafe bar, novo prodajno mesto ula-
znica, turistički info-centar, suvenirni-
ca Turističke organizacije Srbije, banko-
mat-menjačnica i dečija igraonica. U

stima je bio dostupan samo vidikovac
na 122 metru tornja. Prepoznavši zna-
čaj, ali i nedostatak na ovoj važnoj tu-
rističkoj lokaciji, Ministarstvo trgo-
vine, turizma i telekomunikacija je pu-
tem Konkursa za dodelu subvencije i
dotacije za projekte razvoja turizma u
2016. i 2017. godini, izdvojilo sredstva
za JP „Emisiona tehnika i veze“ radi
realizacije Projekta uređenja kom-

verska rešenja, oprema i rampe), čime
je omogućen još bolji uvid u broj pose-
tilaca, kao i bezbednost svakog pojedin-
ca. Osim izgradnje brojnih objekata u
zatvorenom i na otvorenom prostoru
kompleksa, paralelno su se izvodili ra-
dovi na postavljanju javnog osvetljenja,
uređenju zelenih površina, proširenju
prilaza za autobuse, ugradnji putoka-
znih tabli, dvogleda na vidikovcu tor-
nja. Nije nebitno pomenuti, da su pre
svih pomenutih radova uložena znatna
sredstva čime je sanirano, popravljeno
ili zamenjeno sve što je bilo neophod-
no na samom Tornju, a što nije rađeno
od njegove izgradnje. Najvažniji od tih
radova su postavljanje nove hidroizola-
cije na svih pet nivoa tornja, celovito re-
noviranje terase Vidikovca, sanitarnih
prostorija i kompletna sanacija svih
oštećenih delova. Grad Beograd je ura-
dio veliku stvar time što je asfaltirao put
od podnožja do vrha Avale. Kako bi sa-
čuvali od zaborava, postavili smo izlo-

Planovi

Planiramo da izgradimo još neke pogodnosti za turiste na kompleksu Avalskog tornja, kako bi
Toranj u turističkom smislu bio aktivan 365 dana u godini. Pripremamo izradu planova za digi-
talizaciju radija u standardu DAB+, što je trenutno jedna od glavnih tema u Evropi. Stalo nam
je da obnovimo postojeću FM mrežu kojom emitujemo programe Radio Beograda i Radio No-
vog Sada. Na tome ozbiljno radimo i da nemamo finansijskih problema već bi je opremili naj-
modernijom tehnologijom.

Širenje postojeće mreže za digitalnu televiziju, gde god nam to tehnički uslovi dozvoljavaju,
kako bismo povećali procenat pokrivenosti stanovništva. Uvođenje novih tehnologija i servisa
u postojećoj mreži (HbbTV, audio deskripcija, titlovanje sadržaja) je nešto na čemu ćemo stal-
no morati da radimo kako bismo pratili nova tehnološka dostignuća. To su neki od planova za
realizaciju u toku ove godine.

Specijalni dodatak lista Danas

Urednica: Ljiljana Bukvić **Novinari:** Jelena Bujdić Krečković, Ivana Nikoletić,
Mirjana Stevanović **Marketing:** Vesna Lačarak **Korektura:** Ana Rončević,
Marjana Stevanović **Grafičko oblikovanje:** Aleksandar Milošević

U Beogradu, Novom Sadu, Subotici, Smederevu, Ubu, Sokobanji, Bajmoku i Paliću

SPORTSKI KANALI PO FER-PLEJ CENI

U OSNOVNOM DIGITALNOM PAKETU,
PO OSNOVNOJ CENI PRETPLATE

Pošta...
NET



AKCIJA
3 meseca
po 1 dinar

do 31. avgusta 2017. godine

SK1 SK2 SK3 SK4 SK5 SK6 SK1 HD SK2 HD SK3 HD SK GOLF SK GOLF HD

arena sport 1

★EUROSPORT 1

★EUROSPORT 2



FIGHT NETWORK



U OSNOVNOM DIGITALNOM PAKETU

0800 201 200 • www.postanet.rs • korisnik@ptt.rs

ПОШТА