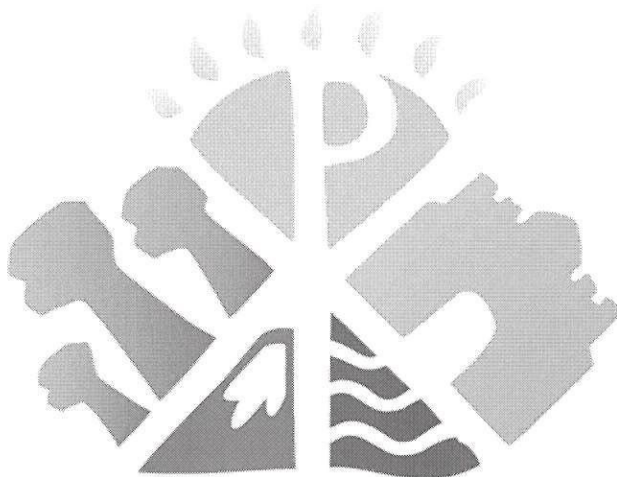


ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА НИШ



ГОДИШЊИ ПРОГРАМ РАДА СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ ЗА 2026. ГОДИНУ

**НИШ
ДЕЦЕМБАР, 2025.**

Садржај

1.	УВОД	3
2.	СЕКТОР ЗА РАЗВОЈ И ПРОМОЦИЈУ ТУРИЗМА	5
2.1.	Стратешка документа за развој туризма	5
2.2.	Маркетиншке активности и промоција Града Ниша	6
2.2.1.	Промотивне активности и израда туристичких публикација:	6
2.2.2.	Промоција на сајмовима туризма и другим тематским догађајима у земљи и иностранству	7
2.3	Развој туристичког производа.....	9
2.3.1	Развој туристичког производа и креирање тематских туристичких програма и њихово брендирање:.....	9
2.3.2	Организација догађаја	9
2.3.3	Подршка у организацији догађаја од значаја за туризам:	10
2.3.4	Учешће у пројектима и активностима	10
2.3.5	Едукације запослених у туризму	11
3	СЕКТОР ЗА РАЗВОЈ И ПРОМОЦИЈУ ТУРИСТИЧКОГ ЛОКАЛИТЕТА НИШКА ТВРЂАВА	12
3.1.	Уређење и одржавање простора	13
3.2.	Промоција и маркетинг	13
3.2.1.	Туристичка понуда и програми	13
3.2.2.	Културни и јавни догађаји.....	14
3.3.	Сарадња и управљање	14
4.	КОНГРЕСНИ БИРО	15
4.1.	Међународно позиционирање и умрежавање	15
4.2.	Учешће на међународним конгресним сајмовима.....	15
4.3.	Планирање и развој.....	16
4.4.	Промоција и партнерства	16
4.5.	Дигитална промотивна кампања „Niš – Smart Choice for Smart Events“	17

4.6.	Подршка догађајима и сарадња са туристичком привредом	18
4.7.	Подршка спортским догађајима и развоју <i>outdoor</i> понуде као дела <i>MICE</i> стратегије	18
4.8.	Едукација	19
4.9.	Туристичка регија Јужна и Југоисточна Србија.....	19
4.10.	Панорамско разгледање града.....	19
5.	ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ ЗА 2026. ГОДИНУ	21

1. УВОД

Са око 250.000 становника, Ниш је трећи по величини град у Србији — један од најразвијенијих урбаних центара у земљи и важан индустријски и туристички центар од националног значаја.

Географски гледано, Ниш се налази на раскршћу главних балканских и европских путева који су још од давнина служили као кључне саобраћајнице за кретање људи, робе и војски. У време Римског и Византијског царства то је била *Via Militaris*; током Османског царства позната као Цариградски друм; а данас представља један од најважнијих европских транспортних коридора који пролази кроз Балкан.

Овај стратешки положај је разлог што се Ниш често назива „вратима између Истока и Запада“ – местом сусрета западне и источне цивилизације, које сваком посетиоцу пружа јединствено културно искуство и снажан утисак.

Приликом промоције Ниша као туристичке дестинације, нагласак се ставља на његово богато културно и историјско наслеђе, истичући га као један од најстаријих градова у Европи — место где посетиоци могу да истраже векове историје кроз бројне споменике, знаменитости и археолошке локалитете.

Поред културно-историјских садржаја, Ниш се профилисао и као дестинација препознатљива по развијеном гастро туризму. Традиционална јела југа Србије, вина и ракије из нишког окружења, као и савремени угоститељски трендови, бројни фестивали и гастро догађаји позиционирају град као препознатљиву гастро-тачку региона.

Фестивали и догађаји – од Нишвила и Филмских сусрета до бројних мањих музичких и уметничких манифестација – додатно обогаћују доживљај боравка у дестинацији, нудећи туристима комбинацију културе, забаве и дружења.

У комбинацији са приступачним ценама смештаја и широком понудом хотела, хостела и апартмана, Ниш има све предуслове да се развија као конкурентна туристичка дестинација у региону.

Град Ниш представља значајан туристички центар у Србији и од изузетне је важности континуирано радити на развоју и унапређењу туризма Ниша.

Туристичка организација Ниш, реализовањем својих програмских активности, у сарадњи са туристичком привредом, позитивно утиче на кретање туристичког промета у Граду Нишу у 2025. години.

Према подацима Републичког завода за статистику у граду Нишу у октобру 2025. године остварен је раст укупног туристичког промета.

Подаци показују да је у октобру 2025. године у Нишу боравило укупно 14514 туриста, што је за 6.7% више у односу на октобар претходне године, од чега је домаћих било 7770 туриста што је за 15.7% више у односу на 2024. год, а иностраних 6744, односно 2% мање. Уколико посматрамо категорију остварених ноћења можемо видети да су остварени резултати у нивоу прошлогодишњих са 30158 ноћења, од чега су домаћи туристи остварили 16033 ноћења, или 2.8% мање у односу на 2024. год, а инострани 14125 ноћења што је за 5.7% мање.

Према подацима, у периоду јануар – октобар 2025. године у Нишу је боравило укупно 132265 туриста, што је за 1.2% мање у односу на исти период претходне године, од чега је домаћих било 54042 (0.7% мање у односу на 2024. год), а иностраних 78223 што је пад од 1.5%.

У периоду јануар – октобар 2025. године остварено је укупно 277047 ноћења, што је за 6.2% мање у односу на исти период 2024. године, од чега су домаћи туристи остварили 121210 ноћења што је за 16.8% мање у односу на претходну годину, а инострани 155837 односно за 4.2%.

Према земљи порекла, као и претходних година највећи број туриста долази из Бугарске, Грчке, Румуније, Немачке и Турске.

Туристичка организација Ниш, као установа чије су основне делатности израда програма развоја и унапређења туризма Ниша и околине и његова промоција на другим тржиштима, и током 2026. године бавиће се непрекидним развијањем дестинацијског бренда, стављајући акценат на развој разноврсних туристичких атрактивности, што омогућава да се туристима приближе различити видови туризма које Град Ниш са околином нуди.

Програм рада Туристичке организације Ниш за 2026. годину ће бити усмерен на низ активности у циљу развоја и промоције туризма на територији Града Ниша.

У оквиру организованог информисања туриста послују следећи инфо центри:

1. Туристичка организација Ниш/Легат Бранке Ђорђевић, Ул. Наде Томић 13, 18000 Ниш
2. Туристички информативни центар Тврђава, ул. Тврђава бб, 18000 Ниш
3. Туристички информативни центар Трг краља Милана, ул. Трг краља Милана бб, 18000 Ниш,
4. Туристички информативни пулт Аеродром Константин Велики Ниш, Ул Ваздухопловаца 24, 18000 Ниш.

2. СЕКТОР ЗА РАЗВОЈ И ПРОМОЦИЈУ ТУРИЗМА

Током 2026. године кључни задаци сектора за развој и промоцију ТОН-а односиће се на повећање видљивости града Ниша као туристичке дестинације, предузимање активности које утичу на обогаћивање туристичке понуде, развој туризма кроз сарадњу са институцијама града, пружање информација туристима кроз рад ТИЦ-а и бесплатан промо материјал, праћење трендова у туризму и прилагођавање туристичке понуде потребама туриста, као и промоција и очување културно – природне баштине.

2.1. Стратешка документа за развој туризма

Имплементирање стратегије развоја туризма Града Ниша која је саставни део документа о развоју града до 2027. године.

- Анализа тренутног стања,
- Стратешки закључци и перспектива развоја,
- Стратешки оквир (визија, мисија, позиционирање, кључни производи, кључна тржишта),
- Разрада стратегије – акциони план,
- Програми конкурентности,
- Смернице маркетинга,
- Смернице дигиталног туризма,
- Производи и инфраструктура,
- Акциони план имплементације

Током године ТОН ће учествовати на најважнијим сајмовима у земљи и иностранству, што је од велике важности за промоцију туристичке понуде града Ниша, унапређења брэнда града као дестинације, повезивање са партнерима и привлачење туриста.

Сектор ће пратити податке о туристичком промету Републичког завода за статистику, анализу смештајних капацитета Министарства туризма и омладине и Градске управе за комуналне делатности, послове инспекције и комуналне милиције - Сектора за инспекцијске послове, Одсека туристичке инспекције града Ниша, анализу броја путника и броја летова од стране Аеродрома Константин Велики Ниш као подацима од важности приликом креирања туристичког садржаја и израде промотивних кампања.

2.2. Маркетиншке активности и промоција Града Ниша

Маркетиншке активности и промоција Града Ниша као туристичке дестинације током 2026. године биће:

- Директна промоција: путем издавачке делатности, учешћем на сајмовима, туристичким берзама и другим тематским догађајима у земљи и иностранству, повезивањем са иностраним туроператерима.
- Сарадња са штампаним и ТВ медијима: промоција туристичког потенцијала у сарадњи са продукцијским кућама које снимају и емитују телевизијске емисије о туризму у Србији; Оглашавање и рекламирање у тематским магазинима и у дневним новинама;
- Дигитална промоција: промоција путем друштвених мрежа и израда нове базе фотографија, видео садржаји и текстови у ту сврху, креирање посебних кампања према сегментима туристичке понуде, пре свега културни туризам, гастро туризам, туризам догађаја, активан одмор, рурални туризам, кратки градски одмори, MICE и друге видове, а у складу са циљном групом, промоција на туристичким порталима и блоговима, унапређење постојеће интернет презентације и припрема за израду апликација са QR кодовима, израда newsletter-а као инструмента директне комуникације и промоције ТОН-а а ради информисања јавности, медија, партнера и туриста о активностима, догађајима и актуелном календару догађаја, пројектима и новостима из области туризма.
- Видео презентација: Израда новог видео материјала о Нишу у сврху online промоције и презентације на сајмовима и другим тематским догађајима;
- Организација и учешће у промо турама у Граду Нишу (FAM TRIP) за новинаре, туроператере, домаће и иностране блогере, инфлуесере и иностране делегације ради представљања Ниша као туристичке дестинације и то кроз промоцију културно историјских локалитета, гастрономску понуду, манифестације током године, природне лепоте околине Ниша, здравственог туризма, руралног туризма, MICE и свега осталог што чини Ниш идеалном дестинацијом кратких градских одмора.

2.2.1. Промотивне активности и израда туристичких публикација:

- Анализа постојеће базе фотографија и допуна базе новим фотографијама
- Израда нових видео материјала о граду
- Креирање нових промотивних спотова о граду
- Израда туристичких публикација и другог промотивног материјала

Публиковање новог и редизајн постојећег туристичко-пропагандног материјала у сврху презентације културно-историјских, природних и других туристичких ресурса Града Ниша:

- Општа брошура о Нишу, са нагласком на најзначајније културне и природне атракције и доживљаје које Град Ниш може да пружи туристима на српском и енглеском

- Флајери (Ниш – Историјско наслеђе града на раскршћу, српски и енглески, Ниш – Нетакнути предели, мир и адреналин, српски и енглески, Ниш – Гастрономски водич – Мерак на тањиру, Манастири и цркве, Археолошко налазиште Медијана, Нишка тврђава – Симбол града, српски и енглески и други тематски)

- МІСЕ каталога (измењено и допуњено издање каталога који је намењен организаторима конгреса, семинара и догађаја у Нишу кроз који се представљају сви расположиви смештајни капацитети и локалитети у граду)

- Мапе града

- Гастро туристички водич

- Брошура „Нишка карта пића“

- Књига о Тврђави

- Књига о Нишу

- Израда новог промотивног материјала:

- израда промотивних пакета Града Ниша (фасцикле, рекламне кесе, планери и др.);

- израда нових сувенира – магнета, шоља, мајице, кишобрана и сличних производа;

- израда промо - пулта и back wall-a.

- Израда плана за допуну постојеће сигнализације на територији Града Ниша и околине, ради олакшања кретања туриста, спортиста и реализације такмичења на територији Града Ниша.

2.2.2. Промоција на сајмовима туризма и другим тематским догађајима у земљи и иностранству

Промоција на сајмовима у земљи:

1. 47. Међународни сајам туризма, спорта и наутике у **Београду**, 19 - 22. фебруар 2026. год;
2. 17. Међународни сајам туризма и сеоског туризма **Крагујевац**, новембар 2026;
3. 57. Међународни сајам туризма **Нови Сад**, новембар 2026.

Промоција на сајмовима у иностранству:

1. Међународни сајам туризма у Турској – **ЕМІТТ Истанбул**, 05. - 07. фебруар 2026. године;

2. Међународни сајам туризма у Републици Српској, **Бања Лука**, 27. фебруар - 1. март 2026. год;
3. Међународни сајам туризма у Бугарској – **Holiday&Spa expo, Софија**, 12. – 14. фебруар 2026;
4. Међународни сајам туризма у Немачкој - **ITB, Берлин**, 03. – 05. март 2026;
5. 21. Међународни сајам културног туризма у Бугарској – **Велико Трново**, октобар 2026;
6. Међународни сајам туризма у Великој Британији - **WTM, Лондон**, 03-05. новембар 2026;
7. Међународни сајам туризма у Грчкој - **Philoxenia – Hotelia, Солун**, 11. – 15. новембар 2026.

Промоција на тематским манифестацијама и специјалним догађајима у земљи и иностранству:

1. Промотивна кампања у градовима Србије током године : у циљу промоције културно – историјског наслеђа Града Ниша и туристичких садржаја у граду, Туристичка организација Ниш ће одржати промоције под актуелним слоганом „Доживи Ниш“ у Београду, Новом Саду и већим градовима Србије као што су Крагујевац, Нови Пазар, Зајечар, Сокобања, Вршац и други. Акценат промоције биће на богатом културно-историјско наслеђу, активном одмору у околини, нишкој гастрономији и мераку - Нишко вече, као промоција одмора у Нишкој Бањи. Промоције ће бити одржане на главним трговима, или испред информативних центара локалних туристичких организација градова домаћина, а истовремено је планирано и одржавање конференција за представнике медија.
2. Представљање туристичке понуде и потенцијала Града Ниша и околине у региону и шире у сарадњи са Туристичком организацијом Србије, Регионалном привредном комором Србије, Туристичком организацијом Војводине, Туристичком организацијом Београда пратећи њихов план и програм, кроз заједничко учешће на сајмовима туризма, организацијом студијских посета новинара и туроператера и путем организованих промотивних кампања на трговима и туристички атрактивним локацијама, на следећим тржиштима: Грчка, Северна Македонија, Босна и Херцеговина, Албанија, Румунија, Мађарска, Хрватска, Словенија, Аустрија, Словачка, Немачка, Турска, Кина и друга емитивна тржишта.
3. Представљање града Ниша као туристичке дестинације и дестинације која има међународни аеродром на сајмовима туризма и другим тематским манифестацијама али и у оквиру промотивних кампања на трговима и туристички атрактивним локацијама на оним тржиштима са којима је град Ниш повезан авио линијама Аеродрома Константин Велики Ниш.
4. Туристички форум 2026. (Туристичка организације Србије);
5. Изложба сувенира и туристичких публикација, Лесковац, новембар 2026;
6. Међународни фестивал туристичких публикација „Кофер слова“, Крушевац децембар 2026.

2.3 Развој туристичког производа

Развој туристичког производа подразумева процес креирања, унапређивања и промоције туристичке понуде засноване на природним, културним, историјским и друштвеним ресурсима дестинације. У оквиру проширења туристичке понуде планира се унапређење сарадње са локалним партнерима и увођење нових садржаја, што обухвата спајање различитих елемената – атракција, услуга, инфраструктуре и активности – у јединствену целину која туристима пружа препознатљиво и аутентично искуство.

2.3.1 Развој туристичког производа и креирање тематских туристичких програма и њихово брендирање:

- Културни туризам:
 - Панорамски обилазак града и најзначајнијих културно-историјских знаменитости;
 - Креирање тематских рута обиласка града за туристе и грађане - III века Нишке тврђаве, путевима цара Константина – Антички Ниш, Османлијски Ниш, Неиспричане нишке приче и др.
- Ено – гастро туризам:
 - Креирање и промоција гастро, винских, пивских и ракијских тура и догађаја;
 - Креирање обједињеног производа нишких винарија, пивара и дестилерија.
- Авантуристички програми:
 - Team building програми, Церјанска пећина, параглајдинг и сл;
- Рурални туризам:
 - умрежавање актера руралног туризма ради стварања јединственог производа и доживљаја кроз очување традиције. Град Ниш може бити пример како се савремени туризам одрживо развија у складу са природом, наслеђем и вредностима локалне заједнице.
 - едукација из области руралног туризма: представљање савремених пракси и трендова у развоју руралног туризма, уз размену искустава која могу допринети одрживом и конкурентном позиционирању дестинација.

2.3.2 Организација догађаја

Туристичка организација Ниш учествује у организацији догађаја у граду који имају за циљ промоцију различитих сегмената туристичке понуде а имају туристички потенцијал и значај. На тај начин нуди различите садржаје и посетиоцима промовише Ниш.

1. 26. Међународни сајам туризма, 26. - 28. март 2026. године;
2. Позориште на отвореном - **Нишка тврђава – путовање кроз векове**
3. Фестивал пријатељских градова, јун 2026;
4. Дани туризма у Нишу, септембар 2026 године – вишедневни догађај који обухвата Конференцију и студијску посету за носиоце туристичке делатности у Србији и региону;

5. Светски дан туризма, септембар 2026;
6. Дечији туристички фестивал, септембар 2026;
7. Новогодишњи дани у Нишу, децембар 2026;
8. „Све очи упрте у Нишу“ – такмичење у фотографији.

2.3.3 Подршка у организацији догађаја од значаја за туризам:

Подржавајући догађаје доприносимо промоцији дестинације, повећању видљивости града и јачању његовог имица као туристичког центра. Кроз организацију и подршку различитим манифестацијама, подстиче се и долазак посетилаца, продужава боравак туриста и повећава локална потрошња. Догађаји такође доприносе умрежавању локалних субјеката, промоцији културне, гастрономске и природне понуде, као и активирању локалне заједнице. На тај начин, они представљају важан алат у развоју туризма и одрживог локалног развоја.

1. Светски дан туристичких водича, 21. фебруар 2026.
2. 13. Међународни гастро - туристички фестивал, УТП Ниш – Зоран Мирашевић, мај 2026;
3. „ХеДоНиш“, једнодневни фестивал вина, ракије и деликатеса, мај 2026.
4. Градска слава Свети цар Константин и царица Јелена, Ниш јун 2026.;
5. Међународни римски фестивал Константин Велики, Нишка тврђава, јун 2026.
6. Евергрин фестивал, 24.-27. јун 2026.
7. Дани бурека, јул 2026.
8. Сајам вина и гастрономије Barrique Wine&Fine, август 2026
9. Нишки ноћни маркет;
10. Агро сајам Зен – Зелена енергија Ниша;
11. Витешки фестивал „Заштитници Тврђаве“, септембар 2026;
12. Етно сусрети у Нишкој Бањи, септембар 2026;
13. Business run 2026 - септембар 2026.
14. Фестивал вина и традиције – Дани сићевачке бербе, септембар 2026;
15. Зимски салон вина и ракије, новембар 2026.;
16. Олдтајмер фест;
17. Други догађаја од значаја за развој и промоцију туризма.

2.3.4 Учесће у пројектима и активностима

- Програм развоја туризма града Ниша са акционим планом;
- Дигитализација културне баштине града Ниша у циљу туристичке промоције;
- Унапређење туристичке сигнализације града Ниша;
- Туристички панорамски воз/аутобус;
- Пројекат „Pet Friendly“;
- Пројекат „Културни трг у Нишу“
- Биоскоп на отвореном

- Унапређење манифестационе опреме

2.3.5 Едукације запослених у туризму

Планиране активности Сектора за развој и промоцију за 2026. годину представљају свеобухватан и стратешки усмерен оквир за унапређење туристичке понуде, јачање видљивости града и позиционирање Ниша као значајне дестинације у националним и међународним оквирима. Кроз доследну примену стратешких докумената, интензивне маркетиншке активности, развој иновативних туристичких производа и организацију бројних манифестација, Ниш ће наставити да гради препознатљив бренд и да привлачи све већи број домаћих и страних посетилаца. У том смислу Туристичка организација Ниш планира организацију едукација на актуелне теме из области туризма.

Сарадња са институцијама, туристичким субјектима, медијима и партнерима у земљи и иностранству биће кључна у остваривању постављених циљева. Развој тематских програма, дигитализација туристичке понуде, унапређење промотивних материјала и инфраструктуре, као и подршка догађајима од значаја за туризам допринеће стварању јединственог и аутентичног туристичког доживљаја.

Све предвиђене активности усмерене су ка одрживом развоју туризма, јачању конкурентности града и подизању квалитета боравка посетилаца. На тај начин, Ниш ће у 2026. години наставити да се позиционира као динамична, атрактивна и савремена туристичка дестинација која негује своју културну и природну баштину и стреми даљем развоју.

3 СЕКТОР ЗА РАЗВОЈ И ПРОМОЦИЈУ ТУРИСТИЧКОГ ЛОКАЛИТЕТА НИШКА ТВРЂАВА

Ниш и његова околина представљају праву ризницу културног наслеђа Србије и Европе, са траговима људске цивилизације који се протежу од праисторије до савременог доба. Простор данашњег Ниша испуњен је сведочанствима различитих историјских епоха, што га чини градом богатог културног слоја и јединственом туристичком дестинацијом у 21. веку.

За становнике Ниша, бројни споменици културе нису само историјски артефакти, већ живи сведоци сјаја и моћи које је град поседовао током векова. Реконструкција најзначајнијих урбаних и архитектонских целина, као и њихово међусобно повезивање, омогућавају боље разумевање развоја града и откривају велики потенцијал наслеђа које Ниш поседује. Ипак, многа археолошка налазишта још увек нису истражена, а она која јесу, често нису довољно заштићена или презентована јавности на одговарајући начин.

Нишка тврђава, смештена у самом срцу града, на десној обали Нишаве, већ скоро две хиљаде година доминира градским пејзажом. Савремена, османлијска тврђава, која данас представља један од симбола Ниша, подигнута је на темељима старијих античких и средњовековних утврђења. Простире се на површини већој од 20 хектара и обухвата бројне објекте, археолошка налазишта и споменике од изузетног значаја за националну културу и историју.

Поред тога што је најпосећенији туристички локалитет у Нишу, Тврђава је и зелена оаза у самом центру града — место где се сусрећу историја, природа и свакодневни живот. Она је омиљено шеталиште и место одмора за Нишлије, али и полазна тачка за бројне културне манифестације.

Међутим, да би овај споменик био адекватно очуван и ревитализован, потребна су значајна улагања у његову заштиту и инфраструктуру. Како је Нишка тврђава препозната као споменик од изузетног значаја од стране Републичког завода за заштиту споменика културе, њена рестаурација мора бити један од приоритета града. Очувањем њене аутентичности, не само да се чува историја, већ се и осигурава културна будућност за генерације које долазе.

Да би се у потпуности сагледала вредност наслеђа и друштвени развој Ниша кроз векове, неопходна је боља координација између институција које се брину о заштити и

промоцији културних добара. Тиме се бави „Сектор за развој и промоцију туристичког локалитета Нишка тврђава“.

Задатак овог сектора биће да, кроз сарадњу јавних и приватних институција, развије професионалан и савремен приступ презентацији Тврђаве. На тај начин, Ниш ће још снажније истакнути свој културни идентитет и постати пример успешног споја наслеђа, туризма и савремене урбане културе.

Сектор за развој и промоцију туристичког локалитета Нишка тврђава наставља са активностима усмереним на очување, унапређење и промоцију једног од најзначајнијих културно-историјских споменика Републике Србије. Циљ активности у 2025. години јесте јачање културног идентитета града, унапређење туристичке понуде и успостављање савременог модела управљања овим комплексом.

3.1. Уређење и одржавање простора

- Координација активности текућег инвестиционог одржавања (уређење зелених површина, постављање урбаног мобилијара, редовно чишћење и осветљење простора);
- Сарадња са надлежним јавним предузећима ради побољшања инфраструктуре и безбедности посетилаца;
- Иницирање мањих конзерваторских интервенција на објектима унутар комплекса.

3.2. Промоција и маркетинг

- Израда и одржавање званичних страница Нишке тврђаве на друштвеним мрежама (Facebook, Instagram);
- Припрема и дистрибуција промотивних материјала (брошуре, мапе, информативни панели и летци);
- Учешће на конференцијама и сајмовима у земљи и иностранству, који су везани за развој, очување и промоцију културног наслеђа;
- Развој дигиталних платформи за виртуелни обилазак Тврђаве;
- Сарадња са медијима и инфлуенсерима у циљу јачања видљивости локалитета.

3.2.1. Туристичка понуда и програми

- Увођење тематских и иновативних туристичких програма и тура кроз простор Тврђаве;
- Сарадња са туристичким водичима и локалним агенцијама ради стандардизације услуга;
- Развој едукативних програма за ученике и студенте.

3.2.2. Културни и јавни догађаји

- Координација са установама културе у креирању годишњег календара догађаја;
- Подршка реализацији изложби, фестивала, концерата и радионица на простору Тврђаве;
- Презентација и медијска промоција свих активности и садржаја који се одвијају унутар комплекса.

3.3. Сарадња и управљање

- Јачање сарадње између градских институција, приватног сектора и невладиних организација;
- Учешће у националним и међународним пројектима који доприносе ревитализацији културног наслеђа;
- Развој дугорочне стратегије управљања и одрживог развоја локалитета Нишка тврђава.

Све активности предвиђене овим планом имају за циљ да Нишка тврђава постане још снажнији симбол града и регионални центар културе и туризма, уз очување њеног аутентичног историјског карактера и стварање нових вредности за грађане и посетиоце.

4. КОНГРЕСНИ БИРО

Конгресни биро Туристичке организације Ниш има значајну улогу у позиционирању града као значајне MICE дестинације у југоисточној Европи. Као део шире стратегије развоја пословног туризма и урбане трансформације Ниша, Биро делује као координатор између јавног и приватног сектора, пружајући подршку организаторима догађаја и промовишући град као атрактивну локацију за међународне конференције, конгресе, корпоративне скупове и сајмове.

У 2026. години, активности Конгресног бироа биће усмерене на јачање међународне препознатљивости Ниша, развој дигиталних алата за промоцију MICE понуде, унапређење сарадње са партнерима и организаторима догађаја, те активно учешће у глобалним мрежама и сајмовима. Посебан акценат биће стављен на одрживост, иновације и професионализацију локалних капацитета у складу са савременим трендовима у MICE индустрији.

4.1. Међународно позиционирање и умрежавање

- **Чланство у ICCA (International Congress and Convention Association)** Град Ниш је 2025. године аплицирао и добио чланство у Међународној конгресној асоцијацији, те је циљ да се и у наредној години то чланство продужи. Чланством у овој асоцијацији Ниш је стекао приступ глобалној мрежи стручњака, организатора и дестинација из области конгресне индустрије. Кроз ову платформу град може да прати кандидатуре за одржавање међународних скупова, да прати конкурентске трендове и користи доступне алате за истраживање тржишта. Активно учешће на ICCA форумима и едукацијама допринеће бољем разумевању глобалних стандарда и примени иновативних пракси у Нишу. У 2026. години планирана су учешћа на годишњем ICCA састанку региона Централна Европа коме ТОН припада и годишњем ICCA конгресу. Према принципима пословања ICCA-е, чланство за наредну годину обнавља се у текућој.

4.2. Учешће на међународним конгресним сајмовима

- **Conventa 2026 и 2027 (Љубљана)** – регионални сајам конгресне индустрије на којем се окупљају дестинације из средње и југоисточне Европе. Присуство Конгресног бироа града Ниша омогућава директне састанке са професионалним организаторима догађаја, јачање сарадње са DMC и PCO агенцијама, те промоцију конгресних капацитета града. Букирање штанда за 2027. годину у првој половини 2026., омогућиће ниже трошкове учешћа и дужи временски период промовисања дестинације од стране организатора.
- **IBTM World 2026 (Барселона)** – један од водећих светских догађаја у области MICE туризма. Учешће омогућава пласман Ниша на глобалну мапу пословних дестинација и повезивање са међународним асоцијацијама које бирају локације за своје годишње скупове.

4.3. Планирање и развој

- Израда **Акционог плана за развој конгресног туризма Ниша (2026 – 2028)** – Акциони план треба да дефинише стратешке правце развоја MICE сектора, укључујући идентификацију приоритетних тржишта, унапређење инфраструктуре, јачање едукације и промоције, те увођење одрживих стандарда у организацију догађаја. Документ ће бити израђен у сарадњи са стручњацима из земље или иностранства, уз подршку локалних институција и привредних субјеката.
- Израда **MICE апликације** за Ниш – дигитална апликација која би објединила све релевантне информације о конгресним капацитетима, смештајним могућностима, техничкој подршци, ресторанима, пратећим услугама и пружаоцима услуга. Циљ је да организатори догађаја имају једноставан и ефикасан алат за планирање догађаја у Нишу, што би допринело видљивости и професионализацији дестинације.
- Успостављање базе података конгресних капацитета и догађаја, која би садржала ажуриране информације о просторима, капацитетима, техничкој опреми и одржаним догађајима. Овај алат ће служити као основ за статистичку анализу, извештавање и планирање будућих промотивних активности.

4.4. Промоција и партнерства

- Организација студијских посета за организаторе догађаја – планирано је организовање инспекцијских тура за домаће и стране организаторе догађаја, DMC (дестинацијске менаџмент компаније) и PCO (професионални организатори конгреса) агенције. Циљ је да се кроз директно искуство представе конгресни простори, хотели, историјско – културна и гастрономска понуда Ниша, као и да се организују састанци са турстичком привредом. Такве посете представљају један од најучинковитијих начина промоције дестинације у MICE сектору.
- Организација **конференције** посвећене MICE индустрији у оквиру **26. Међународног сајма туризма у Нишу**, 2026. године – Конгресни биро ће организовати и координисати конференцију која окупља стручњаке, институције и организаторе из Србије и региона, са циљем размене искустава и промоције добре праксе. Догађај ће допринети видљивости Ниша као центра за стручне скупове и подстаћи умрежавање локалних актера.
- Израда пропагандног материјала и специјализованих пословних поклона, уређење веб стране посвећене MICE индустрији у Нишу, израда roll up-a и wall-a.
- У току 2026. године планирано је активно учешће на пројектима који доприносе промоцији Ниша као иновативне, атрактивне и аутентичне туристичке дестинације. ТОН планира учешће као партнер али и као носилац пројеката.

4.5. Дигитална промотивна кампања „Niš – Smart Choice for Smart Events“

Кампања „Niš – Smart Choice for Smart Events“ представља промотивну активност Конгресног бироа за 2026. годину, осмишљену са циљем да повећа видљивост града као *MICE* дестинације, позиционирајући Ниш као модеран, приступачан и аутентичан град који комбинује професионалну инфраструктуру са богатим културно – историјским наслеђем. Циљеви кампање су повећање препознатљивости Ниша међу домаћим и међународним организаторима догађаја, јачање имиџа Ниша као иновативне и аутентичне дестинације, подстицање сарадње између локалних партнера и међународних организација и сл. Кључне поруке кампање:

1. *Niš – Smart choice for smart events* – водећа парола за дестинацију где се традиција сусреће са иновацијама;
2. *Compact, connected, creative* – Ниш као град који нуди све потребне ресурсе на дохват руке;
3. *Meet differently* – позив на откривање аутентичног и инспиративног окружења за пословне догађаје.

Планиране активности:

1. Израда промотивног видеа о *MICE* понуди Ниша, са кадровима конгресних простора, хотела, атракција и изјава организатора који су већ бирали Ниш;
2. Активно вођење LinkedIn кампање усмерене на професионалне из *MICE* индустрије, са циљаним огласима по тржиштима (регион, централна Европа);
3. Редовно пласирање садржаја на друштвеним мрежама са фокусом на инспиративне фотографије, мини интервјуе са учесницима догађаја и занимљивости о Нишу;
4. Newsletter „*Smart MICE Niš*“ – квартално издање које се шаље *ICCA* контактима, агенцијама и организаторима догађаја, партнерима са сајмоца, са прегледом догађаја, информација о новим капацитетима и сл;
5. Израда дигиталног и штампаног каталога „*Meet in Nis*“ са прегледом хотела, простора и додатних услуга;
6. Видео и фото материјали за презентације на догађајима и сајмовима;
7. Брендирани промотивни сетови (нотеси, *usb* меморије, мапе, смарт визит карте...);
8. Презентација кампање на догађајима у Нишу, Србији и иностранству;
9. Организација „*MICE Open day*“ у Нишу – догађај намењен локалним партнерима, хотелима, агенцијама и институцијама, на којем ће се представити кампања и нова дигитална решења;
10. Успостављање сарадње са специјализованим порталима и часописима – националним и међународним;
11. Организација *press trip*-а за новинаре и инфлуенсере из области туризма и организације догађаја, који ће посетити Ниш и кроз репортаже представити његове *MICE* потенцијале.

4.6. Подршка догађајима и сарадња са туристичком привредом

Конгресни биро ће током године пружати логистичку, промотивну и саветодавну подршку организаторима догађаја у Нишу, укључујући промоцију догађаја, умрежавање са локалним партнерима, посредовање у обезбеђивању простора и услуга. Поред пружаоца услуга на дестинацији, фокус ће бити и на јачању сарадње са Универзитетом у Нишу, научним друштвима, Привредном комором, како би град био конкурентан приликом кандидовања за домаћинство научних и стручних конгреса. На националном нивоу, Биро ће наставити активну сарадњу са Конгресним бироом Србије и Туристичком организацијом Србије, компанијом Експо 2027, као и са организаторима догађаја и тематским пословним порталима из целе земље. Посебно учешће Конгресни биро имаће у следећим догађајима:

- *Nis Nomad Week*, јул/август 2026
- Форум напредних технологија, јун 2026

4.7. Подршка спортским догађајима и развоју *outdoor* понуде као дела *MICE* стратегије

Развој и подршка спортским догађајима, активностима на отвореном и авантуристичком туризму представља важан сегмент позиционирања Ниша као целовите *MICE* дестинације. Савремени *MICE* трендови показују да организатори догађаја све чешће траже програме за *team building*, *incentive* путовања и *outdoor* искуства као део конгресних аранжмана. Ниш, захваљујући својој географској позицији и природним ресурсима, има јединствену прилику да понуди садржаје који комбинују пословне догађаје са активним боравком у природи. Конгресни биро ће у 2026. години пружити подршку кључним спортским и *outdoor* манифестацијама, уз дефинисање посебних пакета, чиме се обogaћује укупна понуда дестинације. То укључује следеће:

- Визиторски центар Церјанска пећина – развој спелео и *outdoor* програма. Церјанска пећина, са савременим визиторским центром, представља изузетан потенцијал за организацију специјализованих програма за авантуристички туризам и *incentive* групе. Планиране активности ће укључивати креирање програма за корпоративне групе „*Speleo Team Experience*“, промоцију Церјанске пећине, организацију промотивних активности и догађаја у сарадњи са управљачем Споменика природе Церјанска пећина, одржавање и опремање објекта, подршка организаторима догађаја за реализацију активности у објекту и околини;
- Предсветско првенство у параглајдингу – Град Ниш биће домаћин Светског првенства у параглајдингу јула 2027. године, те ће се 2026. године одржати Предсветско првенство као вид инспекције дестинације. Овај интернационални спортски догађај окупља између 150 и 200 пилота из целог света, који заједно са члановима тимова и личним пратиоцима на такмичењима боравае дуже од 14 дана у Нишу и остваре око 3000 ноћења. Овакав догађај позиционира Ниш као град способан да угости комплексне и међународно признате догађаје.

- Подршка изградњи *Via Ferate* (обезбеђена планинарска стаза кроз тешко приступачне стеновите терене) у Сићеву – развој трајне *outdoor* инфраструктуре – подршка овој иницијативи има за циљ стварање трајног инфраструктурног производа за *outdoor* и *MICE* тржиште. Виа ферата представља озбиљан потенцијал за *incentive* програме за компаније, организацију *team building* високог интензитета, стварање аутентичних доживљаја који деференцирају Ниш од других конгресних дестинација у Србији и региону.
- Организација и промоција активности на стрелишту Малча.

4.8. Едукација

Кроз серију радионица и тренинга, Конгресни биро ће радити на јачању капацитета локалних партнера из области *MICE* индустрије – хотела, агенција, институција и др. Теме ће обухватити одрживо управљање догађајима, процедуре за надметање за одржавање догађаја (бид процедуре), савремене маркетиншке алате и трендове у конгресној индустрији.

У складу са политикама зелене трансформације туризма, посебан сегмент активности биће усмерен на промоцију одрживих пракси у планирању и реализацији догађаја, као и на имплементацију еколошких стандарда у раду конгресних простора у Нишу.

4.9. Туристичка регија Јужна и Југоисточна Србија

Као посебна активност Конгресног бироа издваја се ангажовање око заједничке туристичке промоције јужне и југоисточне Србије, умрежавање са локалним туристичким организацијама из ове регије, планирање и имплементација заједничких промотивних кампања, туристичких рута и наступа на сајмовима и другим догађајима у земљи и иностранству.

4.10. Панорамско разгледање града

Унапређење програма туристичког панорамског разгледања града један је од кључних корака ка унапређењу туристичке понуде града. Предлаже се увођење хоп он – хоп оф система који би током дана повезивао најзначајније културно-историјске тачке, омогућавајући посетиоцима флексибилно кретање и индивидуално планирање обиласка. Поред дневне руте, постоји могућност и организације вечерњих панорамских вожњи које би понудиле другачију перспективу града, укључујући специјалне тематске туре у периодима повећане посете. Овај модел доприноси бољој доступности атракција, дужем задржавању туриста и јачању укупне конкурентности дестинације. Реализација ове активности је планирана као приватно-јавно партнерство између локалног превозника и ТОН-а.

Реализацијом предложених активности у 2026. години, Конгресни биро Ниша наставиће да јача имиџ града као динамичне и професионалне *MICE* дестинације,

препознатљиве по ефикасности, гостопримству и аутентичном искуству и доживљају. Континуирана сарадња са партнерима, развој дигиталних решења и присуство на међународном тржишту допринеће дугорочној одрживости и економском значају конгресног туризма у Нишу.

5. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ ЗА 2026. ГОДИНУ

Програмска класификација	Број позиције	Економска класификација	О П И С	ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ЗА 2026 I-XII
4	5	6	7	11
1502			ПРОГРАМ 4 - РАЗВОЈ ТУРИЗМА	
1502-0001			<i>Управљање развојем туризма</i>	
			<i>Туризам</i>	
	424	411	Плате, додаци и накнаде запослених (зараде)	25.143.429
		4111	Плате, додаци и накнаде запослених (зараде)	25.143.429
	425	412	Социјални доприноси на терет послодавца	3.809.224
		4121	Допринос за ПИО	2.514.343
		4122	Допринос за здравствено осигурање	1.294.881
	426	413	Накнаде у натури	200.000
		4131	Накнаде у натури	200.000
	427	414	Социјална давања запосленима	1.500.000
		4143	Отпремнине и помоћи	500.000
		4144	Помоћ у медицинском лечењу запослених чл.уже породице и др.помоћи запосленом	1.000.000
	428	415	Накнаде трошкова за запослене	850.000
		4151	Накнаде трошкова за запослене	850.000
	429	421	Стални трошкови	5.850.000
		4211	Трошкови платног промета и банкарских услуга	150.000
		4212	Енергетске услуге	3.000.000
		4213	Комуналне услуге	150.000
		4214	Услуге комуникација	1.700.000
		4215	Трошкови осигурања	800.000
		4216	Закуп имовине и опреме	50.000
	430	422	Трошкови путовања	900.000
		4221	Трошкови службених путовања у земљи	450.000
		4222	Трошкови службених путовања у иностранство	450.000
	431	423	Услуге по уговору	9.700.000
		4231	Административне услуге	200.000
		4232	Компјутерске услуге	500.000
		4233	Услуге образовања и усавршавања запослених	800.000
		4235	Стручне услуге	1.200.000
		4239	Остале опште услуге	7.000.000

	432	424	Специјализоване услуге	600.000
		4249	Остале специјализоване услуге (БЗНР)	600.000
	433	425	Текуће поправке и одржавање	1.550.000
		4251	Текуће поправке и одржавање зграда и објеката	1.000.000
		4252	Текуће поправке и одржавање опреме	550.000
	434	426	Материјал	1.150.000
		4261	Административни материјал	400.000
		4263	Материјал за образ. и усавршавање запослених	250.000
		4264	Материјал за саобраћај	250.000
		4268	Материјал за одржавање хигијене и угостељство	200.000
		4269	Материјал за посебне намене	50.000
	435	444	Пратећи трошкови задуживања	15.000
		4442	Казне за кашњење	15.000
	436	482	Порези, обавезне таксе, казне и пенали	1.000.000
		4821	Остали порези	800.000
		4822	Обавезне таксе	150.000
		4823	Новчане казне, пенали и камате	50.000
	437	483	Новчане казне и пенали по решењу судова	100.000
		4831	Новчане казне и пенали по решењу судова	100.000
	438	512	Машине и опрема	1.300.000
		5121	Опрема за саобраћај	100.000
		5122	административна опрема	1.200.000
	439	513	Остале некретнине и опрема	10.000.000
		5131	Остале некретнине и опрема	10.000.000
	440	515	Нематеријална имовина	100.000
		5151	Нематеријална имовина	100.000
	441	523	Залихе робе за даљу продају	200.000
		5231	Залихе робе за даљу продају	200.000
			Свега за Програмску активност 1502-0001:	63.967.653
1502-0002			<i>Промоција туристичке понуде</i>	
	442	421	Стални трошкови	7.000.000
		4216	Закуп имовине и опреме	7.000.000
	443	422	Трошкови путовања	2.300.000
		4221	Трошкови службених путовања у земљи	800.000
		4222	Тошкови службених путовања у иностранство	1.500.000
	444	423	Услуге по уговору	25.000.000
		4234	Услуге информисања	10.000.000
		4236	Услуге за домаћинство и угоститељство	4.000.000
		4237	Репрезентација	1.000.000
		4239	Остале опште услуге	10.000.000
			Свега за Програмску активност 1502-0002:	34.300.000
			Свега за Програм 4:	98.267.653

Укупна средства планирана Финансијским планом Туристичке организације Ниш у 2026. години износе.....98.267.653 динара.

Број: _____

У Нишу, _____ 2025. године

УПРАВНИ ОДБОР ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ

Председник

Мирјана Тодоровић