

## NTO CG i TOS dobili nagradu za najbolji marketing na sajmu u Peking

[Zurück](#)



Danas je u Peking u Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore i Turističkoj organizaciji Srbije na sajmu turizma "COTTM 2013" uručena "CTW" nagrada za Najbolji marketing. "CTW" nagrada (Chinese Tourists Welcoming Award) se dodjeljuje za dostignuća u turističkoj promociji na tržištu NR Kine u kategorijama: inovacija proizvoda, internet/mediji, kvalitet usluge, najbolji marketing i opšti uspjeh. Tom prilikom održana je i prezentacija turističke ponude dvije zemlje na kojoj su govorili Emil Kukalj, menadžer u NTOCG, Aneta Uskokovic, menadžer u TOS-u kao i marketing partneri iz NR Kine koji su prisutne upoznali sa prirodnim i antropogenim vrijednostima našeg podneblja.

„COTTM“ je kineska *business to business (B2B)* turistička berza, koja je ove godine okupila veliki broj izlagača iz preko 60 zemalja svijeta. Održava se u periodu od 9. do 11. aprila, a do kraja sajma organizatori očekuju posjetu od preko 3 000 kineskih specijalizovanih kupaca iz oblasti turizma. Berzu posjećuje i veliki broj medijskih kuća.

Trendovi u međunarodnim kretanjima, aktivnosti konkurencije kao i preporuke Evropske komisije za putovanja (ETC) sugerišu zajedničke nastupe zemalja koje su geografski bliske za udaljena tržišta.

Na štandu NTOCG i TOS svoju ponudu su predstavili i agencija „R Tours“ i Turisticka organizacija Budve koji su imali brojne sastanke sa kineskim partnerima.

Potrošnja kineskih turista za putovanja u inostranstvo u 2012. godini je iznosila 102 milijarde dolara što ih stavlja na prvo mjesto po potrošnji u svijetu. NR Kina je jedno od najbrže rastućih tržišta zahvaljujući visokom stepenu urbanizacije, većem raspolozivom dohotku kao i određenim olakšicama kada su u pitanju putovanja u inostranstvo. Kineski turisti su tokom 2012. godine ostvarili 83 miliona odlazaka u inostranstvo dok je taj broj u 2000. godine iznosio 10 miliona.

Sa ovakvim rastom NR Kina je postala najveći potrosać u međunarodnom turizmu. Imajuci u vidu podatke o potrošnji kao i navikama kineskih turista, ovo tržište predstavlja značajan potencijal za dalji razvoj turizma u Crnoj Gori, naročito u periodu smanjenog turističkog prometa, tj. vanezone.