

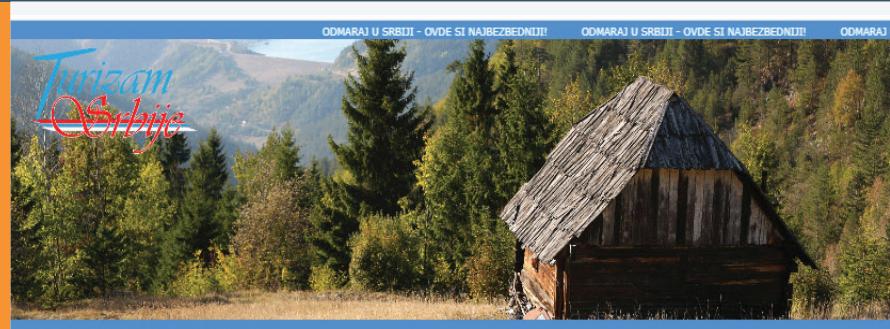
Jun 2020.

e-Turističke novine



turizamsrbije.info

- Kreirajte turističku vest
- Najavite događaj
- Promovišite svoju turističku destinaciju
- Predstavite svoju turističku ponudu
- Budite u toku sa dešavanjima u srpskom turizmu
- Oglasite se u e-Turističkim novinama
- Emitujte svoj promo spot na našem internet portalu
- Postavite svoj baner



URUŠTВKE NOVINE ARHIVA VAШE FOTOGRAFIJE KONTAKT LINKOVI

ODMARAJ U SRBIJI - OVDE SI NAJBEZBEDNIJI!

ODMARAJ U SRBIJI - OVDE SI NAJBEZBEDNIJI!

ODMARAJ

ODMARAJ U SRBIJI - OVDE SI NAJBEZBEDNIJI



TOS: Leto 2020.



Ivanjica: Nuslijeda



Sokobanja: Zeleno srce Srbije



Fotografija meseca

Turizam Srbije je započeo kampanju "Ostan u Srbiji" - Ovde si najbezbedniji! koju sprovodimo na našem sajtu i društvenim mrežama u cilju motivisanja potencijalnih domaćih turista da svoj odmor provedu u Srbiji.

Pozivamo Vas da se priključite našoj kampanji i da nam poslatate nekoliko Vaših fotografija sa motivima naših turističkih destinacija sa naslovima fotografija i imenima njihovih autora. Napominjemo da je jako bitno da je autorima fotografija regulisano pitanje njihovih autorskih prava. Vaše foto ... Ceo tekst

"ČISTO I SIGURNO" (CLEAN & SAFE)

Fotoivo udržavanje hotelsko-ugostiteljske privrede Srbije HORES, po ugovoru sa evropske članice HOTREC-a, kreirao je pečat "Clean & Safe" ("Čisto & Sigurno")

Izglađuje da se na ovaj način razlikuju hoteli, drugi smetnjači objekti i restorani, koji se pridržavaju minimalnih sigurnosnih i zdravstveno-bezbednosnih mera propisanih od strane Svetске zdravstvene organizacije, i naših nadzornih zdravstvenih institucija...

spređi štene virusa COVID-19, ... Ceo tekst

NAŽALOST - OČEKIVANO

Premda podacima Republičkog zavoda za statistiku u aprili 2020. godine u Republici Srbiji boravilo je ukupno 5.203 turista, koji su ostvarili 41.456 noćenja. U porastu na april 2019. godine broj



Република Србија

Министарство

просвете, туризма

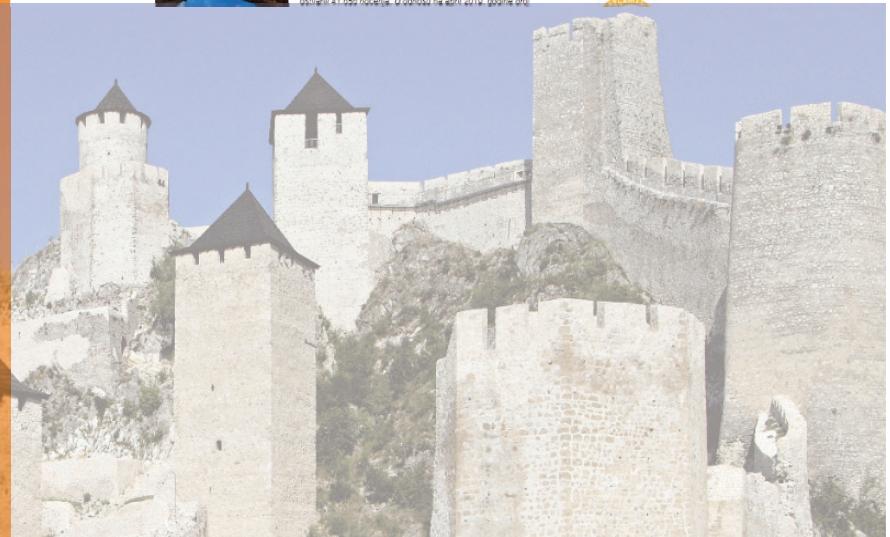
и телекомуникација



LIG

Turistička organizacija

Лига



SADRŽAJ:

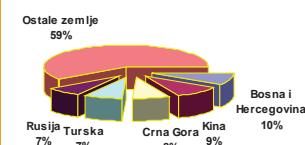
4. Spasimo šta se spasiti može!



5. Nadam se da ćemo sačuvati većinu turističkih agencija



9. „Izaberisvoju avanturu! #vidisrbiju“



12. Naš turizam u brojevima

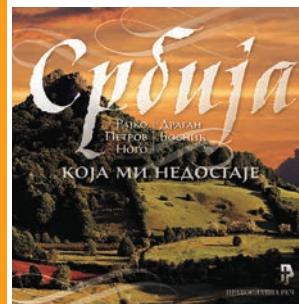


13. Tražimo način da naši hoteli prežive

17. Tri pitanja za...



18. Srbija koja nestaje



19. Austrijanci u Beogradu



21. Muzej Nikole Tesle



22. Ivanjica – mesto srpskog pomirenja



25. „Čisto i sigurno“



IZMEĐU REDOVA

Željko Milinković*

SPASIMO ŠTO SE SPASITI MOŽE!

Korona virus će po turističku privredu, kako svetsku tako i našu, imati katastrofalne posledice. Donela je i doneće pad turističkog prometa. Biće bankrota, otpuštanja i ko zna čega još! Do sada je turizam uvek iz svake krize izlazio kao pobednik. Valjda će tako biti i ovoga puta!

Uprkos svemu kod nas se stege polako popuštaju. Biće letnje sezone, turističkih manifestacija, putovanja u inostranstvo, đačkih i studenskih ekskurzija...



Turizam je sada na respiratoru i zato je potrebno da mu svi pomognemo dok ne bude kasno! Vreme je za akciju!

I zato ajmo svi zajedno da se mobilišemo i damo sve od sebe da pokrenemo naš - srpski turizam da nam svima bude bolje.

Učinimo sve, i moguće i nemoguće, da vratimo goste u naše turističke destinacije!

*Glavni i odgovorni urednik e-Turističkih novina

IZDAVAČ: TURIZAM SRBIJE - BEOGRAD; E-MAIL: TURIZAMSRBIE.INFO@GMAIL.COM ● REDAKCIJA: GLAVNI I ODOGOVORNI UREĐNIK: ŽELJKO MILINKOVIĆ; TEL. 063/10 69 440; E-MAIL: turistickennovine@gmail.com ● GRAFIČKI UREĐNIK: RADOJICA ĐURIĆ ● SARADNICI U BROJU: LIJANA STANKOVIĆ, VLADIMIR IVANOVIĆ, MILOJE OSTOJIĆ, RAJKO PETROV NOGO, DRAGAN BOSNIĆ, MIRKO LEVAJAC, IVANA ĆIRIĆ ● FOTOGRAFIJE U BROJU: TOS, DRAGAN BOSNIĆ, RUBICON TRAVEL, TOP TOURS, MUZEJ NIKOLE TESLE, TO IVANJICA, TO POŽAREVAC, TO SOKO BANJA, ARHIVA E-TURISTIČKIH NOVINA ● NASLOVNA STRANA: IZNAD OBLAKA, Autor fotografije: NENAD PETKOVIĆ ● IZVRŠNA PRODUKCIJA: AGENCIJA "PUTOKAZ" - BEOGRAD; E-MAIL: zexxx.m@gmail.com

Aleksandar Seničić, direktor YUTA

NADAM SE DA ĆEMO SAČUVATI VEĆINU TURISTIČKIH AGENCIJA

e-TN: Industrija putovanja je u celom svetu pogođena pandemijom COVID-19. Kakve su posledice?

Industrija putovanja je najviše pogođena COVID-om i možemo da posmatrano po više parametara. Oko 300 do 400 miliona ljudi u svetu radi u industriji putovanja, to je podatak iz Svetske turističke organizacije, i očekuje se da ove godine otprilike 1/3 od toga broja ostane bez posla, a da ostale 2/3 bude u situaciji da neizvesno gledaju na svoju budućnost. Znači ovo će svakako promeniti i mogućnost putovanja i način putovanja, pa i same sisteme načine i sisteme prodaje koji će se u budućnosti dešavati. Dokle god ne budemo imali rešeno zdravstveno pitanje da li u smislu vakcine ili nešto što će regulisati ovu bolest strah će postojati kod ljudi i to će verovatno uticati i na uslove smeštaja u celom svetu, pa i na regulative po pitanju prelazaka granica.

e-TN: Nismo ni mi izuzetak?

Naravno da mi nismo izuzetak. Nas je ova pandemija zatekla u trenutku kada smo taman sublimirali rezultate. Kad je reč o domaćem turizmu u prva dva meseca bio je ostvaren značajan rast. Kolege koje se bave receptivom i takozvanim „hendlovanjem“ turista kao i kolege iz rent-a cara bili ushićeni najavama koje su u tom momentu bile pristigle do kraja letnje sezone i to je trebalo da



bude negde za oko 18% do 20% više gostiju nego što smo imali prošle godine. Dakle, da ne pričam o tome da su oni ušle u određene investicije. Kad je reč o receptivnim agencijama, one su ulazile u zakup hotela da bi se postigle nešto povoljnije cene za te grupe koje su bile najavljenе. Moram da napomenem renta car kompanije jer kod nas posluje kroz franšizu posluje 7 najrelevantnijih svetskih rent-a car kompanija, svi su one ušle u nabavku novih automobila pre svega zbog najava i rezervacija koje su do tog trenutka bile učinjene. Dakle u trenutku i kada je završen Sajam turizma u Beogradu i kada smo konstatovali negde oko 12% povećanja kupljenih aranžmana u odnosu na isti period 2019. godine mi iz turističke industrije, krajem februara polako počinjemo da shvatamo realnost videvši šta se događa u Evropi, a pre svega u Italiji. Ovde moram da napomenem da su i agencije koje se bave inicijativom takođe ušle u značajne investicije i to još u septembru i oktobru prošle godine jer takva je priroda posla. Naime u tom periodu se vrše zakupi i daju prvi avansi za letnju turističku sezonu.

e-TN: I onda počinju problemi sa realizacijom nekih već ranije ugovorenih putovanja?

Prvo se pojavili problemi realizacije već ugovorenih putovanja. U Italiji se pojavila epidemija i tada ne

možemo da realizujemo oko 10 hiljada aranžmana pre svega iz oblasti đačkog, omladinskog turizma i maturskih ekskurzija, gde su kompletne kapacitete plaćeni unapred i dolazimo u situaciju da shvatamo da će biti jako teško sve to pregurati, ali još uvek ne shvatamo dokle će to ići. Početkom marta sve je eskaliralo i Upravni odbor Yute je doneo odluku da obustavimo sva organizovana putovanja i to nekih 7-8 dana pre uvođenja vanrednog stanja. Uvodi se vanredno stanje i od 15. marta turističke agencije prestaju sa radom. U kontaktu sa kolegama iz inostranstva pre svega iz Austrije i Nemačke dolazimo do zaključka da su zamenska putovanja jedino moguće rešenje za nastalu situaciju koja je pogodila sve turističke agencije u generalno u Evropi. Zemlje koje su to shvatile nešto ranije veoma brzo to implementiraju. Prvo Hrvatska, a zatim i Austrija, Nemačka... Srbija je Uredbu o zamenskim putovanjima donela, tako da kažem pred sam kraj 30. aprila. Realno imali smo dve opcije. Ili da se nađe neko rešenje ili da 90% - 95% agencija nakon prestanka vanrednog stanja proglaši bankrot.

e-TN: Koliko se putnika koji su ranije kupili neki turistički aranžman do sada prijavilo za, da tako kažemo, zamenska putovanja?

Za Uskrs, 1. maj i 8. mart bilo je prodato oko 110 hiljada aranžmana. Oni su delimično rešeni novcem, dok je bilo novca, a drugi veći deo oko 95% je rešeno zamenskim putovanjima. Za letnju sezonu smo pravili presek i bilo je 240 hiljada uplaćenih aranžmana. Do ovog trenutka naše analize govore da 50% njih neće putovati ove godine i od njih je već negde oko 85% preuzele potvrde o zamenskim putovanjima, dok drugih 50% još uvek nije otkazalo svoje putovanje i pokazuje želju da bi ove godine putovalo u zavisnosti od uslova koji bi to mogli da omoguće.

e-TN: Naša država je reagovala i donele ekonomске mere u cilju ublažavanja posledica. Kako ih ocenjujete kada je u pitanju oporavak poslovanja turističkih agencija?

Naša država je reagovala i krajem marta meseca je doneta odluka o pomoći kompletnoj privredi Srbije i na taj način ublažila taj prvi udarac. Naravno da smo tog trenutka imali zadovoljstvo sa uslovima koje je država ponudila. Moram samo da kažem da se po podacima koje mi imamo od turističkih agencija i od turističkih preduzeća, generalno jako mali broj preduzeća od ukupnog broja registrovanih subjekata iz našeg sektora prijavilo za ovu vrstu pomoći, s obzirom da je uslov za dobijanje pomoći bio da se radnici zadrže i naredna tri meseca, a nije bilo izvesno i ako je bilo najava da će biti dodatne sektorske podrške ovim preduzećima. U tom trenutku je to značilo. Apsolutno to nema nikakve dileme. Ono što je na kraju ispalo loše je da velike najave i od resornog ministarstva i od ministarstva finansija i od samom ekonomskog dela krznog štaba da će biti dodatnih sektorskih mera podrške za turizam kao privredne grane koja je najviše ugrožena nema ništa. Naravno, o tome se razgovaralo, pregovaralo, Privredna komora je bila ta koja objedinjavala sve te zahteve privrede i na žalost po ukidanju vanrednog stanja nam je rečeno da više nema tehničkih mogućnosti da se neka takva uredba donese, jer je vanredno stanje završeno, da je Skupština nastavila sa radom i da bi to sada zahtevalo izmene zakona a to nije procedura koja bi mogla brzo da se završi i da jednostavno na dalje ne treba računati na sektorskiju podršku kada je reč o ličnim dohocima radnika a to je ono što je nama najznačajnije zbog velikih troškova i očuvanja radnih mesta. Da budem precizniji, mi smo tražili da dodatnom pomoći bude pokriven iznos od 70% -80% bruto minimalnog ličnog dohotka malim agencijama i malim hotelima. To je ono što mi procenili da bi dalo snagu tim malim preduzećima da prežive sve ovo, jer se nalazimo u situaciji da je neizvestan način realizacije bilo kakvih putovanja u narednih par meseci. Jedina mera koja je doneta kao dodatna je u suštini ista ona mera koja data celoj privredi kroz kredite Fonda za razvoj samo što su relaksirani neki uslovi za dobijanje kredita i relaksirani uslovi otplate. Umesto jedne godine i tri godine



otplate to je sada dve godine grejs period i tri godine otplate. Dakle zajedno pet godina sa kamatom 1% i sa nešto relaksiranim uslovima garancija za te kredite.

e-TN: Kako su druge države pomogle svojim turističkim agencijama?

Koliko je meni poznato mi smo u ovom trenutku jedina država u Evropi, koliko je to meni poznato, koja je ostala bez sektorske pomoći turističkoj industriji. Ne volim da pravim tu vrstu poređenja, ali u našem okruženju: Hrvatska na svaka tri meseca produžava dodatne ekonomske mere za pomoći turizmu. U ovom trenutku na snazi je drugo tromeseče tih mera. U prvom momentu tamo je dato 500 evra

po zaposlenom privrednom subjektu koji se bavi turizmom i to kao jednokratna pomoć, a onda je pokriveno 80% bruto minimalnih ličnih dohotaka u sledećem tromesečju. Oni na kraju svakog tromesečja rade analizu očekivanja razvoja poslovanja narednog tromesečja i ako nema očekivanog povećanja prometa odnosno ako su ti prometi ispod 50% onih prometa koji su bili po analizi očekivani onda se ta pomoć produžava onoliko koliko to bude bilo potrebno. Crnoj Gori je data šestomesečna podrška svima koji se bave turizmom u iznosu od 70% bruto minimalnog ličnog dohotka. To sve te osnovne mere pomoći i naravno uz te osnovne mere pomoći pomenute države dale su i mogućnost za podizanja

kredita za likvidnost. I to je sasvim redu, ali te kredite ne možemo da računamo u pomoć. Jer kredit mora da se vrati i to nije jednokratna pomoć. Makedonija je izglasala vrlo slične mere. Da ne pričam o Evropi koja je ekonomski daleko jača od nas. U Nemačkoj imamo situaciju da su 50% bruto primanja zaposlenog zadnjeg meseca pre izbjivanja epidemije pokrivala država a 50% poslodavac, da bi smo došli do toga da Nemačka u narednom tromesečju za turističku industriju izdvaja 80% bruto ličnog dohotka koji je bio isplaćen u mesecu pre izbjivanja epidemije.

e-TN: Da se vratimo na nas. Generalno ko će biti u problemu? Organizatori putovanja, subagenti, putnici, mala ili velika preduzeća iz industrije putovanja?

Velike firme, one koje imaju veliki broj zaposlenih imaju svoju nekakvu drugu logiku i one će kroz verovatno otpuštanje jednog broja svojih radnika i smanjivanja troškova preživeti. Zahvaljući velikim prometima koje su ostvarili u prethodnom periodu one će biti u mogućnosti da apliciraju za kredite ili kod komercijalnih banaka ili kod Fonda za razvoj. Ovde su u problemu mala preduzeća koja imaju od jednog do tri zaposlena i koja nemaju promete koji će im omogućiti da apliciraju za kredite. Mi imamo situaciju da naše komercijalne banke u ovom trenutku ne žele da plasiraju kredite u turističku industriju, jer smo previše rizični. To nam je jasno rečeno. Dakle, ove male mikro firme kojima je potreban jedan, dva ili tri miliona dinara da bi pokrili osnovne troškove koje imaju: plate, zakup poslovnog prostora itd. za njih to će biti veliki problem.

e-TN: To znači da će neki od njih prestati sa radom?

Pa to je neminovno. Čak i ova Uredba o zamenskim putovanjima nam omogućila da u prvom trenutku sačuvamo agencije. Ali ne možemo da budemo sigurni da će sve one zbog kompletne krize i opstati. Može se desiti neke propadnu

i da će deo putnika biti na šteti, ali nadam se čemo ipak sačuvati većinu turističkih agencija. Definitivno sve će biti jasnije posle jeseni kada vidimo kako je prošla letnja sezona i na koji će način ljudi preživeti do početka nove sezone.

e-TN: Kakve su procene kada će se industrija putovanja vratiti u neko redovno stanje?

Po meni je daleko veći rizik sledeća godina nego ova godina. Ova sezona je veoma neizvesna. Imamo mnogo veliki broj prepreka da bi ovu sezonu normalno odradili. Skraćen je broj destinacija koje ćemo raditi, naravno skraćeni su i kapaciteti, jer neki hoteli se neće ni otvarati zbog posebnih uslova pod kojima će morati da se radi, tu su problemi sa graničnim režimima... Ova sezona treba samo da omogući da bi došli do malo svežih para i da se na taj način pregura period do prodaje sledeće sezone. Tek sledeće godine u septembru mesecu naše turističke agencije će moći da izađu otprilike na nulu u odnosu na ono što je bilo pre svega ovoga. Dakle biće potrebno minimum godinu i po dana.

e-TN: S obzirom da se situacija, kada su u pitanju putovanja u inostranstvu, menja iz dana u dan koje su Vaše procene gde će se putovati ovog leta?

U ovome trenutku realnost je da ćemo moći organizovati putovanja za Bugarsku, Grčku, nadamo se i za Crnu Goru. Postavljeni su charter letovi za Tursku i imamo čvrsta uveravanja da će sve biti u redu od 1. jula. Egipat je još uvek pod znakom pitanja. Kada su u pitanju putovanja za Italiju i Španiju mislim da nisu realna imajući u vidu sve one slike koje smo videli i prosto nema interesovanja za te destinacije. Mogu se očekivati i turistički aranžmani za Hrvatsku, ali ta zemlja ne generiše veliki broj turista iz Srbije. I to bi bilo to kada pričamo o letnjim aranžmanima.

Željko Milinković

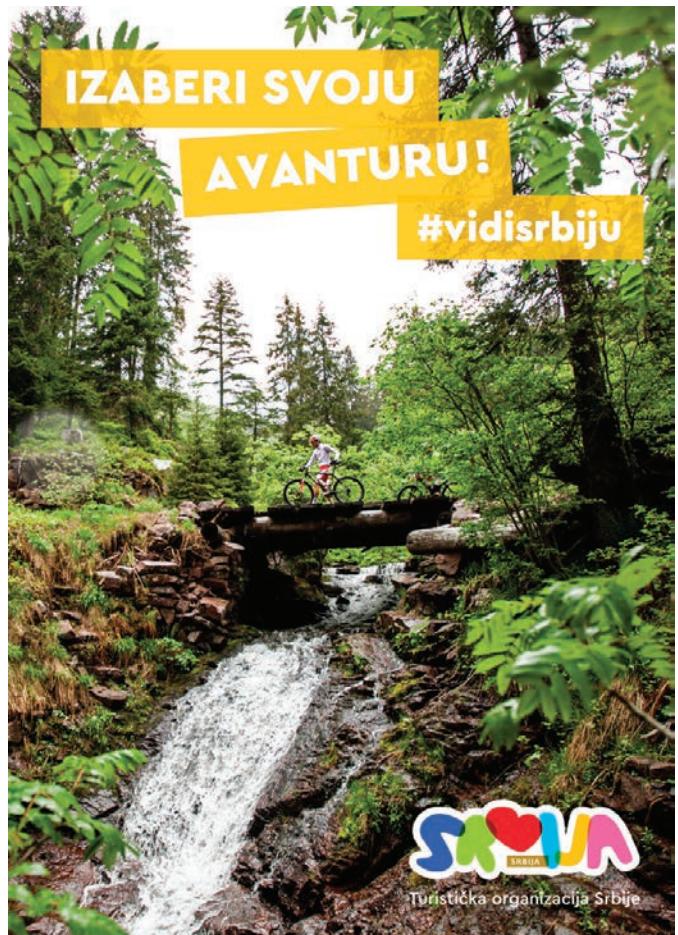
„Izaberi svoju avanturu! #vidisrbiju“

*Odmah po ukidanju vanrednog stanja
Turistička organizacija Srbije pokrenula
letnju kampanju*

U skladu sa situacijom u kojoj se našao srpski turizma fokus letnje kampanje TOS-a su domaći turisti. U TOS-u ističu: "Cilj kampanje je da građanima Srbije pokažemo da su u Srbiji svaki, korak, staza, sokak ili zaveslaj, nova avantura. Osim najposećenijih



destinacija poput Zlatibora, Kopaonika, Vrnjačke Banje i Sokobanje, tu su i mnoge druge neotkrivene destinacije koje svojom lepotom nikoga ne ostavljaju ravnodušnim. Odlučili smo da obilaskom Srbije i upoznavanjem sa njenim lepotama - na licu mesta, u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama,



našim građanima predstavimo prirodne lepote, kao i kulturno-istorijske znamenitosti. Da se podsetimo šta je sve u Srbiji na listi UNESCO-a i da prođemo putevima rimskih imperatora".

Rečeno i učinjeno! Krenulo je putovanje TOS-a kroz Srbiju. Do zaključenja ovog broja e-Turističkih novina posetili su: Donje Podunavlje, Banju Vrujce i Divčibare, Ljuboviju, Pirot i Staru planinu. Svoje impresije delili su putem društvenih mreža, a same posete su pratile brojne TV ekipe i novinari koji su informacije o ovim destinacijama, sa pozivom da ih obiđu podelili građanima Srbije. Otkrivali su i manje poznata i posećena turistička mesta koje vredi videti i posetiti.

Sem ovog „putujućeg“ dela kampanje „Izaberi svoju avanturu! #vidisrbiju“ kampanja se sprovodi i putem emitovanja promotivnih spotova na

našim televizijskim kanalima i džinglova na radio stanicama. Lepote Srbije predstavljaju se i na bilbordima i u štampanim medijima.



Kampanja "Izaberi svoju avanturu! #vidisrbiju" ima poseban odjek na društvenim mrežama. Evo nekih rezultata za prvi dvadesetak dana kampanje:

- Ukupan broj impresija (Google, Instagram, Facebook): 29,683,667
- Ukupno reakcija sa objavama TOS-a na društvenim mrežama: 1,351,823
- Ukupan broj pregleda video sadržaja na TOS-ovim stranicama: 1,983,129
- Ukupan reach na Instagramu iznosio je 1,689,857
- Ukupan Facebook reach: 1,129,985
- Ukupan Google reach: 6,092,444
- Na Twitter-u je ostvareno: preko 2 miliona impresija, više od 150,000 tweet engagementa, bilo je blizu 25,000 lajkova i skoro 700 retvitova.
- Ostvareno je 158,000 pregleda video sadržaja.

Kampanja se nastavlja. Pratite je i upoznajte se sa lepotama Srbije i naravno odaberite jednu ili više naših turističkih destinacija i posetite je!

A promotional poster for the campaign "IZABERI SVOJU AVANTURU!" featuring a person jumping into water at sunset. The poster includes the campaign hashtag "#vidisrbiju".

IZABERI SVOJU
AVANTURU!
#vidisrbiju

The Srbija logo, which consists of the word "SRBIJA" in a stylized font where each letter is a different color (blue, green, red, yellow), with "SRBIJA" written below it. Below the logo is the text "Turistička organizacija Srbije".

**IZABERI SVOJU
AVANTURU!**

#vidisrbiju



Turistička organizacija Srbije

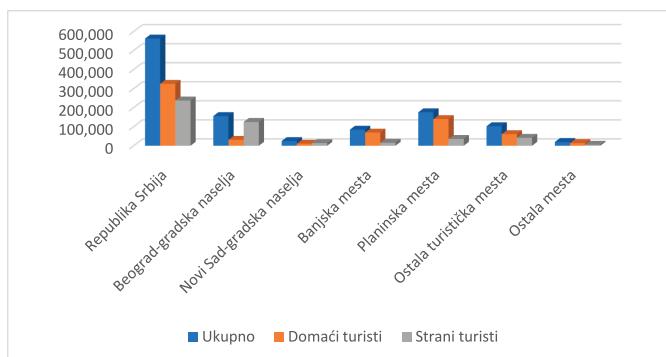
NAŠ TURIZAM U BROJEVIMA

Za nama su prva četiri meseca u ovoj 2020.-oj godini. Obeležio ga je nastavak rasta našeg turističkog prometa u prva dva meseca, a onda je stigla korona i sve upropastila. Evo kako po podacima Republičkog zavoda za statistiku izgledaju rezultati koje je naš turizam ostvario u periodu januar – april ove godine

Tabela 1. Broj turista u periodu januar-april 2020. po vrstama turističkih mesta

	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti
Republika Srbija	562.644	325.103	237.541
Beograd-gradska naselja	155.990	30.940	125.050
Novi Sad-gradska naselja	24.581	10.409	14.172
Banjska mesta	84.545	68.920	15.625
Planinska mesta	175.629	139.859	35.770
Ostala turistička mesta	102.317	60.836	41.481
Ostala mesta	19.582	14.139	5.443

Grafikon 1. Broj turista po vrstama turističkih mesta



TOP 5 ZEMALJA po broju ostvarenih noćenja u %

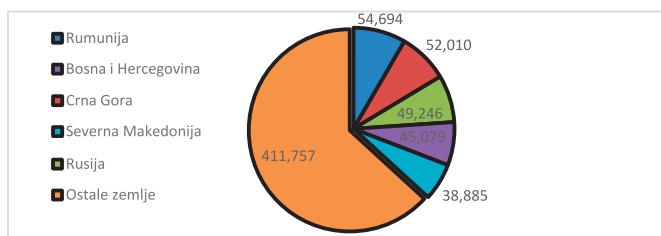
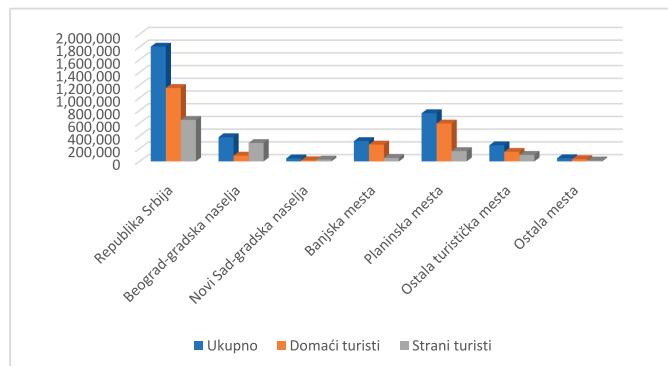


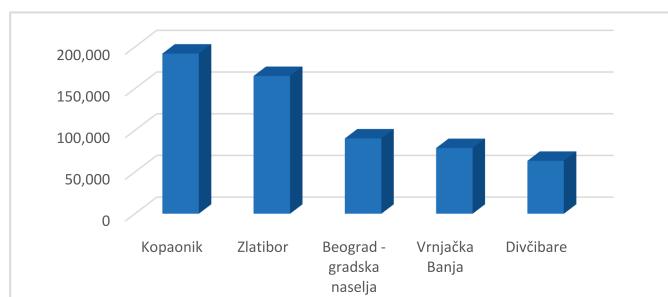
Tabela 2. Ostvarena noćenja u periodu januar-april 2020. po vrstama turističkih mesta

	Ukupno	Domaći turisti	Strani turisti
Republika Srbija	1.805.565	1.153.892	651.673
Beograd-gradska naselja	380.119	90.275	289.844
Novi Sad-gradska naselja	46.523	18.033	28.490
Banjska mesta	319.578	264.904	54.674
Planinska mesta	757.844	595.448	162.396
Ostala turistička mesta	252.983	150.863	102.120
Ostala mesta	48.518	34.369	14.149

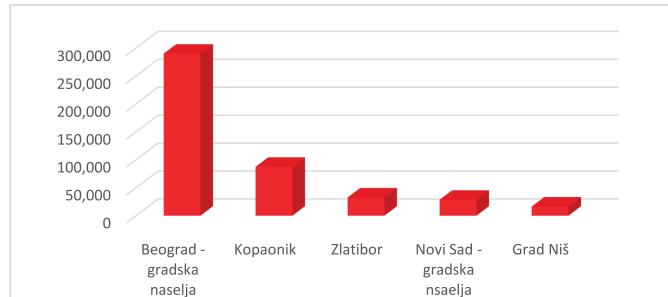
Grafikon 2. Ostvarena noćenja po vrstama turističkih mesta



TOP 5 DESTINACIJA po broju ostvarenih noćenja domaćih turista



TOP 5 DESTINACIJA po broju ostvarenih noćenja stranih turista



Dr Georgi Genov, direktor HORES-a

Tražimo način da naši hoteli prežive

e-TN: Svetska hotelska industrija je praktično stala usled pandemije izazvane Korona virusom. Ni mi nismo izuzetak. Kakva je trenutna situacija?

Svetska turistička organizacija je dala prvu procenu vezanu za hotelsku industriju i turistički promet u svetu i tu je projekcija da ako se sada krene sa oporavkom da će onda hoteli u martu 2021. godine početi da rade u punom kapacitetu. Do tada moramo preći na krzni menadžment. To je pitanje preživljavanja. Znači treba pokriti sve troškove da bi se platile sve dažbine, počev od poreza pa sve do minimalne plate zaposlenih.

Trenutna situacija u Srbiji, kao što je i u Evropi isto, veoma je teška. Procena je da će u 2020. goditi manji poslovni prihod preko 60% u odnosu na prethodnu godinu kada se radi o hotelskoj industriji. Trenutna popuna kapaciteta se meri između 6% - 8%. Ne očekujemo nikakvo povećanja pre otvaranja međunarodnog avio saobraćaja. Tu pre svega mislim na takozvane biznis goste koje dolaze u Beograd, Niš, Novi Sad i Kragujevac, što se tiče turističkih grupa uopšte ne očekujemo da će se nešto pojaviti tokom leta. Možda se tek pokoja grupa pojavi u kasnu jesen. Trenutno je u Beogradu otvoreno oko 50 hotela od 110. Ukupno u Srbiji je otvoreno oko 120 hotela od 380 što zapravo nije



ni trećina. I pitanje je da li će i kada će se ostali hoteli otvoriti. Realno je očekivati da će hoteli na Dunavu, u banjskim i planinskim centrima na leto imati posla, što se ne očekuje za gradske hotele.

e-TN: Poznato je da je naša vlada donela ekonomske mere u cilju oporavka privrede. Donete su i dodatne sektorske mere. Da li su sve te mere ispunile očekivanja hotelske i ugostiteljske privrede i da li su dovoljne?

Vlada je donela mere za celokupnu privredu, mala, srednja i velika preduzeća i tu su između ostalog i tri neto zarade što je to za hotelsku industriju veoma

malо. Mislim na period. S obzirom na obavezu poslodavca da zadržи radnike još tri meseca ta obaveza poslodavca koji se opredelio za ovu meru po radniku iznosi najmanje 192 hiljade dinara.

e-TN: Kako ste došli do te cifre?

Pa lepo. 3 meseca X 18.000 je 48.000,00dinara. To si doprinosi za tri meseca po radniku koji poslodavac treba da uplati državi 2021.god. Plus obaveza poslodavca da isplati još tri minimalne bruto zarade: 48.000 x 3=144.000 dinara. Dakle, ukupno 48.000 + 144.000 je 192.000 dinara po radniku.

e-TN: Koliki broj hotela se prijavio za ovu meru?

Prijavio se oko 60% hotela s obzirom da za tu meru nisu mogli da konkurišu oni koje se nalaze u sklopu većih kompanija ili su zavisna preduzeća oili su otpustili više od 10% radnika .

Donete su i sektorske mere koje se odnose na kredite za likvidnost i obrtna sredstva, to je jako povoljan kredit jer je rok otplate 5 godine, grejs period 2 godine, kamata 1%. Očekuje se da će veliki broj nezavisnih hotela konkurisati za ova sredstva.

Naravno da smo tražili još tri plate neto za hotele sobzirom na slabu popunjenoš . Kad je u pitanju lokalna samouprava tražili smo da se hoteli oslobole plaćanja poreza na imovinu za tri meseca ili bar alternativno da se ova obaveza reprogramira na 24 meseca. Pored ovih kratkoročnih mera tu je i pitanje dugoročnih mera koje smo tražili još ranije, a koje su takođe veoma važne. Mi već dve godine imamo otvoren zahtev poslat Vladi Republike Srbije za smanjenje stope PDV-a na hranu sa 20% na 10%. Moram da napomenem da u Evropi 17 zemalja ima nižu stopu PDV-a na hranu. Takođe, predložili smo da Zakon o angažovanju sezonske radne snage u poljoprivredi primeni i za ugostiteljsku delatnost. Dalje imamo veliki problem i sa računima za električnu energiju. Sada hoteli plaćaju angažovanu snagu električne energije, kao da su 70% popunjeni, jer ne plaćaju po

utrošenom kilovatu već po angažovanoj snazi koja je ugovorena na godišnjem nivou. Tu je još otvoreno i pitanje dažbina za autorska prava. Stigli računi umanjeni za 50% a hoteli i restorani bili zatvoreni.



e-TN: Znači situacija nije nimalo ružičasta?

Mi ćemo 24. juna imati Skupštinu HORES-a gde ćemo analizirati celokupnu situaciju. Biće prisutan veliki broj hotelijera i ugostitelja i tada ćemo saznati ko planira da radi a ko ne. Kako sada stoje stvari naša je procena da će negde oko 40 do 50% hotelskih radnika biti višak i tražićemo neki način kako to da se premosti. U svakom slučaju tada ćemo bolje sagledati celokupnu situaciju videćemo šta ćemo šta dalje činiti.

Željko Milinković

КОСИДБА НА РАЈЦУ

19.ЈУЛ 2020.

www.kosidba.com

ЈОШ ЈЕДНА ТУРИСТИЧКА ПРИРЕДБА

ТАКМИЧЕЊЕ КОСАЧА НА

● Одлуком Скупштина општина Љиг и Горњи Милановац туристичко привредна приредба „Косидба на Рајцу“ имаће стални карактер

У циљу подстицања примене ско-планинским подручјима, као и развоја туристичке привреде, технologије, хемизације и међународног ливадарства на брд-заједничким договором привред-



заклет за такву корекцију цене „Железнице Србије“ образљују растом трошкова горива и чињеницом да цене жељезничког саобраћаја нису повећаване од 2004. године.

Приликом тога (расходе од 50 до 200 километара) и даље биде вишe за 68,30 одсто. При растојањима од 201 до 500 километара, арумска конкуренција била би скупља за 41,54 процента.

М. Л.

„Косидба на Рајцу“ најбоља летња манифестација у Србији

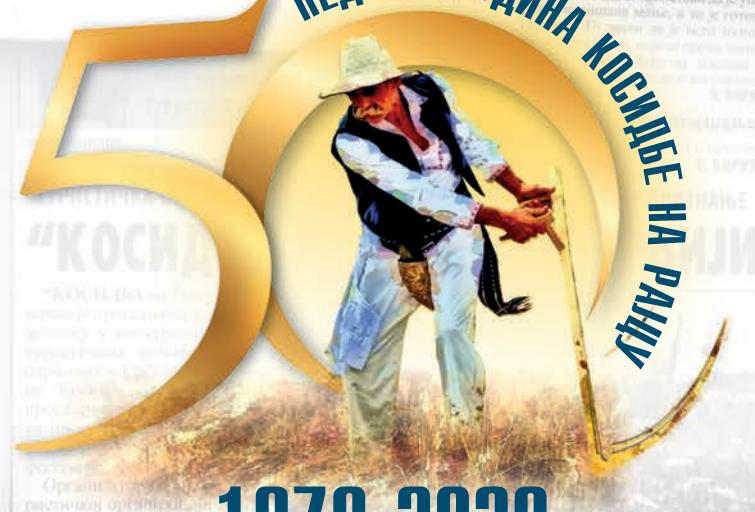
Ваљево – По одлуци жирија туристичких радника, специјализованих часописа и Више туристичке школе из Београда, 35. „Косидбa на Рајцу“, коју је организовала ТО Љиг, проглашена је за најбољу летњу манифестацију која је овогодине одржана у Србији.

Манифестација је имала међународ-

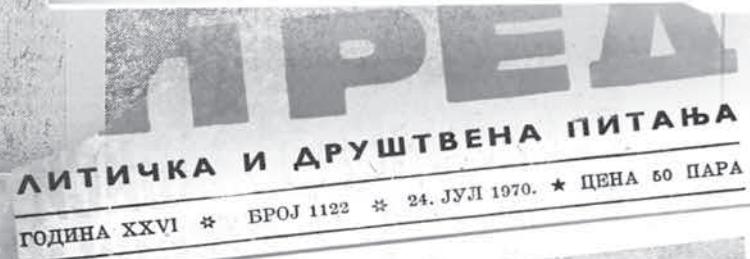
ни карактер, а ласкаво признање додељено јој је у конкуренцији 798 регистрованих привредно-туристичких догађаја у земљи.

Иначе, исти жири за најбољу нововост стапајућу манифестацију присуствовао је сајам шумске у Осеници „Благо Србије“.

ПЕДЕСЕТ ГОДИНА КОСИДБЕ НА РАЈЦУ



1970-2020



година XXVI * БРОЈ 1122 * 24. ЈУЛ 1970. * ЦЕНА 50 ПАРА

траваја видelo је око 80.000 посетилаца из свих крајева Србије и иностранства. ■ Б. П.

них организација Љиг и Горњи Милановац, југословеног шумарског удружења „Агробиог“ Београда, на планинском изгледу Сувоборе, сине од преко 1.000 метара, удаљеном од државе се први пут приредио „Косидба на Рајцу“ 19. јула 1970. године.

Првог дана прве стручне саветностима и мерама производње травко-планинским лажаницама применио је технологије, употребом кубрива, семена тјема механизације ветовалање организујућима унапређење пољопривреде, Република Србија, у сарадњом са друштвом „Косидба на Рајцу“ и предузећима „Семе“ из Београда.



КОСИДБА НА РАЈЦУ

У суботу и недељу одржана је прва туристичка приредба „Косидба на Рајцу“. Преко 10.000 гостију пратило је надметање у пепом кошењу рајачких ливада. На спацама који су снимили Радивоје Вицановић, тренутни такмичења. Општиније на трећој страни.

„Три ливаде, нигде је неко од косаца скупио храброст и запевао: „Три ливаде, нигде

Виђени сте у Ивањици
од 21. до 23. августа
2020. године

Нушићијада Ивањица

Позорница сумњивих лица,
задња пошта Ивањица ...

-Бојан Јовановић-

Прима :

народни посланици, господе министарке,
општинска деца, политички противници, власт,
еманциповане жене, прве љубави,
трезвени пијанци, пијани трезвењаци

Сумњива лица

Адреса : www.nusicijadaivanjica.rs
 nusicijadaivanjica



Нушићијада / Nušićijada

Виђени сте у Ивањици! / You're bound in Ivanjica!

21-23/08/2020.

www.nusicijadaivanjica.rs



3 pitanja za...

Vasilije Baldić – direktor Turističke organizacije Grada Požarevca



Predstavite ukratko Požarevac?

Svako od nas barem jednom godišnje prođe auto putem Beograd – Niš i ugleda tablu sa natpisom skretanja za Požarevac (18km autoput udaljen od grada). Blizina Beograda, dobra saobraćajna povezanost i zanimljivi sadržaji čine Požarevac veoma privlačnim sa turističkog aspekta. To je grad bogate istorije. Ovde je potpisana i čuvana „**Požarevački mir**“. Izdvojite nekoliko dana za obilazak Požarevca i okoline, bićete prijatno iznenadjeni bogatom ponudom.

Zašto turisti da posete vaš grad i okolinu?

Postoji mnogo razloga i navešću samo neke. Pre svega tu je **Narodni muzej grada**, koji posle beogradskog narodnog muzeja najstariji muzej u Srbiji. Muzej poseduje veliku i interesantnu građu, izuzetno vredne eksponate, među njima i predmete iz obližnjeg Viminacijuma i drugih arheoloških lokaliteta u okolini. Nikako ne treba propustiti posetu Galeriji naše slavne slikarke **Milene Pavlović Barili**. Požarevac je dugo bio druga prestonica knjaza Miloša Obrenovića. Knjaz je u njemu gradio konake za sebe i porodicu. U njegovu čast u gradskom parku se nalazi prepoznatljiv spomenik „**Miloš u parku**“ sa zgradom okružnog načelnstva. On je 1819. Godine podigao **Sabornu crkvu Svetih arhangela Mihaila i Gavrila** koja je proglašena je nepokretnim spomenikom kulture.

U okolini Požarevca, na ušću reke Mlave u Dunav nalazi se u svetskim razmerama poznato arheološko nalazište **Viminacijum**. Drevni grad izgrađen za vreme vladavine Rimske imperije.

Paleontološki park predstavlja sastavni deo arheološkog parka koji već godinama privlači pažnju stručne javnosti i posetilaca i „oslikava“ klimu, floru i faunu doba kada su živeli mamuti.

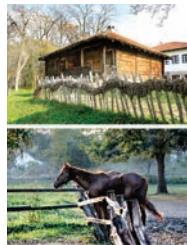
Reč je o podzemnoj pećini u koju su smešteni skeleti mamutice Vike i još 4 mamuta: Noska, Trbuška, Džomle i Mapi za koje se procenjuje da su stari oko 180.000 godina.

U neposrednoj blizini grada je **Ergela Ljubičevo**, jedna od najstarijih ergela u Srbiji koja je nastala je na nekadašnjem imanju Knjaza Miloša. Požarevac je sa ponosom domaćin u svetu jedinstvene turističko-sportske manifestacije „**Ljubičevske konjičke igre**“, koja se tradicionalno održava svake godine prve sedmice, odnosno vikenda u septembru i koja je postala brend grada.

Koji su dalji pravci razvoja Požarevca kao turističke destinacije?

TOPG nastavlja da radi na unapređenju turističke ponude grada. Trudimo se da dovodimo goste ugostiteljima, sarađujemo sa organizatorima manifestacija, sa kulturnim institucijama, u cilju lokalnog razvoja, zaustavljanja odliva stanovništva i otkrivanja turizma kao mogućnosti još većeg razvoja. Ukratko cilj nam je da doprinosimo boljitu i daljem razvoju Požarevca.

Turiste ne prepoznajemo samo u ljudima koji imaju „opsesiju“ da obilaze zanimljiva, poznata i lepa mesta, već su to i recimo, sadašnji školarci – od prvog do osmog razreda osnovnih škola širom Srbije, zatim srednjoškolci, studenti... Ciljne grupe su i poslovni ljudi, sportske ekipe, članovi raznih udruženja... Danas je sve popularniji i team building i to s obzirom na našu turističku ponudu može biti dobra prilika za dalji razvoj turizma našeg kraja. Kroz Požarevac prolazi je evropska biciklistička ruta Euro Velo 6, biciklistički koridor koji spaja Atlantski ocean i Crno more što takođe predstavlja razvojnu šansu.



„SRBIJA KOJA NESTAJE“

Valjalo je imati dara da se ovakva zemlja upropasti. *Srbija koja mi nedostaje* drugo je ime za *Srbiju koja nestaje*.

Ova knjiga želi da sačuva vajkadašnju Srbiju, sve dok bude oka da gleda i čita i uva da sluša. Knjigu je sastavio Dragan Bosnić, fotoreporter, putopisac, Veliki Putnik.

Iz naslova poglavlja može se već naslutiti ko tu zbori i o čemu: Šta je Srbin, Putevi Srbije, Srb, Spomenici, Zapisi, Pogled sa strane, Srpska vojska, Vladari, Ljudi za pamćenje, Zadužbinari, Znamenite žene, Srbi i Priroda, Običaji, Trpeza, Beogradani, Šumadinci, Moravci, Timočani, Stara planina, Podrinje, Stara Raška, Južna pruga, Prečani, Kosmet.

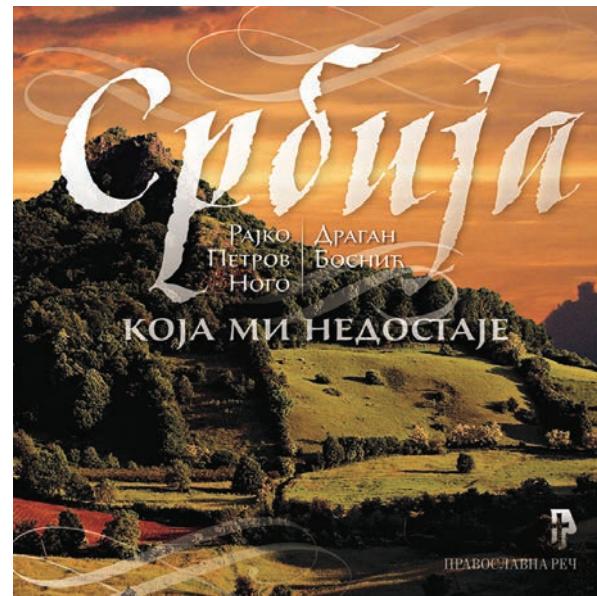
Ko zbori? Najumniji ljudi, naši i strani.

Ali pre svega narod. O čemu? O svemu.

Na način jednostavan, mozaički.

Bosnić je nebrojeno puta, uzduž i popreko, prepešačio Srbiju. Nema znanja o zemlji i ljudima ako se pešačenjem ne zaradi. Uzaludno je što imaš oči, ako ne umeš da gledaš. Pogledaj kako Bosnić gleda Srbiju. Prvo okom. Zatim fotoaparatom. Kako lovi onaj tren kada višnja svetlost osenjuje i pozlaćuje ljude i predele. Kada ljudi i predeli bivaju i to i nešto drugo. „Život je značajan zato što je simboličan“, pisao je Pasternak. Ne znamo da li je tajna u Bosnićevom oku ili u njegovom magičnom aparatu. U čemu god da je, ovde predeli i ljudi imaju auru. Bosnić ume da čita Božiji rukopis. Bog bi bio tužan kad ne bi imao koga koji će da gleda njegove krasote. Po Srbiji, „šarenici duge“, neštendimice ih je razasuo.

Ali Dragan Bosnić zna i da sluša. I te kako. Prvo, kazivanje i umovanje narodno; to kako su skaske premrežile srpski zemljopis. Onda pesnike, naučnike, pevače, rugače, šaldžije, zanovetala. Sav onaj šareni svet laža i paralaža. Ali i epsku rapsodiju, visoku monašku reč, baladu, tužbalicu. Sve ono što nestaje, po čemu su nas raspoznavali.



Ko uđe u ovu knjigu, u ovu narodnu čitanku, u očaravajuću svaštaru, listaće je, razgledati i čitati do zore. I neće se umoriti. Na razređenom planinskom vazduhu, okupan lekovitim banjskim ozonom, probudiće se oran za poslove i dane. A uveče će ga čekati knjiga kraj uzglavlja. Pred spavanje razgledaće je gde mu se otvori. Da smiri oči i dušu. I da se postidi koliko je o Srbiji malo znao. Kao da su se lepote skrivale od njega. To je dobro. Stid je lekovit. Ali i rastužiće se što je Srbija, koja mu nedostaje, možda i Srbija koja nestaje. Koja se zastrašujuće prazni. Ako se rastužen zabrine, i to će biti dobro. Srbiji nedostaju brižni ljudi.

Zbilja, valjalo je imati dara da se ovakva zemlja upropasti.

Rajko Petrov Nogo

**Knjigu SRBIJA KOJA NESTAJE bi trebalo da ima svaki dom!
Ona je najbolji poklon!
Možete je poručiti kod izdavača:**

Pravoslavna reč

Radnička 31/1

21000 Novi Sad

Telefon: 021 423 892 528 570

pravoslavnarec@yahoo.com

AUSTRIJANCI U SRBIJI

(2. deo)

U septembru prošle godine Srbiju je posetilo oko 1500 austrijskih turista u organizaciji Rubicon travel-a i Top tours-a. Za naše prilike kada je u pitanju receptivna delatnost, to je bio veoma ozbiljan poduhvat, imajući u vidu i prvobitnu procenu od oko 3500 turista. Kako je sve to izgledalo od priprema pa sve do realizacije?

Završne pripreme

Koncept prethodnog prolaska svih pravaca kretanja i obilazaka lokaliteta celokupne ekipe koordinatora i vodiča neposredno pre dolaska grupe je rešenje koje garantuje najbolji rezultat u realizaciji izleta i programa uopšte.

Pripremna tura se završila dan ranije od prvog dolaska grupe. Vodiči i prateći organizacioni tim su dobili unifikovane uniforme i opremu, table, materijale i dokumente za svo vreme boravka grupe (8 dana).

Sabirni „punkt“ autobusa i tima vodiča pre ulaska u Beograd bila je benzinska pumpa Zmaj 1 gde su naši vodiči ulazili u autobuse.

Svaka grupa, a bilo ih ukupno tri, brojala je oko 9



autobusa sa po 40-50 putnika koji je bio obeležen sa brojem. Svaki autobus je sadržao nekoliko „podgrupa“ sa vođama od po 10-20 putnika i svaka grupa iz različitih krajeva Austrije je bila označena slovom alfabeta i brojem autobusa.

Realizacija

Došao je i taj dan „D“. Iz različitih krajeva Austrije na svakih pola sata pristizali su autobusi. Po otvaranju vrata autobusa vodiče iznenadio aplauz što je bio dobar znak. Usledio je kratki pozdrav, predstavljanje vodiča i lagana, opuštajuća priča do dolaska u odabrane hotele. Da Vas podsetimo, za smeštaj austrijskih turista izabrana su tri hotela u Beogradu: Šumadija, Tulip Inn i Slavija.



Smeštaj u hotelu kao da se merio štopericom. Pripremljeni ključevi i spiskovi turista pomogli su tako da je podela ključeva trajala najviše 7 minuta, dok je vreme za gustiranje pića dobrodošlice bilo naravno duže. I tako je počelo

Srbija, njeni gradovi, manastiri i krajolici u ranu jesen 2019-te pucali su od lepote i šarma željni da se predstave u najboljem svetlu.

Beograd - prkosna balkanska prestonica sa svojim turističkim draguljima začinjenim mističnim vibracijama života Beograđana kao prvo mesto susreta Austrijanaca sa nama izazvao je prvo zbunjujući pa onda nezaustavljiv talas oduševljenja.

Kolažna predstava u raskošnom zdanju Kolarčevog

narodnog muzeja sa multiscenskim nastupima kulturno – umetničkih grupa i vrhunskih izvođača već prvog dana boravka je nagovestila turistima iz Austrije da turistička priča počinje na najbolji način.



Obilazak Hrama Svetog Save, šetnja kroz vekove na Kalemegdanu, Kuće cveća i Avalskog tornja ostavlja je turiste bez daha.

Plovidba rekama pored obala Beograda u režiji jahting kluba KEJ objasnilo je gostima da je malo prestonica u Evropi koji mogu pružiti ova otmena turistička iskustva.

Vojvođanska tura je nas još više približila srcu Austrijanca, naročito utapanjem u ritam laganog špacirunga pešačkom zonom Novog sada, duhovnim spokojem manastira Krušedol i

kao finiš- uživanjem u ambijentu i ukusima vojvođanskih đakonija u Salašu 137.

Šumadijska tura se odvijala predstavljanjem kraljevskog kompleksa dinastije Karađorđević, mauzolejom na Oplencu i kraljevskom vinarijom, kroz čarobne predele „Srpske toskane“ – atara Topole, prikazujući gostima iz Alpske zemlje pitominu zatalasanih brežuljaka Šumadije sa padinama od vinograda krcatih zrelim grožđem. Svraćanje na ručak u domaćinstvo porodice od tri generacije Jovanovića u selu Gornja Trnava i obilazak njihovog blagorodnog imanja na svoj način je obeležilo i taj dan.

Temišvar je izlet koji je morao da bude zbog uslova da se bar jednom ode do susedne zemlje, i da put bode što kraći, ali su ga organizatori Top tours i Rubicon travel iskoristili da se Austrijancima predstave Pančevo i vetroviti Vršac

sa upečatljivim palatama i katedralom Sv. Gerharda čija dva tornja moćno paraju vršačku siluetu.

Iza kulisa

Biljana Radulović i Mirko Levajac bili su stalno povezani mobilnim telefonima putem viber grupe sa: vodičima, šefovima recepcija i zaposlenima u ustanovama i restoranima iz programa. Trenutno su sakupljali sve podatke (brzini usluživanja u restoranima, čistoći tolaeta, popunjenošć parkinga i prohodnosti ulica, protesnim šetnjama, gužvi na putu i stanju na granici Vatin- izlet Temišvar), procenjivali, sinhronizovali i davali pravovremena operativna uputstva svojim saradnicima- vodičima u autobusu.

Sve ovo na prvi pogled deluje kao jednostavna organizacija posla, ali kada se dnevno rade istovremeno 3 različita programa (a sinhronizuje svaki posebno) sa svakim svojim pravcima kretanja i različitim duzinama trajanja, sa desetak autobusa iz 3 različita hotela, onda to već nije nimalo jednostavno i zahteva ozbiljnu koncentraciju, znanje, umeće i energiju.

Utisci

Austrijski partner za svoje članove 2x godišnje organizuje putovanja širom sveta, avionom na neke daleke destinacije i autobusom po Evropi. Dakle, reč je o „iskusnim“ turistima koji su došli sa gomilom predrasuda i koji su uvek spremni da stave primedbu i za najsitniji propust. Odlična organizacija, požrtvovani vodiči i tradicionalna srpska gostoprimaljivost doveli do su toga da je Srbija kao destinacija dobila najbolje kritike u odnosu na većinu prethodnih putovanja.

Red je da na kraju pomenemo i vodiče koji su predstavili našu zemlju, njenu lepotu, kulturu i tradiciju i koji su pri tome dobili najviše ocene od svojih gostiju. To su: Suzana Pirić, Snježana Marinković, Aleksandra Marković, Mira Đukić, Hristina Jovanović Katarina Matijević, Rade Jovanović, Uroš Urošević, Mihajlo Jauković, Vlasta Randelović i Nikola Mikić.

Mirko Levajac i Željko Milinković

MUZEJ NIKOLE TESLE



Nikola Tesla - čovek van svog vremena. U njegovoj ostavštini danas se traže rešenja za sve probleme u kojima se nalazi čovečanstvo. Buduće generacije će u njegovom delu videti inspiraciju za dalji razvoj tehnologije. Njemu je posvećen jedinstveni muzej koji se nalazi u Beogradu

Muzej Nikole Tesle osnovan je davne 1952. godine i bio je prvi tehnički muzej u tadašnjoj Jugoslaviji. Ovaj muzej od svog osnivanja čuva i prenosi uspomenu na život i rad velikog naučnika i pronalazača Nikole Tesle. U muzejskom zdanju se čuva celokupna Teslina ostavština (knjige, časopisi, lični predmeti i obimna arhiva) a publici se prezentuje putem stalne postavke i čestih gostujućih izložbi. Stalna postavka je modernizovana 2016. uvođenjem elemenata savremene tehnologije.

Na stalnoj postavci posetnici mogu videti preko

200 eksponata koju su raspoređeni u nekoliko celina. U okviru prve celine posetnici mogu saznati nešto o poreklu Nikole Tesle i njegovom školovanju dok se u okviru druge celine nalaze njegovi lični predmeti koje je koristio tokom života. U trećoj celini smeštena je urna u kojoj se nalazi posmrtni pepeo čuvenog naučnika a u četvrtoj je prikazana istorija elektriciteta. U okviru pete celine posetnici mogu videti čuveni Teslin kalem kao i još nekoliko interesantnih modela i maketa koje ukazuju na Teslinu inovativnost dok istovremeno bude radoznalost svih posetilaca. U okviru poslednje celine nalazi se još nekoliko maketa a ujedno je u ovom prostoru smešten interaktivni ekran većih dimenzija preko koga posetnici mogu da istraže misli velikog Tesle. Ovaj prostor namenjen je i za posetu virtuelnom svetu Nikole Tesle pomoću uređaja za virtuelnu realnost tj. 3D seta.

Uporedno sa posetama iz našeg regionala, i posetnici iz inostranstva su pokazali izuzetno veliko interesovanje za ovaj muzej pa tako i broj poseta raste iz godine u godinu. Tokom prošle godine muzej je posetilo više od 147.000 posetilaca.

Ivana Ćirić, kustos muzeja
Željko Milinković



IVANJICA – MESTO SRPSKOG POMIRENJA

Postoji mišljenje da će nama Srbima podele doći glave. Podela su naša svakodnevница, živimo sa njima. Dušan Kovačević je napisao knjigu „Dvadeset srpskih podela“

Među mnogobrojnim našim podelama izdvaja se ona na četnike i partizane. Tu podelu Ivanjica je bar deklarativno davno prevazišla. Evo i zašto.

U samom centru Ivanjice jedan naspram drugoga nalaze se spomenici Đeneralu Draži



Spomenik Đeneralu Draži Mihailoviću



Spomenik palim borcima 1991-2000.

Mihailoviću i Revoluciji, tačnije partizanima. Za svoga života oni su se borili jedni protiv drugih, bili su ljuti neprijatelji. Bilo je dosta slučajeva je da je u tim teškim vremenima jedan brat išao u četnike a drugi u partizane. Bilo ne ponovilo se!

U neposrednoj blizini ova dva spomenika nazali se i treći spomenik posvećen izginulim u ratovima vođenim 90-tih godina prošlog veka.

Tako su se Ivanjičani svojim mrtvima odužili ! Ako ne za života, onda bar u svojim sećanjama. Bez njihovog pitanja si ih pomirili i prevazišli bar jednu srpsku podelu. Vredno je to pomenuti – nema šta!

Tekst: Željko Milinković

Foto: Arhiva TO Ivanjica



Spomenik Revoluciji

Odmoraj u Srbiji

Tokom pola veka postojanja FNRJ, odnosno SFRJ u školama su decu učili da žive u najlepšoj državi na svetu. Ta činjenica je u udžbeniku geografije bila potkrepljena lepim slikama slovenačkih jezera, bosanskih planina, hrvatskog i crnogorskog primorja i makedonskih manastira. Srbija je predstavljena sumornim soliterima Novog Beograda, halom kragujevačke *Zastave* i apokaliptičkom slikom površinskog kopa u Boru. Deca su odlazila na klimatski oporavak na Divčibare a stariji bi povremeno spomenuli i neki Zlatibor ili Vrnjačku banju. Manastiri nisu pominjani jer je religija bila opijum za narod a istorija je počinjala od 1941. godine pa Nemanjići, Lazarevići a naročito Karađorđevići baš i nisu bili popularni. Tako su Srbi putovali na *naše* a potom i grčko more a svoju zemlju su upoznavali samo oni koji su zbog



Lim rafting

nedostatka novca bili primorani da letuju kod rođaka na selu. Srbija je kao turistička destinacija bila logička nemogućnost. Da se država *od Vardara pa do Triglava* nije raspala, narod Srbije sigurno ne bi ni otkrio mnoge pogodnosti države u kojoj živi.

Srbija nema more ali ima najlepši deo Dunava, najznačajnije evropske reke. Kroz Srbiju protiče deo Save, čak tri cele Morave, jedan Ibar, Lim, Timok, Toplica, Nišava, Tisa, Tamiš... Drinu delimo sa

našim ljudima u Bosni ali zato su izuvijani Uvac i još izuvijaniji Svrliški Timok samo naši. Tu su i nebrojene banje. Prirodna jezera nisu baš brojna – samo Palićko i Ludaško na severu Bačke. Ali su zaprečene brojne reke pa su nastala jezera toliko lepa da su neka dobila status Nacionalnog parka, kao Đerdapsko jezero i kanjon Drine ili su obeležena visokim stepenom zaštite. Pomenimo tri jezera na Uvcu, dva na Drini, Vlasinsko jezero, Zavojsko jezero, Bovansko... Srbija nema more ali ima svetske šampione u vaterpolu. Ko propliva u reci za njega je more šala.

Ruralni turizam u Srbiji nije novina ali su problemi devedesetih godina učinili da on potpuno zamre. Ponovno prihvatanje gostiju su započeli salaši po Vojvodini i sela u blizini velikih turističkih centara kao što su Zlatibor, Tara, Vrnjačka banja... Glavni adut turističke ponude su dobra i obilna trpeza, tradicionalna ljubaznost domaćina i zanimljive lokalne manifestacije. Posebno su zanimljiva sela koja su sačuvala izvorni ambijent, kao što je drveno selo Sirogojno, kameni selo Gostuša,



Tara jezero Zaovine

Topli Do, Tičije Polje, Tršić... Pomenimo i sela čiji stanovnici su opredeljeni za jednu delatnost. To je Donja Lokošnica, selo paprikara, Rajac, Rogljevo i Smedovac sa pivnicama, Zaguzanj selo trubača, Zlakusa poznata po majstorima grnčarima...

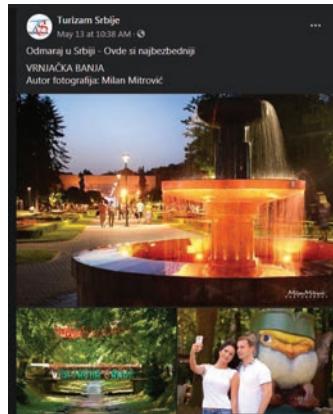
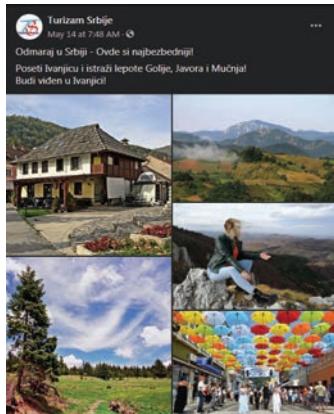
Za more su potrebne pare a za reku su dovoljne gaće!

Tekst i fotografije:**Dragan Bosnić**



Odmoraj u Srbiji – ovde si najbezbedniji

U toku je promotivna kampanja ODMARAJ U SRBIJI – OVDE SI NAJBEZBEDNIJI koju sporovodi turistički portal TURIZAM SRBIJE na svom sajtu: www.turizamsrbije.info i društvenim mrežama fejsbuk (www.facebook.com/turizamsrbije.info/) i tviter (www.instagram.com/turizamsrbijeinfo/?hl=sl) u cilju motivisanja potencijalnih domaćih turista da svoj odmor provedu u Srbiji.



TURIZAM SRBIJE se zahvaljuje Turističkoj organizaciji Srbije i svim lokalnim turističkim organizacijama koje su do sada podržali našu kampanju i ujedno pozivamo sve ostale da se priključe kampanji i predstave svoju turističku destinaciju!



Odmor u Srbiji

Turistički portal TURIZAM SRBIJE poziva sve zainteresovane pružaoca usluge smeštaja u Srbiji da predstave svoju ponudu na našem portalu potpuno besplatno do kraja 2020. godine.

Prijavljivanje počinje 20. juna 2020. godine.



ČIST I SIGURAN OBJEKAT „ČISTO I SIGURNO“ (CLEAN & SAFE)



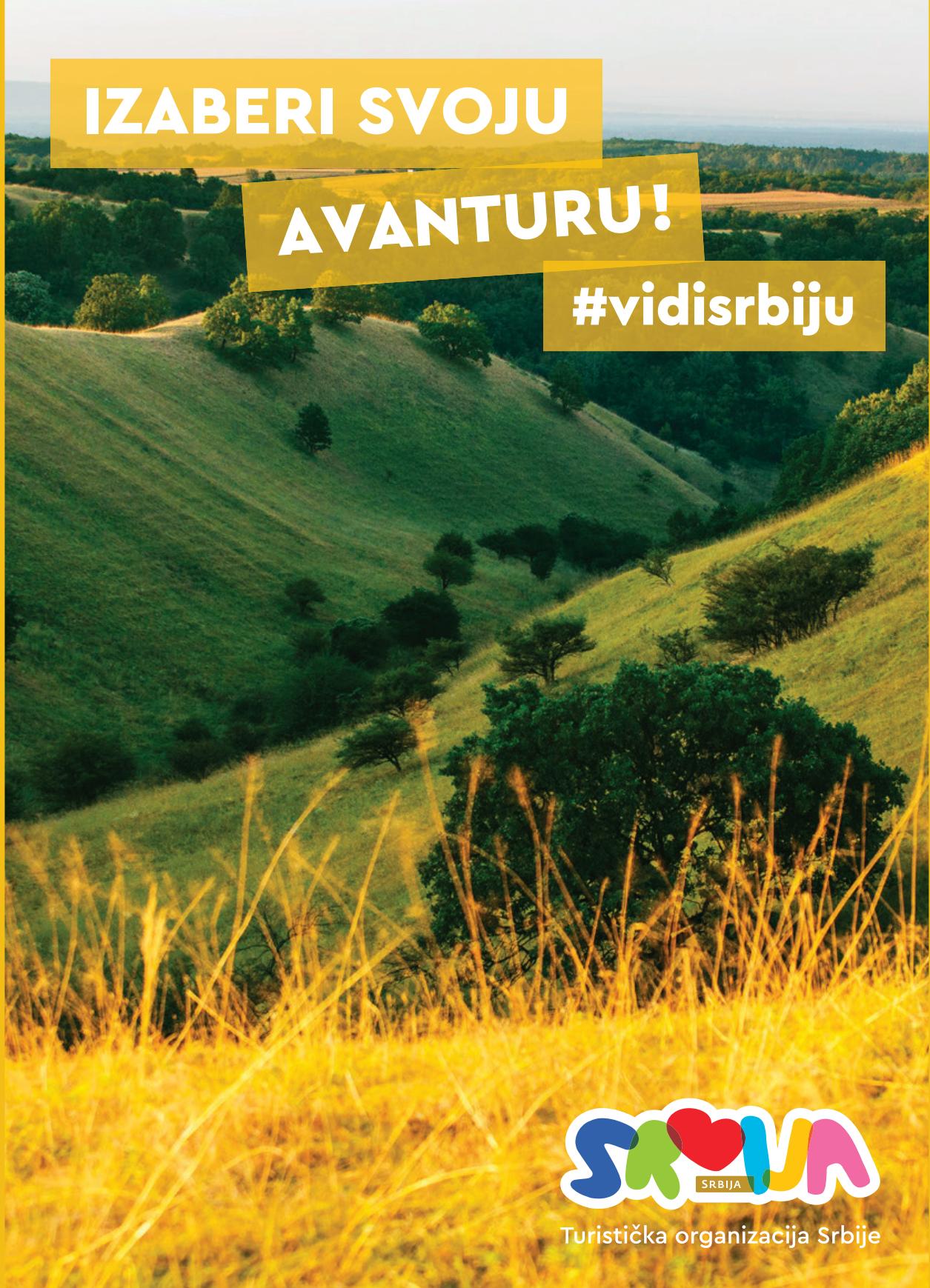
Poslovno udruženje hotelsko-ugostiteljske privrede Srbije HORES, po ugledu na evropske članice HOTREC-a, kreiralo je pečat „Clean & Safe“ („Čisto & Sigurno“).

deja je da se, na ovaj način, razlikuju hoteli, drugi smeštajni objekti i restorani, koji se pridržavaju minimalnih higijenskih i zdravstveno-bezbednosnih mera propisanih od strane Svetske zdravstvene organizacije, i naših nacionalnih zdravstvenih institucija,, spreči širenje virusa COVID-19, kao i drugih infekcija.

Uvođenjem jedinstvenog prepoznatljivog sertifikata, potencijalni gosti bi mogli da budu informisani da je ovo bezbedna zona i da mogu, sa poverenjem, da rezervišu putovanja za sebe i porodice. Uvođenje sertifikata pospešilo bi putovanja i pomoglo hotelskoj industriji i celokupnoj delatnosti.

Ovim sertifikatom (pečatom) omogućiće se hotelskim i restoranskim preduzećima, da imaju alat koji će ih izdvojiti kao sigurne objekte za obavljanje turističkih aktivnosti, ulivajući poverenje turistima u destinaciju

„Clean & Safe“ („Čisto & Sigurno“) zajedno su kreirali HORES i TOS uz podršku Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija.



**IZABERI SVOJU
AVANTURU!**

#vidisrbiju



Turistička organizacija Srbije