TURISTIČKA ORGANIZACIJA VOJVODINE
Broj: 706
Datum 29.06. 2026 god.
NOVI SAD

Туристичка организација Војводине
21101 Нови Сад, Булевар Михајла Пупина 6/IV
тел: +381 (0)21 452 910, факс: +381 (0)21 420 758
www.vojvodina.travel
office@vojvodina.travel

ИЗВЕШТАЈ О ПОСЛОВАЊУ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ВОЈВОДИНЕ ЗА 2025. ГОДИНУ

ПРЕДСЕДНИЦА УПРАВНОГ ОДБОРА

Драгана Драгојловић

В.Д. ДИРЕКТОРА

Миливој Ковачевић

Нови Сад, јун 2026.

Садржај

Садржај ..... - 2 -
1. ОСНИВАЊЕ И ПРАВНИ СТАТУС ..... - 3 -
1.1. Делатност ..... - 3 -
2. ПРОГРАМСКЕ АКТИВНОСТИ ..... - 5 -
2.1. ТРОШКОВИ ОРГАНИЗАЦИЈЕ РАДА ..... - 8 -
2.1.1. Конкурс за стицање права на коришћење ознаке "Најбоље из Војводине" ..... - 8 -
2.2. ПРОПАГАНДНА ДЕЛАТНОСТ ..... - 8 -
2.2.1. Издавачка делатност – графичка средства ..... - 8 -
2.2.2. Огласна средства ..... - 11 -
2.2.3. Савремене технологије ..... - 12 -
2.3. ТУРИСТИЧКА ПРОМОЦИЈА У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ ..... - 13 -
2.3.1. Наступ Туристичке организације Војводине на сајмовима ..... - 13 -
2.3.2. Остали скупови, конференције и манифестације ..... - 20 -
2.3.3. Специјални догађаји ..... - 28 -
2.3.4. Сарадња са Националном туристичком организацијом Србије ..... - 29 -
2.3.5. Годишњи скупови локалних туристичких организација (лто), представника туристичке привреде и медија ..... - 29 -
2.3.6. Теренски увид у стање туризма на локалном нивоу ..... - 30 -
2.4. ЕДУКАТИВНО-ИСТРАЖИВАЧКА ДЕЛАТНОСТ ..... - 31 -
2.4.1. Ситуациона анализа за потребе маркетинг плана АП Војводине ..... - 31 -
2.5. ПРОЈЕКТИ ФИНАНСИРАНИ ИЗ ФОНДОВА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ ..... - 31 -
2.5.1. Пројекат *CAST* - Култура мења заједнице и економије (*Culture Transforming Communities and Economies*) - DRP0301401 ..... - 32 -
3. ОЧЕКИВАНИ РЕЗУЛТАТИ ..... - 33 -
4. ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ ..... - 34 -
4.1. Дозначена финансијска средства ..... - 34 -
4.2. Остварени приходи и извршени расходи по Завршном рачуну за 2025. годину ..... - 35 -
4.3. Преглед дозначених и утрошених финансијских средстава ..... - 37 -

1. ОСНИВАЊЕ И ПРАВНИ СТАТУС

Туристичка организација Војводине основана је од стране Скупштине Аутономне покрајине Војводине 2003. године са циљем да обавља послове на промоцији и унапређењу туризма од интереса за Аутономну покрајину Војводину. Туристичка организација Војводине, са седиштем у Новом Саду, Булевар Михајла Пупина број 6 и Информативним центром у Новом Саду, Булевар Михајла Пупина 18, има својство правног лица са правима и обавезама утврђеним Законом о туризму, Одлуком о оснивању и Статутом Туристичке организације Војводине. Органи управљања Туристичке организације Војводине су:

- Управни одбор
- Директор
- Надзорни одбор.

1.1. Делатност

Делатност Туристичке организације Војводине дефинисана је Законом о туризму и Статутом Туристичке организације Војводине. Туристичка организација Војводине обавља послове на промоцији и унапређењу туризма од интереса за Аутономну покрајину Војводину, и то:

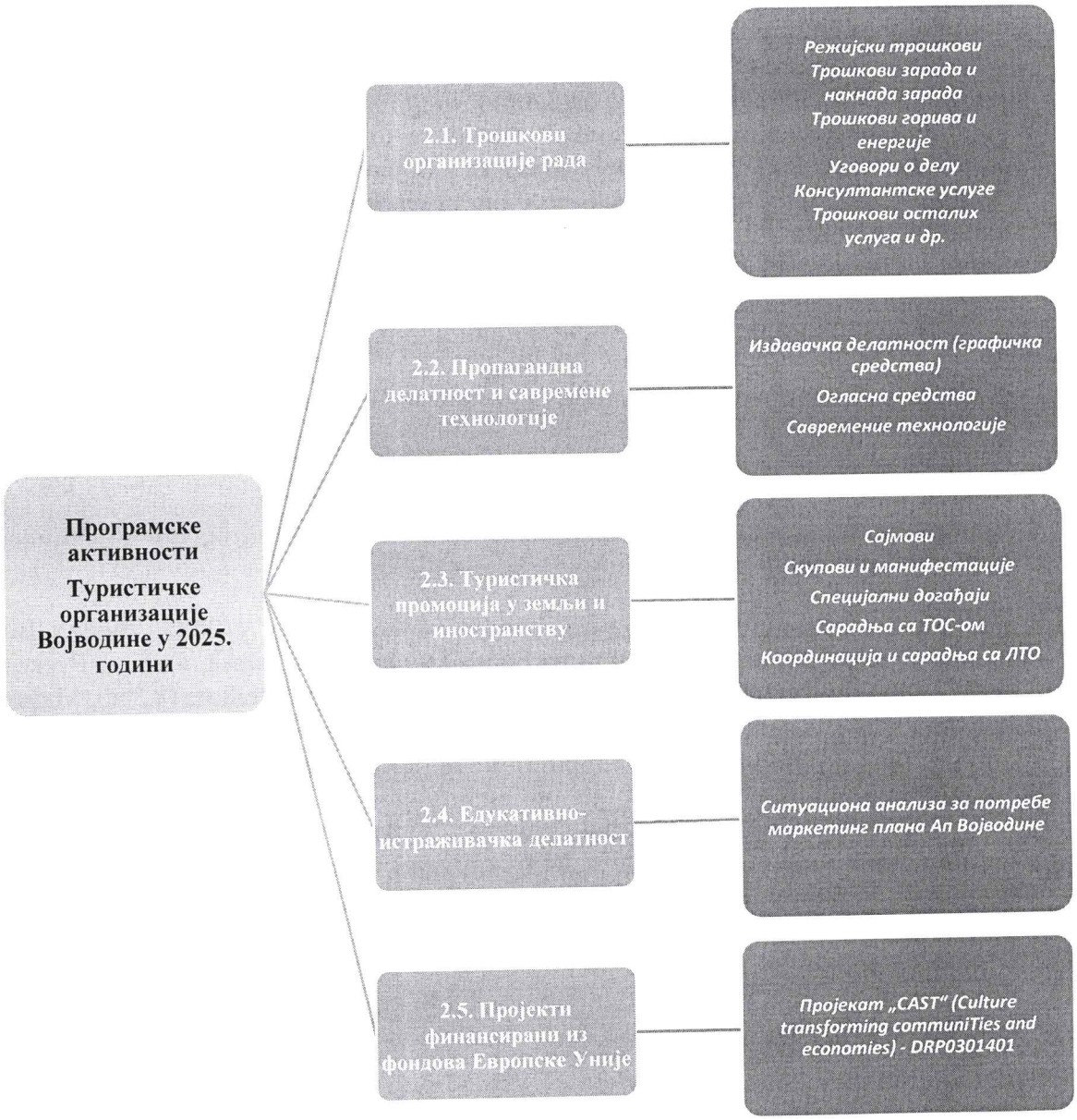
- Утврђује дугорочну и средњорочну стратегију туристичке промоције Војводине на домаћем и иностраном тржишту,
- Доноси, организује и спроводи годишњи програм и планове промотивних активности у складу са Стратегијским маркетинг планом, плановима и програмима ТОС-а,
- Израђује и дистрибуира пропагандна средства којима се популаришу и афирмишу могућности Војводине у туризму, као што су графичка, аудио-визуелна, мултимедијална и остала средства за потребе пропагандне делатности у туризму (израда сајамске поставке, сувенира, разгледница и сл.),
- Организује наступе на туристичким сајмовима и специјализованим приредбама на домаћем и иностраном тржишту,
- Спроводи акције оглашавања у домаћим и страним медијима, студијска путовања представника средстава јавног информисања, туристичких и других организација, као и друге *public relation* активности,
- Обавља ПР активности у туризму,
- Прикупља, обрађује и дистрибуира туристичке информације, организује рад информативних центара, организује службу прихвата, информисања и туристичког сервиса у туристичким местима, на граничним прелазима и у туристичким пунктовима у иностранству,
- Формира и развија јединствен информациони систем у туризму АП Војводине и обезбеђује његово повезивање са другим информационим системима у земљи и иностранству,

- Издаје информативне и стручне публикације, приручне зборнике и друге периодичне информативне публикације из свог делокруга,
- Прати и анализира кретања на домаћем и иностраном туристичком тржишту и рад конкурентских земаља, организује истраживања тржишта за информативно-пропагандну делатност АП Војводине,
- Усмерава и координира иницијативе и активности привредних субјеката и других организација на формирању и пласману туристичког производа,
- Организује семинаре, саветовања и специјалистичке курсеве у циљу унапређења стручности и квалитета рада у туризму,
- Организује и спроводи акције унапређивања квалитета у туризму у АП Војводини,
- Промовише могућност инвестирања у туризам, помаже у припреми пројеката и пројектне документације,
- Сарађује са националним туристичким организацијама у другим земљама, међународним и регионалним организацијама у области туризма и предузима мере за укључивање Војводине у мултинационалне и регионалне програме развоја и промоције туризма,
- Обавља и друге послове везане за унапређење и развој туристичке понуде Војводине,
- Координира активности Туристичке организације Војводине и туристичких организација градова и општина,
- Обезбеђује координацију са Туристичком организацијом Србије.

2. ПРОГРАМСКЕ АКТИВНОСТИ

У складу са Законом о туризму, члан. 39 („Сл. гласник РС“, бр. 17/2019), и Статутом Туристичке организације Војводине, члан 8. („Сл. лист АПВ“, бр. 16/2009, бр. 52/2016 и бр.11/2017), активности Туристичке организације Војводине у 2025. години реализовне су кроз 5 већих група деловања (видети шему број 1):

Шема 1. Програмске активности Туристичке организације Војводине



Према подацима Републичког завода за статистику, у Републици Србији у 2025. години био је укупно **4.346.691** долазак, што је пад од 1,9 % у односу на 2024. годину. Од тога је **1.998.196** домаћих, а **2.348.495** страних туриста. Укупан број ноћења у Србији износио је **12.282.212** што је за 3 % мање него 2024. године. Од тога су домаћи туристи остварили **6.209.307**, а страни **6.072.905** ноћења.

У Аутономној покрајини Војводини у 2025. години боравило је укупно 693.667 туриста, што представља пад у износу од **4%** у о односу на 2024. годину. Од тог броја домаћих туриста је било 349.851 што је пад у износу од 1,5%, док је иностраних туриста било 343.816, што представља пад у износу од **6,5%** у односу на 2024. Ако говоримо о броју ноћења у АП Војводини у истом периоду остварено је укупно 1.922.589 ноћења (**пад од 3,5%**) у поређењу са 2024. годином. Од тог броја, домаћи туристи су остварили 916.085 ноћења (пад од 3,5%), што чини 47,6% од укупног броја остварених ноћења, док су инострани туристи остварили 1.006.504 ноћења (**пад од 3,4 %**).

Према подацима Републичког завода за статистику, Нови Сад је у 2025. години учествовао са 30% у укупном броју долазака у Војводини, Суботица са 19,9%, Сомбор са 2%. У табели 1. налази се преглед промета туриста у појединим местима у АПВ.

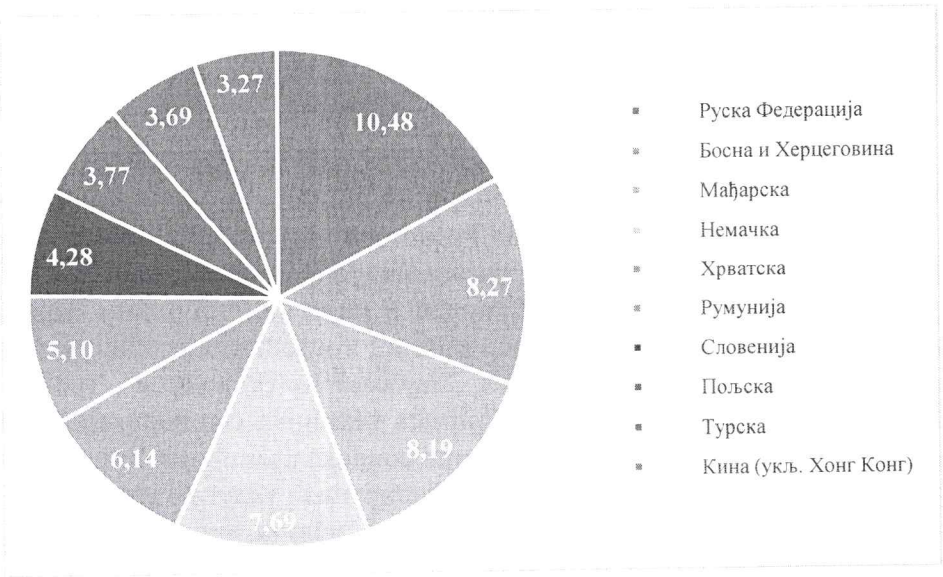
Табела 1. Промет туриста у АПВ у појединим местима

Градови и бање	***Доласци***	***2025/2024***	***Ноћења***	***2025/2024***
Нови Сад	*209.035*	*- 12,5%*	*542.475*	*- 6,6%*
Суботица	*138.154*	*- 1,7%*	*303.823*	*- 5,3%*
Фрушка гора	*106.288*	*- 1,9%*	*229.867*	*+ 0,8%*
Сомбор	*14.446*	*- 13,5%*	*35.136*	*- 16%*
Вршац	*15.227*	*+ 4,8%*	*35.729*	*+ 15,9%*
Бања Кањижа	*8.105*	*- 7,3%*	*42.820*	*- 13%*

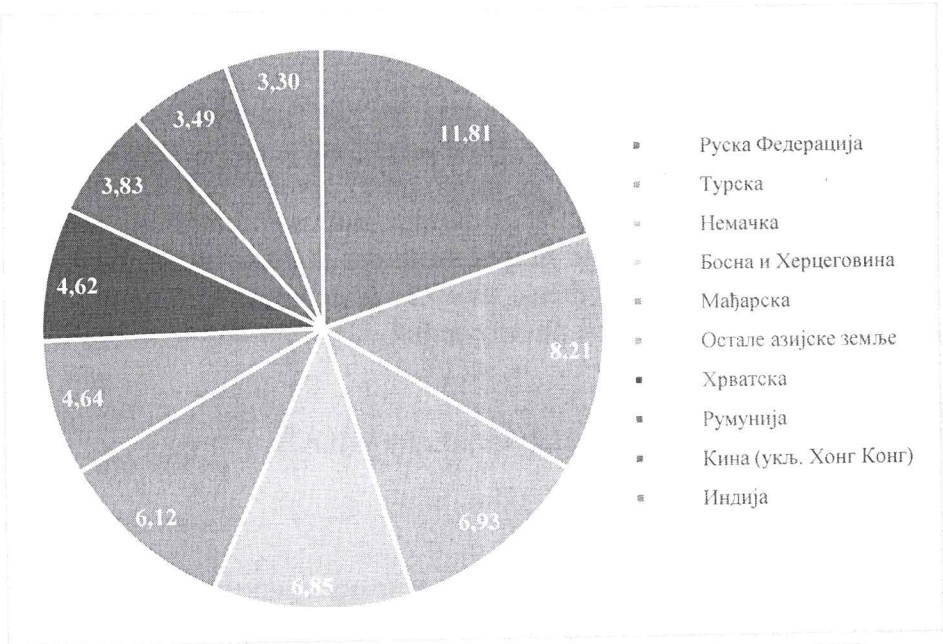
Извор: РЗЗС, 2025

Према подацима Републичког завода за статистику у 2025. години Војводину су највише посећивали страни туристи из Европе и околних земаља, и то: из Руске Федерације (10,4% од укупног промета страних туриста), Босне и Херцеговине (8,3%), Мађарске (8,2%), Немачке (7,7%), Хрватске (6,1%), Румуније (5%), Словеније (4,3%) Пољске (3,8%), Турске (3,7%), Кине (3,3%). Затим следе туристи из Бугарске, Северне Македоније, Аустрије, Црне Горе.

У 2025. години, Инфо центар Туристичке организације Војводине је посетило највише домаћих туриста. Међу страним туристима издвајају се туристи из: Руске Федерације, Немачке, Шпаније, Уједињеног Краљевства, Француске, Кине, Турске, САД-а, Пољске, Италије итд.



Графикон 1. Доласци страних туриста у 2025. години у АПВ према земљи порекла (у %)
Извор: РЗЗС, 2025



Графикон 2. Ноћења страних туриста у 2025. години у АПВ према земљи порекла (у %)
Извор: РЗЗС, 2025

Војводина се истиче изузетно богатим и разноврсним манифестационим календаром, са више од 1.500 манифестација различитог обима, тематског фокуса и значаја, које се годишње организују на територији покрајине. Ови догађаји обухватају културне, музичке, гастрономске, традиционалне, спортске и сајамске садржаје, и представљају важан сегмент укупне туристичке понуде Војводине. Манифестације су значајан покретач локалне економије и доприносе очувању идентитета и промоцији културне разноликости регије. Неке од значајнијих манифестација у Војводини су: Пољопривредни сајам, Стеријино позорје, Змајеве дечије игре, Фестивал уличних свирача (Нови Сад), Фрушкогорски маратон, Дужијанца (Суботица), Филмски фестивал (Палић), Дани бербе грожђа (Сремски Карловци и Вршац), Словачке народне свечаности (Бачки Петровац), Гастро Срем (Стара Пазова),

Кобасицијада (Турија, Шид), Сомборски котлић (Сомбор), Дани Лудаје (Кикинда), Великогоспојински дани (Нови Бечеј), Дани пива (Зрењанин) и друге.

2.1. ТРОШКОВИ ОРГАНИЗАЦИЈЕ РАДА

У трошкове организације рада Туристичке организације Војводине, спадају трошкови за редовно пословање Туристичке организације Војводине, као што су: трошкови осталог материјала (режијског), трошкови горива и енергије, трошкови зарада и накнада зарада (бруто), трошкови пореза и доприноса на терет послодавца, трошкови накнада уговора о делу за чланове комисије за доделу знака „Најбоље из Војводине“, трошкови консултанстких услуга за оптимизацију буџета и припрема техничке сепцификације за потребе пројеката финансираних ИПА средствима, трошкови накнада члановима Управног и Надзорног одбора, остала лична примања, трошкови транспортних услуга, трошкови услуга одржавања, трошкови закупнине, трошкови непроизводних услуга, трошкови репрезентације, трошкови осигурања, трошкови платног промета.

2.1.1. Конкурс за стицање права на коришћење ознаке “Најбоље из Војводине”

Туристичка организација Војводине је у претходне три године учествовала у одабиру носилаца знака “Најбоље из Војводине” у категорији манифестације и услуге. У 2025. години у категорији манифестација, знак “Најбоље из Војводине” добило је 6 кандидата, док је у категорији услуга, знак добило 3 кандидата. Продужење права на коришћење знака добило је 5 манифестација и 1 кандидат из категорије услуга. Конкурс је био отворен од 25. јула до 25. септембра 2025. године, а право на коришћење знака се додељује на 3 године. Средства су утрошена за Уговоре о делу за Комисију за доделу знака „Најбоље из Војводине“.

2.2. ПРОПАГАНДНА ДЕЛАТНОСТ

2.2.1. Издавачка делатност – графичка средства

2.2.1.1. Дизајн, штампа и превод опште брошуре Туристичке организације Војводине

Туристичка организација Војводине је израдила нову брошуру општег карактера, која обухвата целокупну туристичку понуду Војводине. Брошура је израђена на српском (3.000 комада), енглеском (3.000 комада) и немачком језику (1.000 комада) и урађена је припрема брошуре на шпанском језику. Поред наведеног урађене су фасцикле (500 комада), коверте (500 комада) и папирне кесе (2.000 комада) у складу са новим брендом Туристичке организације Војводине.

За представљање Војводине у промотивне сврхе Туристичка организација Војводине је под покровитељством Покрајинског секретаријата за образовање, прописе, управу и

националне мањине – националне заједнице, обезбедила превод и штампу за следеће брошуре:

- **Активни одмор у Војводини** на мађарском језику – превод и штампа 500 комада.
- **Циклотуризам и кампови у Војводини** – превод на мађарски језик.

Извршено је превођење брошура, маркетиншког и промо материјала. Преводи са лекторисањем урађени су на енглески, шпански, немачки и мађарски језик.

2.2.1.2. Мапе Фрушке горе

За потребе промоције Туристичка организација Војводине откупила је две врсте туристичких мапа националног парка Фрушка гора и то: туристичка карта на којој се налази цео Национални парк Фрушка гора са свим туристичким елементима у тиражу од 1.300 комада и туристичка карта на којој се налази део Националног парка Фрушка гора са 23 кружне трасе за пешачење са информацијама о самим трасама и њиховом дужином у тиражу од 700 комада.

2.2.1.3. Израда колатералног и рекламног материјала

Туристичка организација Војводине, сваке године израђује колатерални материјал са различитим мотивима који се дели посетиоцима на сајмовима, страним туристима који посећују Информативни центар, репрезентативним установама, амбасадама и сарадницима који учествују у раду или доприносе промоцији војвођанских дестинација. За потребе промоције у оквиру промотивних артикала израђени су кишобрани у различитим бојама, са аплицираном штампом у пуном колору, затим шоље различитих типова, алуминијумске флаше за воду са бамбус детаљима и термоси од нерђајућег челика брендирани у складу са визуелним идентитетом. Осим наведеног израђене су и хемијске оловке у више варијанти боја, памучне мајице мушког и женског кроја са обостраном штампом, торбе од јуте и памука, ранчеви, брендиране кесе за вино, метални привесци за кључеве у различитим облицима, нотеси и роковници различитих формата и боја.

Такође, Туристичка организација Војводине је за промотивне сврхе израдила годишње календаре и планере/роковнике и то: зидни календар (количина: 200 комада), стони календар (количина: 250 комада) и планер/роковник (количина: 400 комада).

2.2.1.4. Израда визуала за потребе наступа

За потребе промоције Туристичке организације Војводине урађен је дизајн и припрема за штампу следећих визуала: *press wall*-а, 2 *roll up*-а, 2 лица *City light*-а (уз закуп на 6 недеља и штампу), за инфо центар Туристичке организације Војводине - полимер фолије за излог, унутрашњег лого-а, налепница за спољни лого (уз штампу и монтажу).

2.2.1.5. Књига стандарда Туристичке организације Војводине

Књига графичких стандарда или бренд бук (*Brand Book*) представља скуп смерница за коришћење и креирање визуелних елемената у оквиру визуелног идентитета неког бренда. С обзиром да је књига стандарда стручни технички документ, његова израда намењена је запосленима да се лакше сналазе у области дизајна и адвертајзинга.

Књигом стандарда дефинисани су лого, његове варијације и примене, палета боја са одговарајућим *Pantone, RGB* и *CMYK* кодовима (примарна, секундарна и терцијална), типографија (примарна, секундарна и терцијална), водич за примену фотографија и основне *stationary* елементе, као и отворене фајлове за интерне и екстерне презентације, меморандум и друге елементе дефинисане финалном презентацијом. Књига стандарда садржи и додатак за едитабилне фајлове за даљи рад и коришћење.

2.2.1.6. Прилагођавање и постављање новог бренда на дигиталним платформама

Извршено је прилагођавање и постављање новог бренда на друштвеним мрежама и дигиталним платформама, где је идентитет (логотип, колорни код и типографија) представљен кроз постове за друштвене мреже (Instagram, Facebook, X i Linkendin) укључујући и кавере за све друштвене мреже. Ова дигитална кампања обухватила је и дизајн огласа и банера за интернет сајтове.

2.2.1.7. Развој и представљање визуелног идентитета

Урађен је „*Look & Feel*" концепт који се односи на визуелни изглед и укупан осећај дигиталног пројекта. Представља визуелни идентитет и стил који се користи за представљање бренда, односно организације. Презентација представља визуелни идентитет Војводина Травел и садржаћи основне елементе бренда (логотип, колорни код и избор топографије). „*Look & Feel*" презентација поред основа визуелног идентитета (лого, палета боја и избор фонтова) укључује основне елементе апликације идентитета на *stationary* елементе, *merchandise* елементе, дефинисање основног *layouta* за брошуру, огласе, билборде.

2.2.1.8. Дистрибуција промотивног материјала Туристичке организације Војводине

Осим тиража намењеног за дистрибуцију током наступа на домаћем и иностраном тржишту, као и тиража који се дели у Инфо центру Туристичке организације Војводине, инфо центрима туристичких организација општина и градова Војводине, као и Туристичке организације Србије, пропагадни материјал Туристичке организације Војводине уступан је различитим субјектима у циљу што боље промоције туристичке понуде Војводине. Неки од наведених субјеката су: Црвени крст Новог Сада, Фоклорно удружење „Велико коло", Туристичка организација Темерин, Туристичка организација Сремски Карловци, Галерија Матице српске, Природно математички факултет – Департман за географију, туризам и хотелијерство, Српска академија науке и уметности – огранак Нови Сад, Факултет техничких наука, Кампинг д.о.о. Ковиљ, Ветеринарска амбуланта „Санти", Друштво пријатеља баште – Темерин, Карловачка гимназија, Туристичка агенција „Маестрал", Голф клуб „Центар", Клинички центар Војводине, Музички атеље – Удружење креативно – едукативни центар Нови Сад и други.

2.2.2. Огласна средства

2.2.2.1. Летња туристичка ТВ кампања

На позив редакције Забавног програма Радио-телевизије Војводине, Туристичка организација Војводине, у сарадњи са туристичким организацијама градова и општина, пружила је подршку у реализацији емисије "*Летње шеме*", чиме је богата летња туристичка понуда покрајине била представљена широј јавности.

Емисија "*Летње шеме*" је нови телевизијски формат у оквиру забавног програма РТВ-а, замишљен као породични магазин који доноси разноврстан и инспиративан садржај – од савета за летње активности, представљања културних и туристичких манифестација, занимљивих личности и хобиста, до радионица у природи, кулинарства и спортских изазова. Емисија се емитовала уживо недељом током јула и августа месеца. Кроз девет емисија представљена је летња туристичка понуда девет општина Војводине, са занимљивим локалним темама и садржајима. Током сваког издања, орагнизована су и укључења уживо са различитих локација, кроз које су се приказивале аутентичне приче, атрактивна места и људи који доприносе развоју туризма у својој локалној заједници.

Поред телевизијске кампање, паралелно се реализовала и кампања на друштвеним мрежама, у оквиру које су се најављивале предстојеће емисије, али и промовисале атрактивне летње туристичке локације које нису обухваћене самим емисијама. На овај начин, Туристичка организација Војводине тежи интензивнијој промоцији домаће понуде, с циљем да инспирише публику да лето проведу истражујући разноврсне и приступачне садржаје које Војводина нуди – од природних лепота, културних манифестација, гастрономских доживљаја, до активног одмора и породичних излета.

2.2.2.2. Штампане и електронске новине

У оквиру ове активности реализована је претплата и оглашавање у дневним; недељним и месечним новинама и часописима; интернет издањима; књигама; стручним часописима; интернет презентацијама које се односе на туризам и сродне области. Од осталих портала, ТВ и радио станица и електронских медија, активности Туристичке организације Војводине објављивали су и портал Блиц, портал Дневник, портал и билтен *ISTN*, портал *Blic LIKE*, facebook *Revija Uno*, ТВ Дунав, РТВ, радио *Capodistria*, Новосадска ТВ, портал, *you tube* и *facebook* Варош РТВ, портал УТНВ, портал и штамано издање Топ Србија, портал *Magyar Szo*, Тањуг, НС Уживо, портал Политика, портал Војводина уживо, портал Курир, портал НС Репортер, портал AgroFin, портал Пољосфера, портал Вино и фино, портал Novisad.travel, портал Balkan Travel, Сремска телевизија, портал Е-капија, радио Планета, портал Агро ТВ, портал *Euronews*, портал Војвођански новинар, портал Објектив 24, портал *Kadaje.com*, портал Сремски Карловци инфо, портал Новости, радио Београд 1, РТВ Нови Пазар.

Осим наведеног Туристичка организација Војводине је реализовала промовисање кроз дигиталне канале у циљу што веће видљивости туристичких садржаја Војводине и то кроз ПР текстове у вези Сајма туризма 2025. у Београду и Војводине као туристичке дестинације, који су објављени на интернет порталима електронских новина, као и пласирање банера који воде на сајт Туристичке организације Војводине. Поред тога средства су издвојена за израду,

постпродукцију корпорацијског видео садржаја заједно са објавама на Instagram и Facebook налогу и у склопу интернет портала.

2.2.2.3. Промоција активности и атракција дестинације Војводина на платформи www.danube.travel

Платформа www.danube.travel окупља подунавске земље које заједнички промовишу целокупну туристичку понуду подунавског региона са циљем јачања туристичких капацитета и веће видљивости ове специфичне туристичке понуде. Туристичка организација Војводине промовисала је активности и атракције дестинације Војводина на наведеној платформи са циљем да се промовише туристичка понуда Војводине као актуелна зимска туристичка кампања.

Дигитална кампања је досегла до 4.245.524 људи и имала 7.854.934 приказа. Током периода кампање, одредишну страницу (са свим подстраницама) посетило је 76.229 јединствених посетилаца који су иницирали 111.714 сесија и генерисали 158.755 прегледа странице.

2.2.2.4. Месечни билтен Туристичке организације Војводине

Туристичка организација Војводине сваког месеца објављује месечни билтен у којем представља све актуелности у туризму покрајине из тог периода. Билтен се објављује на сајту Туристичке организације Војводине и шаље се путем *e-maila*, туристичким субјектима и медијима.

2.2.3. Савремене технологије

2.2.3.1. Интернет презентација Туристичке организације Војводине

Како би интернет презентација Туристичке организације Војводине, vojvodina.travel пратила константне технолошке промене и трендове, започета је израда новог сајта у складу са најсавременијим стандардима. Потребна је израда веб-сајта са фокусом на модернизацију и оптимизацију као и усклађивање са новом књигом графичких стандарда. Циљ је креирати платформу која пружа врхунско корисничко искуство кроз унапређену функционалност и оптимизацију за претраживаче. Кључне карактеристике новог веб-сајта:

- Модеран дизајн прилагођен мобилним корисницима: Оптимално корисничко искуство на свим уређајима, са фокусом на брзину учитавања, респонзивност и интуитивну навигацију због великог обима садржаја.
- Календар догађаја и манифестација: Календар омогућава преглед свих важних догађаја на интуитиван и респонзиван начин, оптимизован за све уређаје.
- Вишејезичност веб-сајта: Вишејезична верзија сајта омогућава корисницима да приступе садржају на различитим језицима на једноставан начин. Ова функционалност олакшава навигацију разумевање информација за посетиоце из различитих земаља, чиме се повећава глобална доступност и побољшава корисничко искуство.

2.2.3.2. Виртуелна *3D* тура објеката

У сврху дигиталне презентације простора и повећања видљивости туристичко-информативних центара локалних туристичких организација у 2025. години започета је реализација *3D* тура Инфо центара на територији Војводине (инфо центар Туристичке организације Војводине, инфо центар Сремска Митровица, инфо центар Сремски Карловци, инфо центар Врдник, инфо центар Сомбор, инфо центар Суботица, инфо центар Палић, Галерија наивне уметности Ковачица). Презентација је обухватила оквирно 50–60 скенова (све просторије објекта), са спољашњим делом са 3 скена (пропорционално величини објекта) као и обраду, постпродукцију (*upload* снимака, обраду 3D модела и постављање инфо тачкака са текстом, сликама, линковима) и хостинг.

2.3. ТУРИСТИЧКА ПРОМОЦИЈА У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ

2.3.1. Наступ Туристичке организације Војводине на сајмовима

Туристичка организација Војводине је самостално организовала и наступала на сајмовима у земљи и иностранству кроз сарадњу са: Туристичком организацијом Србије (уз партиципацију учешћа), туристичким организацијама општина и градова АПВ (које су били учесници без накнаде трошкова за сопствени наступ), Покрајинском владом и Привредном комором Војводине.

Назив манифестације: Међународни сајам туризма „Ferien Messe Wien“
Локација: Беч, Аустрија
Време одржавања: 16.01. – 19.01.2025.
Број излагача: 430
Број посетилаца: 71.000

На сајму *Ferien-Messe* у Бечу, одржаном од 16. до 19. јануара, на заједничком штанду Привредне коморе Војводине и Туристичке организације Војводине наступило је више од 30 излагача, представника туристичке привреде, локалних туристичких организација, хотела, туристичких агенција и сл. На делу штанда Туристичке организације Војводине представиле су се туристичке организације Суботице, Сремских Карловаца, Вршца, Сомбора, Кикинде, Темерина, као и туристичка агенција *Alpha Travel SEE* и хотел Две Куле *Resort & Winery*.

Посетиоцима сајма презентована је целокупна туристичка понуда, са нагласком на активни одмор, боравак у природи, бициклизам и камповање. Интересовање је поред наведеног владало и за понуду културног и винског туризма. У току сајма одржано је више пословних састанака који су указали на могућности и потребу сарадње туристичких агенција из Србије и Аустрије а све са циљем проширивања тренутне понуде туристичких аранжмана (бициклистичке туре уз Дунав, културне туристичке руте...). Такође, представници медија исказали су интересовање за организовање студијских путовања по Војводини. Током

трајања сајма, посетиоци су имали прилике и да дегустирају вина фрушкогорског виногорја и упознају се са специфичним сортама из Војводине.

Назив манифестације: Међународни сајам туризма „FITUR“
Локација: Мадрид, Шпанија
Време одржавања: 22.01. – 26.01.2025.
Број излагача: 9.500
Број посетилаца: 255.000

Туристичка организација Војводине учествовала је на 45. међународном сајму туризма у Мадриду „FITUR“, у оквиру штанда Туристичка организације Србије у периоду од 22. до 26. јануара ове године. На заједничком штанду, представила се и Туристичка организација Суботице, „*Air Serbia*“, као и бројни хотели и туристичке агенције.

На овом међународном догађају, који окупља највеће лидере у туристичкој индустрији, АП Војводина је представила своје јединствене туристичке ресурсе, од културних и историјских знаменитости до природних лепота и манифестација. Посетиоци су показали посебан интерес за културно наслеђе, *city break* и *outdoor* активности. Посебну пажњу привукла је туристичка понуда најстаријег националног парка у Србији, Фрушке горе, која укључује јединствене пешачке стазе, бициклистичке руте, али и богатство духовних и културних споменика, као и дугу традицију виноградарства. Учешће на овом престижном сајму омогућило је успостављање нових пословних контаката, размену искустава и представљање Војводине као атрактивне туристичке дестинације.

Назив манифестације: 35. Међународни сајам туризма и кампинга „Alpe Adria“
Локација: Љубљана, Словенија
Време одржавања: 29.01. – 01.02.2025.
Број излагача: 300
Број посетилаца: 20.000

Сајам туризма и кампинга „*Alpe Adria*“ се одржао 35. пут у Љубљани од 29. јануара до 01. фебруара 2025. године. Ово је најзначајнија туристичка манифестација у Словенији, која се фокусира на активни и одрживи туризам, кампинг, циклотуризам, као и на боравак у природи. На штанду Туристичке организације Војводине представиле су се и туристичке организације: Новог Сада, Суботице, Сомбора, Апатина, Бачке Паланке, Сремских Карловаца, Ирига, Вршца, Новог Бечеја, као и хотели Президент, Пупин, Две Куле *Resort & Winery*, етно комплекс "Делиблатска чарда", "Марина Апатин" и организатори манифестације "*Tour de Fruška*".

Посетиоцима сајма презентована је целокупна туристичка понуда, са нагласком на активни одмор, боравак у природи, бициклизам и камповање. Интересовање је поред наведеног владало и за понуду винског туризма. У току трајања сајма организоване су и дегустације војвођанских вина, где су посетиоци могли више да сазнају о аутентичним сортама вина са овог подручја, као и да се упознају са манифестацијом „*Fruška Walk and Wine*“.

Назив манифестације: 47. Међународни сајам туризма „UTAZAS“
Локација: Будимпешта, Мађарска
Време одржавања: 20.02. – 23.02.2025.
Број излагача: 250
Број посетилаца: 23.000

Туристичка организација Војводине је у периоду од 20. до 23. фебруара ове године, у сарадњи са Привредном комором Војводине, учествовала на Међународном сајму туризма у Будимпешти, највећем сајму туризма у Мађарској. На заједничком штанду представила се и Туристичка организација Србије, затим туристичке организације Сомбора, Сенте, Новог Бечеја, Бечеја, „EXPO 2027 – Belgrade Serbia", као и бројни привредни субјекти покрајине. Туристички садржаји Војводине презентовани су путем штампаних промо материјала на мађарском и енглеском језику, док су посетиоци штанда имали могућност да дегустирају вина са простора Војводине у оквиру дегустације која је организована на заједничком штанду. Посетиоци су били заинтересовани за гастрономију, активни одмор, боравак у природи, кампове, културно наслеђе, градове.

За време одржавања сајма, заједнички штанд је посетила амбасадорка Републике Србије у Мађарској, њ.е. Александра Ђуровић, док је у Амбасади Републике Србије у Будимпешти 21. фебруара уприличено Војвођанско вече.

Назив манифестације: 46. Међународни сајам туризма Београд
Локација: Београд, Србија
Време одржавања: 20.02. – 23.02.2025.
Број излагача: 400
Број посетилаца: 32.000

Под слоганом „Једна карта, безброј светова", 46. Сајам туризма у Београду окупио је преко 400 излагача из земље и иностранства, а међу њима се истакла Туристичка организација Војводине са суизлагачима из Бачке Тополе, Старе Пазове, Сремске Митровице, Житишта, Темерина и Установе за заштиту природе „Тителски брег", са којима је уз интерактивни приступ привукла велики број посетилаца и туристичких професионалаца. Промоција Винских путева Војводине привукла је љубитеље вина и професионалце из области туризма. Презентацију је водила Љубица Радан из Винске академије Србије, уз дегустацију вина из различитих виногорја Војводине.

Поред винске понуде, Туристичка организација општине Нови Бечеј представила је нову туристичку понуду под називом „Туристичка република – општина Нови Бечеј", уз „Туристички пасош општине Нови Бечеј", креативну брошуру која приказује туристичке дестинације, манифестације, смештајне капацитете и гастрономску понуду овог краја. Такође, најављено је да ће манифестација „Великогоспојински дани" наредне три године носити престижну ознаку „Најбоље из Војводине", што додатно потврђује квалитет и аутентичност понуде.

Туристичка организација Војводине још једном је показала да нуди јединствене туристичке доживљаје, комбинујући традиционалне вредности са модерним трендовима у туризму. Посетиоци штанда били су највише заинтересовани за предлоге за кратак одмор, културне и еногастрономске садржаје.

Назив манифестације: 5. Међународни сајам туризма „Бањалука 2025"
Локација: Бањалука, Босна и Херцеговина
Време одржавања: 28.02. – 02.03.2025.
Број излагача: 150

У Бањалуци се одржао 5. Међународни сајам туризма "Бањалука 2025" у Спортској дворани "Центар" од 28. фебруара до 2. марта 2025. године. Туристичка организација Војводине представила се на овом сајму на заједничком штанду са Туристичком

организацијом Србије, а своју понуду представиле су и локалне туристичке организације Новог Сада, Сремских Карловаца, Вршца, Житишта, Зрењанина, Кикинде, Инђије, Новог Бечеја, Бечеја, Бачке Паланке, Сомбора, Нове Црње и Темерина.

Током три дана трајања сајма посетиоци су имали прилику да се упознају са природним лепотама, предлозима за боравак у природи, културним наслеђем, гастрономском и винском понудом. Владало је интересовање и за градске дестинације, највише за Суботицу и Сомбор.

Назив манифестације: ITB Berlin
Локација: Берлин, Немачка
Време одржавања: 04.03. – 06.03.2025.
Број излагача: 5.800
Број посетилаца: 100.000

Туристичка организација Војводине је представила туристичку понуду покрајине на престижном сајму туризма ИТБ Берлин 2025, који се одржао од 4. до 6. марта у Берлину. Овај водећи глобални догађај окупио је преко 100.000 учесника, преко 5.800 излагача из више од 170 земаља, а Туристичка организација Војводине је наступила у оквиру штанда Туристичке организације Србије, заједно са туристичким организацијама: Београда, Новог Сада, Краљева, регије Западна Србија, Златибора, Ниша и Суботице, као и са хотелима: Мона плаза, *Hyatt Regency*, Златибор, Москва, Шумадија, Пупин и Бристол, туристичким агенцијама: *Glob Metropliten Tours, Victor tours* и КонТики, авио компанијом *Air Serbia* и Бањом Ковиљачом.

Током сајма, Туристичка организација Војводине је имала низ састанака са туристичким привредницима из Европе, представљајући аутентичне туристичке садржаје Војводине – од гастрономске понуде, културно-историјског наслеђа, до специфичних видова туризма као што су сеоски, вински и еко-туризам. ИТБ Берлин, као централно место за умрежавање и развој нових пословних прилика, омогућио је да се успоставе нови контакти са кључним актерима глобалне туристичке индустрије и промовише Војводина као атрактивна дестинација за међународне посетиоце.

Назив манифестације: PLACE2GO
Локација: Загреб, Хрватска
Време одржавања: 28.03. – 30.03.2025.
Број излагача: 200

Туристичка организација Војводине представила је туристичку понуду покрајине на туристичком сајму у Хрватској – *PLACE2GO*, који се одржао од 28. до 30. марта 2025. године на Загребачком велесајму. Туристичка организација Војводине је на наведеном догађају наступила у оквиру штанда Туристичке организације Србије, заједно са локалним туристичким организацијама и хотелским комплексима. Посетиоци сајма имали су прилику да се упознају са богатом и разноврсном туристичком понудом АП Војводине, као и да добију конкретне предлоге за одмор. Посебан акценат стављен је на промоцију културног наслеђа и активног одмора, који све више привлачи туристе из региона.

Сајам је био и одлична прилика за пословне састанке и успостављање сарадње са туристичким субјектима из Хрватске и других земаља. На Б2Б сегменту сајма, који је одржан првог дана, остварени су контакти са туроператорима и агенцијама, чиме се отварају нове могућности за промоцију туристичке понуде Војводине на међународном тржишту.

Назив манифестације: 25. Међународни сајам туризма
Локација: Ниш, Србија
Време одржавања: 04.04. – 06.04.2025.

Туристичка организација Војводине представила је туристичку понуду покрајине на 25. Међународном сајму туризма у Нишу, одржаном од 04. до 06. априла 2025. године у хали „Чаир". На штанду Туристичке организације Војводине представиле су се и туристичке организације Новог Сада, Сремских Карловаца, Старе Пазове, Врбаса, Суботице, Вршца, Зрењанина, Бача, Беле Цркве, као и Национални парк Фрушка гора. Посетиоци сајма су имали могућност да добију корисне информације, промотивне материјале и препоруке за одмор у Војводини. Највеће интересовање посетилаца забележено је за кратке одморе, активности у природи, као и гастрономију Војводине.

Међународни сајам туризма у Нишу, окупио је бројне актере туристичке привреде из Србије и региона. У оквиру сајма је одржана 5. Међународна конференција о туризму, која је додатно истакла значај развоја и промоције туристичких дестинација.

Назив манифестације: 14. Међународни сајам туризма и гастрокултуре „Бијељина-турист 2025"
Локација: Бијељина, Босна и Херцеговина
Време одржавања: 24.04. – 25.04.2025.
Број излагача: 100

У организацији Туристичке организације Бијељина, а под покровитељством Града Бијељина, 24. и 25. априла 2025. године у хотелу „Дрина" одржан је 14. Међународни сајам туризма и гастрокултуре „Бијељина-Турист 2025". Манифестација је окупила око стотину излагача из Републике Српске, Федерације БиХ, Србије, Црне Горе, Хрватске и Румуније, који су представили богату туристичку, гастрономску и културну понуду својих дестинација. Други дан Сајма обележила је промоција „Најмлађих кувара"–такмичење ученика средњих угоститељских школа у припреми специјалитета по сопственом избору, уз дегустацију јела и доделу признања. Овај програм је додатно истакао значај промоције гастрономског наслеђа као дела савремене туристичке понуде.

Међу излагачима била је и Туристичка организација Војводине, која је представила разноврсну понуду покрајине – од културно-историјских знаменитости и природних лепота, до еногастрономских садржаја. Присуство Војводине било је додатно значајно имајући у виду растуће интересовање туриста из БиХ за ову дестинацију.

Захваљујући богатом програму, великом броју излагача и посетилаца, те активном учешћу туристичких организација из региона, сајам у Бијељини још једном је потврдио свој значај као место сусрета, размене идеја и промоције регионалне туристичке и гастро понуде.

Назив манифестације: 23. Међународни сајам туризма и екологије „Лист"
Локација: Лукавац, Босна и Херцеговина
Време одржавања: 08.05. – 10.05.2025.

Туристичка организација Војводине представила је туристичку понуду на 23. Међународном сајму туризма и екологије „Лист", у Лукавцу, Тузлански кантон, Република Босна и Херцеговина. Сајам се одржао у периоду од 8. до 10. маја. Нагласак у промоцији био је на боравцима у природи и викенд посетама градовима.

Овај туристички сајам из године у годину привлачи све већу пажњу посетилаца медија и излагача. Три дана сајма су обележили: конференције, панели, стручни скупови, радионице,

промоције туристичких дестинација, услуга, „Фестивал хране и пића“ а последњег дана сајма сајамска „Котлићијада“.

Назив манифестације: 16. Међународни сајам туризма и сеоског туризма „Крагујевац 2025“
Локација: Крагујевац, Србија
Време одржавања: 06.11. – 08.11.2025.
Број излагача: 100

У периоду од 6. до 8. новембра 2025. године, Туристичка организација Војводине учествовала је на Међународном сајму туризма и сеоског туризма у Крагујевцу. На штанду Туристичке организације Војводине, туристичку понуду су представиле туристичке организације Новог Сада, Вршца, Зрењанина, Беле Цркве, Темерина, Сремских Карловаца, Ковина, Новог Бечеја, као и Етно комплекс „Делиблатска чарда“ и представници Новосадског сајма.

На сајму су представљени туристички садржаји Војводине, укључујући богато културно наслеђе, природне вредности, сеоски туризам, манифестације и специфичне локалне атракције.

Током три дана одржавања сајма, забележно је велико интересовање посетилаца за туристичку понуду Војводине, пре свега за културно наслеђе, сеоски туризам и манифестације.

Назив манифестације: Међународни сајам туризма „WTM”
Локација: Лондон, Велика Британија
Време одржавања: 04.11. – 06.11.2025.
Број излагача: 4.000
Број посетилаца: 46.000

Туристичка организација Војводине учествовала је на међународном сајму туризма *World Travel Market* (WTM), који је одржан од 4. до 6. новембра 2025. године у Лондону. Овај сајам, познат као најутицајнији светски догађај у области путовања и туризма, окупио је представнике више од 180 земаља, са преко 4.000 излагача, 34.000 пословних састанака и више од 46.000 посетилаца из целог света.

На заједничком штанду Србије, под окриљем Туристичке организације Србије, представљена је богата и разноврсна понуда наше земље. Акценат је стављен на културно-историјско наслеђе, градски туризам, активан одмор у природи, гастрономију, винске руте и најзначајније манифестације. Посебна пажња посвећена је и промоцији специјализоване међународне изложбе EXPO 2027, чиме је додатно истакнут међународни значај Србије.
Туристичка организација Војводине је у оквиру заједничког наступа промовисала аутентичну и разнолику понуду покрајине, са посебним нагласком на културни туризам, винске путеве, Фрушку гору и њене манастире, Дунав и богато природно наслеђе Војводине. Посетиоци су се највише интересовали за вински туризам, активни одмор, боравак у природи, као и за културно наслеђе покрајине.

Заједно са Туристичком организацијом Војводине, на сајму су наступиле и туристичке организације Београда, Новог Сада, Западне Србије, Новог Пазара и Краљева, као и представници EXPO 2027, Скијалишта Србије, *Air Serbia*, туристичке агенције и хотелијери.

Назив манифестације: 40. Међународни сајам туризма „Philoxenia–Hotelia"
Локација: Солун, Грчка
Време одржавања: 14.11. – 16.11.2025.
Број излагача: 550
Број посетилаца: 20.000

Током 40. Међународног сајма туризма *Philoxenia–Hotelia*, одржаног од 14. до 16. новембра 2025. године у Солуну, Туристичка организација Војводине по први пут је представила разноврсну туристичку понуду региона. Сајам је окупио више од 300 излагача и 140 професионалаца из области туризма.

На штанду Туристичке организације Војводине представиле су се туристичке организације Новог Сада, Сремских Карловаца, Суботице, Ирига и Нове Црње, као и Национални парк Фрушка гора и Привредна комора Војводине. Посетиоцима су приказане најзначајније дестинације у Војводини, са посебним нагласком на културно наслеђе, верски туризам, гастрономију и активни одмор. Током сајма одржано је више пословних састанака са туроператорима и представницима туристичких агенција, који су исказали велику заинтересованост за Војводину као дестинацију.

Штанд Туристичке организације Војводине посетила је и министарка туризма Грчке, што је додатно допринело видљивости нашег наступа и отворило могућности за јачање сарадње са грчким институцијама и туристичким сектором.

У оквиру међународног сајма туризма организовани су „Дани Војводине у Солуну" поводом умрежавања и сарадње српских и грчких компанија. Том приликом одржан је свечани коктел у Генералном конзулату Србије у Солуну, 15.11.2025. године, уз прикладан музички програм (хорови српски и грчки), дегустацију хране и вина из фрушкогорског и суботичког виногорја.

Назив манифестације: 56. Међународни сајам туризма „Нови Сад 2025"
Локација: Нови Сад, Србија
Време одржавања: 27.11. – 29.11.2025.
Број излагача: 250

Туристичка организација Војводине је и ове године узела учешће на 56. међународном сајму туризма, који је одржан у периоду од 27. до 29. новембра на Новосадском сајму. У оквиру наступа на сајму, Туристичка организација Војводине се представила са новим визуелним идентитетом, презентујући богату и разноврсну туристичку понуду покрајине, уз конкретне предлоге за квалитетан и садржајан одмор у Војводини током целе године. Овом приликом посетиоци су упознати са новом брошуром, под називом *Војводина у лаганом ритму*, која кроз инспиративне садржаје и живописне фотографије инспирише посетиоце да испланирају свој одмор у Војводини. На штанду Туристичке организације Војводине туристичке садржаје је представило и 26 суизлагача из различитих делова Војводине.

Велико интересовање посетилаца забележено је за културни туризам у Војводини, са посебним фокусом на богато наслеђе, музеје, историјске локалитете и јединствене садржаје који Војводину чине атрактивном дестинацијом за љубитеље културе и традиције. Такође, значајно интересовање било је за локалну гастрономију, винску понуду, као и могућности за активан одмор.

Током трајања сајма, представници Туристичке организације Војводине одржали су бројне пословне састанке са туроператорима и туристичким агенцијама из земље и иностранства, отварајући нове могућности за сарадњу и промоцију Војводине као атрактивне

туристичке дестинације. На Новосадском сајму окупило се више од 250 излагача из 10 земаља, а земља партнер ове године била је Северна Македонија.

2.3.2. Остали скупови, конференције и манифестације

Конгрес „Гастрономске манифестације Балкана“

У просторијама информативног центра Туристичке организације Војводине, 17.03.2025. године одржана је конференција за новинаре поводом одржавања конгреса „Гастрономске манифестације Балкана“, док је сам догађај уприличен у Привредној комори Војводине, 20. марта 2025. Године. Догађај је окупио организаторе, стручњаке и ентузијасте из области гастрономских манифестација, како би се подстакла размена идеја и унапредила ова важна компонента туристичке понуде.
Конгрес је обухватио три кључње теме:

1. *Глобализација гастрономских манифестација* – где се говорило о томе како локалне манифестације могу привући пажњу међународне публике, и то кроз брендирање, дигиталне алате и слично;
2. *Сигурност хране на гастрономским манифестацијама* односно како осигурати квалитет и хигијенску безбедност хране на фестивалим и који су то кључни ризици и како их минимизирати;
3. *Wine & beer & food* – где се говорило о томе како спојити вина, пива и гастрономију у аутентичне догађаје који привлаче туристе и промовишу локалне производе?

Конгрес су организовали Удружење власника викендица и салаша, у сарадњи са Кулинарском Федерацијом Србије, Привредном комором Војводине и Туристичком организацијом Војводине, а уз подршку Покрајинског секретаријата за привреду и туризам.

Конференција „Travel Startup 2025“

Конференција под називом „Travel Startup 2025“ одржана је 09. априла у Научно-технолошком парку Нови Сад, окупивши кључне актере из области туризма, привреде, науке и технолошких иновација. Циљ конференције био је спајање привреде и туризма кроз иновативна стартап решења, која користе информационе и комуникационе технологије за унапређење сектора. Конференцију су свечано отворили директор Научно – технолошког парка др Срђан Колаковић и покрајински секретар за привреду и туризам др Ненад Иванишевић.

В.д. директора Туристичке организације Војводине, Јасмина Бељан Искрин учествовала је на догађају у оквиру првог панела под називом „Иновације у туризму: Трендови и прилике“, истакавши значај иновативних технологија у туризму и како је потреба за иновацијама виђена у стратешкој и планској документацији у Републици Србији. Такође је говорила о проблемима и потребама везано за увођење иновативних технологија у туристички сектор. На панелу су говорили др Ненад Иванишевић, покрајински секретар за привреду и туризам, проф. др. Срђан Милошевић, ванредни професор на Факултету организационих студија „Едука“, као и Бранислав Мамић, секретар Удружења услуга Привредне коморе Војводине, у улози модератора панела.

У другом панелу представили су се бројни стартапи који развијају решења у области туризма, као што су OTA SYNC, CARGO, PIRKE SOLAR, TECHME, PET TRAVEL ADVISOR, TSS TRAVEL AGENT, MAIIA CONCIERGE.

Сајам кампера у Руми

У Руми се од 24. до 27. априла одржао четврти по реду Сајам кампера, највећи догађај овог типа у Србији, који окупља љубитеље природе, путовања и активног одмора. На овогодишњем сајму под називом „Авантура на точковима", посетиоци су имали прилику да на једном месту открију свет кампер туризма – од најновијих модела кампера, опреме и додатака, до инспиративних предавања. Сајам се одржао на простору Етно кампа у Руми.
Камп туризам све више добија на значају и представља важан сегмент у унапређењу туристичке понуде Војводине, о чему је било речи и током сајамског програма, када је одржана и панел дискусија на тему: „Камперизам у Србији – развој, значај и потенцијал". В.д. директора Туристичке организације Војводине, Јасмина Бељан Искрин се у свом излагању осврнула на тренутно стање кампинга у Војводини, али и на могућности финансирања и даље подршке развоју ове гране туризма. На панелу су учествовали и промотери активног одмора и камперског начина живота, који су кроз своја лична искуства указали на значај развоја ове врсте туризма у Србији.

Етно камп се бави продајом и изнајмљивањем луксузних кампера, а својим приступом који комбинује удобност, сигурност и примену савремених технологија, активно доприноси развоју кампинг понуде у Србији. Кроз организацију сајма, Етно камп је потврдио своју улогу промотера активног одмора.

Посета француских ауторки Војводини

Према препоруци Туристичке организације Србије француске ауторке које пишу књигу на енглеском језику о регионалним кулинарским специјалитетима Србије боравиле су у Војводини у периоду од 24. априла до 4. маја. Наведена публикација има за циљ да представи богатство овдашње гастрономије међународној публици. Током августа прошле године, ауторке су обишле западну и јужну Србију, у јануару ове године централну Србију, а своје истраживање наставиле су у Војводини. У оквиру пројекта, покренуле су и тематски инстаграм налог: @burekbliss, на којем деле своја искуства и открића. Њихова прича је већ привукла пажњу домаћих медија (интервју за магазин *Journal Srbija*, www.journal.rs/lifestyle/gastro/burek-bliss-francuska-srbija-kuhinja/).

Туристичка организација Војводине је предложила целокупан итинерер који је реализован у сарадњи са локалним туристичким организацијама Зрењанина, Суботице, Сомбора, Новог Сада, Сремских Карловаца и Сремске Митровице. У свом десетодневном путовању ауторке су посетиле значајан број угоститељских објеката у којима су могле да посматрају процес припремања хране и да испробају типична јела и вина са овог подручја. Такође, искоришћена је прилика да се обиђу и значајни туристички локалитети у местима у којима су боравиле.

Манифестација „Tour De Fruška 2025"

Манифестација *Tour de Fruška* одржана је 24. и 25. маја 2025. године у Врднику, на простору комплекса Фрушке Терме, и потврдила је статус једног од најатрактивнијих спортских и туристичких догађаја у региону. Спортски део манифестације окупио је више од хиљаду такмичара, професионалаца и рекреативаца, који су се надметали на захтевним стазама Фрушке горе.

Програм манифестације био је подељен у три сегмента – спорт, туризам и привреду. У спортском делу одржани су МТБ маратон, Е-МТБ маратон, *trail* трке, дечија *trail* трка и

дечија бајк трка. Стазе кроз Фрушку гору пружиле су јединствен спој физичког изазова и природних лепота, што је додатно обогатило искуство учесника и посетилаца.

Tour de Fruška је и ове године послужила као важна платформа за промоцију туризма и локалне привреде. Туристичка организација Војводине, заједно са туристичким организацијама Руме, Сремске Митровице, Беочина и Ирига, представила је понуду региона с посебним акцентом на природне лепоте Фрушке горе, могућности за активан одмор, винске и културне туре, као и бројне летње манифестације. Посетиоци су имали прилику да се упознају са производима локалних произвођача, домаћом радиношћу, традиционалним укусима и аутентичним сувенирима.

Захваљујући квалитетној организацији, богатом програму и великом интересовању јавности, *Tour de Fruška* је још једном показала колико је Фрушка гора значајна као спортско-туристичка дестинација, али и као место сусрета људи, идеја и вредности које спајају здрав живот, културу и природу.

Београдски манифест

Туристичка организација Војводине представила је своју туристичку понуду на манифестацији Београдски манифест 2025, у периоду од 30. маја до 1. јуна на Калемегдану. Нагласак у промоцији је био на предстојећим манифестацијама и летњим дешавањима и садржајима за туристе и посетиоце. Ова манифестација из године у годину привлачи све већу пажњу медија и посетилаца.

Три дана манифестације обележили су зона "Адути Србије" са 30 општина из Србије, затим "Манифест базар" са 80 малих произвођача уникатних рукотворина, накита, сувенира и аутентичних производа. Потом "Калемегдан пикник зона" где су посетиоци могли да пробају разне кулинарске специјалитете и да се послуже домаћим винима у опуштеној атмосфери уз музички програм. И за најмлађе биле су дечије зоне "Машта може свашта" и "Коњи врани", где су деца могла да уживају у позоришним представама, разним радионицама, јахању коња и дружењу са кловновима, мађионичарима, жонглерима и костимираним цртаним јунацима.

Конференција „Инклузивни туризам као потенцијал за развој и инвестиције у подунавском региону"

У Моравским Топлицама, у Словенији, трећег јуна одржана је конференција о инклузивном туризму. Догађај је организован од стране Завода Искрива, у сарадњи са кључним регионалним и ЕУ партнерима. Конференција се ослања на активности неколико ЕУ пројеката, укључујући *IBC, CAST, Space4All, ICTr-CE* и *NONA*. Представници јавних институција, стручњаци, предузетници и ЕУ пројектни партнери из целог подунавског региона окупили су се са циљем да истраже на које начине инклузивни туризам може допринети регионалном развоју, оснаживању локалних заједница и унапређењу квалитета живота за све.

Први панел се бавио инвестицијама у туризму, у корист локалног становништва и посетилаца, други је био на тему како развијати и промовисати Подунавље као инклузивну дестинацију, док су у оквиру трећег панела представљене иновације и добре праксе у области инклузивног туризма.

Конференција је јасно показала да инклузивни туризам није само друштвена одговорност, већ и стратешка прилика за одрживи развој региона. Кроз размену знања и примере добре праксе учвршћена је заједничка посвећеност ка стварању приступачних дестинација које подједнако служе свим људима.

Представници Туристичке организације Војводине учествовали су на конференцију као део активности у пројекту *CAST* који се реализује са Заводом Искрива из Словеније.

Недеља Грашца

Од 7. до 14. јуна Србија је била регионални центар винске сцене захваљујући манифестацији *Недеља грашца*, која је у фокус ставила ову изузетну аутохтону сорту винове лозе, значајну за винарство Централне Европе.

Туристичка организација Војводине учествовала је на оба фестивала грашца – у Новом Саду 7. јуна на Петроварадинској тврђави и 14. јуна у Београду, у Конаку кнегиње Љубице. Презентација туристичке понуде Војводине, са посебним акцентом на вински туризам, привукла је пажњу посетилаца, који су показали значајно интересовање за винске путеве, манифестације и аутентична војвођанска вина.

Централни догађај – међународно оцењивање вина *GROW du Monde* – одржан је 12. јуна на Фрушкој гори, уз учешће реномираних винских судија из целог света. Манифестација је окупила винаре, професионалце из винске индустрије, угоститеље, медије и љубитеље вина. Посетиоци су уживали у дегустацијама, радионицама, панелима и мастеркласовима, док је више од 50 угоститељских објеката широм Србије током недеље нудило специјалне јеловнике, промотивне цене и вина од грашца. Проглашење резултата одржано је на фестивалу у Београду. На оба фестивала, Туристичка организација Војводине најавила је и догађај – Фрушкогорску винску шетњу, која ће се одржати 27. септембра 2025. године, и која већ сада изазива велико интересовање код винске публике и туриста из земље и региона.

Туристичка организација Војводине на манифестацији „Доживи Србију“

Испред ТЦ Рајићева у Београду, 14. јуна, Туристичка организација Србије је организовала промоцију летње туристичке кампање. На главном шеталишту, надомак Калемегдана, Туристичка организација Војводине представила је богату понуду АП Војводине за предстојећу летњу сезону, а посетиоци су имали прилику да се упознају са језерима, рекама и купалиштима широм Војводине, али и са планинарским стазама на Фрушкој Гори и бициклистичким стазама који воде уз Дунав.

Уз публикације на разним језицима, посетиоцима је пружена прилика и да разговарају са информаторима и тако се директно упознају са понудом. На манифестацији је учествовао и велики број локалних туристичких организација, туристичких организација појединих регија али и малих произвођача.

Европско првенство у стоном тенису за ветеране

У оквиру излагачког дела Европског првенства у стоном тенису за ветеране, које је одржано у периоду од 16. до 21. јуна на Новосадском сајму, Туристичка организација Војводине представила је богату и разноврсну туристичку понуду покрајине, у сарадњи са Туристичком организацијом Новог Сада.

Ово значајно спортско такмичење, окупило је преко 2.500 такмичара и велики број посетилаца из целе Европе. У такмичарском делу надметања, које се одвијало на чак 150 столова, такмичили су се ветерани у чак 11 старосних категорија, од 40 до преко 90 година.

Током трајања наведеног догађаја, посетиоци промотивног штанда су показали велико интересовање за активни одмор, викенд излете и културно наслеђе Војводине. Поред Туристичке организације Војводине и Новог Сада, туристичку понуду представиле су и туристичке организације Сремских Карловаца, Бачке Паланке, Сечња, Бача, УЗП „Тителски

брег". Посетиоци су имали прилику да уживају у гастрономској понуди, да се упознају са аутентичним рукотворинама и производима домаће радиности, чиме је додатно обогаћена атмосфера овог спортско-туристичког догађаја.

58. конгрес Американиста „ИЦА2025"

У Новом Саду је од 30. јуна до 4. јула 2025. године одржан 58. Међународни конгрес американиста (ИЦА2025), један од најпрестижнијих и најдуговечнијих светских научних скупова, којим је обележено и 150 година постојања Конгреса. Домаћин и главни организатор био је Универзитет у Новом Саду, а суорганизатори и подршка стигли су од бројних домаћих и међународних институција, укључујући и Туристичку организацију Војводине.

На конгресу је учествовало око 3.000 истраживача из 68 земаља света, који се баве изучавањем културе, историје, друштва и природне баштине Северне, Средње и Јужне Америке. Уз предавања и научне дискусије, посебан акценат је стављен и на промоцију културних, гастрономских и туристичких садржаја Војводине.

Туристичка организација Војводине учествовала је у организацији пратећих програма Конгреса, представљајући богатство туристичке понуде покрајине. За учеснике Конгреса приређен је свечани коктел на Тргу галерија, испред Галерије Матице српске, уз гастрономске специјалитете карактеристичне за Војводину, као и за Јужну Америку. Осим тога, организован је и излет током којег су учесници имали прилику да се упознају са најзначајнијим туристичким атракцијама, културним наслеђем и природним лепотама наше покрајине.

На овај начин, Војводина се представила као привлачна и разноврсна туристичка дестинација, оставивши снажан утисак на госте из целог света.

Форум континенталног туризма у Винковцима

Форум континенталног туризма је одржан у периоду од 17. до 18. септембра 2025. године у Винковцима, уочи Винковачких јесени и окупио је представнике јавног и приватног сектора, стручњаке и носиоце развоја туристичке понуде континенталних дестинација. Овогодишња тема *„Снага догађања у туризму"* ставила је посебан акценат на важност манифестација у обликовању туристичког идентитета и подстицању одрживог развоја дестинација. В.д. директора Туристичке организације Војводине, Јасмина Бељан Искрин, учествовала је на панелу *„Како догађања обликују идентитет дестинације"*, где је истакла значај манифестација у креирању аутентичног идентитета дестинације, али и њихову потенцијалну вредност за локалну заједницу и мале произвођаче. На панелу су учествовали и Лука Ликовић, Марија Борко и Ивана Матушан, делећи своја искуства и виђења у вези са улогом догађања у обликовању дестинацијског идентитета.

Учешћем на Форуму континенталног туризма, Туристичка организација Војводине наставља да развија сарадњу са партнерима из региона и промовише примере добре праксе, са циљем унапређења одрживе и аутентичне туристичке понуде Војводине.

15. туристички форум Србије

У периоду од 24. до 26. септембра 2025. године, на Златибору је одржан 15. Туристички форум Србије, у организацији Туристичке организације Србије. Форум је послужио као платформа за размену искустава, представљање иновација и дискусију о

савременим изазовима у туризму, са посебним фокусом на одрживи развој, дигитализацију и унапређење туристичке понуде.

Током трајања Форума, учесници су имали прилику да присуствују едукативним предавањима и панел дискусијама:

- „Сарадња јавног и приватног сектора у туризму: Како градити креативну синергију за успех дестинације?"
- „Игра(ј) за човечанство EXPO 2027"
- „АИ у туризму: од хајпа до праксе"

Поред едукативног дела, учесницима је пружена прилика да истраже туристичке знаменитости Златибора и околине, укључујући Стопића пећину, водопад Гостиље, као и Голд гондолу Златибор, што је додатно обогатило искуство учесника и омогућило размену практичних искустава у туризму.

Конгрес „Гастрономски туризам Војводине" одржан у Врднику

У организацији Ресурсног центра Фрушкогорско-дунавског региона, у просторијама *Gourmet Centra* у Врднику, одржан је конгрес *„Gourmet Connect: Гастрономски туризам Војводине"*, посвећен истраживању и промоцији богате гастрономске баштине Војводине – регије познате по разноврсној кухињи, аутентичним укусима и гостопримству.

Конгрес је окупио стручњаке и представнике научне и стручне јавности из области гастрономије, туризма и угоститељства, са циљем да размене идеје, искуства и иновације које доприносе развоју гастрономског туризма. Један од кључних фокуса био је повезивање традиционалног и модерног приступа гастрономији, као и проналажење начина да се одговори на савремене захтеве туриста кроз аутентична, одржива и доживљајно богата искуства.

У оквиру панела „Гастрономски туризам АПВ: изазови и прилике", говорили су др Срђан Милошевић, доктор наука из области туризма, Јасмина Бељан Искрин, в.д. директора Туристичке организације Војводине, др Ивана Мишковић, доктор наука из области туризма и власница руралног домаћинства „Кривац" у Сремским Карловцима и проф. др Владимир Марковић, редовни професор на Департману за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а Универзитета у Новом Саду и туристички водич.

Учесници су истакли да гастрономија у Војводини превазилази оквире кулинарства – она постаје мост између културе, природе и заједнице. Аутентични укуси, локални састојци, креативност и одрживост представљају основу будућег развоја туризма у овом региону, док гастрономске манифестације имају важну улогу у очувању традиције и промоцији војвођанског идентитета.

Конгрес је још једном показао да гастрономија није само питање укуса, већ и начин да се исприча прича о Војводини – њеним људима, наслеђу и вредностима које повезују различите културе у јединствено искуство.

"Mice Business Day" У Будимпешти

Туристичка организација Војводине је учествовала на догађају под називом "*MICE Business Day*" у Будимпешти, одржаном 22. октобра 2025. године, који је окупио више од 100 домаћих и међународних излагача и преко 800 учесника из области конгресног туризма. Током дана реализовано је више од 1000 Б2Б састанака, а посетиоци су имали прилику да се упознају са најновијим трендовима у МИЦЕ индустрији, посете професионалне панеле и уживају у изванредним гастрономским доживљајима.

Током састанака са представницима међународних туроператора и компанија, АП Војводина је представљена као атрактивна дестинација за подстицајна и тематска путовања, конгресни туризам, тим билдинге, као и за гастрономске и винске туре. Показано је значајно интересовање за организацију програма за мање групе, индивидуалне госте и дужа путовања. Догађај је пружио прилику да се туристичка понуда Војводине представи релевантним међународним партнерима и размене искуства у области МИЦЕ туризма.

Чварак фест – Каћ

Гастрономска манифестација посвећена традиционалном гурманском специјалитету-чварку, „Чварак фест" одржана је у суботу, 25.10.2025. године на вашаришту у Каћу. Реч је о традиционалној гастрономско-туристичкој манифестацији која се одржава 16. пут, и где је поред пржења чварака организован културно уметнички програм у коме су учествовали КУД „Свети Сава и КУД „Мокрањац" из Каћа, као и бројна завичајна удружења. Манифестацију је отворио Александар Софић, покрајински секретар за регионални развој, међурегионалну сарадњу и локалну самоуправу. На манифестацији је учествовало 30 екипа и 70 излагача који су своје производе и услуге представили гостима.

Догађај је привукао више од 7000 посетилаца. Туристичка организација Војводине је на овом догађају представила туристичку понуду Војводине. Организатор догађаја је удружење грађана „Кату" из Каћа.

Годишњи састанак Удружења неурохирурга Србије

Туристичка организација Војводине учествовала је на 11. годишњем састанку Удружења неурохирурга Србије, одржаном 24. и 25. октобра 2025. године у хотелу "*Sheraton*" у Новом Саду. Скуп окупио је истакнуте стручњаке из земље и света, представнике неурохируршких клиника, међународних асоцијација и експерте из области права и етике у медицини.

Током конгреса, Туристичка организација Војводине представила је учесницима богату и разноврсну туристичку понуду покрајине, са посебним нагласком на могућности за конгресни, културни и здравствени туризам.

Међународни симпозијум *"Sultans Trail: Close Encounters of East and West"*

Дводневни међународни симпозијум *„Sultans Trail: Close Encounters of East and West"*, одржан 14. и 15. новембра на Филозофском факултету Универзитета у Нишу, окупио је стручњаке из Србије и иностранства који се баве културним, историјским и туристичким аспектима руте *Султанс Трејл*. Симпозијум је пружио увид у богату историју, разноврсне културе и развојне потенцијале овог међународног пешачког пута, са посебним нагласком на одрживи туризам и концепт „slow tourism".

Током првог дана одржана су предавања посвећена историјским путевима, културном наслеђу и праксама у региону, док је други дан био фокусиран на активне и планиране руте, изазове у њиховој промоцији и могућности за даљу сарадњу.

Представници Туристичке организације Војводине присуствовали су симпозијуму, што је омогућило упознавање са најновијим истраживањима, иновативним приступима развоју културних рута и размену искустава са стручњацима из земље и иностранства.

Скуп је завршен дискусијама о значају сарадње, промоције и даљег унапређења рута које повезују историјске, културне и природне вредности, с посебним нагласком на одрживе моделе туризма.

Осми регионални пословни форум у Новом Саду

У Привредној комори Војводине одржан је 8. Регионални пословни форум, који је постао значајна платформа за сусрет привредника, институција и међународних партнера. Форум се одржао 20–21. новембра, у организацији АП Војводине и Скупштине европских региона (AEP), у сарадњи са Привредном комором Војводине, а овогодишњи партнер је Привредна комора Истанбула.

На отварању су потписани споразуми о сарадњи између Привредне коморе Војводине и више институција региона, који представљају важан корак ка будућим инвестицијама, развоју пословних веза и унапређењу међурегионалне сарадње.

У оквиру Форума одржане су три стручне панел-дискусије, међу којима и панел на тему „Дунав као туристичка целина и туристички бренд", којим је модерирао Бранислав Мамић, директор Сектора услуга у Привредној комори Војводине. Учесници панела били су: покрајински секретар за привреду и туризам, др Ненад Иванишевић, руководилац сектора за развој и промоцију туризма Туристичке организације Војводине, др Сандра Полексић, и генерални директор Етно кампа, Ненад Андрић.

Током разговора, учесници су се сложили да Дунав представља један од највећих туристичких потенцијала у региону, али и комплексну целину која захтева јединствен приступ, континуиране инвестиције, умрежавање и јасно позиционирање на тржишту.

Студијска посета Новом Пазару

Туристичка организација Војводине је у периоду од 22. до 23. децембра, организовала студијску посету Новом Пазару са циљем размене искустава и сагледавања могућности сарадње између туристичких организација и привредних субјеката. У посети су учествовали и представници локалних туристичких организација из Војводине и то: Новог Сада, Сремских Карловаца, Сомбора, Сремске Митровице, Нове Црње и Беочина.

Програм посете обухватио је састанке са представницима локалне привреде, као и разговоре у Градској кући, током којих су отворене теме развоја туризма, повезивања дестинација и заједничког наступа на туристичком тржишту.

Учесници су имали прилику да се упознају са богатим културно-историјским наслеђем Новог Пазара и околине. Том приликом реализована је посета Цркви Светих апостола Петра и Павла, манастирима Сопоћани и Ђурђеви Ступови, музеју „РАС", као и Новопазарској бањи. Организована је и градска тура, током које су представљени најзначајнији локалитети и савремени садржаји града.

Радна посета Новом Пазару протекла је у конструктивној атмосфери и представља допринос даљем повезивању туристичких актера и размени искустава у циљу унапређења туристичке понуде.

Конференције за медије у Туристичко-инфорамтивном центру Туристичке организације Војводине

Туристичка организација Војводине пружа могућност бесплатне промоције и презентације свим заинтересованим странама у туризму у виду подршке у организацији конференција за медије, а које се одржавају у Туристичко-информативном центру. Током 2025. године одржане су следеће прес-конференције: Конференција за медије и радни састанак „Промоција Ковинске регате" најава конгреса „Гастрономске манифестације Балкана 2025", најава манифестације „Хедонизам са камена", најава манифестације

„Великогоспојински дани – Госпојина 2025“ у Новом Бечеју, најава манифестације „Дани лудаје 2025“, најава манифестације „Дан града Бачка Топола“ и „Коњичке зобнатичке игре“, најава манифестације „Дани европске баштине – Дани Бача 2025“, најава манифестације „Дан младог португизера“.

2.3.3. Специјални догађаји

2.3.3.1. ПРОМОЦИЈА ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ ВОЈВОДИНЕ У ТЕМИШВАРУ

Туристичка понуда Војводине представљена је у оквиру дводневне промоције туристичке привреде Србије у Темишвару. Догађај је реализован 8. и 9. маја, а у организацији Туристичке организације Вршац, у сарадњи са Туристичком организацијом Војводине, Туристичком организацијом Србије, Конзулатом Републике Србије у Темишвару и Савезом Срба у Румунији. На догађају су учествовале 23 туристичке организације Србије, као и бројни привредни субјекти.

Први дан догађаја је био резервисан за пословни сегмент, који је обухватио конференцију за медије, као и састанке са представницима туристичке привреде Румуније. Промоција за ширу публику, одржана је деветог маја, на Тргу Победе у Темишвару. Поред представљања туристичких садржаја Србије, организован је богат културно-уметнички програм, где су наступали бројни фолклорни ансамбли и музички извођачи из различитих крајеве Србије, који су публици приказали разноликост традиције, обичаја и народних игара. Туристичка организација Војводине представила је туристичку понуду покрајине путем штампаних промотивних материјала на румунском језику. Посебно интересовање посетилаца изазвале су теме везане за културу и природне атракције. Кроз непосредан контакт са посетиоцима, пружене су корисне информације и конкретни предлози за одмор у Војводини. Захваљујући богатој и разноврсној понуди, Војводина је препозната као атрактивна дестинација за туристе из Румуније, како за краћи викенд одмор, тако и за дуже боравке. Овакви догађаји доприносе јачању туристичке сарадње и промоцији прекограничног туризма, а директан дијалог са потенцијалним посетиоцима показао се као важан корак ка бољој видљивости Војводине на регионалном тржишту.

2.3.3.2. ФРУШКОГОРСКА ВИНСКА ШЕТЊА „FRUŠKA WALK & WINE 2025“

Туристичка организација Војводине је по трећи пут организовала манифестацију „Фрушкогорска винска шетња – Fruška Walk & Wine 2025“, одржану 27. септембра 2025. године у Сремским Карловцима окупивши око 300 учесника. Шетња је осмишљена као спој активног туризма на отвореном и винског туризма, пружајући посетиоцима прилику да уживају у природним лепотама Фрушке горе, док истовремено откривају богатство винске традиције и културне баштине Сремских Карловаца. На кружној рути дужине 7,1 километар, учесници су обишли шест дегустационих тачака на којима је било представљено деветнаест фрушкогорских винарија. Велико интересовање показало је да је овај концепт нашао своје место на туристичкој мапи региона. Карте су биле распродате, а групе од по педесет учесника полазиле су на сваких сат времена, почев од 11 часова.

Догађај је обухватио комплетну припрему и реализацију шетње, укључујући поставку пунктова за дегустацију вина и гастрономских специјалитета, као и музички програм на сваком пункту. Почетни пункт у Туристичком инфо-центру Туристичке организације Сремских Карловаца служио је као улазна зона, уз организовани базар за мале произвођаче и

винску продавницу. Дуж целе трасе постављено је шест додатних пунктова, који су били опремљени за дегустацију вина и хране, а према потребама обезбеђена је и техничка опрема, озвучење, расвета, мобилни агрегати, хемијски тоалети, продужни каблови и остала потребна инфраструктура.

Организација догађаја обухватила је и припрему свих промотивних материјала и брендирање (пагоде, пултови, обележивачи, заставе, флајери, чаше, ранац, капе, кишне кабанице и лепезе са штампом), ангажовање водича, хостеса, као и едукацију и обуку особља, кампању на друштвеним мрежама.

Цео догађај омогућио је посетиоцима потпуно искуство инспиративне шетње кроз винограде, дегустацију локалних вина и производа, као и уживање у културно-уметничком програму, уз потпуно обезбеђену инфраструктуру, логистику и промоцију.

Догађај су организовали Туристичка организација Војводине у сарадњи са Удружењем произвођача грожђа и вина са ознаком географског порекла „Срем – Фрушка гора“, уз подршку Општине Сремски Карловци и Туристичке организације Сремских Карловаца.

2.3.3.3. ЗЛАТНИ КОТЛИЋ ВОЈВОДИНЕ 2025

Гастрономска манифестација „Златни котлић Војводине“ одржана је 21.09.2025. године на Старом језеру у Кикинди. Реч је о традиционалној гастрономско-туристичкој манифестацији, а посетиоци су на једном месту могли да осете богатство укуса, кроз креативност коју су представили такмичари. На догађају су се такмичиле екипе које су претходно победиле у општинском – локалном кувању рибље чорбе – рибљег паприкаша.

У категорији рибља чорба учешће је узело 14 такмичара а победник је Горан Рељић из Житишта, други је био Габријел Царина из Јанковог Моста, а Саша Цвикић из Башаида трећи. Када је у питању рибљи паприкаш учествовало је 14 такмичара, а најбољи паприкаш је скувао Миливој Миливојевић из Шајкаша, други је био Влада Ловрић из Апатина а трећи Перица Чолак из Башаида. Најбољи у обе категорије су добили вредне награде.

Туристичка организација Војводине је суорганизатор догађаја док је овогодишњи организатор Удружење грађана „Банатски кулинари“, уз подршку Туристичке организације града Кикинде, и Града Кикинде.

2.3.4. Сарадња са Националном туристичком организацијом Србије

Сарадња са Националном туристичком организацијом Србије огледала се у заједничким наступима на догађајима, кроз учествовање у горепоменутим промотивним кампањама и наступима на сајмовима у земљи и иностранству.

2.3.5. Годишњи скупови локалних туристичких организација (лто), представника туристичке привреде и медија

Годишњи скуп туристичке привреде Војводине, у организацији Туристичке организације Војводине, одржан је 29. децембра у Галерији Матице српске, а присутнима су се обратили др Ненад Иванишевић, покрајински секретар за привреду и туризам, Марија Лабовић, в.д. директора Туристичке организације Србије и Јасмина Бељан Искрин, в. д.

директора Туристичке организације Војводине. Том приликом, представљене су кључне активности и резултати остварени током 2025. године у области промоције и развоја туризма у Србији и Војводини.

Фокус Туристичке организације Војводине је био на унапређењу видљивости дестинације, јачање сарадње са партнерима и стварање основе за даљи одрживи развој туризма у Војводини, кроз израду новог бренда, промоцију на сајмовима у земљи и иностранству, теренски рад, као и кроз реализацију пројеката финансираних од стране Европске уније. У наредном периоду, Туристичка организација Војводине наставиће са интензивним промотивним активностима на домаћем и иностраном тржишту, уз посебан фокус на дигиталне канале, развој тематских туристичких производа и културни туризам, са циљем даљег позиционирања Војводине као аутентичне и конкурентне туристичке дестинације.

2.3.6. Теренски увид у стање туризма на локалном нивоу

У оквиру активности на терену Туристичка организација Војводине је започела обилазак општина и градова с циљем свеобухватног сагледавања стања у туризму на територији АП Војводине. Током 2025. године посећене су следеће општине: Ковачица, Апатин, Зрењанин, Бачка Топола, Рума, Бечеј и Ириг.

Пред сам обилазак, представници локалних туристичких организација попуњавају анкетни упитник који омогућава прикупљање података о смештајним и пратећим капацитетима, туристичкој инфраструктури, програмима и планираним активностима. Поред тога, бележе се информације о постојећој туристичкој понуди, степену развијености туристичких ресурса, као и о изазовима са којима се суочавају на терену. Циљ овог процеса је систематизација података и лакше уочавање заједничких тема, потенцијала и проблема који утичу на развој туризма на локалном нивоу.

Поред тога, тежи се успостављању боље комуникације и сарадње са локалним туристичким актерима, као и креирање основа за будуће мере подршке и унапређења туристичке понуде.

2.4. ЕДУКАТИВНО-ИСТРАЖИВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

2.4.1. Ситуациона анализа за потребе маркетинг плана АП Војводине

У сврху израде Анализе тренутног стања маркетинга туризму АП Војводине, а ради прикупљања примарних података, Туристичка организација Војводине је у току 2025. године реализовала истраживања, и то:

- Примарно истраживање у виду анкетног истраживања домаћих и страних туриста на бази 200 испитаника у циљу утврђивања профила домаћих и страних туриста, мотивације, извора инспирације за долазака у АП Војводину, као и перцепције имиџа и бренда АП Војводине као туристичке дестинације.
- Интервју и анкетно истраживање са циљем сагледавања улоге Туристичке организације Војводине у маркетинг систему АП Војводине.
- Фокус групе и анкетно истраживање са локалним туристичким организацијама у циљу разумевања улоге и позиције локалних дестинација и локалних носилаца маркетинг система туризма.
- Радионице с локалним туристичким организацијама и хотелијерима (са циљем истраживања архитектуре бренда АП Војводине).
- Анкетно истраживање перцепције бренда с људима који нису никад посетили Војводину.

Поред наведеног ситуационом анализом обухваћена је и анализа секундарних података базираних на извештајима релевантних институција попут Светског савета за путовања и туризам (енгл. *World Travel & Tourism Council*), Светске туристичке организације Уједињених нација (енгл. *United Nation World Tourism Organization*), Републичког завода за статистику, Министарства туризма и омладине и сл. Такође, анализа је обухватила и посебну категорију података утврђену на бази анализе перформанси наступа на интернету (укључујући веб-сајтове, друштвене мреже и друге дигиталне алате који су тренутно у употреби носилаца туристичке промоције Војводине), као и бенчмарк анализу модела маркетинга и брендирања сличних туристичких регија.

2.5. ПРОЈЕКТИ ФИНАНСИРАНИ ИЗ ФОНДОВА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

Туристичка организација Војводине је у фебруару 2025.године аплицирала са два пројекта у оквиру позива „*Interreg IPA Croatia-Serbia*“ и то:

1. **AIpromTOUR** – 01.02.2026. – 31.01.2028. – *AI as boost for CBS tourism destination*, број HR-RS00306, акроним AIpromTOUR, који се финансира средствима из INTERREG IPA Croatia-Serbia. Туристичка организација Војводине је водећи партнер.
2. **Wine Heritage** – 01.03.2026. – 29.02.2028. *Wine Heritage culture: Sustainable tourism developmentacross borders*, број HR-RS00281, акроним Wine Heritage, који се финансира средствима из INTERREG IPA Croatia-Serbia. Туристичка организација Војводине је пројектни партнер.

Оба пројекта су одобрена у октобру 2025.године, након чега је рађена оптимизација. Пројекти ће бити реализовани у 2026. години.

2.5.1. Пројекат *CAST* - Култура мења заједнице и економије (*Culture Transforming Communities and Economies*) - DRP0301401

Пројекат *CAST – Култура мења заједнице и економије* (ориг: *Culture trAnSforming communiTies and economies*) окупља партнере из 11 земаља Подунавског региона с циљем да искористе културно наслеђе као покретач друштвене инклузије и економског развоја у оквиру зелене транзиције. У оквиру пројекта развиће се модел који ће подржати локалне заједнице у осмишљавању инклузивних културних активности и одрживих туристичких производа, а кроз 11 пилот акција у различитим окружењима тестираће се његова применљивост. Посебан фокус је на обуци и изградњи капацитета локалних актера, као и на интеграцији модела у развојне политике и проналажењу финансијских канала за његову одрживост. Пројекат је почео 1. априла 2025. и трајаће до 31. марта 2028. године, укупне вредности 2.761.660 €, од чега је 80% суфинансирано из Интерег Дунавског регионалног програма.

Почетни састанак партнера пројекта *CAST*, одржан је 4. и 5. јуна 2025. године у Вишњој Гори (Словенија). Догађај је окупио партнере из 11 европских земаља са циљем повезивања и заједничког рада на јачању културног идентитета и одрживог туризма. Партнери су имали прилику да се упознају кроз интерактивне радионице и представе своје пилот-пројекте у оквиру тзв. "*speed dating*" формата, чиме је подстакнута међусобна сарадња и размена искустава. Учесници су, осим радног дела, обишли и неколико примера добре праксе – едукативну кошницу, пчеларско домаћинство Рогељ, као и туристичко село Пристава, што је додатно допринело разумевању локалних потенцијала за развој одрживог туризма.

Током 2025. године Туристичка организација је заједно са пројектним партнерима активно учетвовала у имплементацији свих пројектних активности, креирању комуникацијског плана, промоцији пројекта путем вебсајта, друштевних мрежа и догађаја. Такође, реализована је и Академија за изградњу капацитета – платформа за учење, дијалог и инспирацију, кроз коју су представљени примери добре праксе из области: очувања и активације културног наслеђа, локалног економског развоја, инклузивног дизајна и приступачности, и јачања улоге културе у заједници.

Учешћем на овом пројекту, Туристичка организација Војводине активно доприноси међународној сарадњи у области туризма и културе, са циљем развоја иновативних и одрживих приступа у промоцији локалних идентитета.

3. ОЧЕКИВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Реализацијом свих наведених активности Туристичке организације Војводине очекују се следећи резултати:

- Унапређена промоција туристичке понуде Војводине, кроз редовно ажурирање и допуну постојећих брошура, њихово превођење на стране језике и широку дистрибуцију путем инфо центара, сајмова, конференција и партнерских институција.

- Повећана препознатљивост Војводине на домаћем и иностраном туристичком тржишту, захваљујући организацији тематских догађаја као што су „Фрушкогорска винска шетња“ и „Војвођанске вечери“, који привлаче пажњу посетилаца и медија.

- Раст броја долазака и ноћења туриста, као последица континуиране промоције дестинације, са директним позитивним утицајем на локалну економију.

- Јачање институционалне препознатљивости Туристичке организације Војводине као централног субјекта у промоцији и развоју туризма у покрајини.

- Боља искоришћеност дигиталних алата и платформи за промоцију Војводине, укључујући унапређење присуства на интернету и друштвеним мрежама.

- Ојачана међурегионална и прекогранична сарадња са туристичким институцијама и организацијама из земље и иностранства, што доприноси размени знања, заједничким пројектима и већем обиму туристичких кретања.

- Подршка одрживом туризму и локалним заједницама, кроз промовисање аутентичних искустава, очување природног и културног наслеђа, и укључивање локалног становништва у развој туристичке понуде.

Коначни циљ свих активности јесте даљи развој туризма у АП Војводини кроз повећање видљивости, атрактивности и економске исплативости дестинације, уз очување идентитета и ресурса који је чине јединственом.

4. ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

4.1. Дозначена финансијска средства

Средства из којих се финансира рад Туристичке организације Војводине обезбеђују се из буџета АП Војводине, донација, спонзорства и других извора у складу са Законом.

Укупно планирани и дозначени износ финансијских средстава Туристичкој организацији Војводине у 2025. години је **77.367.884,02** динара од којих су:

Извори финансирања	**Дозначени износ финансијских средстава у РСД**
Дозначена финансијска средства из буџета	
Финансијска средства дозначена из буџета АП Војводине за редовно пословање Туристичке организације Војводине	75.000.000,00
Неутрошена буџетска средства из 2024. године	117.884,02
Финансијска средства дозначена из буџета АП Војводине од Покрајинског секретаријата за образовање, прописе, управу и националне мањине – националне заједнице	250.000,00
Приходи из буџета за предфинансирање пројекта CAST – Culture transforming communiTies and economies (DRP0301401)	2.000.000,00
Укупно дозначена финансијска средства:	**77.367.884,02**

Дозначена финансијска средства из буџета

- Покрајинском скупштинском одлуком о буџету АП Војводине за 2025. годину, у оквиру раздела Покрајинског секретаријата за привреду и туризам, опредељена су новчана средства у износу од 75.000.000,00 динара за реализацију програмских активности Туристичке организације Војводине;
- 117.884,02 динара су пренета неутрошена средства из 2024. године;
- 250.000,00 динара су добијена новчана средства од Покрајинског секретаријата за образовање, прописе, управу и националне мањине - националне заједнице на основу уговора о додели новчаних средстава за штампање двојезичких и вишејезичних образаца и публикација;
- 2.000.000,00 динара су добијена новчана средства за предфинансирање пројекта CAST – Culture transforming communiTies and economies (DRP0301401)

4.2. Остварени приходи и извршени расходи по Завршном рачуну за 2025. годину

Од укупно дозначених финансијских средстава Туристичкој организацији Војводине у 2025. години у билансу успеха исказани су укупни приходи у износу 73.494.465,03 динара а укупни расходи 71.400.004,05 динара. Из овога следи да вишак прихода из редовног пословања над расходима износи 2.094.460,99 динара. Наведена средства односно нето добит биће распоређени у 2026. години на основу члана 19. Покрајинске скупштинске одлуке о буџету Аутономне покрајине Војводине за 2026. годину.

Туристичка организација Војводине саставља финансијске извештаје по обрачунском принципу у складу са Законом о рачуноводству („Службени гласник РС“, бр. 73/2019 и 44/2021 -др. закон), Правилником о начину признавања, вредновања, презентације и обелодањивања позиција у појединачним финансијским извештајима микро и других правних лица („Службени гласник РС“, бр. 89/2020), Правилником о Контном оквиру и садржини рачуна у Контном оквиру за друга правна лица („Службени гласник РС“, бр. 89/2020) и Правилником о рачуноводству бр. 1319 од 27.11.2025.године и Правилником о рачуноводственим политикама Туристичке организације Војводине бр. 1320 од 27.11.2025.године.

У складу са Законом о рачуноводству, потпун сет финансијских извештаја Туристичке организације Војводине за 2025. годину обухвата биланс стања за друга правна лица и одговарајући биланс успеха, обзиром да је Туристичка организација Војводине класификована као друго правно лице и разврстана као микро правно лице.

Финансијски извештаји су приказани у формату прописаном Правилником о садржини и форми образаца финансијских извештаја и садржини и форми обрасца статистичког извештаја за привредна друштва, задруге и предузетнике (“Сл. гласник РС”, бр. 89/2020).

Чланом 40. Правилника о начину признавања, вредновања, презентације и обелодањивања позиција у појединачним финансијским извештајима микро и других правних лица („Сл. Гласник РС“, бр. 89/2020), дефинисано је да се приходи од државних давања признају на систематској основи у Билансу успеха током периода у којима пословни субјект признаје као расход повезане трошкове које треба покрити из тих давања. Признавање државних давања у Билансу успеха врши се у сагласности са рачуноводственим начелом узрочности прихода и расхода из члана 4. став 1. тачка 9) овог правилника.

Редован годишњи финансијски извештај Туристичке организације Војводине за 2025. годину, усвојио је Управни одбор Туристичке организације Војводине на 5. седници, дана 29.06.2026. године и Надзорни одбор Туристичке организације Војводине на 2. седници, дана 26.06.2026. године.

У наставку је дат преглед Биланса стања и Биланса успеха за 2025. годину.



Биланс стања 2025.

БИЛАНС СТАЊА		
Рачуни	ПОЗИЦИЈА	Текућа година (износ у 000 динара)
	АКТИВА	
	А – СТАЛНА ИМОВИНА	**1.499**
01	I- НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	284
02	II- НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА И ОПРЕМА	1.215
	Б – ОБРТНА ИМОВИНА	**8.114**
КЛАСА 1	I- ЗАЛИХЕ	2.821
22	III- ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	87
24	V- ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТ И ГОТОВИНА	5.206
	В - УКУПНА АКТИВА	**9.613**
	А- УЛОЗИ	**2.641**
34	IV- НЕРАСПОРЕЂЕН ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА	2.641
35	V- ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА	
49(део)	В – ДУГОРОЧНИ ОДЛОЖЕНИ ПРИХОДИ И ПРИМЉЕНЕ ДОНАЦИЈЕ	**4.214**
	Д- КРАТКОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	**2.758**
43	III – ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	2.758
49	VII- КРАТКОРОЧНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	
	Е- УКУПНА ПАСИВА	**9.613**

Биланс успеха 2025.

БИЛАНС УСПЕХА		
Рачуни	ПОЗИЦИЈА	Текућа година (износ у 000 динара)
	А – ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ	**73.493**
64	IV – ПРИХОДИ ОД ДОНАЦИЈА, ДОТАЦИЈА, СУБВЕНЦИЈА И СЛИЧНО	73.493
	Б – ПОСЛОВНИ РАСХОДИ	**70.923**
51	II – ТРОШКОВИ МАТЕРИЈАЛА И ЕНЕРГИЈЕ	479
52	III – ТРОШКОВИ ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	26.040
53	IV – ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	39.477
54	V – ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	895
55осим 557	VIII – НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	4.032
	В – ПОСЛОВНИ ДОБИТАК	**2.570**
66	**Д– ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ**	
662 и 663	III - ПОЗИТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ	
56	**Ђ – ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ**	**24**
562	II – РАСХОДИ КАМАТА	
563,564 и 566	III – НЕГАТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ И РАСХОДИ	24

	Ж – ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА	**24**
67 и 68, осим 683 и 685	**Ј – ОСТАЛИ ПРИХОДИ**	**1**
57,58 осим 583,585	**К – ОСТАЛИ РАСХОДИ**	
	Л – УКУПНИ ПРИХОДИ	**73.494**
	Љ – УКУПНИ РАСХОДИ	**70.947**
	М - ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	**2.547**
	Н - ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	
69-59	**Њ – ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПО ОСНОВУ ЕФЕКАТА ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКИ ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА**	
59-69	**О. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПО ОСНОВУ ЕФЕКАТА ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКИ ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА**	**453**
	П - ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	**2.094**
	Т - НЕТО ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА	**2.094**

4.3. Преглед дозначених и утрошених финансијских средстава

У наредној табели исказана су дозначена и утрошена финансијска средстава намењена за редовно пословање Туристичке организације Војводине у 2025. години.

Конто	Врста расхода-трошка	Дозначена новчана средства која се финансирају из буџета	Утрошена финансијска средства
1	2	3	4
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	50.000,00	49.285,69
512	Трошкови горива и енергије	400.000,00	381.057,29
513	Трошкови резервних делова	20.000,00	1.500,00
514	Трошкови једнократног отписа алата и ивентара	99.114,00	99.114,00
520	Трошкови зарада и накнада зарада (бруто)	20.101.238,41	19.019.065,51
521	Трошкови пореза и доприноса на терет послодавца	3.045.337,65	2.894.989,44
522	Трошкови накнада по уговорима о делу	600.000,00	600.000,00
526	Накнаде члановима Управног и Надзорног одбора	1.680.000,00	1.677.985,42
529	Остала лична примања	1.902.034,00	1.847.631,51

531	Трошкови транспортних услуга	1.212.632,66	1.152.499,37
532	Трошкови услуга одржавања	434.500,00	401.230,27
533	Трошкови закупнине	1.300.000,00	1.294.916,83
534	Трошкови сајмова	22.552.302,86	22.447.556,77
535	Трошкови рекламе и пропаганде	9.432.551,22	9.135.481,42
536	Трошкови истраживања	1.200.000,00	1.198.000,00
537	Трошкови развоја	3.353.616,00	3.353.616,00
539	Трошкови осталих услуга	2.929.557,22	2.829.322,48
550	Трошкови непроизводних услуга	2.964.000,00	2.630.505,36
551	Трошкови репрезентације	1.200.000,00	823.729,11
552	Трошкови осигурања	150.000,00	113.752,95
553	Трошкови платног промета	200.000,00	198.951,42
554	Трошкови чланарина	6.000,00	6.000,00
555	Трошкови пореза	100.000,00	71.358,50
559	Остали нематеријални трошкови	435.000,00	330.225,44
495	Одложени приходи и остале донације	2.000.000,00	2.000.000,00
УКУПНИ РАСХОДИ И УЛАГАЊА		**77.367.884,02**	**74.557.774,78**

Средства су распоређена за следећу намену:

511 Трошкови осталог материјала (режијског) – средства у износу од 49.285,69 динара утрошена су за набавку канцеларијског и осталог режијског материјала

512 Трошкови горива и енергије – средства у износу од 381.057,29 динара утрошена су за набавку горива за службени аутомобил и трошкове електричне енергије за инфо центар.

513 Трошкови резервних делова - средства у износу од 1.500,00 динара утрошена су за набавку резервног дела за службени аутомобил и компјутерску опрему.

514 Трошкови једнократног отписа алата и инвентара - средства у износу од 99.114,00 динара утрошена су за набавку ситног ивентара.

520 Трошкови зарада и накнада зарада (бруто) - средства су утрошена у износу од 19.019.065,51 динара (нето зарада са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање – бруто 1). Средства за зараде и друга примања запослених планирана су у складу са Фискалном стратегијом за 2025. годину са пројекцијама за 2026. и 2027. годину, Законом о буџетском систему, Законом о буџету Републике Србије за 2025. годину, Законом о јавним предузећима, Законом о раду, Правилником о унутрашњој организацији и систематизацији радних места ТОВ као и другим важећим актима.

521 Трошкови пореза и доприноса на терет послодавца - средства су утрошена у износу од 2.894.989,44 динара.

522 Трошкови накнада по уговорима о делу - средства су утрошена у износу од 600.000,00 динара на основу Конкурса „Најбоље из Војводине".

526 Трошкови накнада члановима органа управљања и надзора- средства у износу од 1.677.985,42 динара утрошена су за исплату накнада председнику и члановима Управног и Надзорног одбора.

529 Остали лични расходи и накнаде – средства у износу од 1.847.631,51 динара утрошена су за исплату трошкова запосленима на службеном путу у земљи и иностранству,

трошкове коришћења сопственог возила у службене сврхе, трошкова за долазак и одлазак са рада, поклона деци запослених, солидарних помоћи, јубиларних награда и других примања запосленима која ће се исплаћивати у складу са Законом о раду.

531 Трошкови транспортних услуга - средства у износу од 1.152.499,37 динара утрошена су за плаћање трошкова доставе пошиљки, трошкова фиксних и мобилних телефона, трошкова интернета,трошкови паркинг места за службени аутомобил и остали транспортни трошкови.

532 Трошкови услуга одржавања - средства у износу од 401.230,27 динара утрошена су за одржавање рачунарске опреме, апарата за воду, службеног аутомобила и др.

533 Трошкови закупнине - средства у износу од 1.294.916,83 динара утрошена су за плаћање трошкова закупа пословног простора ТОВ-а.

534 Трошкови сајмова - средства у износу од 22.447.556,77 динара утрошена су за трошкове сајмова који обухватају трошкове закупа сајамског и изложбеног простора, специјалне догађаје на сајмовима и манифестацијама, трошкови опремања и уређивања штандова и све пропратне трошкове везане за сајмове.

535 Трошкови рекламе и пропаганде - средства у износу од 9.135.481,42 динара утрошена су за финансирање издавачких делатности и огласних средстава, штампане и електронске новине, унапређење интернет презентације, промоција путем друштвених мрежа, медијско праћење новинара, колатерални рекламни материјал, билборд кампања, израда визуала за потребе наступа, промо филмова, ПР кампања у земљи и иностранству, радио кампања, откуп фотографија и сл.

536 Трошкови истраживања – средства у износу 1.198.000,00 динара утрошена су за плаћање услуга истраживања тржишта туризма у Војводини и израде Оперативног маркетинг плана

537 Трошкови развоја - средства у износу 3.353.616,00 динара утрошена су за су за креирање новог бренда Туристичке организације Војводине.

539 Трошкови осталих услуга - средства у износу од 2.829.322,48 динара утрошена су за трошкове који настају у вези са услугама заштите на раду, комуналним услугама, путарине, трошкови коришћења ауто-пута, долазак и боравак новинара и запослених на сајмовима и специјалним догађајима и сл.

550 Трошкови непроизводних услуга - средства у износу од 2.630.505,36 динара утрошена су за трошкове ангажовања екстерних ревизора за контролу финансијских извештаја, за трошкове ангажовања адвоката, за плаћање трошкова ангажовања књиговодствене агенције за вођење пословних књига и састављање финансијских извештаја, котизација за семинаре,услуге чишћења, услуге превођења, лиценце за компјутере, лекарски преглед запослених, организација догађаја, радионице и едукације и сл.

551 Трошкови репрезентације - средства у износу од 823.729,11 динара утрошена су за плаћање услуга ресторана, трошкова набавке хране, пића и других средстава за промоцију. Планирана средства за репрезентацију обухватају и трошкове у вези са наступа на сајмовима и организовање манифестација, а све у сврху обављања делатности ТОВ-а.

552 Трошкови осигурања - средства у износу од 113.752,95 динара утрошена су за плаћање премија осигурања за службени аутомобил као и осигурање објеката и осигурање запослених на службеним путовањима и сл.

553 Трошкови платног промета - средства у износу од 198.951,42 динара утрошена су за плаћање трошкова провизије и осталих банкарских услуга.

554 Трошкови чланарина – средства у износу 6.000,00 динара утрошена су за плаћање услуга чланарина за чланство у међународним и домаћим организацијама у туризму.

555 Трошкови пореза - средства у износу од 71.358,50 динара утрошена су за плаћање пореза на истицање фирме у пословном простору и друге порезе.

559 Остали нематеријални трошкови - средства у износу од 330.225,44 динара утрошена су за плаћање стручне литературе за запослене, регистрацију службеног возила, разне таксе, ИСБН бројеве и сл.

495 Одложени приходи и примљене донације - средства у износу од 2.000.000,00 динара пребачена су на наменски рачун за предфинансирање пројекта CAST – Culture transforming communiTies and economies (DRP0301401).

4.3.1 Неутрошена буџетска новчана средства

Неутрошена буџетска новчана средства из 2025. године у износу од 2.810.109,24 динара, састоје се од:

- 2.568.561,39 динара, које је Туристичка организација Војводине вратила у буџет АПВ у јануару 2026. године;
- 122.117,36 динара, за које је Туристичка организација Војводине добила Сагласност за пренос неутрошених буџетских средстава из 2025. године у наредну 2026. годину од Покрајинског секретаријата за привреду и туризам;
- 119.430,49 динара које је Туристичка организација Војводине вратила у буџет АПВ на основу нето добити из 2024. године.