

Crna Gora
GLAVNI GRAD
GRADONAČELNIK
Broj:01-018/25-4109/1
Podgorica, 20. jun 2025. godine

Crna Gora				
Pisarnica Glavnog grada - Podgorica				
23.06.2025				
Prijemno	Čin	Redni broj	Prilog	Vrijednost
		02-016/25-	799	

SKUPŠTINA GLAVNOG GRADA

PODGORICA

Na osnovu člana 58 stav 1 tačka 2 Zakona o lokalnoj samoupravi („Službeni list Crne Gore“, br. 2/18, 34/19, 38/20, 50/22, 84/22 i 85/22), člana 100 stav 1 tačka 2 Statuta Glavnog grada („Službeni list Crne Gore – Opštinski propisi“, br: 8/19, 20/21 i 49/22), podnosim **Informaciju o pripremljenosti turističke sezone u Glavnom gradu - Podgorica u 2025. godini.**

Za predstavnika predlagača prilikom razmatranja Predloga u Skupštini Glavnog grada i njenim radnim tijelima, određena je **Jovana Vukčević, v.d.** sekretara Sekretarijata za preduzetništvo i investicije.

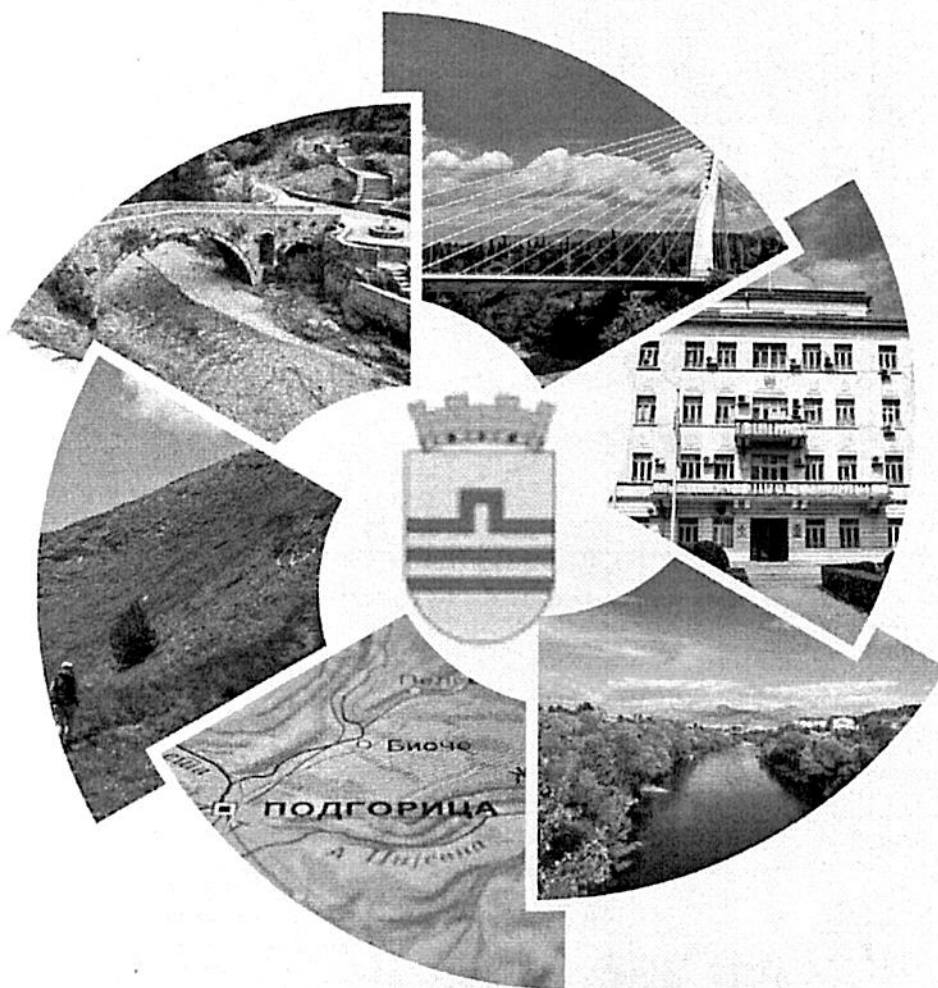
GRADONAČELNIK,

Prof. dr Saša Mujović



The image shows a circular official stamp of the Mayor of Podgorica. The text around the perimeter of the stamp reads "Crna Gora - Glavni grad - Podgorica" at the top and "GRADONAČELNIK" at the bottom. In the center of the stamp is a stylized coat of arms. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in blue ink, which appears to be "S. Mujović".

GLAVNI GRAD PODGORICA
Sekretarijat za preduzetništvo i investicije



**INFORMACIJA O PRIPREMLJENOSTI TURISTIČKE SEZONE U GLAVNOM GRADU
PODGORICI U 2025. GODINI.**

Podgorica, maj 2025.godine

Uvod

Program rada Skupštine Glavnog grada Podgorica za 2025. godinu ("Službeni list Crne Gore - opštinski propisi", br. 10/25) predviđa izradu **Informacije o pripremljenosti turističke sezone u Podgorici za 2025. godinu**, kao dokumenta od strateške važnosti za razvoj grada.

Cilj ove informacije je da pruži sveobuhvatan uvid u stepen pripremljenosti Glavnog grada za predstojeću turističku sezonu, kroz analizu dosadašnjih rezultata, sprovedenih inicijativa, i međusektorske saradnje, s krajnjim ciljem unapređenja turističke ponude i jačanja lokalne ekonomije.

Dokument je izrađen u saradnji sa širokim spektrom relevantnih institucija i organizacija – od Turističke organizacije Podgorica, preko sekretarijata Glavnog grada, javnih preduzeća i kulturnih ustanova, do nacionalnih institucija kao što su Ministarstvo turizma, Monstat i Centralna banka Crne Gore. Ova saradnja predstavlja ključni temelj za planiranje i realizaciju uspješne i održive turističke sezone.

Aktivnosti vezane za turističku sezonu 2025. godine predstavljaju jedan od prioriteta razvoja Podgorice, sa višestrukim efektima – od povećanja broja posjetilaca, preko rasta prihoda od turizma, do otvaranja novih radnih mjesta i podsticanja preduzetničkih inicijativa. U uslovima snažne međunarodne konkurencije i promjenljivih globalnih trendova, **pravovremeno planiranje i koordinisano delovanje svih sektora postaju od presudnog značaja.**

Planiranje turističke sezone obuhvata konkretne ciljeve: povećanje turističkog prometa, unapređenje kvaliteta usluga, razvoj novih atrakcija i promociju Podgorice kao destinacije koja ujedinjuje poslovni, kulturni, rekreativni i ekološki turizam. Ovi ciljevi nisu važni samo za grad, već i za širi društveno-ekonomski okvir Crne Gore, s obzirom na to da turizam ima multiplikativne efekte na čitavu privredu.

Podgorica se sve više pozicionira kao atraktivna destinacija poslovnog i kulturnog turizma, sa modernom infrastrukturom, luksuznim hotelima i bogatim kalendarom manifestacija. Istovremeno, grad razvija ponudu u oblasti wellness, outdoor i prirodnog turizma, što dodatno doprinosi njegovoj konkurentnosti na regionalnom i evropskom tržištu.

ZNAČAJ PRIPREME ZA TURISTIČKU SEZONU 2025. GODINE

U konkurentskom okruženju turizam je postao vrlo dinamičan i podložan brzim promjenama. Da bi Podgorica bila konkurentna na međunarodnoj turističkoj sceni, potrebno je prepoznati i iskoristiti sve svoje prednosti – od kulturno-istorijskog nasleđa, preko prirodnih ljepota, do savremenih turističkih sadržaja. Pripreme za 2025. godinu omogućavaju stvaranje novih proizvoda i usluga koji će je izdvojiti od konkurencije, kao i implementaciju novih tehnologija i ekoloških rješenja koja su danas sve važnija za moderne turiste.

Dobar početak turističke sezone zavisi od kvaliteta turističke infrastrukture i usluga. Priprema se osigurava da svi segmenti turističke ponude – od smještaja, restorana, prevoza, do vodiča i turističkih tura – budu na najvišem mogućem nivou. Osim toga, modernizacija saobraćajne infrastrukture, povećanje kapaciteta aerodroma i bolja povezanost sa drugim djelovima Crne Gore i regiona biće ključni faktori u privlačenju većeg broja turista.

Priprema za sezonu takođe podrazumijeva obaveznu brigu o očuvanju prirodnih resursa i promociji održivog turizma. Ovaj pristup je danas neophodan kako bi se očuvala dugoročna atraktivnost destinacije i izbjegle negativne posljedice masovnog turizma, poput zagađenja i preopterećenja resursa. U 2025. godini, turisti traže destinacije koje brinu o očuvanju prirodne baštine, pa je zato važno ulaganje u ekološki prihvatljive projekte, energetski efikasne objekte i održivu infrastrukturu.

Posljednjih nekoliko godina pokazalo je da globalne krize, poput pandemije COVID-19, mogu ozbiljno uticati na turizam. Zato priprema za sezonu 2025. mora uključivati mogućnost prilagođavanja i suočavanja s nepredvidivim situacijama. To uključuje implementaciju zdravstvenih i sigurnosnih protokola, kao i fleksibilne planove za krizne situacije. Priprema za sezonu omogućava da se prevaziđu potencijalni problemi u tom kontekstu i da destinacija bude spremna za izazove koji mogu nastati u globalnom okruženju.

Jedan od ključnih aspekata priprema za 2025. godinu jeste uvođenje novih tehnologija i inovacija u turističku ponudu. Digitalna transformacija, pametni gradovi, virtuelne ture, mobilne aplikacije i digitalna plaćanja postali su standardi u modernom turizmu. Pripremom za sezonu, Podgorica može unaprijediti digitalnu infrastrukturu, pružiti bolje online usluge i poboljšati iskustvo turista putem digitalnih alata.

Pripreme za turističku sezonu 2025. godine takođe podrazumijevaju usmjeravanje napora na jačanje saradnje između lokalnih vlasti, privatnog sektora, turističkih organizacija i zajednice. Svi relevantni akteri treba da rade zajedno na stvaranju jedinstvene ponude i promociji Podgorice. Saradnja sa lokalnim proizvođačima, ugostiteljima i preduzetnicima može pomoći u stvaranju autentičnih iskustava koja privlače turiste. Takođe, uključivanje lokalnih zajednica u proces pripreme sezone doprinosi većem angažovanju i očuvanju kulturnih vrijednosti i tradicija.

Kako bi se uspjelo u globalnoj konkurenciji, važno je pratiti najnovije trendove u turizmu. U 2025. godini, trendovi kao što su:

- ekoturizam,
- zdravstveni turizam,
- wellness,
- kulturni turizam i
- turizam sa naglaskom na iskustva,

biće ključni za privlačenje turista. Priprema se mora osloniti na istraživanje tržišta i identifikaciju novih potreba turista, kao i na inovativne marketinške strategije koje odgovaraju tim potrebama.

Jedan od glavnih ciljeva priprema za turističku sezonu u 2025. godinu je povećanje broja turista koji posjete Podgoricu, kako iz regiona, tako i iz drugih dijelova svijeta.

- **Povećanje broja međunarodnih turista:** Podgorica bi trebala u narednom periodu da privuče još veći broj turista iz Evropske unije, ali i iz daljih destinacija poput UAE i Azije, zahvaljujući boljoj promociji i raznovrsnijoj ponudi. Aktivnosti na promociji grada putem online kanala, sajмова, kao i saradnja sa međunarodnim turističkim agencijama, pomoći će u privlačenju novih posjetilaca.

- **Diversifikacija tržišta turista:** Pored tradicionalnih tržišta, ciljaće se specifične grupe turista, poput ljubitelja ekoturizma, kulturnih i poslovnih turista, mladih putnika i porodica. Očekuje se da će nove ponude i aktivnosti, kao što su biciklističke ture, kulturni festivali i wellness centri, privući širi spektar turista.
- **Povećanje broja noćenja i produžavanje boravka:** Fokusiraće se na strategije koje podstiču turiste da ostanu duže u Podgorici, kao što su specijalizovane ture, paketi sa više dana boravka i promocija turističkih iskustava koja uključuju obližnje prirodne i kulturne destinacije.

Podgorica se razvija kao turistička destinacija sa sve bogatijom ponudom, a jedan od ključnih ciljeva za sezonu 2025. je razvoj novih atrakcija i turističkih proizvoda koji će učiniti grad još atraktivnijim za posjetioce.

- **Tematske ture i interaktivne izložbe:** Planira se razvoj novih tematskih tura koje će uključivati istorijske, kulturne i ekološke aspekte Podgorice, kao i interaktivne izložbe koje će omogućiti turistima da dožive grad na potpuno nov način. Takve ture mogle bi uključivati "podzemne" ture kroz istorijske lokalitete ili ekološke ture po okolnim prirodnim ljepotama.
- **Nove kulturne i sportske manifestacije:** Povećaće se broj festivala, muzičkih događaja, filmskih manifestacija i kulturnih priredaba koje će privući turiste tokom cijele godine. Takođe, biće organizovani međunarodni sportski događaji koji će doprinjeti prepoznatljivosti grada kao destinacije za sportski turizam.
- **Razvoj ekoturizma:** Kroz razvoj planirskih, biciklističkih i pješačkih tura, kao i uvođenjem novih ekoloških atrakcija, Podgorica će postati još atraktivnija destinacija za ljubitelje prirode i ekoturiste. Pored toga, sve više pažnje biće posvećeno očuvanju i promovisanju prirodnih vrijednosti, kao što su reke Morača, Zeta i Ribnica, planine i šumske staze.
- **Gastronomija i vino:** Razvoj turističkih paketa koji uključuju posjete vinarijama i organizovanje gastronomske ponude koja prikazuje autentične crnogorske specijalitete takođe će biti prioritet. Restorani, kafići i tržnice u Podgorici pružaju odličnu priliku za razvoj kulinarskog turizma.

ANALIZA PRETHODNE TURISTIČKE SEZONE U PODGORICI

Turistička sezona u Podgorici tokom 2024. godine obilježila je pozitivan trend rasta broja posjetilaca i prihoda od turizma. Kako bi se temeljito pristupilo planiranju za 2025. godinu, predstavljamo i analiziramo rezultate prethodne godine:

Uspješni aspekti:

- **Rast broja turista:** U 2024. godini, Podgoricu je posjetilo 189.509 turista, što predstavlja porast od 4,4% u odnosu na isti period prethodne godine.
- **Povećanje prihoda:** Naplata boravišne takse povećana je za 21%, dok su prihodi prema podacima Centralne banke Crne Gore bili 2,7% veći nego u istom periodu prethodne godine.
- **Diversifikacija tržišta:** Dominantnu strukturu posjetilaca činili su turisti iz regiona (Srbija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Sjeverna Makedonija i Albanija), ali je bilo gostiju i iz Kine, Rusije, Turske, Njemačke, Velike Britanije i Francuske.
- **Infrastrukturalna ulaganja:** Postavljanjem urbanog plažnog mobilijara na gradskim plažama i unapređenjem sadržaja na rekama, stvoreni su bolji uslovi za boravak turista tokom ljetnjih mjeseci.

Aspekti za poboljšanje:

- **Regulacija privatnog smještaja:** Iako je sprovedena kampanja za registraciju privatnog smještaja, uvođenje 30% neregistrovanih izdavaoca u legalne tokove ukazuje na potrebu za dodatnom regulacijom i kontrolom ovog segmenta. Sekretarijat za preduzetništvo i investicije, u saradnji sa Turističkom organizacijom Podgorica, sproveo je kampanju „Poštuj zakon. Prijavi goste. Registruj smještaj u par koraka.“ koja je dala odlične rezultate. Ova kampanja ponoviće se i u 2025. godini kako bi se podigla svijest o važnosti zakonite registracije smještaja i prijavljivanja gostiju. Cilj je da se fokusiramo na edukaciju vlasnika objekata o jednostavnosti procesa i njegovim prednostima za održivi razvoj turizma.

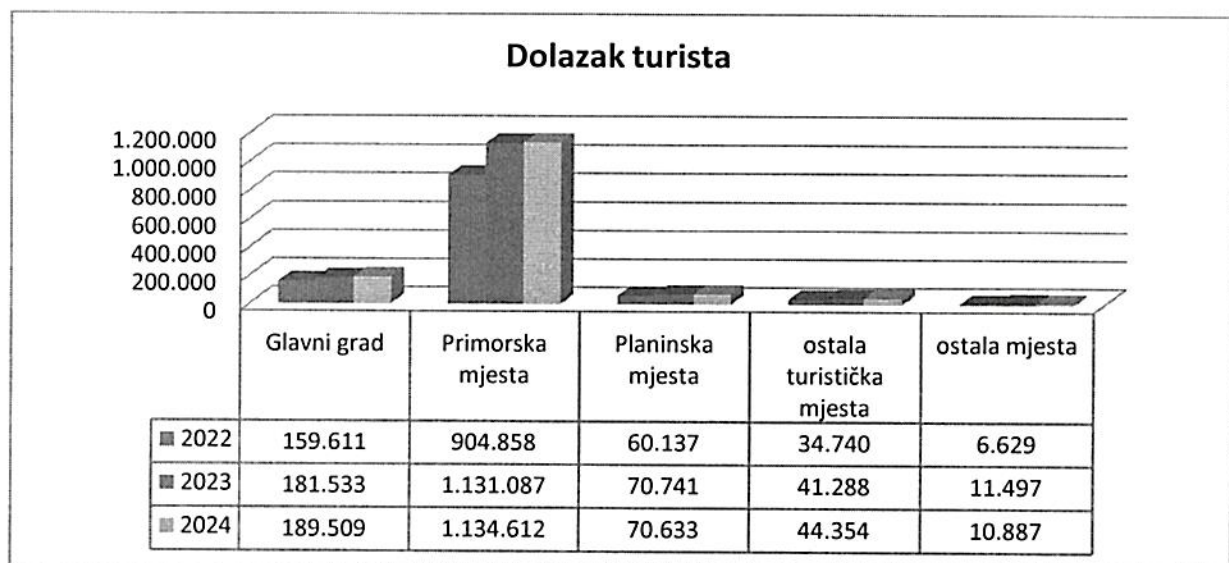
- **Povećanje kvaliteta sadržaja:** Iako su manifestacije bile brojne, kontinuirana evaluacija i unapređenje sadržaja su ključni za održavanje konkurentnosti i privlačenje različitih turističkih profila.

DOLASCI I NOĆENJA U KOLEKTIVNOM SMJEŠTAJU PO VRSTAMA TURISTIČKIH MJESTA

Tabela 1: dolasci i noćenja u kolektivnom smještaju po vrstama turističkih mjesta (dolasci i noćenja)

	Dolasci					Noćenja				
	Glavni grad	Primorska mjesta	Planinska mjesta	Ostala turistička mjesta	Ostala mjesta	Glavni grad	Primorska mjesta	Planinska mjesta	Ostala turistička mjesta	Ostala mjesta
2022	159.611	904.858	60.137	34.740	6.629	333.311	3.771.572	130.075	71.694	9.042
2023	181.533	1.131.087	70.741	41.288	11.497	352.123	4.533.575	137.846	85.563	15.874
2024	189.509	1.134.612	70.633	44.354	10.887	344.491	4.611.541	139.237	91.462	14.163
01-02-2024	8.448	19.823	3.424	1.517	421	17.023	48.832	8.994	4.623	774
01-02-2025	8.741	21.106	5.501	1.585	431	16.281	47.219	12.755	4.076	525
2024										
02	9.494	23.234	3.037	1.506	491	19.242	57.608	8.003	4.926	1.128
03	10.072	40.233	1.765	2.270	477	19.093	109.808	3.770	5.723	1.043
04	16.850	90.274	3.497	4.816	944	32.159	266.567	8.758	8.945	1.441
05	18.529	127.986	7.382	4.745	1.197	30.325	446.382	11.986	9.207	1.422
06	19.725	154.754	8.119	5.410	1.374	35.514	672.582	14.214	9.726	1.548
07	21.982	187.290	9.545	5.851	1.438	39.365	962.338	19.635	13.306	1.648
08	21.758	197.245	11.566	6.108	1.257	42.412	1.005.920	23.065	13.522	1.568
09	22.719	136.981	9.004	5.031	1.042	39.880	594.804	17.505	9.166	1.301
10	19.359	96.755	6.247	3.381	1.044	32.084	299.727	10.296	5.449	1.206
11	12.224	39.958	2.428	2.104	822	22.311	102.509	4.444	4.389	920
12	9.396	23.491	4.232	1.604	451	17.302	53.241	7.577	2.783	518
2025										
01	8.751	17.512	6.506	1.594	407	15.659	38.226	14.889	4.653	440
02	8.731	24.700	4.496	1.576	466	16.903	56.211	10.621	3.498	609
01-02-2025/01-02-2024	103,5	106,5	160,7	104,5	103,8	95,6	96,7	141,8	88,2	67,8

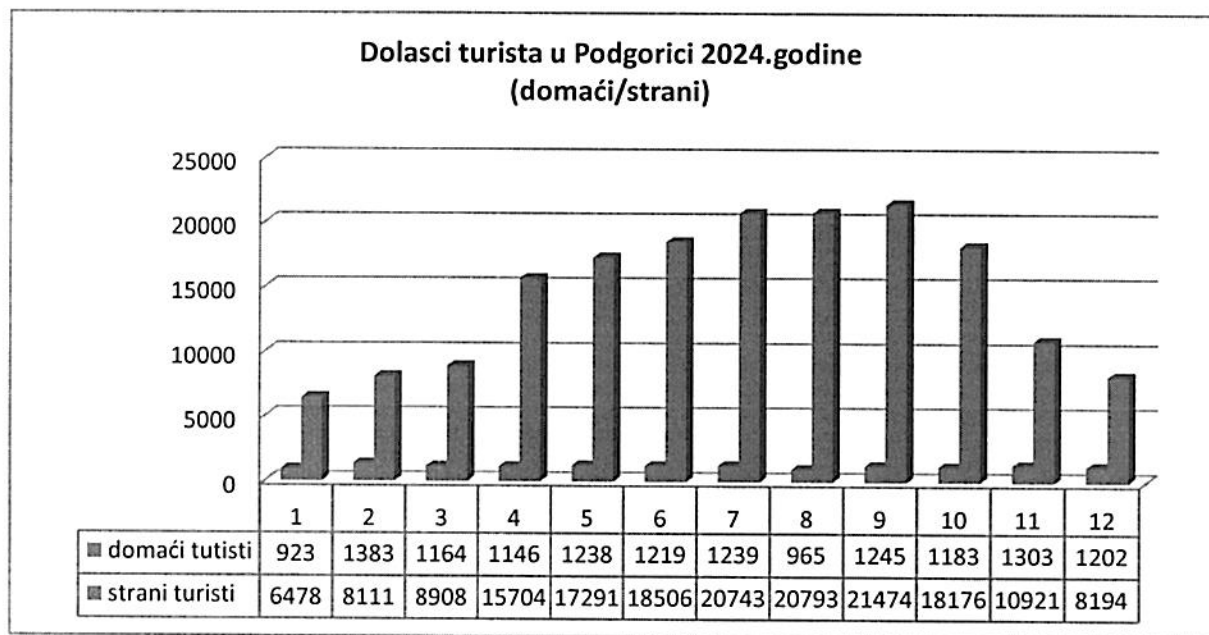
*Izvor: Monstat 2025



Grafik 1: dolazak turista –Crna Gora (2022-2024)

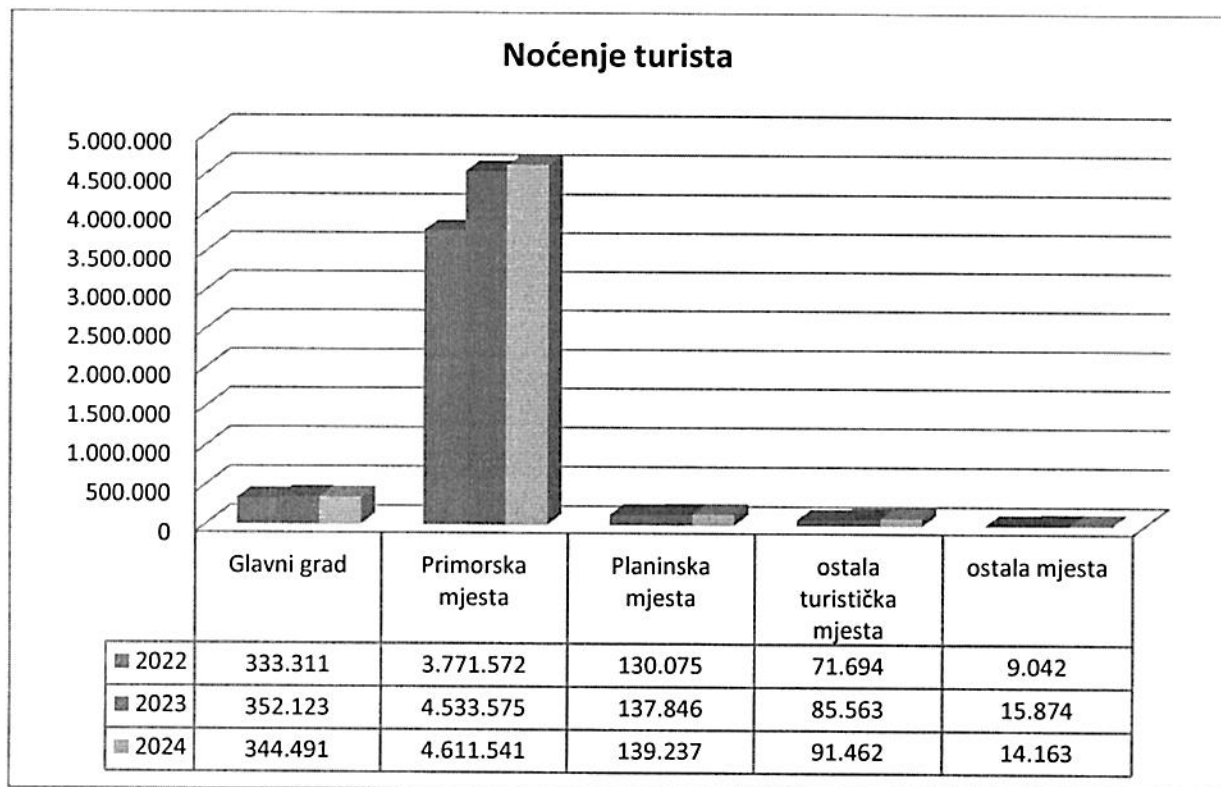
*Izvor: Monstat 2025

U 2024. godini **4.4% više** turista je posjetilo Podgoricu nego u 2023. godini.



Grafik 2:dolazak turista u Podgorici po mjesecima 2024.godina

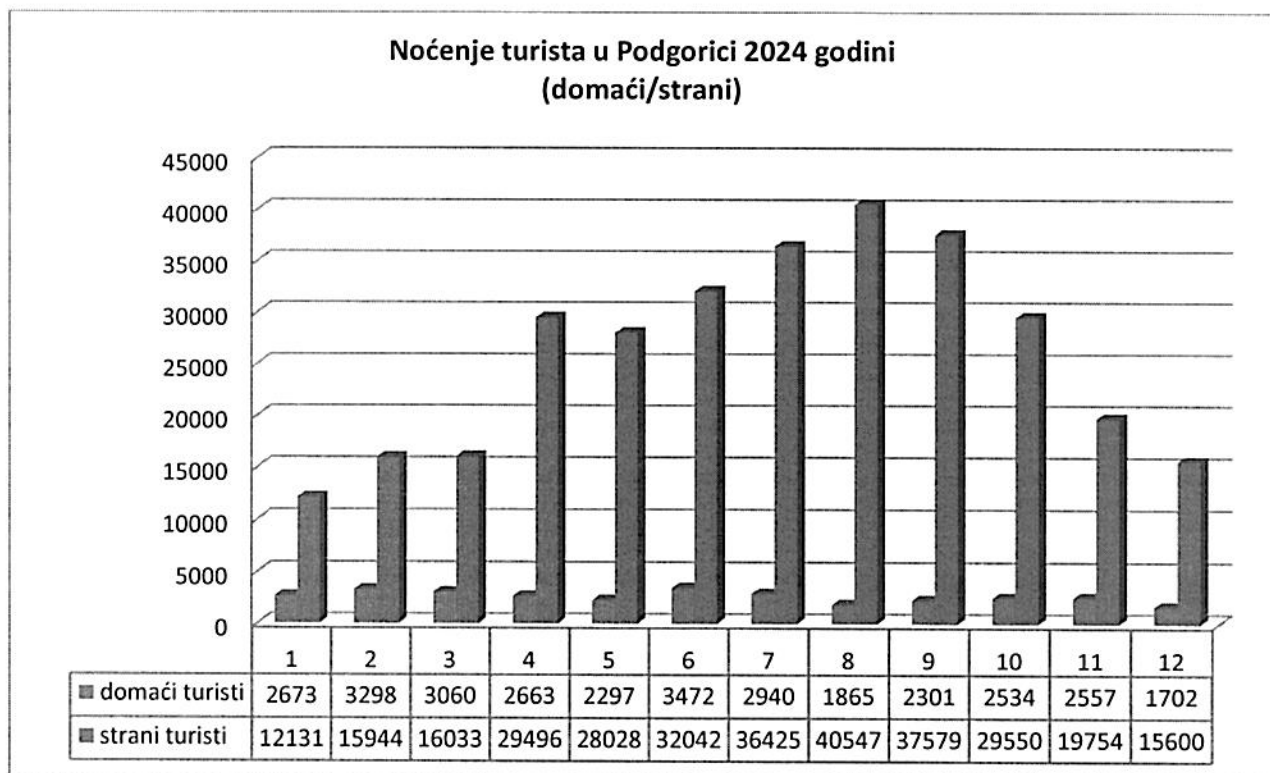
*Izvor:Monstat 2025



Grafik 3:noćenje turista – Crna Gora (2022-2024)

*Izvor:Monstat 2025

U 2024. godini je bilo oko **2.17% manje** noćenja u Podgorici nego u 2023. godini.



Grafik 4:noćenje turista u Podgorici po mjesecima 2024.godina

*Izvor:Monstat 2025

Iako su tokom 2024. godine zabilježeni pozitivni trendovi u turističkom sektoru Podgorice, poput povećanja broja dolazaka turista, ukupni broj noćenja turista bio je manji u poređenju sa 2023. godinom. Ovaj pad, koji iznosi oko 2,17%, može se pripisati nekoliko faktora:

- **Povećanje stope PDV-a na usluge smještaja:** U 2024. godini, stopa poreza na dodatu vrijednost (PDV) na usluge smještaja povećana je sa 7% na 15%, ovo povećanje moglo je negativno uticati na konkurentnost turističke ponude i smanjiti broj noćenja.
- **Povećanje cijena usluga:** Povećanje PDV-a često dovodi do rasta cijena usluga, što donekle obeshrabrjuje turiste, posebno one sa ograničenim budžetom, da produže svoj boravak ili da uopšte posjete destinaciju.
- **Globalni trendovi u turizmu:** Iako je Podgorica zabilježila rast broja dolazaka, ukupni broj noćenja na nivou Crne Gore opao je za oko 800.000 u 2024. u poređenju sa 2023. godinom. Ovaj trend može biti rezultat globalnih ekonomskih izazova, smanjenog povjerenja potrošača ili promjena u turističkim preferencijama.

Kombinacija ovih faktora vjerovatno je doprinijela manjem broju noćenja turista u Podgorici tokom 2024. godine u poređenju sa 2023. godinom. Međutim, ono što je očigledno jeste da Podgoricu najviše posjećuju turisti iz evropskih zemalja, poput Italije, Hrvatske, Srbije, BiH, Poljske, Rusije i Turske, ali takode i značajan broj turista dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država, Kine, Azerbejdžana i drugih azijskih zemalja.

Analizirajući ove podatke možemo ukazati i na nekoliko stvari:

Smanjenje prosječnog trajanja boravka turista u Glavnom gradu: Uočava se trend opadanja prosječnog broja dana koje turisti provode u Podgorici:

- 2022. godine boravili su u prosjeku 2 dana,
- 2023. godine 1,9 dana,
- 2024. godine 1,8 dana.

Ovo može ukazivati na to da turisti sve brže i kraće borave u Glavnom gradu, vjerovatno zbog odlaska na druge destinacije, kao i lakšeg pristupa alternativnim mjestima koja nude specifične turističke atrakcije.

Međutim, opadanje prosječnog trajanja boravka ukazuje na to da bi Podgorica trebalo da razmisli o unapređenju i diversifikaciji svoje turističke ponude, kao i o jačanju veza sa regionalnim i globalnim tržištima. To bi omogućilo privlačenje turista koji će biti motivisani da ostanu duže, uživaju u različitim vrstama aktivnosti i, naravno, potroše više tokom boravka.

Pored povećanja PDV-a i globalnih ekonomskih faktora, postoje i drugi faktori koji su uticali na pad broja noćenja turista u Podgorici tokom 2024. godine:

1. **Smanjenje broja direktnih letova i povezanost sa inostranstvom:** Iako je broj dolazaka turista u Crnu Goru rastao, smanjenje broja direktnih letova i povećanje cijena avionskih karata takođe su uticali na ograničeni broj turista koji odlučuju da borave u Podgorici. Ograničena povezanost sa inostranstvom je u mnogome doprinijela smanjenju broja turista, posebno onih koji koriste Podgoricu kao tranzitnu destinaciju ili kratkoročno odmaralište.
2. **Promjene u turističkim preferencijama:** Turisti sve više traže destinacije koje nude specifične vrste turizma, kao što su održivi turizam, ekoturizam ili kulturni turizam. Iako Podgorica ima svoj kulturni i istorijski značaj, treba još uložiti truda i privući posjetioce u dovoljnoj mjeri u kontekstu novih turističkih trendova.
3. **Konkurencija drugih destinacija:** Ostale destinacije u Crnoj Gori, poput Budve, Kotora, Tivta i Herceg Novog, privukle su veliki broj turista i sa razvijenijom infrastrukturom i bogatijom ponudom, što je moglo smanjiti interesovanje za boravak u Podgorici. Podgorica, kao Glavni grad, često se posmatra kao tranzitna destinacija i još uvijek nije pružila dovoljno razloga za duži boravak manje od 2 dana.
4. **Unutrašnji politički faktori:** Iako politička situacija u Crnoj Gori ne mora nužno imati direktan uticaj na turizam, nestabilnosti ili promjena u unutrašnjem političkom okruženju mogu uticati na percepciju destinacije. Ako je došlo do bilo kakvih nesigurnosti, to je moglo uticati na odluku turista da posjete ili ostanu duže u Podgorici.
5. **Uslovi smještaja i kvaliteta usluge:** Turisti sve više obraćaju pažnju na kvalitet smještaja i usluga. Ako su cijene bile visoke, a usluga nije bila na zadovoljavajućem nivou, to je moglo dovesti do smanjenja broja noćenja. S obzirom na to da su cijene usluga porasle usled povećanja PDV-a, konkurencija među hotelima i smještajnim objektima mogla je biti otežana.

UGOSTITELJSKI KAPACITETI GLAVNOG GRADA

Smještajni i ugostiteljski kapaciteti čine važan segment turističke ponude Glavnog grada i zaokružuju njen ukupan turistički doživljaj. Savremena smještajna infrastruktura Podgorice predstavlja osnovu njenog turističkog razvoja, pri čemu se posebno izdvaja hotelska ponuda kao najznačajniji segment.

- **Hotelska ponuda**

Trenutno Podgorica raspolaže sa ukupno 2.970 kreveta u komercijalnim smještajnim objektima. Od tog broja, dominantan dio čine hoteli – gotovo tri četvrtine ukupnog kapaciteta, tačnije 74,4% ili 2.210 kreveta, nalazi se u hotelima visoke kategorije sa četiri i pet zvjezdica. Hoteli sa tri zvjezdice učestvuju sa 25,3% kapaciteta, dok su hoteli niže kategorije (jedna zvjezdica) zastupljeni sa svega 0,27% ukupnog broja ležajeva. Po broju soba i kreveta, vodeću poziciju zauzimaju hoteli sa četiri zvjezdice, koji raspolažu sa 633 sobe i 1.590 ležajeva. Ovi pokazatelji ukazuju na jasan trend usmjeren ka razvoju visokokvalitetne hotelske ponude, čime Podgorica postaje sve konkurentnija destinacija u segmentu poslovnog i gradskog turizma.

Tabela 2:Struktura hotela po kategorijama (2025.g)

Podgorica	Broj ugostiteljskih objekata	Broj soba	Broj apartmana	Broj ležaja kreveta
UKUPNO	41	1234	195	2970
5*****	4	264	40	620
4****	19	633	127	1590
3***	17	333	28	752
2**	0	0	0	0
1*	1	4	0	8

*Izvor: Ministarstvo turizma

U poređenju sa 2016. godinom, jasno se uočava promjena u strukturi smještajnih kapaciteta Glavnog grada, kako po kategorijama hotela, tako i po ukupnom broju soba i ležajeva. Prije devet godina, u Podgorici je postojao samo jedan hotel sa pet zvjezdica, sa ukupno 28 soba i 56 ležajeva. Danas Glavni grad raspolaže sa čak četiri hotela najviše kategorije (5*), koji zajedno nude 264 sobe i 620 ležajeva. Takođe, zabilježen je i rast broja hotela sa četiri zvjezdice, što dodatno potvrđuje pozitivne trendove u razvoju hotelskog sektora.

Ovakav napredak rezultat je, prije svega, kvalitativne rekonstrukcije privatizovanih objekata, kao i izgradnje novih savremenih hotela, čime je došlo do značajne revitalizacije hotelijerstva u Podgorici. Za razliku od većine hotela u Crnoj Gori koji i dalje bilježe sezonski vrhunac tokom ljetnjih mjeseci, turistička posjećenost Podgorice ne zavisi od sezonskih oscilacija, što dodatno naglašava ulogu Glavnog grada kao centra cjelogodišnjeg, poslovno orijentisanog turizma.

- Individualni smještaj

U 2024 godini u Podgorici je u individualnom smještaju boravilo je 15.039 turista od toga 906 domaćih a 14.133 stranih turista. Individualni smještaj uglavnom su koristili turisti iz evropskih zemalja, poput Italije, Hrvatske, Srbije, BiH, Poljske, Rusije i Turske, ali takođe i značajan broj turista dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država, Kine, Azerbejdžana i drugih azijskih zemalja.

Trend rasta broja turista koji koriste individualni smještaj u Podgorici od 2022. do 2024. godine iznosi približno 77,03%. Korišćenje individualnog smještaja među stranim turistima poraslo je za 76,97%, dok je broj domaćih turista koji koriste ovaj tip smještaja ostao na istom nivou.

Kada je u pitanju noćenje, zabilježen je značajan trend rasta, s obzirom na to da je broj noćenja u individualnom smještaju u 2024. godini u odnosu na 2022. porastao za 98%. Ovaj podatak sugerise da stranim turistima odgovara individualni smještaj, te da se sve više opredjeljuju za ovaj vid boravka, što dodatno potvrđuje njegovu popularnost.

Tabela 3:Individualni smještaj (dolasci i noćenje)

Individualan smještaj		Dolasci		Individualan smještaj		Noćenje	
Godine	Ukupno	Domaći	Strani	Godine	Ukupno	Domaći	Strani
2022	8.498	912	7.586	2022	27.118	1.395	25.723
2023	10.335	913	9.422	2023	43.562	1.296	42.266
2024	15.039	906	14.133	2024	53.746	1.532	52.184

*Izvor: Monstat 2025

Prema podacima Sekretarijata za preduzetništvo i investicije, u Podgorici je registrovano 409 izdavaoca u privatnom smještaju. U prethodnoj godini, ovaj sekretarijat je registrovao 149 novih izdavaoca, što predstavlja porast od preko 100% u odnosu na isti period prethodne godine. Jedan od ključnih faktora koji je doprinio ovako velikom interesovanju za registraciju smještaja jeste uspješna kampanja „Poštuj zakon. Prijavi goste. Registruj

smještaj u par koraka.”, koja je dala izuzetne rezultate. Ovu kampanju realizovao je Sekretarijat za preduzetništvo i investicije u saradnji sa Turističkom organizacijom Podgorica.

Za 2025. godinu, planira se nastavak ove kampanje sa ciljem daljeg unapređenja zakonitog poslovanja u sektoru privatnog smještaja, kao i podsticanja dodatne registracije izdavaoca, što će doprinijeti transparentnosti i poboljšanju turističke ponude.

Prema podacima Sekretarijata za preduzetništvo i investicije, u Glavnom gradu registrovano je 115 restorana, raspoređenih prema kategorijama na sledeći način:

- 15 restorana sa 5 zvjezdica
- 53 restorana sa 4 zvjezdica
- 44 restorana sa 3 zvjezdica
- 3 restorana sa 2 zvjezdice

Ovo pokazuje raznovrsnost i bogatstvo ugostiteljske ponude u Podgorici, koja će biti ključna za dalji razvoj turističke industrije i podršku lokalnom ekonomskom rastu.

PRIHODI OD TURIZMA 2014-2024 PREMA PODACIMA CENTRALNE BANKE CRNE GORE

Turistički prihodi u Glavnom gradu porasli su sa 12,6 miliona € u 2014. na 39,4 miliona € u 2024., što je više nego trostruki porast u 10 godina. Najveći skok je bio između 2016. i 2017. godine (+8,7 miliona €), a pad 2020. zbog pandemije je bio značajan (pad na 6,9 miliona €).

Tabela 4: prihodi od turizma 2014-2024 godine

*Izvor: Centralna banka CG

Godine	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Glavni grad	12,6	14,8	16,8	25,5	28,1	30,9	6,9	15,5	32,4	38,6	39,4
Crna Gora	671,5	804,1	921,5	894,8	970,4	1.086,1	139,9	751	1.041,9	1.507,8	1.461,4
Učešće%	1,87	1,87	2,05	2,85	2,90	2,85	4,90	2,07	3,1	2,57	2,7

Turizam u Crnoj Gori je značajno rastao od 2014. do 2019. godine, potom doživio veliki pad 2020. godine zbog pandemije, a zatim se brzo oporavio, dosegnuvši rekordne iznose 2022–2023.

Glavni grad ima mali, ali stabilan udio u turističkim prihodima – u prosjeku oko 2–3%, što ukazuje da nije primarna turistička destinacija, ali ima važnu ulogu u poslovnom, tranzitnom i dijelom kulturnom turizmu.

AKTIVNOSTI TURISTIČKE ORGANIZACIJE PODGORICE

Turistička organizacija Glavnog grada Podgorice ima ključnu ulogu u promociji grada, razvoja turističke ponude i pozicioniranja Podgorice kao atraktivne destinacije, naročito u oblasti MICE turizma. Aktivnosti obuhvataju organizaciju manifestacija, marketinške kampanje, sajamske nastupe, digitalnu promociju, podršku valorizaciji kulturne baštine i jačanje saradnje sa turističkom privredom.

Ključne aktivnosti za 2025.

- Organizacija i promocija događaja i manifestacija,
- Učešće na turističkim sajmovima i promocija na emitivnim tržištima,
- Razvoj i promocija MICE ponude (npr. Try Before You Buy – Conventa događaj)
- Saradnja sa privredom, institucijama i turističkim agencijama,
- Promotivne kampanje putem digitalnih i klasičnih kanala,
- Prikupljanje i ažuriranje turističkih podataka, rad info punktova.

Finansijski pokazatelji u 2024. godini

Prihodi Turističke organizacije Podgorice zasnivaju se prvenstveno na prihodima po osnovu naplaćene boravišne takse, članskog doprinosa, sponzorstava, sredstava iz budžeta Glavnog grada, u skladu sa posebnim programima, i iz drugih izvora.

- Od boravišne takse tokom 2024. godine prihodovano je **598.468,66 eura**, odnosno **21% više** u odnosu na realizaciju 2023. godine (**496.210,36 eura**).
- Od članskog doprinosa tokom 2024. godine prihodovano je **326.022,45 eura**, odnosno **71% više** u odnosu na prihod ostvaren 2023. godine (**190.949,99 eura**).

Manifestacije do početka i tokom ljetnje turističke sezone

Održane i planirane manifestacije u 2025 godini:

- **Dino park Podgorica** – Turistička organizacija Glavnog grada Podgorice i JU Prirodnjački muzej Crne Gore u periodu od početka januara do kraja marta organizovali su postavku replika dinosaura u prirodnoj veličini na prostoru Univerzitetskog parka u Podgorici.
- **Veće vina i koštanja** – Ponuda pečenih koštanja i vina, u cilju dodatne promocije gastro i vinske ponude podgoričkog regiona, u saradnji s lokalnim proizvođačima i vlasnicima vinarija, uz adekvatan muzički program.
- **Blago Podgorice** – U okviru promocije aplikacije Blago Podgorice, organizovana je manifestacija „Potraga za blagom“ uz animiranje građana i novčane nagrade za najuspješnije takmičare.
- **Tradicija ukusa** – Plan je da se ova manifestacija organizuje na različitim lokacijama u gradu, prateći ostale aktivnosti Turističke organizacije Podgorice, a sa ciljem promocije bogate gastro ponude grada.
- **Cvijeće cvijeću** – U saradnji sa gradskim preduzećem Zelenilo, 7. aprila organizovana je manifestacija, a prikupljena sredstva od simbolične prodaje sadnica i cvijeća donirana su u humanitarne svrhe Udruženju roditelja djece sa teškoćama u razvoju.
- **Vaskrs u srcu Podgorice** – 18, 19. i 20. april – Nova manifestacija koja je po prvi put organizovana u Podgorici, u Dječijem parku na Kruševcu, a tokom tri dana posjetioci su uživali u raznovrsnim programima prilagođenim svim generacijama.
- **Crnogorski Manifest** – 26. i 27. aprila Podgorica je ugostila veliki broj izlagača, predstavnika institucija, lokalnih turističkih organizacija, rukotvoraca i domaćih proizvođača, a posjetioci su bili u prilici da na jednom mjestu upoznaju ono što čini turističku ponudu Crne Gore, kao i festivale i manifestacije koji će biti organizovani tokom ljetnje turističke sezone.
- **Proljećni Pazar**, 5-21. maj – proljećno izdanje omiljene manifestacije svih generacija Podgoričana i brojnih posjetilaca i turista. Uz svakodnevni muzički program i zanimljivu ponudu u okviru kućica na atraktivnoj lokaciji u gradu.
- **Festival folklor**, 31. maj – Turistička organizacija Podgorice, u saradnji sa Udruženjem folklornih ansambala Crne Gore - Regija Podgorice, organizuje festival narodnih igara, s ciljem promocije i njegovanja tradicionalne kulture podgoričkog regiona. U okviru manifestacije nastupiće desetak folklornih ansambala iz Podgorice, a nastup će započeti defileom u narodnim nošnjama centrom grada. Defile se završava na Trgu nezavisnosti, nakon čega će, na centralnoj bini, koja će biti postavljena na Trgu, biti upriličen veliki koncert folklornih ansambala.
- **Slikamo Podgoricu** – U podgoričkim parkovima, u saradnji sa likovnim umjetnicima, biće organizovane likovne sekcije za djecu ili odrasle, te drugi prigodan program za sve prisutne, u cilju dodatne promocije zelenih površina u gradu i isticanja važnosti druženja u prirodi.
- **Joga u prirodi** – U podgoričkim parkovima, u saradnji sa udruženjima i instruktorima joge, biće obilježen Svjetski dan joge i promovisani zdravi stilovi života.
- **Ljeto na rijekama** - Organizovanje manifestacije nekoliko godina zaredom, u cilju promocije rijeke Morače, kao prirodno očuvanog potencijala Podgorice i vraćanja sugrađana na njihove plaže, uz sportsko-rekreativne sadržaje i muzičko-zabavni program.
- **Podgorica Family Cup** – Manifestacija namijenjena cijeloj porodici. Cjelodnevno druženje u nekom od gradskih parkova, takmičenje u parovima – roditelj/dijete.

- **Noć punog mjeseca**- Manifestacija koja ima za cilj bliže upoznavanje sa vasijskim tijelima, podsticanje istraživačkog duha i popularizacija brda Gorica. Manifestacija za djecu i porodice, mlade i starije posjetioce.
- **Svjetski dan turizma** – Obilježava se svake godine 27. septembra pod različitim sloganom, pa se shodno temi osmišljavaju različite promotivne aktivnosti i sadržaji za različite ciljne grupe.
- **Podgorica kroz epohe** – Događaj predstavlja jedinstvenu postavku koja vodi posjetioce u putovanje kroz različite epohe istorije Podgorice. Cilj događaja je stvaranje autentičnog doživljaja, gdje će se posjetioći susresti sa živopisnim prikazima naselja karakterističnih za svaku epohu, uključujući i autentične nošnje koje su nosili stanovnici Podgorice. Ova jedinstvena postavka ne samo da pruža uvid u razvoj Podgorice kroz vjekove, već i stvara emotivnu povezanost sa istorijskim nasljedom.

Od početka godine TO Podgorica podržala je sljedeće manifestacije i događaje:

- **Rockstrikcija (februar)**
- **Teqball turnir (februar)** – saradnja sa Teqball klubom Budućnost
- **Međunarodno takmučenje frizera** – saradnja s Frizerskim savezom Crne Gore
- **Zimski spektakl na ledu (23. februar)**
- **Sanjajte sa nama Crnu Goru** - Nova emisija na kanalu RTV CG, svake subote, počevši od 5. aprila
- **Montenegro Fashion Week (7/12. april)** – saradnja sa Modnom komorom Crne Gore; finansijska podrška
- **TLR Teatar (8. Mart)**, saradnja sa privredom
- **Međunarodni dan kratošije (april)**
- **IV Simpozijuma o poremećajima iz spektra autizma pod nazivom "Novi horizonti spektra - Izazovi i mogućnosti razumijevanja autizma" (1. april)** – saradnja sa Centrom za rani razvoj KCCG, obezbijedeni štafelaji za izložbu u sklopu konfeencije
- **Off road Fest (april)**
- **Podgorički piknik (12. mart)** – saradnja sa Studentskim kulturnim centrom
- **Tango festival (25/28. april)** – saradnja sa NVO Tango
- **Humanitarni koncert (7. april)** – saradnja sa Job Solutions and Media
- **Superfinale Svjetskog kupa u vaterpolu (11-13. april)**
- **Evropsko prvenstvo u džudou (23/27. april)** – saradnja sa Judo Savezom Crne Gore, finansijska podrška
- **Red Conference (15/16. maj)** – saradnja sa Web Media Group and Hesa Group
- **Festival jednakih (20/21. jun)** – saradnja sa organizacijom Higher Sense
- **Belgium Travel Kongres (24/27. april)** – učešće na B2B radionici; obezbijedena finansijska podrška događaju,

Tokom 2025. godine Turistička organizacija Podgorice planira podržati sljedeće tradicionalne i nove događaje: Podgorički salon vina, Porodica Fest 2025, Udruženje Roditelji, DEC Pčelica Sadimo-gradimo, Milenium Run, Craft fest Montenegro, Mini basket Podgorica, Rockstrikcija, City Groove, 3x3 turnir, Street Food Festival, Rakija Fest, OFF ROAD 4x4 Dzip reli.

Razvoj MICE turizma: Turistička organizacija Podgorice intenzivirala je aktivnosti u cilju razvoja MICE turističkog proizvoda, pa je nedavno urađena nova brošura koja sadrži informacije o hotelskim kongresnim kapacitetima, turističkim agencijama koje se bave MICE turizmom, kao i svim lokacijama pogodnim za održavanje seminara, konferencija i kongresa.

Kulturna baština: Realizovani projekti valorizacije kulturne baštine vrijedni 60.082€, uključujući digitalne aplikacije i virtuelne modele kulturnih dobara.

Sajamski nastupi i studijske posjete: Podgorica se predstavila na sajmovima u Oslu, Madridu, Beogradu i Minhenu, a planirano je učešće i na MICE sajmovima. Organizovane su promotivne ture za turooperatore, novinare i agencije iz Njemačke, Kine, Sjeverne Makedonije i drugih zemalja.

Studijske posejete: Organizovani promotivni izleti i posjete turoperatora, novinara i agencija radi boljeg upoznavanja ponude.

Marketing i digitalna promocija: Fokus na digitalne kanale: web stranica, društvene mreže, PR, oglašavanje. Planiran redizajn promotivnih materijala i izrada novih brošura (MICE, gastro, vino, mape...).

Saradnja sa privredom: Pokrenuta kampanja za registraciju privatnog smještaja, digitalizacija prijave boravka, edukacije i tehnička podrška za izdavaoce. Postavljene table dobrodošlice, unaprijedena signalizacija i inicirana autobuska linija Aerodrom–centar grada.

Finansijska podrška: Podržani projekti u 2024: turnir Minibasket (20.000 €), projekat za ram Bukumirsko jezero (1.936 €), skulptura Transformersa (24.000 €).

Info punktovi: Rade dva punkta u centru grada tokom cijele godine i sezonski punkt na aerodromu, sa komplet promociji grada putem sajмова i manifestacija.

AKTIVNOSTI ORGANA UPRAVE, PRIVREDNIH DRUŠTAVA I USTANOVA GLAVNOG GRADA NA PRIPREMI TURISTIČKE SEZONE

Lokalna uprava upravlja turističkom destinacijom, a osim što se bavi komunalnim i infrastrukturnim projektima, sprovodi i projekte koji imaju za cilj turističku valorizaciju destinacije. Aktivnosti koje se realizuju na nivou Glavnog grada, kao i ulaganja u turističku infrastrukturu, direktno utiču na unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda određenih turističkih područja i destinacija.

Predviđena sredstva i aktivnosti uglavnom su usmjerena na unapređenje i modernizaciju osnovne infrastrukture, kao i na uređivanje turističkih lokaliteta. Najvažnije mjere obuhvataju izgradnju saobraćajnica, mostova, trgova, šetališta, popravku puteva, ulaganja u javnu rasvjetu, vodosnabdijevanje i kanalizaciju, uređenje zelenih površina i parkova, kao i organizaciju sportskih i kulturnih manifestacija. Takođe, planira se uređivanje parkirališta i drugih objekata, uz posebnu pažnju posvećenu zaštiti životne sredine. Svi ovi projekti ne samo da poboljšavaju turističku ponudu, već imaju pozitivan uticaj i na kvalitet života lokalnog stanovništva.

Sekretarijat za finansijske poslove i analizu budžeta: prema Odluci o budžetu Glavnog grada Podgorica za 2025. godinu (Sl. list CG – opštinski propisi br. 09/25), planirana su sredstva za privredna društva čiji je osnivač Glavni grad u iznosu od 19,21 miliona eura, i to za obavljanje javnih funkcija. Ova sredstva se odnose na održavanje gradske čistoće, saobraćajnica, gradskog zelenila, vodovodne i kanizacione mreže, što doprinosi poboljšanju uslova života i rada građana Glavnog grada, a samim tim i unapređenju turističke ponude.

U okviru kapitalnog budžeta za 2025. godinu planirana su sredstva za investicije koje će doprineti poboljšanju turističke ponude, i to:

- Izgradnja saobraćajnica: 11,47 miliona eura
- Uređenje i opremanje lokacija: 3,21 miliona eura
- Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa: 6,00 miliona eura
- Sanacija opštinskih i nekategorisanih puteva: 3,266 miliona eura
- Postrojenje za sakupljanje i prečišćavanje otpadnih voda u Podgorici: 17,02 miliona eura
- Izgradnja hidrotehničkih instalacija: 1,00 milion eura
- Izgradnja i rekonstrukcija javne rasvjete: 4,44 miliona eura
- Nastavak radova na zgradi Gradskog pozorišta: 900.000,00 eura
- Kupovina autobusa i nabavka vozila za privredna društva: 5,34 miliona eura
- Nabavka opreme za privredna društva: 2,56 miliona eura
- Sredstva za poboljšanje uslova stanovanja i akciju za „Ljepše lice Podgorice“: 1,6 miliona eura
- Adaptacija poligona i sportskih terena: 250.000,00 eura

Sekretarijat za kulturu Glavnog grada, kao i prethodnih godina, realizuje niz programskih aktivnosti koje doprinose obogaćivanju kulturne i turističke ponude Podgorice.

- Manifestacija „Dani Dragana Radulovića“, posvećena jednom od najznačajnijih crnogorskih stvaralaca za djecu, održana je 24. i 25. aprila, petu godinu zaredom. U okviru manifestacije, svečano je otvorena Velika sala KIC-a „Budo Tomović“ pozorišnom predstavom „Vilinjska gora“, uz književne promocije i predstavljanje novog broja časopisa „Osmjeh“.

- U saradnji sa **Turističkom organizacijom Podgorice** i drugim gradskim organizacionim jedinicama, od **5. do 21. maja** biće realizovan i **Prolećni pazar na Trgu nezavisnosti**, čime će se dodatno obogatiti turistička i kulturna ponuda Glavnog grada.
- Od **30. maja**, Sekretarijat započinje tradicionalnu manifestaciju „**Podgoričko kulturno ljeto**“, koja će trajati do kraja kalendarskog ljeta. U okviru ove manifestacije biće organizovani brojni prepoznatljivi podgorički festivali, kao što su: **Underhill, FIAT, Festival kratke priče, „Odakle zovem“, „Rockstrikcija“**, kao i **Međunarodni festival lutkarstva**.
- Takođe, od **30. septembra do 5. oktobra**, Sekretarijat za kulturu realizovaće **Međunarodni festival književnosti** na Trgu nezavisnosti i okolnim prostorima. Tokom trajanja festivala, podgorička publika i brojni posjetioči imaju priliku da uživaju u bogatoj izdavačkoj ponudi renomiranih regionalnih i evropskih izdavača, uz raznovrstan kulturni program.

Sekretarijat za sport Glavnog grada, u okviru Plana i programa za 2025. godinu, organizovaće niz sportskih događaja koji će obogatiti turističku ponudu Podgorice i privući posjetioce iz Crne Gore i regiona. Planirane manifestacije uključuju:

- **Basket u mom kvartu (april–maj)** – promocija ulične košarke i zajedništva među mladima.
- **Evropsko prvenstvo u džudou za seniore (april)** – veliki međunarodni događaj organizovan od strane Džudo saveza Crne Gore.
- **Žogarija (kraj aprila–početak maja)** – sportske igre za djecu školskog uzrasta.
- **Majski rekreativni susreti (maj)** – rekreativna takmičenja za sve generacije.
- **Triatlon Plavnica 2025 (jun)** – međunarodni događaj u plivanju, trčanju i biciklizmu.
- **Minibasket 2025 (jun)** – međunarodni turnir za mlade kategorije.
- **Olimpijski dan (24. jun)** – razne sportske i edukativne aktivnosti povodom Međunarodnog dana olimpiзма.
- **Međunarodno otvoreno prvenstvo u plivanju (jul)** – takmičenje na bazenima SC "Morača".
- **Trofej Skadarsko jezero i Memorijal Mladen Brajović (jul–avgust)** – međunarodni turnir u sportskom ribolovu.
- **Školski sportski raspust (jul–avgust)** – besplatni treninzi za djecu.
- **Trofej Podgorica** – tradicionalni turnir u malom fudbalu.
- **Evropsko prvenstvo u rukometu za mlade kategorije (jul–avgust)** – takmičenje mladih rukometaša.
- **Međunarodni Podgorica Trophy (septembar)** – fudbalski turnir za mlade kategorije.
- **PG ping pong (oktobar)** – stonoteniski turniri na otvorenom.
- **Kup šampiona u karateu i Turnir oslobođenja u karateu (oktobar, decembar)** – međunarodni turniri.
- **Međunarodni Tekvondo GI turnir (oktobar)** – jedan od najboljih turnira u regionu.
- **Memorijal Miša Aleksić (oktobar)** – turnir u tenisu za mlade kategorije i veterane.
- **Podgorica Millennium Run (novembar)** – maraton i trkačka manifestacija "Podgorica trči".
- **Međunarodni turnir za paraolimpijce (jul, novembar, decembar)** – turniri u plivanju, stonom tenisu i košarci u kolicima.

Za sve ove manifestacije, osim onih organizovanih od nacionalnih saveza, obezbijedena su sredstva iz budžeta Sekretarijata za sport.

JU Muzeji i galerija Podgorica ,Planirana sredstva za realizaciju programa aktivnosti za 2025. godinu iznose 250.600.00€.

Planirano je trideset (30) izložbi individualnog i kolektivnog karaktera. Do sada je, zaključno sa 30. aprilom, otvoreno 11 izložbi. Broj posjetilaca, zaključno sa 31. martom je oko 4,100 (4,126).

Najveći broj posjetilaca trenutno su domaći posjetioči – 56.40% domaćih posjetilaca i 43.60% stranih posjetilaca. Najzastupljeniji posjetioči su žene – 57.38% (od kojih žene iz Crne Gore 34.31%).

Komparativna statistika od prethodnih godina:

Broj posjetilaca 2022. godine: 14,365 ukupno od kojih „walk-in“ 7,437 (62.35% domaćih i 37.65% stranih, 44.73% muškarci, 55.27% žene – najzastupljenija kategorija posjetilaca su žene iz Crne Gore 36.99%)

Broj posjetilaca 2023. godine: 16,133 od kojih „walk-in“ 10,419 (63.16% stranih i 36.84% domaćih, 47.29% muškarci, 52.71% žene – najzastupljenija kategorija posjetilaca su žene strankinje 31.84%)

Broj posjetilaca 2024. godine: 22,032 od kojih „walk-in“ 12,845 (55.11% stranih i 44.89% domaćih, 45.40% muškarci, 54.60% žene – najzastupljenija kategorija posjetilaca su žene strankinje 28.04%)

Broj izložbi 2022. godine: 19

Broj izložbi 2023. godine: 19

Broj izložbi 2024. godine: 35

Predviđeno je i izrada velikog broja suvenira (majice, torbe, razglednice i dr.) uz već postojeće suvenire koji se nalaze u prodaji. Dodatno, planirane su i aktivnosti iz **izdavačke djelatnosti i konferencije** koje će uveliko upotpuniti imidž ustanove kao i pojačati kapacitete MICE turizma u sklopu Glavnog grada Podgorice.

Aktivnosti **Agencije za upravljanje zaštićenim područjima Podgorice** za predstojeću turističku sezonu usmjerene su na:

1. Unaprjeđenje infrastrukture i turističkih sadržaja:

- **Park prirode “Komovi”:** uređenje vidikovaca, postavljanje info-tabli, signalizacije, sanitarnih čvorova, kontejnerskih objekata za info pultove, prostora za kampovanje; opremanje 3 smjera za sportsko penjanje (Velji Torač, Bigeza);
- **Spomenik prirode “Park šuma Gorica”:** obnova mobilijara, staza, uređenje Mediteranskog vrta, guvna za događaje, biciklistički parking i igrališta;
- **Uređenje prilaza i proširenje parkinga:** konkretno kod Bukumirskog jezera, važnog segmenta za prihvata turista.

2. Fizička zaštita i očuvanje prostora:

- **Povećana kontrola i nadzor** u zaštićenim područjima, naročito tokom ljetnje sezone;
- **Uklanjanje otpada**, sanacija opožarenih površina i zaštita od nelegalne gradnje;
- Implementacija mjera za **uklanjanje invazivnih biljnih vrsta** (npr. bagrem, pajasen), što doprinosi očuvanju prirodnih vrijednosti.

3. Edukacija i promocija:

- **Organizacija edukativnih radionica i događaja** za djecu, studente, turiste (npr. „Noć punog Mjeseca“);
- Promocija putem medija, društvenih mreža, info-tablica QR kodovima na više jezika (crnogorski/engleski);
- Učešće na **novogodišnjem pazaru** i saradnja sa Turističkom organizacijom Podgorice.

AUZP je tokom 2024.godine sproveo niz aktivnosti koje predstavljaju snažnu osnovu za sezonu 2025. Postojeće i planirane aktivnosti imaju visok potencijal za razvoj održivog turizma.

DOO "Vodovod i kanalizacija" Podgorica, u toku 2025.godine planirala izgradnju vodovodne mreže u prigradskim i seoskim područjima Glavnog grada. Navedeni radovi će se finansirati iz budžeta Glavnog grada u iznosu od 600.000,00€ sa PDV-om i djelimično iz sredstava Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede u okviru „Programa podsticanja projekata u vodoprivredi Crne Gore“ u iznosu od 80.000,00€ sa PDV-om.

Pored navedenog ovo preduzeće će dati doprinos unapređenju turističke ponude redovnim održavanjem fontana i javnih česmi u Glavnom gradu, koje se finansira iz sopstvenih sredstava Društva u iznosu od oko 95.000,00€ na godišnjem nivou.

Javno preduzeće **Nacionalni parkovi Crne Gore**, u okviru svog Programa aktivnosti upravljanja za 2025. godinu, planira sledeće:

1. **Saradnja sa turističkim organizacijama** – Osmisliće se i sprovedi ciljani interpretativni programi obilaska nacionalnih parkova, sa ciljem obogaćivanja iskustva posjetilaca i promocije prirodnih vrijednosti.

2. **Organizovanje manifestacija i događaja** – Radiće se na organizaciji manifestacija koje će okupiti značajan broj turista, kako bi se promovisali prirodni resursi, kulturna baština i tradicija Crne Gore.
3. **Saradnja sa Planinskim savezom Crne Gore** – Planira se realizacija edukativnih programa, razvoj novih tematskih staza i unapređenje postojećih pješačkih staza, kao i obnova i opremanje vidikovaca sa ciljem poboljšanja turističke infrastrukture.
4. **Podrška lokalnom stanovništvu** – JPNP će pružiti podršku lokalnim proizvođačima kroz mogućnost plasmana njihovih proizvoda na manifestacijama i sajmovima koje organizuje preduzeće. Ova inicijativa ima za cilj jačanje lokalne ekonomije i promociju domaćih proizvoda.

Agencija za stanovanje d.o.o. sprovede akcije "Za ljepše lice Podgorice" i "Poboljšanje uslova stanovanja", čiji su ciljevi uređenje fasada u gradu, kao i uklanjanje grafita neprimjerenog sadržaja. Radovi će se realizovati na više lokacija u Podgorici, a ukupno planirana sredstva za ove aktivnosti iznose 1.600.000,00 eura.

Privredno društvo **„Putevi“ d.o.o.**, u skladu sa Programom obavljanja djelatnosti za 2025. godinu, planira da u periodu od 1. januara do 30. juna 2025. realizuje aktivnosti u ukupnom iznosu od 3.125.000,00 eura. U nastavku godine, tokom perioda od 1. jula do 30. septembra 2025, planirana je realizacija dodatnih aktivnosti u vrijednosti od 1.875.000,00 eura, koje se odnose na radove održavanja i sanacije opštinskih i nekategorisanih puteva na teritoriji Glavnog grada.

Deponija d.o.o. tokom 2025. godine planira deponovanje 120.000 tona komunalnog otpada, što je približno 10.000 tona mjesečno. U okviru pripreme za predstojeću ljetnju turističku sezonu, društvo je tehnički opremljeno da preuzme i tretira cjelokupne količine selektovanog i neselektovanog komunalnog otpada sa područja Glavnog grada, kao i opština Danilovgrad, Cetinje, Nikšić, Zeta i Tuzi. Takođe, planira se da, sa raspoloživom mehanizacijom, Deponija učestvuje u sanaciji neuređenih odlagališta.

Parking servis Podgorica, redovno obavlja svoje svakodnevne aktivnosti koje se odnose na unapređenje, održavanje i tehničko informisanje građana i gostiju koji borave u gradu ili su u tranzitu. Poseban akcenat stavlja se na usluge parking servisa.

U 2025. godini poseban fokus biće usmjeren na sljedeće aktivnosti:

- Postavljanje info-tabli radi bolje vidljivosti parkomata, uz mogućnost izbora uputstva za korišćenje na pet stranih jezika, što će doprinijeti lakšem korišćenju ovog vida plaćanja;
- Postavljanje LED info-tabli na raskrsnicama koje prikazuju broj slobodnih parking mjesta na označenim parkiralištima i u garažama;
- Omogućavanje pristupa informacijama putem aplikacije i web stranice „Parking servis Podgorica“;
- Uvođenje bezgotovinskog plaćanja na novim „smart“ parkinzima;

Primjena novih tehnologija i digitalizacija poslovanja, doprinosi se promociji Glavnog grada Podgorice kao savremenog „Smart City“-ja.

„Čistoća“ d.o.o. ima ključnu ulogu u obavljanju komunalnih usluga od javnog interesa, koje čine jedan od temelja održivog upravljanja životnom sredinom i stvaranja boljih životnih uslova u Glavnom gradu Podgorici. Kroz kontinuirani rad i visok kvalitet usluga, ovaj kolektiv doprinosi očuvanju prirodnih resursa i unapređenju svakodnevnog života. Djelatnosti koje preduzeće obavlja obuhvataju: sakupljanje, transport i zbrinjavanje komunalnog otpada, održavanje javnih površina, sakupljanje i promet sekundarnih sirovina, kao i zbrinjavanje napuštenih kućnih ljubimaca i održavanje javnih WC-a.

Društvo **„Tržnice i pijace“** nastavlja realizaciju projekta „Pijaca u tvom naselju“, gdje će pokretne jednodnevne pijace biti postavljene u gradskim naseljima gdje nema stalnih pijaca. Obzirom da smo naišli na dobar odziv izlagača i izuzetno pozitivne komentare građana, ove godine nastavljamo organizaciju pijaca sa 12 pokretnih tezgi. Tokom narednog perioda, planira se inteziviranje broja pokretnih pijaca i lokacija na kojima će biti održane. Pokretne pijace sve više privlače pažnju kako posjetilaca, tako i novih zakupaca koji ih vide kao dobro mjesto za ostvarivanje direktnog kontakta sa kupcima i planiranje proizvoda. Planiramo organizaciju pijaca u Zagoriču, Bloku 9, na Zabjelu, Starom aerodromu. „Tržnice i pijace“ doo kontinuirano organizuju sajmove i događaje koji imaju za cilj promociju pojedinih proizvoda koje se prodaju na pijaci. Već tradicionalno, svake godine, 20. jula obilježava se na

pijačnim objektima Međunarodni dan kolača. Prodajni sajmovi, na kojima su izlagači domaćih poljoprivredni proizvođači i rukotvorci, održavaju se tokom juna i jula na Velikoj pijaci.

„Zelenilo“ d.o.o. posvećeno se bavi projektovanjem, izgradnjom i održavanjem zelenih površina u Podgorici. Na ovaj način, ne samo da se unapređuje izgled grada, već se indirektno utiče na jačanje imidža Podgorice kao atraktivne turističke destinacije u Crnoj Gori. Prepoznatost napora za zeleniji grad potvrđuje i rangiranje Podgorice kao petog najzelenijeg grada u Evropi u kategoriji zelene infrastrukture, prema istraživanju Evropske agencije za zaštitu životne sredine iz 2022. godine. Sa 12% površina pod parkovima, Podgorica je znatno ispred mnogih drugih gradova, čak i na evropskom nivou, gde taj prosječan udio iznosi 7%. Grad se može pohvaliti sa oko 30 parkova, što znači da gotovo svaki dio grada ima barem jednu uređenu zelenu površinu.

Služba zaštite i spašavanja preduzima niz aktivnosti i mjera kako bi osigurala bezbjednost tokom turističke sezone, uključujući uklanjanje osušenih stabala sa brda Gorica i Čemovskog polja, sadnju drveća, kao i inspekciju stambenih objekata u pogledu zaštite od požara. Takođe, realizuju se kontrole hidrantske mreže, obidene su sve osnovne škole u okviru projekta „Vatrogasac u školi“, te je distribuiran informativni materijal o postupcima u slučaju požara. Aktivnosti se odnose i na zapošljavanje sezonskih vatrogasaca i organizovanje obuka, sve s ciljem spremnog dočeka ljetnje ljetnje sezone.

Aerodromi Crne Gore: Nastavlja se dugogodišnja saradnja sa **Air Serbia**, koja planira 3 leta dnevno ka Beogradu, **Turkish Airlines** sa 2 leta dnevno (3x dnevno srijedom i subotom) ka Istanbulu, i **Austrian Airlines** sa 2 dnevna leta ka Beču.

- **LOT Polish Airlines** nudi svakodnevne letove za Varšavu, povremeno i dva dnevno.
- **Air Astana** leti ka Almatyju (3x nedeljno, jun–septembar) i Nursultanu (2x nedeljno, jun–septembar).
- **Aegean Airlines** najavio je letove ka Atini 2x, a u sezoni i 3x nedeljno.
- **Pegasus Airlines** nastavlja cjelogodišnje letove za Istanbul (3x nedeljno) i dodaje sezonske letove ka Ankari (2x) i Izmiru (3x nedeljno).
- **Transavia France** leti za Pariz 3x nedeljno, a u sezoni i 4x.

Niskotarifni prevoznici **Ryanair** i **Wizz Air** nastavljaju saradnju.

Ryanair: Gdansk, Berlin – 2x nedeljno, Brisel i London – 3x nedeljno, Vroclav – 2–3x nedeljno, Krakov – 6x nedeljno, (Letovi za Mančester i Zagreb su otkazani.)

Wizz Air: Dortmund – 2–3x nedeljno, Budimpešta/Memmingen – 2x nedeljno, Katowice/Varšava – 3x nedeljno, Katowice 1x nedeljno, Beč i London – 4x nedeljno, Milano – 3x nedeljno.

Enter Air: Poznanj – 1x nedeljno (jun–oktobar)

Smartwings Poland: Katowice/Gdanjsk – 1x nedeljno (maj–septembar)

Flynas: Rijad – 1x nedeljno u junu, 3x jul–septembar

Petroleum Air Services: Kairo – 1–2x nedeljno (jun–septembar)

ToMontenegro održava cjelogodišnje letove ka Beogradu (2x dnevno), Ljubljani, Istanbulu, Cirihi, Frankfurtu, Parizu, Rimu i drugim evropskim gradovima.

Nove destinacije uključuju: Brno, Baku, Tbilisi, Tarsus, Saint Etienne i Prag (maj–septembar)

Čarteri ka Francuskoj (april–jun)

Gulf Air uvodi letove ka Bahreinu preko Atine (2x nedeljno, jun–septembar).

Iberia će realizovati 4 čarter leta ka Madridu – nova kompanija na aerodromu.

Auto-moto savez Crne Gore, kao punopravni član međunarodnih organizacija, neprekidno pruža pomoć domaćim i stranim motorizovanim turistima. Služba pomoći na putu djeluje 24 časa, nudeći tehničku pomoć, informacije za pripremu putovanja, nabavku rezervnih dijelova, šlepanje, kao i obezbjeđivanje zdravstvene, pravne i finansijske pomoći u slučaju saobraćajnih nesreća. Auto-moto savez pruža podršku građanima i turistima, osiguravajući im neophodne informacije i pomoć tokom ljetnje turističke sezone u Podgorici.

OČEKIVANI REZULTATI I ZAKLJUČAK

Za 2025. godinu očekuje se povećanje broja turista, uz poboljšanje opšte turističke usluge. Proširena turistička ponuda, bolja infrastruktura i kvalitetnija promocija garantuju pozitivne ekonomske efekte, s time da se Podgorica pozicionira kao ključna destinacija u regionu.

Podgorica ima sve potrebne resurse da postane atraktivna destinacija tokom cijele godine, a planiranje i realizacija priprema za turističku sezonu 2025. postaviće temelje za dalji razvoj turizma u godinama koje dolaze.

Priprema za turističku sezonu 2025. godine nije samo administrativni ili operativni proces, već strateška prilika za Podgoricu da unaprijedi svoju konkurentnost, poboljša turističku ponudu i doprinese ekonomskom razvoju. S obzirom na sve izazove i prilike koje donosi savremeni turizam, ova priprema je ključna za održivi rast i uspjeh turističkog sektora u budućnosti.

Ciljevi za turističku sezonu 2025. godine u Podgorici temelje se na povećanju broja posjetilaca, unapređenju usluga i razvoju novih atrakcija koje će učiniti grad još privlačnijim i konkurentnijim na turističkoj sceni. S obzirom na savremene trendove i očekivanja turista, implementacija ovih ciljeva imaće dugoročne koristi za lokalnu ekonomiju, životnu sredinu i zajednicu, čineći Podgoricu destinacijom koja pruža nezaboravno iskustvo za sve posjetioce.

Povećanje atraktivnosti i raznovrsnosti turističke ponude je ključno za održivi razvoj:

- **Nove atrakcije i događaji:** Planira se organizacija međunarodnog muzičkog festivala, međunarodnog filmskog festivala, kao i povećanje broja kulturnih i sportskih manifestacija, što će povećati broj posjeta tokom cjelokupne godine. Takođe, uvodiće se tematske ture kroz istorijske dijelove grada.
- **Razvoj ekoturizma:** Podgorica je u odličnom položaju za promociju ekoturizma. Organizovanje planirskih i biciklističkih tura po okolnim predjelima, kao i rafting na rijekama, postaju ključne aktivnosti za privlačenje ekoturista.
- **Gastronomija i shopping:** Promocija autentične crnogorske kuhinje kroz nove restorane i kulinarske ture, kao i proširenje ponude lokalnih suvenira i zanatskih proizvoda. Planira se otvaranje novih shopping centara i galerija, koji će povećati atraktivnost grada za turiste.

Kvalitet ljudskih resursa je ključ uspjeha u turističkoj industriji:

- **Obuka turističkog osoblja:** U saradnji sa turističkim organizacijama, planira se obuka turističkih vodiča, recepcionara i ostalog osoblja za pružanje kvalitetnih usluga, sa posebnim naglaskom na jezike (engleski, njemački, ruski) i tehniku komunikacije sa posjetiocima.
- **Nedostatak radne snage:** Nedostatak radne snage, posebno u sektoru turizma kao što su konobari, kuvari, menadžeri i drugi radnici koji direktno utiču na kvalitet turističke ponude, predstavlja ozbiljan izazov za Podgoricu, naročito u jeku turističke sezone. Da bi se efikasno riješio problem nedostatka radne snage u turizmu, potrebna je kombinacija unapređenja plata i radnih uslova, edukacije i obuke, kao i inovacija u organizaciji i zapošljavanju. Podgorica, kao Glavni grad, ima potencijal da postane lider u obezbjeđivanju stabilnog i kvalifikovanog kadra, uz jasnu strategiju koja uključuje kako privlačenje, tako i zadržavanje radne snage u turističkoj industriji.

Za privlačenje većeg broja turista, biće potrebno uložiti u promociju Podgorice na međunarodnoj sceni:

- **Digitalna promocija:** Aktivnosti na društvenim mrežama, promocije na turističkim portalima i saradnja sa influenserima kako bi se širila svijest o Podgorici kao destinaciji.
- **Prisutnost na turističkim sajmovima:** Aktivno učešće na ključnim međunarodnim turističkim sajmovima u Evropi, ali i promocija specifičnih turističkih paketa i iskustava koji uključuju posjetu Podgorici.
- **Saradnja sa agencijama:** Širenje saradnje sa međunarodnim i domaćim turističkim agencijama radi povećanja broja turističkih paketa koji uključuju posjetu Podgorici.

U okviru ovih aktivnosti, od ključne je važnosti bliska saradnja između različitih sektora:

- **Saradnja sa lokalnim preduzetnicima i zajednicama:** Uključivanje lokalnih proizvođača hrane, pića i suvenira u turističku ponudu, kako bi se poboljšala autentičnost i kvalitet ponude.
- **Podrška privatnim investitorima:** Pružanje podrške i olakšica za investitore u turističku infrastrukturu, kako bi se stvorili dodatni sadržaji i atrakcije.