

АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И
ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ ВО 2021 ГОДИНА



СОДРЖИНА

ВОВЕД

I ПРОМОЦИЈА

- 1.1 Учество на туристички саеми
- 1.2 Медиумска кампања
- 1.3 Информативни патувања
- 1.4 Дома си е дома
- 1.5 Веб страни и њуслетери
- 1.6 Социјални медиуми (facebook & instagram)
- 1.7 Youtube
- 1.8 Статистички податоци

II ПОДДРШКА

- 2.1 Означување на античката бања на Јустинијан Прима во Катланово и наоѓалиштето Таоресиум во село Таор
- 2.2 Проект „Уредување на туристички локалитет (природна реткост) Истевнички Кукуље
- 2.3 Целосно завршување на Проектот „10 планински врвови“
- 2.4 Редизајн на гастрономскиот водич „Вкусовите на Македонија“
- 2.5 Проект, изработка на „Археолошки водич“
- 2.6 Целосна реализација на проектот „Означување на старите чаршии во Прилеп, Битола, Струга и старото јадро во Охрид“
- 2.7 Формирање на авто кампови и нивна промоција



2.8 Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони

2.9 Аплицирање на европски фондови

III Субвенционирање на странски организиран промет

IV Расходи по ставки за период од јануари-јуни 2021 година



ВОВЕД

Од почетокот на пандемијата, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот постојано ги следи случувањата поврзани со КОВИД-19 криза и нејзиното влијание врз туристичкиот сектор. АППТ целиот овој период тесно соработуваше со институциите инволвирани во туристичката индустрија и приватниот сектор за да ги ублажат последиците од кризата и да најдат начин за брзо закрепнување. Дополнително, АППТ ги здружи силите со одредени странски проекти, институции и партнери за да обезбеди корисни промотивни производи и податоци кои ќе помогнат на приватниот сектор да се справи со предизвиците за време и во пост-Ковид времињата.

Пандемијата предизвикана од КОВИД-19 целосно го запре патувањето и туристичката индустрија ширум светот, со најголеми негативни ефекти врз туристичката индустрија што беа невидени по обем и времетраење.

Светската туристичка организација (UNWTO) лансираше нова контролна табла за КОВИД-19 и импактот од туризмот која прикажува податоци за влијанието на КОВИД-19 врз туристичкиот сектор низ светот, по региони и по дестинации. Согласно најновите статистики меѓународните туристички пристигнувања за 2021 година се во пад од -72% на глобално ниво, додека Европа има пад од -63% за 2021 и пад од -69% во 2020г.

Светската туристичка организација (UNWTO) нуди лидерство и поддршка на туристичкиот сектор во унапредување на знаењето и туристичките политики ширум светот, залагајќи се за одговорен туризам и промовирање на туризмот како движечка сила кон економски раст, инклузивен развој и одржливост на животната средина.



Светската туристичка организација ги поддржува заедниците, развојот на локалниот и регионалниот туризам. Заедниците да се подготват да им посакаат добредојде на посетителите и да го реализираат потенцијалот на туризмот за да започне закрепнувањето и да поттикне одржлив и инклузивен раст, со цел рестартирање и закрепнување на секторот.

“Оваа криза е можност да се преиспита туристичкиот сектор и неговиот придонес кон луѓето и планетата, можност да се изгради подобро кон поодржлив, инклузивен и поотпорен туристички сектор кој обезбедува широко и правично уживање во придобивките од туризмот”- изјава на Зураб Пололикашвили, Генерален секретар на Светската туристичка организација.

Одлични резултати за македонскиот туризам, според најновите статистики на Светската туристичка организација (UNWTO), РС Македонија за 2021 година забележала раст на меѓународни туристички пристигнувања од 139%. Со ова земјава е на петто место во светот како дестинација со најголем раст на странски туристи, меѓу кои и Црна Гора, Кипар, Малдивите и Босна и Херцеговина. Заздравувањето на секторот туризам се одвива полека но сигурно, со фокус и акцент на одржливите форми на туризам.

Со самиот почеток на пандемијата, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија го стави во преден план активното планирање, развој и мониторирање на сето она што се вика самоодржлив туризам. Ова е концепт кој се форсира изминатите неколку години, но со почетокот на пандемијата, се докажа како неопходен за одржување на туристичката индустрија во живот. И покрај тоа дека



информации и статистика за и од мерење на одржливиот туризам сеуште нема, главните индикатори се веќе поставени од еминентни туристички институции и усвоени од АППТ.

Новите пазарни услови несомнено побараа промена на таргетите, пазарите и прилагодување кое во случајот на Република Северна Македонија значи насочување кон домашниот пазар и регионалните земји. Преку преземање на активности со кои се ублажи влијанието на пандемијата Ковид -19 врз туристичка индустрија, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во 2021 година се фокусираше да ја продолжи кампањата за промоција на домашниот туризам во Република Северна Македонија под насловот „Дома си е дома“, која преку Програма за зголемување на пазарната вработливост – ИМЕ, поддржана од Швајцарската агенција за развој и соработка-SDC и Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот ја започна во 2020 година.

Според истражувањата на “European Travel Commission” во 2021 година, во фокус на понудата на земјите од Европа е историјата (44%), културата (38) и гастрономијата (43%), со што природата е веднаш зад нив со 39%, додека активностите и посетата на градови се последни на скалата на интереси (38%). Но, истражувањата за трендови во 2021 година покажаа измешани наоди, со што неопходно беше Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот да насочи и прилагоди на новите патувачи кои се повеќе се дигитализираа и постанаа индивидуални патувачи. Земјаки ги предвид потребите и можностите на локалните туристички ентитети, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот преку институционалната соработка и координација на регионално и локално ниво придонесе за збогатување на туристичките содржини, а со



тоа и можност дестинацијата да стане конкурентна на светскиот туристички пазар согласно потребите.

Во 2021 година, силната покриеност со вакцинација во Европа, Дигиталниот сертификат на ЕУ за „Ковид-19“ и олеснувањето на ограничувањата за патување што овозможи ослободување на големата зголемена побарувачка, ги поставија основите за заживување на туризмот. Сепак, појавата на варијантата Omicron на крајот на годината влијаеше на ова закрепнување и ги врати ограничувањата на мобилноста поради рекордните стапки на инфекција.

Податоците од годината до денес информираат за проценките за намалување од 62% на пристигнувањето туристи во Европа во 2021 година во однос на нивото од 2019 година. Изгледите, сепак, остануваат позитивни, при што побарувачката за патувања се предвидува да биде само 20% под нивото пред пандемијата во 2022 година, поттикната од домашната и интраевропската побарувачка за патувања. Домашните патувања се очекува да ги надминат врвовите пред пандемијата во 2022 година, додека меѓународните патувања нема да го сторат тоа до 2024 година.

Најновите податоци покажуваат дека дестинациите за известување продолжуваат да закрепнуваат со различни стапки, при што 65% забележале пад на пристигнувањето туристи под пондерираниот просек, кој изнесува -62%. Хрватска (-37%), Франција (-39%) и Монако (-40%) забележаа најблаг пад врз основа на податоците до декември, што се должи на побарувачката од големите соседни пазари.

Со цел информирање и кревање на свесноста за неопходност од почитување на безбедносни протоколи, но и можности за поминување на безбеден одмор (на



планина, во рурални области, можност за спортски активности во безбедни региони и предели, како и гастрономско уживање), Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот лансираше медиумска кампања во шест земји низ регионот - Србија, Албанија, Косово, Бугарија, Полска и Турција.

Со порака за свесност и неопходност од безбедност при патување како и спроведување на протоколи, кампањата “Безбедно како дома” (Safe like home) го комуницираше неопходниот аспект од имплементирање на протоколите за безбедност и превенција од Корона вирусот, што беше најголемиот мотив во 2021 година за потенцијалните туристи да се решат да патуваат. Сигурноста на дестинацијата, како пресуден фактор, значи враќање на туристичката индустрија во живот, а со воведување на безбедносниот печат на WTTC и почитување на сите протоколи, Република Северна Македонија влезе во друштвото на сигурни дестинации за лето 2021 година. Во таа насока, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот изработи промотивен спот преку кој визуелно ги прикажа начините за заштита од Ковид кои беа во линија со препораките на World Tourism Travel Council, а во согласност со World Health Organization.

Несомнено е дека времето во и по пандемијата создава нови потреби, интереси и мотиви на туристите. Луѓето кои патуваат се повеќе се определуваат своите некогашни долги дестинации во големи групи да ги заменат со кратки патувања со автомобил, во мали групи, што ја наметнува потребата од градење на „смарт туризам“. Во поддршка на ова е и истражувањето на ETC, каде што ја потенцира важноста на Z генерацијата, од кои 47% бараат вредност за пари, 45% евтини летови (транспорт), 42% безбедност на дестинацијата. Оваа генерација според нив е онаа на која треба да се



фокусираме, затоа што е високо прилагодлива на промени, интелигентна и толерантна, а во исто време – глобално најмладата генерација која расте и станува се по влијателна, почнува да патува и диктира трендови. Со нивниот динамичен начин на живот, љубопитност и способност за електронско комуницирање со светот се нова можност да развивање на активниот спортски туризам, еко – туризмот, руралниот туризам, ено- гасто туризмот и слично што всушност е новата стратешка определба на Агенцијата. Според статистиките оваа нова дигитална, креативна, комуникативна и амбициозна генерација, својте активности ги извршуваат на интернетот со високи 93% .

Во прилог на ова оди и интензитетот и фокусот на отворање на нови пазари и нивно поврзување со директни летови. Стратешкиот пристап значи зајакнување на соработката со значајни туристички организации и институции, со што само во 2021 година резултираше со отворање на неколку нови летови кон Скопје и Охрид, проследено со зголемен интрес за нашата дестинација од страна на нови тур-оператори.



I. ПРОМОЦИЈА

Визијата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е долгорочен, одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст на Република Северна Македонија. Одржлив раст и зголемување на бројот на туристи што би придонеле значително за раст на економските активности поврзани со туризмот, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси, се клучни за пораст на девизниот прилив по ставка туризам. Сега, кога веќе сме насочени на тоа нашата национална економија да бележи раст, очекуваме туризмот да има клучна улога. Туризмот претставува силен стопански сегмент за развој на економијата, како и главен двигател и основен столб на социо-економскиот напредок на развиените, но и на земјите во развој. Ефектите од туризмот се повеќекратни и пред сè видливи преку порастот на девизниот прилив, подобрување на платниот биланс, креирање на нови работни места, но и пораст на инвестициите.

За успешноста на нашиот тим и на сите засегнати страни (туристичкото стопанство) говорат и спроведените анализи од каде јасно се гледа преку покачувањето од 6.8% на странски туристи и бројот на ноќевања за 5.2% 2018 споредбено со 2019 година. Порастот во бројот на туристи и ноќевања се одразува и во пораст на девизниот прилив по ставка туризам, каде се регистрира пораст од 3.75% за 2019 година. Поради кризата со корона вирусот карантините и затварањето на границите во првите два квартала од 2020 година, забележан е пад на девизниот прилив од туризам од -34%, споредбено со истиот период во 2019 година, односно 100,98 милиони долари.

Во 2020 година имаме голем пад на бројот на странски туристи поради затворените граници и КОВИД-19 кризата од -84.4%, додека кај ноќевањата за 84%, споредбено со 2019 година. Додека пак бројот на домашни туристи е намален поради воведувањето на карантин



во државата од -60%, додека кај ноќевањата на домашните туристи има пад од -14% споредбено со 2019 година.

Во првите 6 месеци 2021 споредбено со 2020 кај странските туристи имаме раст од 8.3% додека кај ноќевањата раст од 27.9%, а дедека кај домашните туристи имаме раст од 97.8% а кај ноќевањата раст од 87.2%.

	2019	2020	2021 (Jan - Oct)
Skopje	2,358,548	710,750	1,043,204
Ohrid	317,218	72,126	100,972
TOTAL	2,675,766	782,876	1,144,176

Податоци на ТАВ за број на патници

Изминатиот период, Агенцијата за туризам ја потенцираше промоцијата на нашата земја во странство преку маркетинг промоција 100% онлајн рекламирање. Согласно програмата на АППТ за 2019 година се реализираше медиумска кампања која траеше до месец март 2020 година во 9 земји: Словенија, Србија, Бугарија, Албанија, Косово, Хрватска, Полска, Романија и Турција. Посакуваните резултати од медиумските активности се зацврстување на туристичкиот бренд на државата, постојана визибилност, како и задржување и зголемување на бројот на туристи од овие туристички пазари. По спроведените анализи и истражувања на пазарот, медиумските активности и промовирањето на туристичките потенцијали на Северна Македонија се реализираат преку следниве промотивни канали: промоција во над 20 електронски медиуми, телевизиски прилози, репортажи, видеа и гостувања.



1.1 УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ

Поради настанатата ситуација со COVID-19, во 2021 година АППТ учествуваше само на интернационалниот саем за туризам ITB BERLIN 2021 (виртуелно издание).

1.1.1 Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија во период од 09-12ти март 2021 година учествуваше на интернационалниот саем за туризам ITB BERLIN NOW 2021 година кој поради пандемијата со Ковид 19 за прв пат се одржа на виртуелно издание. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот поради немање на интерес од приватниот сектор за учество на истиот учествуваше со основниот пакет STARTER со цел Република Северна Македонија да биде присутна на ИТБ Берлин како еден од најзначајните саеми за туризам на светско ниво и промоција на нашата држава како туристичка дестинација пред светската публика.

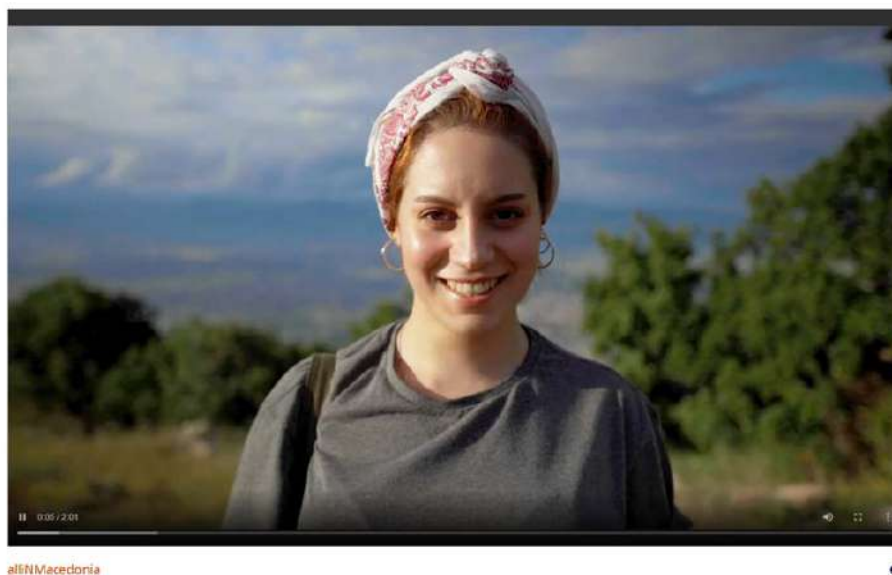
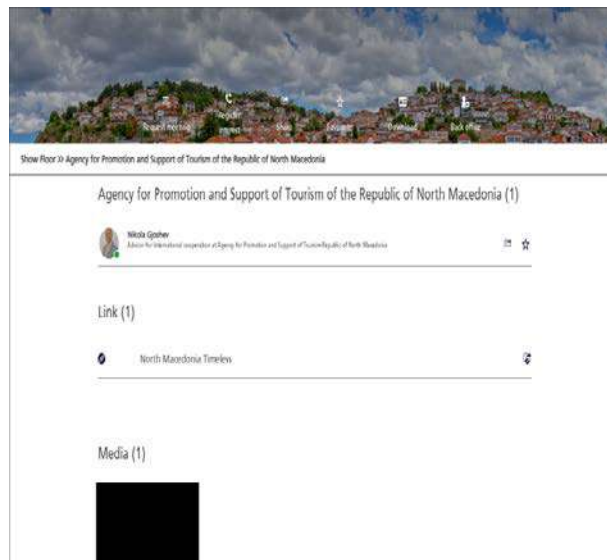
Овој саем претставува интернационална Б2Б и Б2С туристичка манифестација и е најголем настан за туризам на светско ниво и на истиот својата туристичка програма ја претставуваат голем број учесници. Туристичките блогери и оваа година се со голем интерес за посета на нашата земја, а истите се многу значајни за пазарите во развој, изнесувајќи го уникатното и највредното од земјата, со што влијаат на изборот на дестинација за патување. Истите беа поканети да го искушат и доживеат автентичното од Република Северна Македонија, локалните културни, гатсрономски понуди и генерално туристички потенцијали со кои располага Република Северна Македонија, преку организација на информативни патувања низ земјава.

Очекувањата за овој саем беа големи, имајќи во предвид големината и значењето на истиот, но според тимот кој работеше на виртуелниот саем ИТБ Берлин 2021, самата виртуелност на саемот го направи помалку атрактивен, почнувајќи со самата платформа која имаше проблеми



на првиот ден, квалитетот на учесниците, но и неизвесната ситуација со COVID 19 во целиот свет. Но, сепак Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот професионално ја претстави Република Северна Македонија на берлинскиот саем, преку ажурирање на својот профил со најново изработено видео од нашата дестинација, како и директно линкување на професионалниот профил со нашите веб страни како и директно линкување со нашите страни на социјалните медиуми.





Воедно, Република Северна Македонија беше и претставена како дестинација и во реномираното online издание на самиот саем ITB news, како и истиот текст беше споделен на веб страната на ИТБ Белин во делот на соопштенија.



DAY 1

TUESDAY 9TH MARCH 2021

ITB NEWS

ITB BERLIN NOW 2021

IT'S HERE, AND IT'S... NOW

THE WORLD IS CHANGING, AND SO IS TRAVEL AND TOURISM. BE THE FIRST TO KNOW HOW AND WHY

NEWS

#05

NATURE IN THE RAW

REGION

#18

EUROPE

SPECIAL FEATURE

#36

CULTURAL TOURISM

#12

EXCLUSIVE INTERVIEW

BARBARA KLEPSCH

Minister of Culture, Youth and Tourism - Saxony

Start Planning Your Magical Journey to Wonderful Indonesia



MALLORCA SELECTED FOR INTERNATIONAL HONOURS

Mallorca is at ITB Berlin NOW presenting its strategy and measures that establish the island as a reliable, safe and sustainable tourist destination.

The island is represented by the Mallorca Mallorca Forum and its municipalities at the Berlin event.

Mallorca became the first European island designated to be part of the UNESCO World Heritage List. This award highlights the quality and excellence of natural destinations around the world, placing the island as the first European island designated to be part of the UNESCO World Heritage List.

Mallorca, the island of the Balearic Islands, has received the highest international recognition and is now part of the UNESCO World Heritage List. This award highlights the quality and excellence of natural destinations around the world, placing the island as the first European island designated to be part of the UNESCO World Heritage List.

Mallorca, the island of the Balearic Islands, has received the highest international recognition and is now part of the UNESCO World Heritage List. This award highlights the quality and excellence of natural destinations around the world, placing the island as the first European island designated to be part of the UNESCO World Heritage List.

Mallorca, the island of the Balearic Islands, has received the highest international recognition and is now part of the UNESCO World Heritage List. This award highlights the quality and excellence of natural destinations around the world, placing the island as the first European island designated to be part of the UNESCO World Heritage List.

Timeless experiences in North Macedonia

Discover the safe place close to nature for a holiday! North Macedonia offers everything travelers need to restore their faith in a better world and to be at peace. Endless green landscapes, the blue waters of Ohrid Lake, Prespa Lake and Dajçev Lake, and beautiful experiences. North Macedonia is indeed timeless.

The Republic of North Macedonia has the potential for many types of holidays, particularly in regard to cultural, religious, active and nature tourism. From tourism in general with tourists keen to explore and experience the country's rich history and culture, to those who are looking for a more active holiday, North Macedonia offers a wide range of experiences.

The Agency for Promotion and Support of Tourism in the Republic of North Macedonia is present at ITB Berlin NOW with the aim of:

• introducing promotion policies by presenting to professionals all experience and nature and exploring the potential of domestic and abroad markets;

• developing a national tourist information system (NIS) for the Republic of North Macedonia;

• presenting North Macedonia's tourism potential and its unique experiences to the international market.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.

• to safely and effectively manage the tourism industry.



Slow down and discover the unexpected in Lithuania

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Lithuania is a perfect choice for post-pandemic holidays.

In a time when circumstances have deprived most travelers of real, outdoor experiences, Lithuania has a remedy that has proved to be a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

When it comes to tourism, Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Lithuania is a country of many surprises. The country is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Baltic country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

2021, THE YEAR FOR A SLOW ADVENTURE IN SERBIA

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

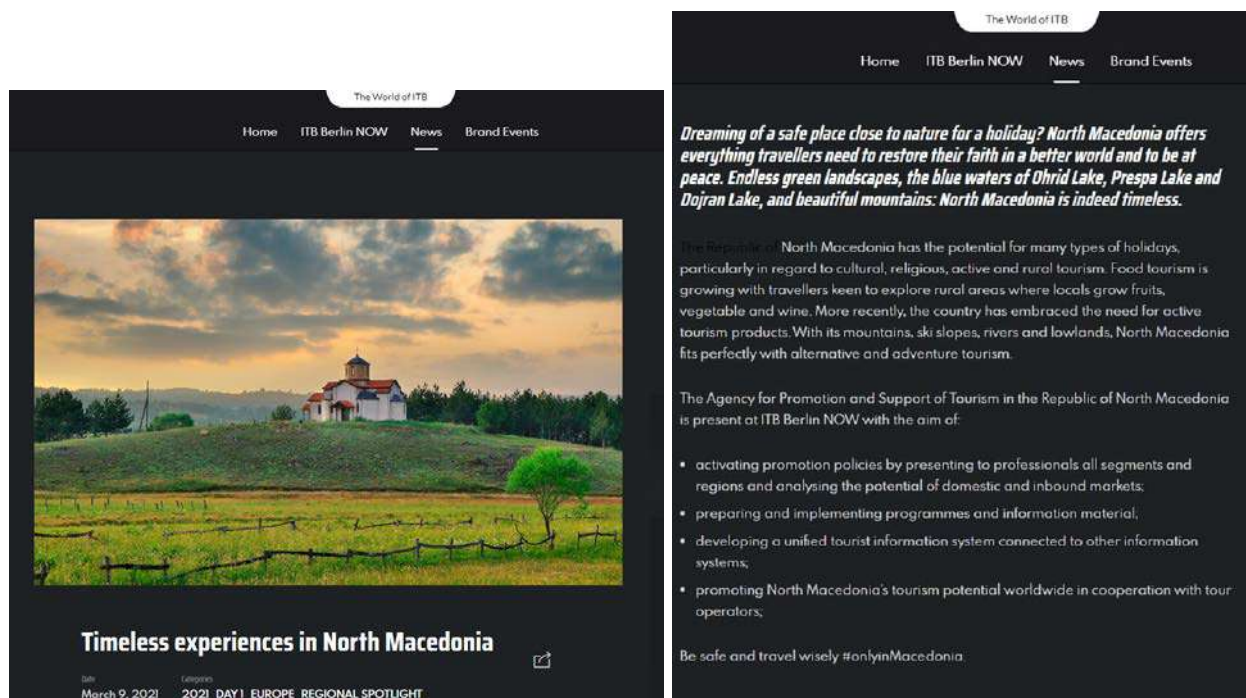
Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.

Where uncrowded villages and pristine nature abound, Serbia is a perfect choice for post-pandemic holidays. In this Balkan country, calm and nature are in perfect harmony, away from the busy city centers.



Остварени состаноци – остварени беа состаноци со блогери, медиумски куќи и агенции, кои изразија интерес за посета на нашата држава и соработка за промовирање на нашата туристичка понуда.

interesse@travmedia.com	Alex Kaus	TravMedia
andy.Bangis@roadgames.com	Endijs Andy Bangis	Roadgames
info@marvel.com	Nana Shavshvili	Marvel Travel Georgia
theboutiqueadventurer@gmail.com	Amanda O'brien	The boutique adventure
	Michael Jones	Create Consulting
Xenia.maye@gmail.com	Xenia Maye	Amazing Travels LLC
	Paul Johnson	A luxury travel blog
	Reshma Narasing	The Solo Globetrotter
info@dezeekoe.co	Paula Potgieter	DeZeekoe



sabrina@couchflucht.e	Peter Althaus	Wild East
	Sabrina Bechtold	Couchflucht
	John Lewison	Family Traveller
	Marianna de martino	Experience Naples
	Vincenzo Poppiti	Sporttourist

My meetings Requests Dedined

Schedule a meeting

10 March 2021

Nikola Gjosev & Alpe Cimbra Trentino IT

09:30 to 09:40
12 March 2021

Tourmie - Agency for Promotion and Support of tourism of the Republic of North Macedonia, meeting.

10:00 to 10:30
12 March 2021

Find out Macedonia's digital demand and identity.

12:00 to 12:30
12 March 2021

Nikola Gjosev & Cecilia Sabbatucci

14:00 to 14:15
12 March 2021

Past

North Macedonia and ForwardKeys

13:00 to 13:40
08 March 2021

My meetings Requests Dedined

Schedule a meeting

Upcoming

Presentation Axiom by Parker

11:10 to 11:20
10 March 2021

Sojern | North Macedonia - Data-Driven Digital Marketing

12:00 to 12:30
10 March 2021

Brand Talk

13:00 to 13:30
10 March 2021

Meeting

13:00 to 13:10
10 March 2021

Nikola Gjosev & Alpe Cimbra Trentino IT

09:30 to 09:40
12 March 2021

My meetings Requests Dedined

Schedule a meeting

10 March 2021

Nikola Gjosev & Alpe Cimbra Trentino IT

09:30 to 09:40
12 March 2021

Tourmie - Agency for Promotion and Support of tourism of the Republic of North Macedonia, meeting.

10:00 to 10:30
12 March 2021

Find out Macedonia's digital demand and identity.

12:00 to 12:30
12 March 2021

Nikola Gjosev & Cecilia Sabbatucci

14:00 to 14:15
12 March 2021

Past

North Macedonia and ForwardKeys

13:00 to 13:40
08 March 2021



Согласно искуството на тимот за стекнато на претходните саемски манифестации во светот, очекувањата за саемот ИТБ Берлин 2021 год беа големи, имајќи во предвид големината и значењето на истиот, но според тимот на АППТ, виртуелноста го направи овој саем помалку атрактивен, почнувајќи со самата платформа која имаше проблеми на првиот ден, квалитетот на учесниците, но и неизвесната ситуација со COVID 19 во целиот свет.

Предлог за следните саеми е да се учествува со физичко присуство на интернационалните саемски манифестации согласно можностите и колку тоа би го дозволила пандемијата од Ковид 19. Во однос на остварените состаноци – АППТ оствари состаноци со блогери, медиумски куќи и ПР агенции, кои изразија интерес за посета на нашата држава и соработка за промовирање на нашата туристичка понуда. Комуникацијата со истите ќе биде продолжена преку службена емаил комуникација согласно заедничкиот интерес за промоција на Република Северна Македонија како туристичка дестинација.



1.2 МЕДИУМСКА КАМПАЊА

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 40-627/1 од 26.01.2021 година, АППТ има планирано медиумска кампања во следните земји: Србија, Албанија, Косово, Турција, Полска, Бугарија. Фокусот на медиумската кампања за 2021 година е 100% онлајн рекламирање и промоција на социјалните медиуми.

Посакуваните резултати од медиумските активности се информирање за безбедно патување, задржување и зголемување на бројот на туристи од овие туристички пазари и отварање на нови потенцијални пазари. Претставувајќи го имиџот на Северна Македонија на меѓународно ниво, Агенцијата за туризам континуирано врши истражување на клучните атракции на Северна Македонија за гостите од различни пазари и зголемување на свеста за целиот спектар на овие атракции, преку рекламирање, постојани односи со јавност и ширење на информации.

Медиумската кампања за претставување на Северна Македонија како туристичка дестинација се креира со цел да се создаде перцепција и желба за доживување на едно ново искуство во една сè уште неоткриена туристичка дестинација на Балканот. Суптилната медиумска експонираност е со цел да се информира публиката за конкретниот производ – туризмот во Северна Македонија.



Табела 1. Насоки и цели за зголемување на визибилноста преку дигитален маркетинг

Tourism objective / во која насока сакаме да се движи туризмот	internet marketing and Social media goal/ цели кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет портали и социјални медиуми	Целна публика/потенција лни туристи
Зголемување на бројот на туристи и ноќевања од целните пазари	awareness (these metrics illuminate your current and potential audience) отсликување на нашите сегашни и потенцијални туристи	Фамилијарни патувања 35-45 години
Препознатлив бренд/ Растење/ ширење на брендот Поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација	engagement (these metrics show how audience are interacting with your content) како публиката комуницира со нашата содржина	25+
Диверзификација (промоција на сите туристички региони) туризмот ќе може рамномерно да се развива, а да не биде концентриран во двата најголеми туристички региони.	consumer (these metrics reflect how active customers think and feel about your brands) како активните клиенти размислуваат и се чувствуваат за нашиот бренд	backpackers/independent travellers
Раст на БДП / девизен прилив по основ туризам Долгорочен одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст во	conversions (these metrics demonstrate the effectiveness of our social engagement) ефективноста на нашите активности на интернет	Туристи со поголеми примања кои имаат влијание врз јавното мислење



Република Северна Македонија	порталите и социјалните медиуми	
------------------------------	---------------------------------	--

Извор: Изработено од АППТ

На табела 1 се прикажани насоките и целите кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет порталите и социјалните медиуми, како и целната публика на која ѝ се обраќаеме.

Табела 2. Канали и алатки за дигитален маркетинг

Tools/ Content /Алатки кои ќе се користат за рекламирање	What internet portals and social media/ преку кои интернет портали и социјални медиуми ќе се реализира рекламирањето	metrics/ параметри за успех
Banners / wallpapers	Websites влијателни веб сајтови на целните пазари	website clicks/ increase website traffic www.northmacedonia-timelss.com
Video/Audio	Facebook	followers, shares/ следбеници, споделувања на фејсбук https://www.facebook.com/Macedonia.Timeless.appt/



Photos	Instagram	coments, likes, @mentions https://www.instagram.com/macedonia.timeless/
Short masage/ Advertorials/ PR articles/ newsletters	e-mail/ newsletters	email signups/ testimonials / leads from internet and social media

Извор: Изработено од АППТ

На табела 2 се прикажани алатките кои ги користиме за рекламирање, каналите на промоција, како и параметрите за успех по реализација на медиумската кампања.

Промотивната кампања за Република Северна Македонија до месец март 2020 година се реализираше во следните земји: **Србија, Бугарија, Албанија, Косово, Турција, Полска.**

Фокусот беше да се реализира медиумска кампања во земји од првиот круг според географска определеност (Балкански земји), а пласирањето во овие земји произлегува од можноста потенцијалните туристи полесно да се одлучат за одмор во Северна Македонија, пред сè поради пандемијата со Ковид и рестрикциите:

- Блиската територијална поставеност,
- Сличностите со нашата култура, традиција и историска преплетеност, карактеристична за сите Балкански земји,
- Според статистичките податоци од соседните земји (Србија, Бугарија, во помал процент Косово и Албанија) имаме најголем број туристи. Целта е тој број на туристи да се оддржи и континуирано да расте,



- Тоа се туристички пазари на кои Северна Македонија им е позната како дестинација, а улогата на рекламата во овие земји е да го привлече вниманието на купувачите за тие потоа да го купат производот, односно да им се презентира туристичкиот производ со збогатена туристичка понуда.

Во Турција поради фактот што Турските туристи според статистичките податоци се број еден туристи во Северна Македонија, и во Полска затоа што Полските туристи почнаа да не препознават како туристичка дестинација, имаме чартер летови од различни градови во Полска до Охрид, и сите најголеми тур-оператори ја нудат Северна Македонија во нивните туристички аранжмани.

1.2.1 Медиумска кампања во Косово 2021

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ на 01.04 започна со реализација на медиумска кампања во Косово во медиумот telegrafi.com до 30.05.2021 год. прв дел и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 02.12.2021 година со архивски бр. 02-676/2, АППТРМ на 20.12 започна со реализација на медиумска кампања во Косово во медиумите telegrafi.com и gazetaexpress.com втор дел.

Графички приказ за медиумска кампања 01.04.2021 – 30.05.2021

Косово	2020	2021	%
Април	241	1350	460%

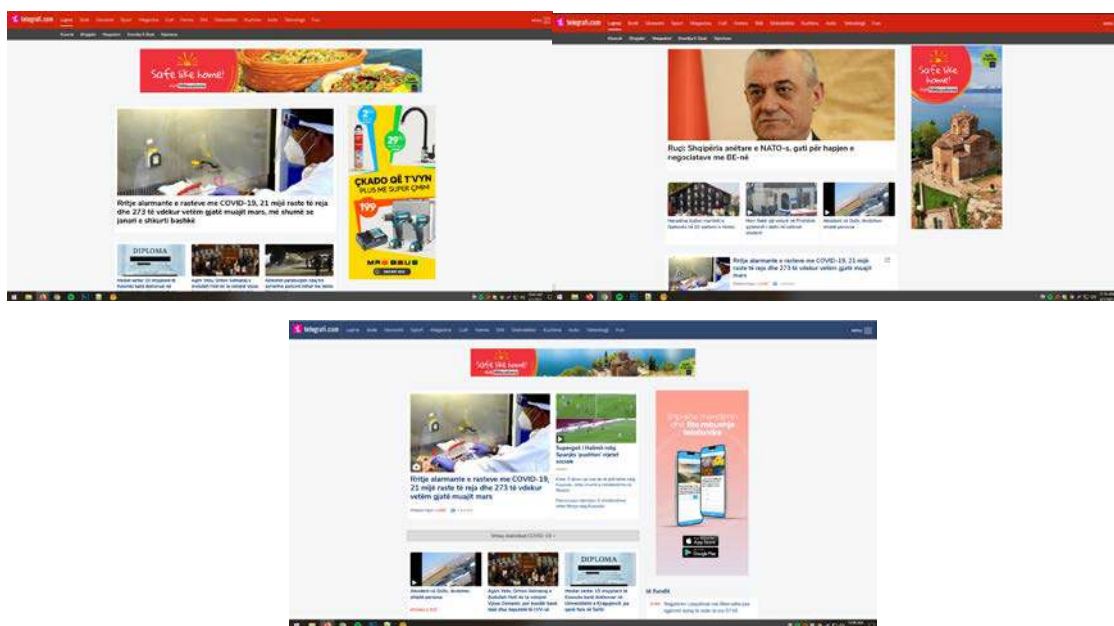


Maj	181	938	418%
Вкупно	422	2288	442%

Извор: Google Analytics

По спроведените анализи и истражувања на пазарот, медиумските активности и промовирање на туристичките потенцијали на Северна Македонија се реализираа преку Online медиуми.

1. www.telegrafi.com – 01.04 – 30.05.2021 година прв дел
20.12.2021 – 20.03.2022 година втор дел



[illegible]

Metilidna svinčevina-1

[illegible]

Investigaciones en el campo de la historia de la medicina y la farmacología en el siglo XX. El autor, un historiador de la medicina, presenta una visión crítica de la historia de la medicina y la farmacología en el siglo XX, destacando los avances y los errores.

[illegible][illegible]

Chickadees are highly mobile and can fly great distances to find the best feeding sites. When faced with a shortage of their favorite food, they visit the nearest seed-carrying bird feeder. Much of a chickadee's diet is made up of insects, but they also eat seeds. Chickadees are very hardy birds and can survive in cold, snowy weather. They are also very intelligent and can learn to open the lids of bird feeders.

[illegible]

A vertical strip of six small thumbnail images from various news stories. From top to bottom: 1. A group of men in suits, with the headline 'Telling off'. 2. A man in a suit, with the headline 'A new 'disappearance' report: another case of kidnapping'. 3. A person in a white garment, with the headline 'A payment for the missing? It's been confirmed - it's the doctor, says wife'. 4. A blue, abstract, glowing image, with the headline 'Scientists find a way to detect cancer before it spreads'. 5. A man and a woman, with the headline 'A new way to get pregnant: a new way to make a couple gay'. 6. A landscape with a red roof, with the headline 'ITALIA: A new way to get pregnant: a new way to make a couple gay'.

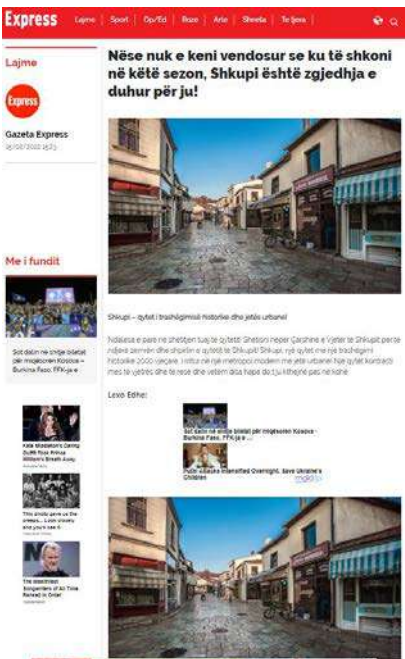


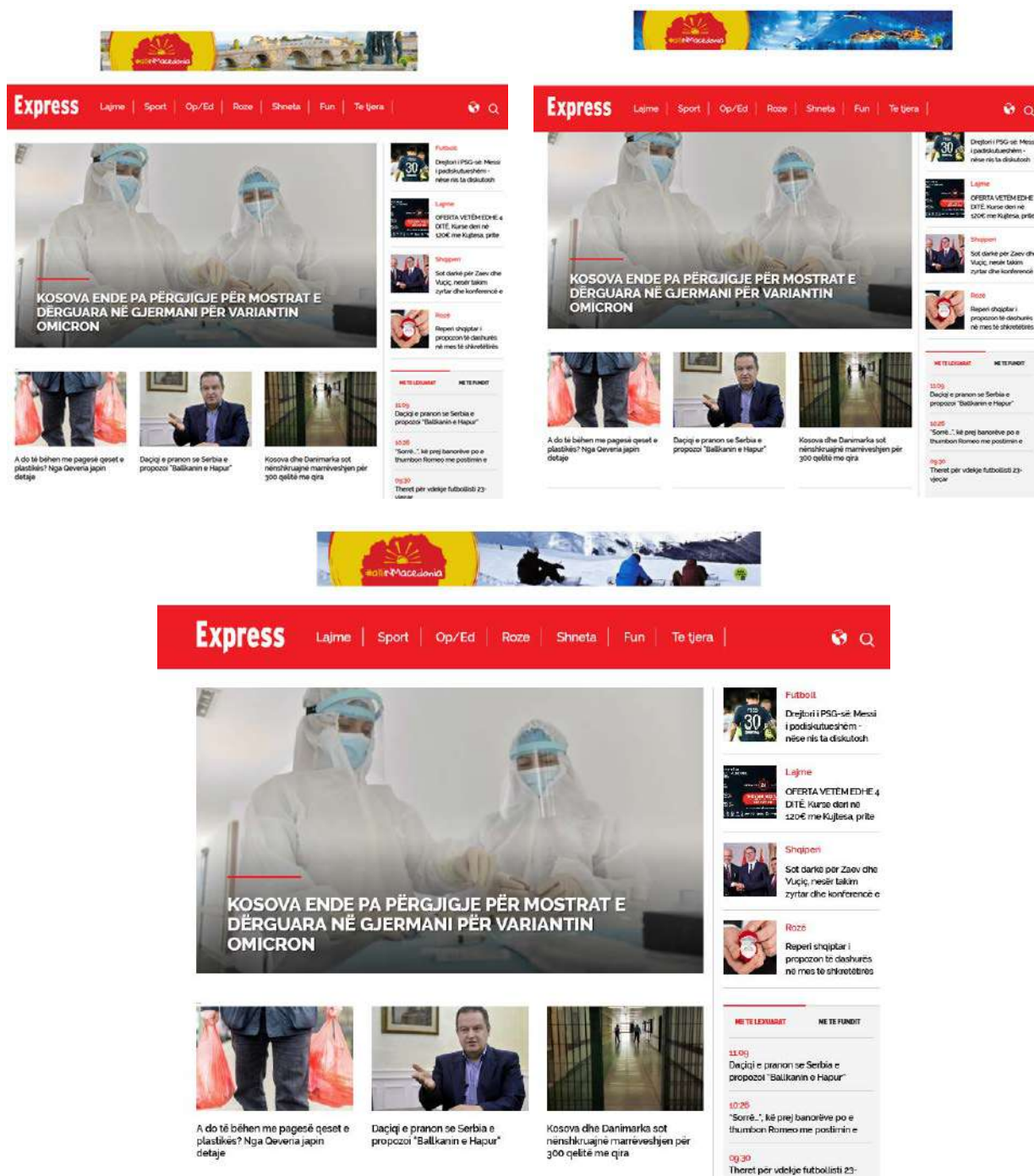
Kalata e Dronit të Zi dhe ngjaja e shpeshme në mënyrë
Rrethim

Skele për një shërbim të qetë dhe për të shijuar pamjen e bukur nga uji, kështu e keni në dispozicion dhe hyrë dhe kofshë me meze. Kështu që mos i lëvizni këmbët nga hyrja që të "Sergej Ivanov" dhe shprehni në mënyrë të pashmërt të qytetit.

[illegible]

[Întreținerea a Verificat](#)
[Chia](#)
[Senzor](#)
[Tuturor la Întreținerea a Verificat](#)





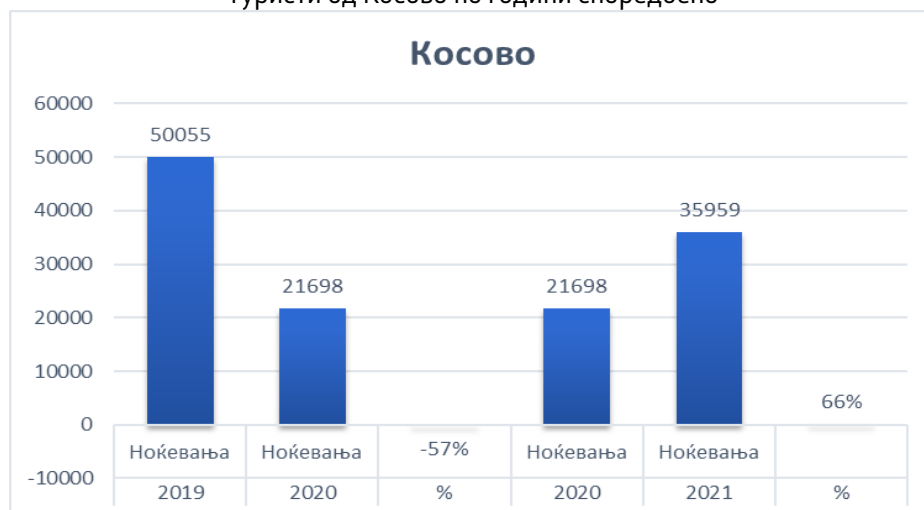


Туристи од Косово по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

Туристи од Косово по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, се гледа реализацијата на месечно ниво реализација во Косово



Извор: Google Analytics

1.2.2 Медиумска кампања во Албанија

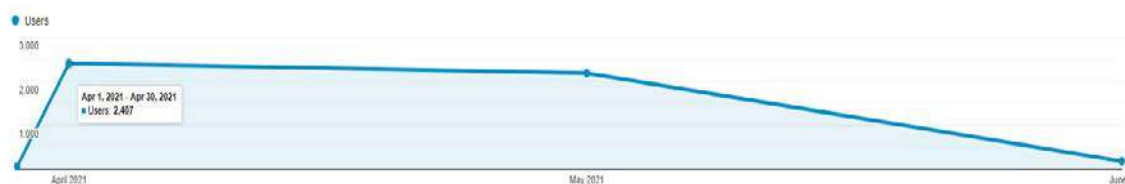
Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ на 01.04.2021 година започна со реализација на медиумска кампања во Албанија во медиумите raporama.com.al и во abcnews.al до 30.05.2021 год. прв дел и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 02.12.2021 со архивски бр. 02-676/2, АППТРМ на 20.12.2021 година започна со реализација на медиумска кампања во Албанија во медиумите raporama.com.al и shqiptarja.com втор дел.

Графички приказ за медиумска кампања 01.04.2021 – 30.05.2021

Албанија	2020	2021	%
Април	416	2407	479%



Мај	296	2185	638%
Вкупно	712	4592	545%



1. www.panorama.com.al – 01.04 – 20.05.2021 година
20.12.2021-20.03.2022 година



panorama.com.al/pd-dh

Panorama ONLINE

Menu Q Refresh Kthehu

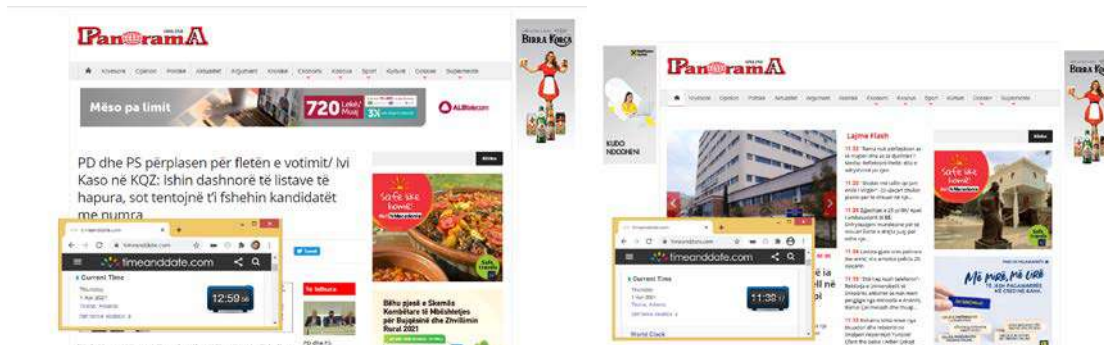
Safe like home! #allNMacedonia

KRIMET ZGJEDHORE

Komiteti Qendror i Zgjedhjeve dhe organet ligjvënuese do të stërvqin me fuqinë e ligjit çdo veprim që çmon zgjedhjet demokratike.

PD dhe PS përplasen për fletën e votimit/ Ivi Kaso në KQZ: Ishin dhe morën të listave të

nga Shqipëria në të gjithë botën



Банери

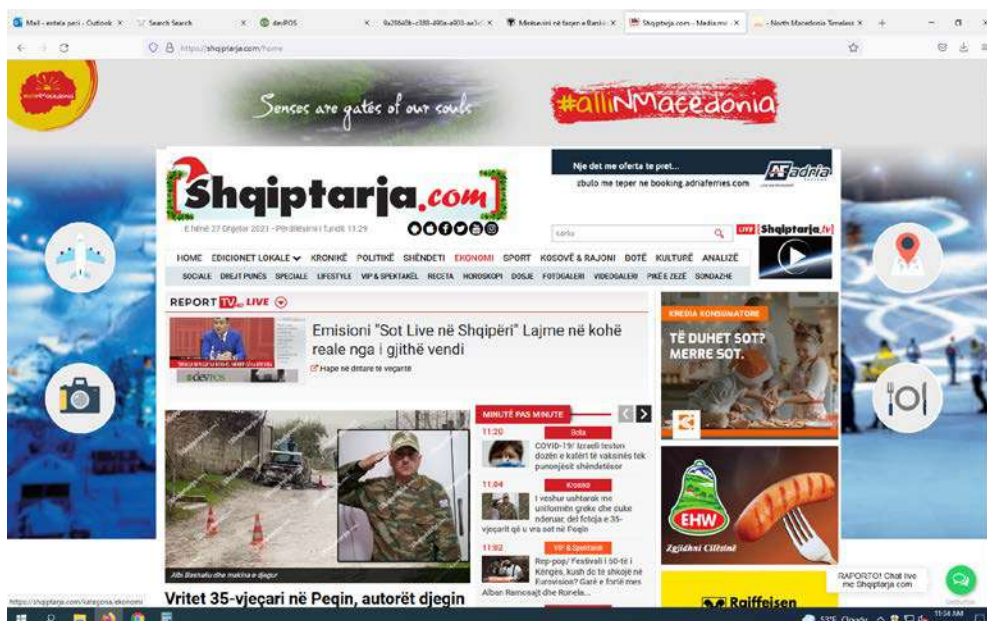
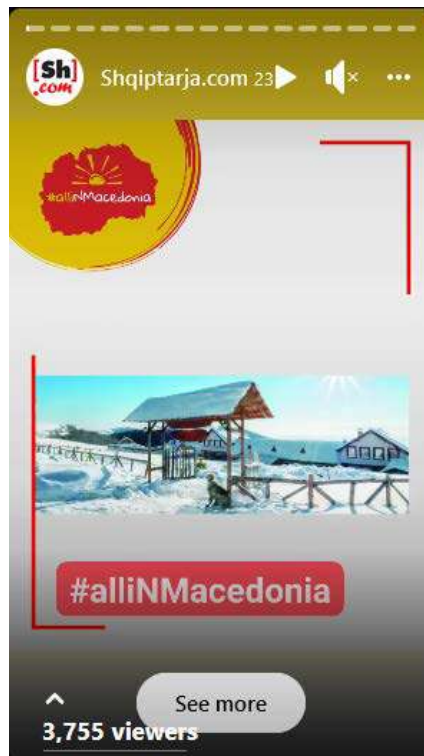


2. www.abcnews.al - 01.04 – 30.05.2021 година

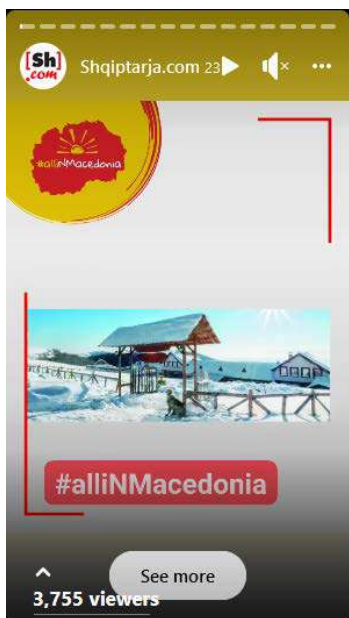


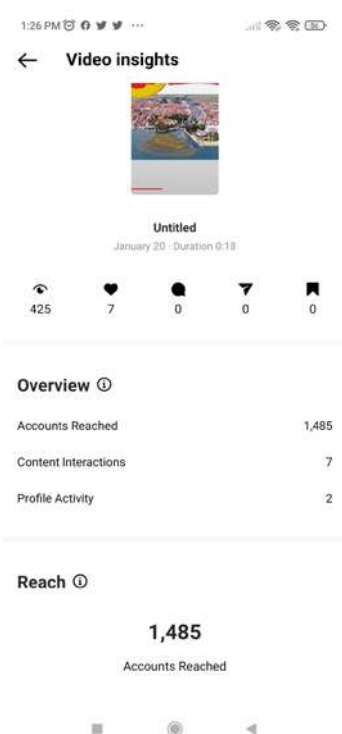
3. www.shqiptarja.com – 20.12.2021-20.03.2022 година REPORT TV гратис

Банери, ПР Артикли, Брендирање на страна, facebook, instagram.











Туристи од Албанија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

Ноќевања од Албанија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика



На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, се гледа реализација на месечно ниво на медиумска кампања во Албанија

Посета на веб страната www.northmacedonia-timeless.com од Албанија



1.2.3 Медиумска кампања во Турција

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ на 05.04.2021 година започна со реализација на медиумска кампања во Турција во медиумот gezimanya.com до 30.05.2021 год. прв дел и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 02.12.2021 год. со архивски бр. 02-676/2, АППТРМ на 20.12.2021 година започна со реализација на медиумска кампања во медиумот gezimanza.com и gastromanya.com до 31.03.2022 година.



Графички приказ за медиумска кампања 01.04.2021 – 30.06.2021

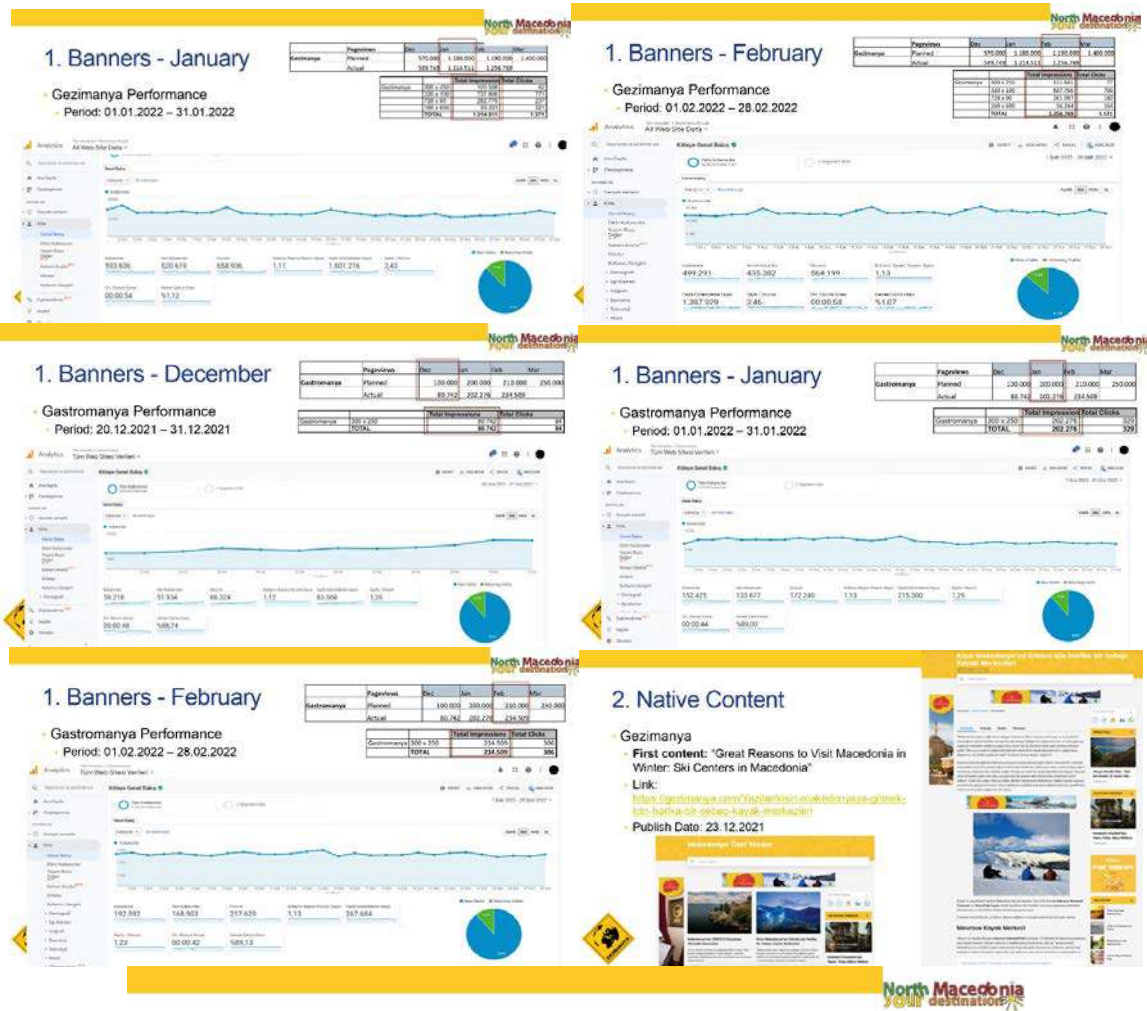
Турција	2020	2021	%
Април	1234	1455	18%
Мај	707	1643	132%
Јуни	445	1049	136%
Вкупно	2386	4147	74%

Изработено од АППТ.



1. www.gezimanya.com – 05.04 – 30.06.2021 година прв дел
20.12.2021-31.03.2022 година втор дел

Банери, ПР артикли, фејсбук и инстаграм промоција



2. Native Content

- Gezimanya
- First content: "Great Reasons to Visit Macedonia in Winter: Ski Centers in Macedonia"
- Social Media Promotion
- Publish Date: 04.01.2022

Instagram: Coverage 84.659 / 714 Profile visits / 620 likes



Facebook:
Coverage 58.954
Interaction: 4.222
Likes: 393



Öne Çıkarılan Gönderi	Engellenen Gönderi
47.168	4.222



2. Native Content

- Gezimanya
- Second content: "Macedonia's UNESCO Protected Treasures"
- Link: <https://gezimanya.com/Travel/makedoniyas-unesco-protected-treasures-atirandzhi-huacoretin/>
- Publish Date: 04.01.2022

2. Native Content

- Gezimanya
- Second content: "Macedonia's UNESCO Protected Treasures"
- Social Media Promotion
- Publish Date: 15.01.2022

Instagram: Coverage 72,513 / 942 Profile visits / 1073 likes

Facebook: Coverage 80,900 Interaction: 5,950 Likes: 752

2. Native Content

- Gezimanya
- Third content: "Undiscovered Touristic Treasures of Macedonia"
- Publish Date: 05.02.2022

Instagram: Coverage 75,168 / 956 Profile visits / 1242 likes

Facebook: Coverage 29,827 Interaction: 1,474 Likes: 248

2. Native Content

- Gezimanya
- Fourth content: "10 Amazing Outdoor Experiences in Macedonia"
- Link: <https://gezimanya.com/Travel/makedonija-10-mezozam-eck-hava-dereyini/>
- Publish Date: 15.02.2022

2. Native Content

- Gastromanya
- First content: "Macedonia's Featured Wine Routes"
- Link: <https://gastromanya.com/makedoniyas-on-cikac-sanap-civeler-i-2/>
- Publish Date: 31.12.2021

2. Native Content

- Gastromanya
- First content: "Macedonia's Featured Wine Routes"
- Social Media Promotion
- Publish Date: 02.01.2022

Instagram: Coverage 20,350 / 470 Profile visits / 110 likes

Facebook: Coverage 15,187 Interaction: 1,274 Likes: 708

2. Native Content

- Gastromanya
- Second content: "Famous Macedonian Appetizers"
- Link: <https://gastromanya.com/unlu-makedon-mezeleri/>
- Publish Date: 12.01.2022



2. Native Content

- Gastromanya
- Second content: "Famous Macedonian Appetizers"
- Social Media Promotion
- Publish Date: 12.01.2022

2. Native Content

- Gastromanya
- Third content: "Sharing the Same Taste: Traditional Common Cuisine of Turkey and Macedonia Project"
- Link: <https://gastromanya.com/ays-tad-paylasmak-turkiye-ve-makedoniyak-geleneksel-ortak-mutlugu>
- Publish Date: - 01.02.2022

2. Native Content

- Gastromanya
- Fourth content: "Macedonia's Famous Meat Dishes"
- Link: <https://gastromanya.com/makedoniyas-unlu-et-yemekleri>
- Publish Date: - 23.02.2022

3. Special Sponsorship

- Gezimanya
- Sponsored Macedonia Section at the top of the page
- 3 Macedonia Cities in Popular Cities Section
- 3 Macedonia Articles in Popular Articles

3. Special Sponsorship

- Gastromanya
- Sponsored Macedonia Cuisine Section at the top of the page

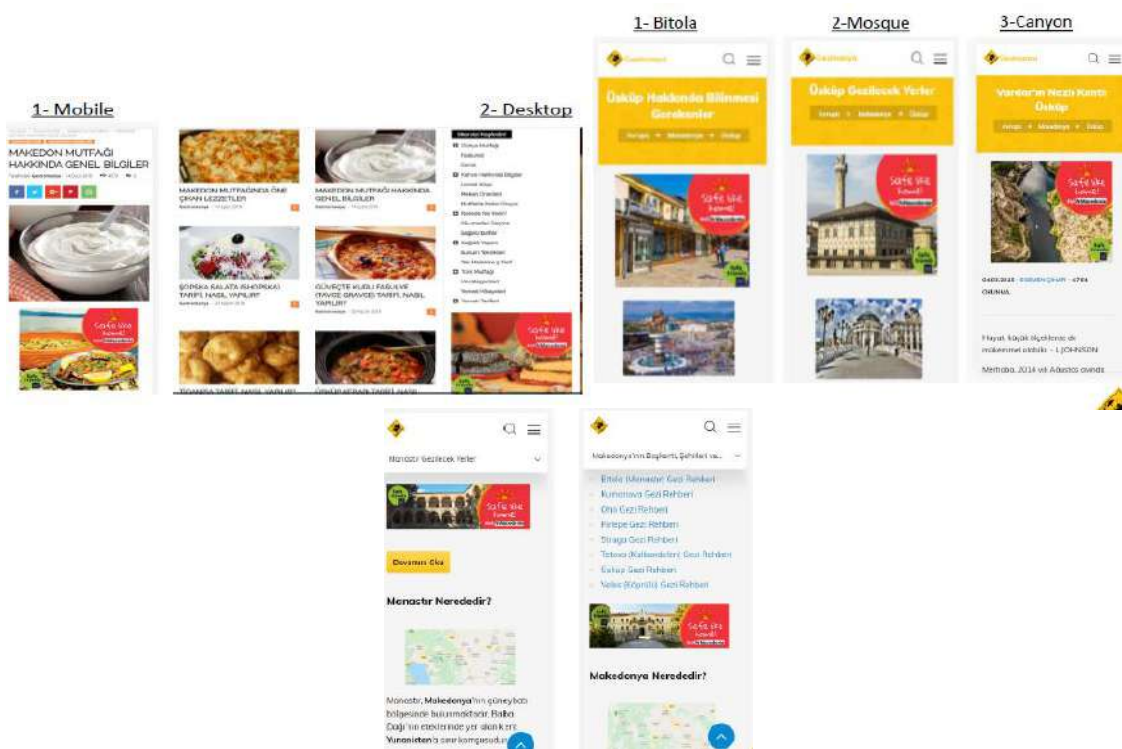
1. Banners

- Gezimanya Banners
- Period: 20.12.2021 – 31.03.2022
- Sizes:
 - 300x250 px
 - 160 x 600 px
 - 728x90 px
 - 320 x 100 px

Period	Pageviews	Clicks	Cost
20.12.2021 - 31.03.2022	110,000	380,000	200,000
Total	110,000	380,000	200,000

- Gastromanya Banners
- Period: 20.12.2021 – 31.03.2022
- Sizes:
 - 300x250 px

Period	Pageviews	Clicks	Cost
20.12.2021 - 31.03.2022	80,742	262,270	145,000
Total	80,742	262,270	145,000



Туристи од Турција по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

Ноќевања од Турција по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, се гледа на месечно ниво реализација на медиумска кампања во Турција

Посета на веб страната www.northmacedonia-timeless.com од Турција



Изработено од АППТ.



1.2.4 Медиумска кампања во Србија

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ на 29.04 започна со реализација на медиумска кампања во Србија во медиумот Курир.рс во времетраење од два месеци, додека пак во Телеграф.рс отпоча од 21.04.2021 година, исто така во времетраење од два месеци.

1. Понуда за Курир.рс

Proposal				
Website	Campaign Duration	Number of impressions/days/articles	CPM / CPD price	Rubric
KURIR.RS				
Positioned PR article	2 PR articles		1.000,00	6 hours positioned on the homepage
Branding of the PR article (464x1080px left + right)			300,00	PR article
KURIR.FB				
FB post (share of the link with the PR, on the FB page)	2 posts		400,00	FB Kurir
KURIR.RS mobile version				
320x100px mobile sticky (freq. capping 2/24h)	25 days	446.970	3,30	Run over site (mobile site)
		44.697		
KURIR APP				
300x250px (freq. capping 2/24h)	25 days	750.000	1,50	Run over app
		75.000		

1.1. Објави на ФБ

Објава 1



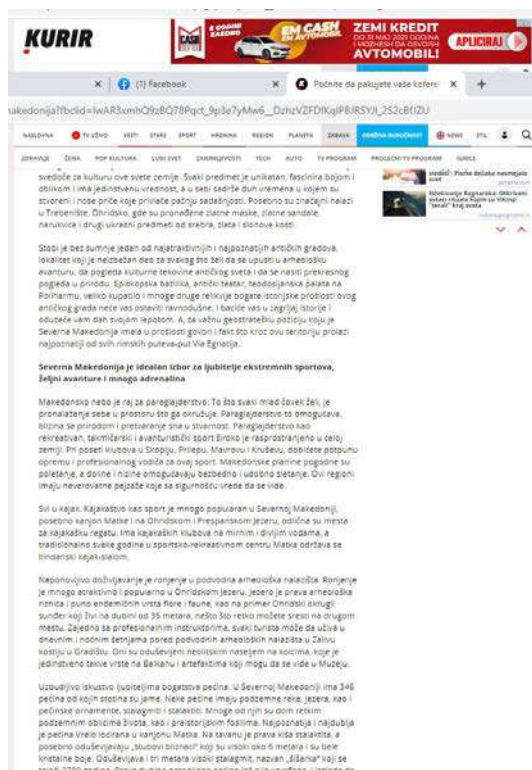
1.2. Screenshots Wallpaper и банери (web/mobile)



Qeveria
Agjenci



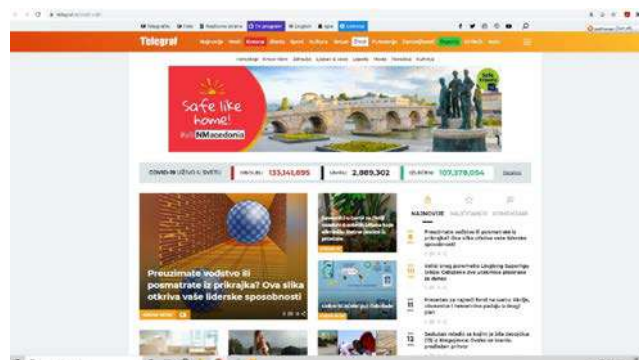
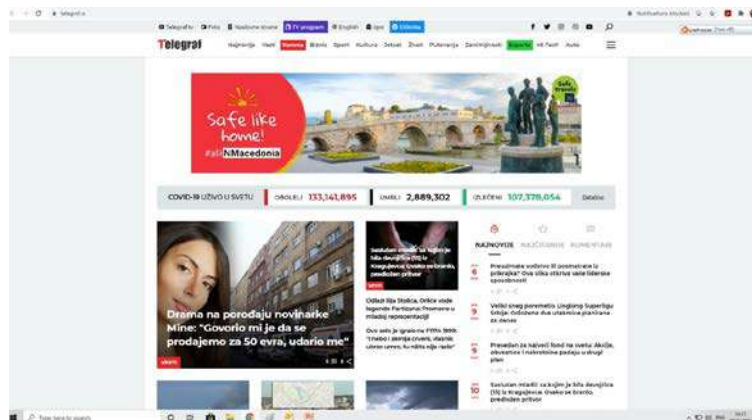
[illegible][illegible][illegible][illegible]

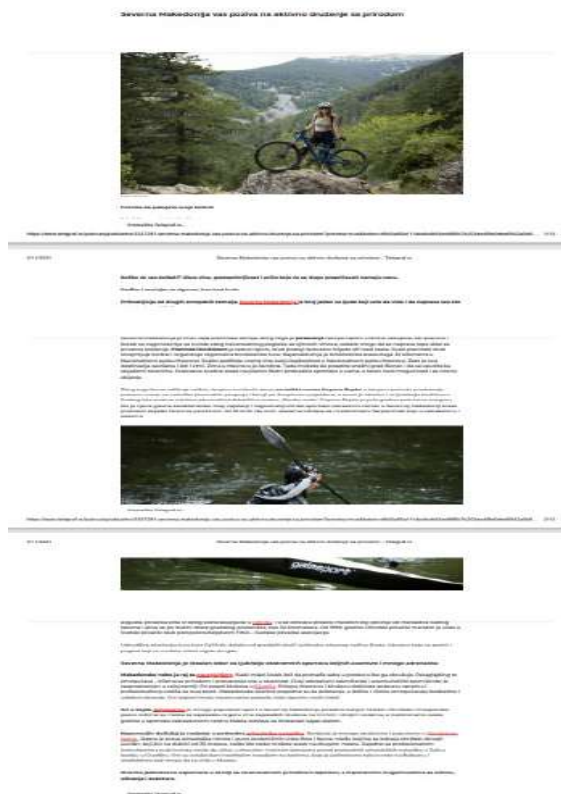


2. Telegraf.rs

Billboard banner 970x250px Category: Home page & news 300.000 impressions, 14 days	5.8€/CPM
Billboard banner 970x250px Category: Life&style and Category: Travel 10 days	100€/day
Mobile (mobile site+android+iOS) Banner 320x100px sticky, 20% rotation 12 days (9+3 gratis days), expected number of impressions: 5.000.000+	400€/day
PR article with exposure 12 hours on front page, share on our social media, 2 PR articles gratis	700€/publication
Pre roll video commercial Skip 15s, 200.000 impressions Gratis share of video on our social media	11€/CPM

2.1. Banners (web/mobile)





Број на туристи од Србија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика



Број на ноќевања од Србија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, се гледа на месечно ниво реализација на медиумска кампања во Србија

Посета на веб страната www.northmacedonia-timeless.com од Србија



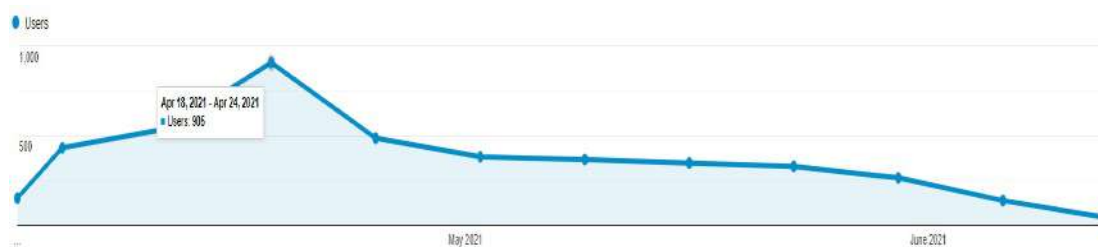
Извор: Google analytic



1.2.5 Медиумска кампања во Бугарија

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ на 01.04 започна со реализација на медиумска кампања во Бугарија во медиумот Blitz bg, додека пак во Dir bg отпоча од 15.04.2021 до 15.06.2021 год.

Графички приказ за медиумска кампања 01.04.2021 – 15.06.2021



Табела со компаративни податоци на посети на веб страна

Бугарија	2020	2021	%
Април	773	2266	193%
Мај	693	1494	116%
Јуни	275	318	16%
Вкупно	1741	4078	134%



3. Blitz bg

Campaign period : 01.04-31.05.2021

Advertising format : Banner size 300*600, desktop and mobile version, 173 594 planned impressions

Video - Desktop version, 167 154 planned impressions

Wallpaper- Desktop version, 551 791 planned impressions

All plan impressions for both formats: 892 538

The offer include 35 % bonus impressions and 40 % discount of the price

Two PR articles with Facebook shared

Screenshots Wallpaper и банери

4. Dir bg

Site	Format	CPM	Daily impressions	Impressions total
Dir.bg Mobile version, fr.3	300x600	18.00	7000	126000
Dir.bg Mobile version, fr.3- bonus	300x600	18.00	2100	37800
Dir.bg, Billboard, fr.1	1330x300	25.00	10000	60000
Dir.bg, Billboard, fr.1- bonus	1330x300	25.00	3000	18000
Trip.dir.bg, Billboard, fr.1	1330x300	25.00	1605	67410
Trip.dir.bg, Billboard, fr.1	1330x300	25.00	482	20244
Dnes.dir.bg, Billboard, fr.1	1330x300	25.00	10000	120000
Dnes.dir.bg, Billboard, fr.1- bonus	1330x300	25.00	3000	36000
Dir.bg, Advertorial article 30% rotation Home page+ Mobile	Native ad	1500.00	150000	150000
Dir.bg, Advertorial article 15% rotation Home page+ Mobile	Native ad	750.00	75000	75000
Video preroll, fr.1	Video	35.00	1000	12000
Video preroll, fr.1	Video	35.00	300	3600
Facebook communication- bonus		300.00		

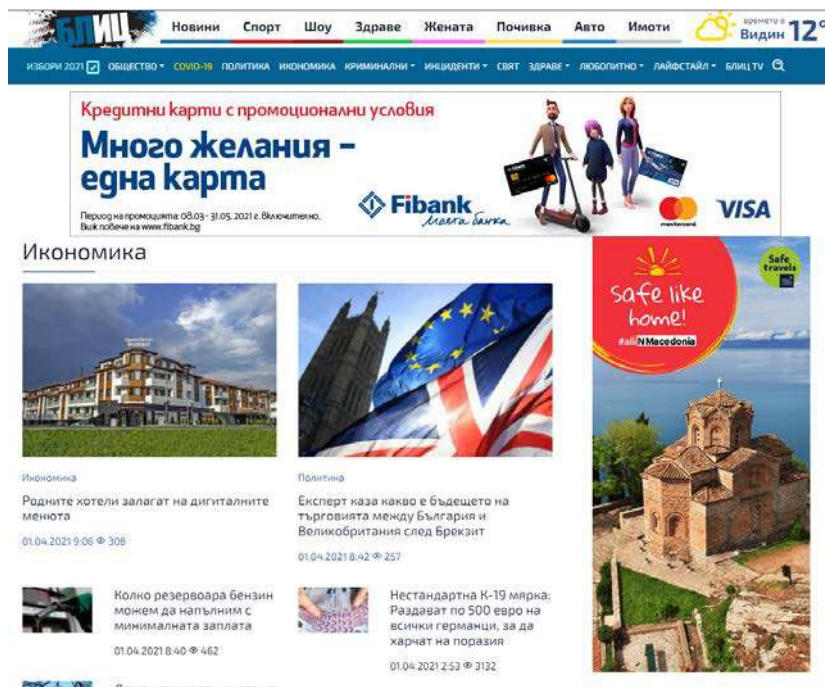


Објави

1. Блитз бг - watermark



Банер





За любителите на приключението и природата Скопие ще ви удостои с Каньон Матка, нестопан, където ще се слее с природата. Заобиколен от стръмни стени на драматично дефиле, което спира дъха.

Потопете се в най-дълбоката подводна пещера в Европа, пещерата Врело, след което се насонете се към някои скални образувания, идеални за алпинизъм, или жарейте нивк, или лодка, или просто се насладете се на невероятната гледка, докато един от 30-те вида перепури ви посреще с нежна целувка.

Продължете към Водно. Ако попитате жителите на Скопие от къде Скопие се вижда най-добре, всички ще кажат „Видоковоц“, спрете за момент и се насладете на града, възпаван от поетите

Ако сте любител на адреналина, пътятите на водно ще ви доставят истинска наслада, независимо дали става въпрос за разходка пеша, колоездене или параванозанезване. Препоръчвам с посещение на градски парк, старата част и извирите, което стане санделът на млади твърди целулки, забравяне любов и досадни обичавания. И това е само част от това, което Скопие може да ви предложи! Когато си замислите, още дълго време ще бъдете запленени от магията на "правистия град"!

```
#allMacAddress
#SelfSubnetHome
```



Град, който едновременно изумва и радва. Град, в който ще се влюбите в издънната на лещина кестанка през асена, когато и горе, асфалт след летен дъжд, през пролетта ще с насладите на пролетни полски и ще се поробите в перфектната хармония на синята белуга, която прави Желто да изглежда като сребро от помладина.

Ако някога се окажете в този град, пригответе се да почувствате неслъжително, противоречиво и невероятно чар, които правят Бютич уникален.



Забавата за традиционните туристически разходи и се отиде на дъна на Скорпи.

Изминете Скорпи като истински гурмет на Скорпи! Започнете с разхода на калдъръма на Стари Базаз. Искате, какви деления, музика и обичаи на шопинговците, какви са била част от Скорпи от векове, се приемат, в Базаз Базаз.

Посетете многобройните язови, датиращи от османския период, както и музейния комплекс, издигнати на мандолината история ще ви остави без думи. В момента, в който преминавате през стария каменен мост – връзката между старото и новото, ще почувствате усещането, че сте

Дунав и енергията, старият център на турците и мюсюлманите, краищата или най-добрият турски кафе или най-често в подстигнат с широка прегръдка, която винаги да иска да ви види отново.

Гastrонoмските сетива са удовлетворени? „Да пием кафе!“ Също типична за Скопие фраза, хората от Скопие ходат на кафе, поне веднъж на ден. Заслужени под густите сенки на кесяните в Дебър Маало. Жаден за история? Скопие члв ви разказва няколко истории. Неоситното село Тумба Маждари - разположено в сегашния квартал Ченто, е най-важното селище в долината на Скопие от неолита (млада каменна епоха).



Животът в това село се продължил между 6000 и 4300 г. пр. Н. Е. Именно тук статуите на големата майка, както и много други находки от керамика, са изложени в Музея на Северна Македония. Силатайският преизобретаване кушан в духа на неолитната архитектура, ще имате шанса да се озовате в своеобразна машина на времето, където ще имате шанса да се почувствате като човек, живял преди хиляди години.

Следващ в списъка е Скиоти - близо до селското село Зложукани. Този град датира от римската и късната античност и има различни укрепления, театър, гражданска базилика, градска вил, сля, християнска базилика и некропол. Ами карате на два километра северно от Скиоти, ще намерите римския акведукт, построен от камък и тухла, наброяващ 55 арки, опиращи се на масивни стълбове, построени през 15 век.

За любителите на приключението и природата Скопие ще ви удости с Каньона Матка, мистото, където ще се слее с природата. Забавнолет от страшни стени на драматично дефиле, което спира дъха.

Потопете се в най-дълбоката подводна пещера в Екватор, пещерата Врело, след което се

Ако сте любители на адреналина, пътешествията на Водои ще ви доставят истинския наслада, независимо дали става въпрос за гледане на риба, колоездене или парашутизъм. Препоръчвам с посещение на Градския парк, старата част и мезерото, което става свидетел на всички пътни случуци, забранена любов и докосвания обожавани. И това е само част от това, което Скорпио може да ви предложи! Когато си замислите, още дълга време ще бъдете запленени от магича на "Хирсифид град".

[Back to top](#)

#Lafel, 1844

— **Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry**



TABLE	CYBERPA WALKDOWN	KNOWLEDGE	CHALLENGE
-------	------------------	-----------	-----------



PR2

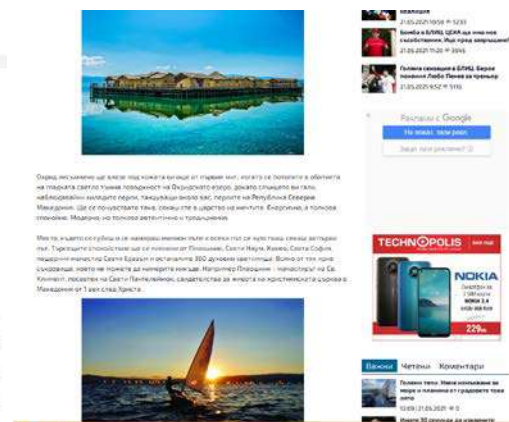


СВЯТ

Македонскиот "Град на светлината"

Този град на пръв поглед ще ви очарова със своята богата история

21.05.2021 10:05 540



Открити са 500 гробове на монаси, както и други богати находки: позлатени одежди, кръстове, иконостас, мощи. Именно тук се намирала Охридската школа, полната на славянската писменост, духовност и култура, която се счита за първия славянски университет в света. Следва манастир Свети Наум - построен на висока скала над самото Охридско езеро, на най-южната му точка.

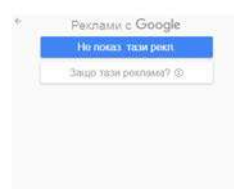
Манастирската църква, посветена на Събора на светите архангели, който в 905 г. е построена от Свети Наум и в нея се намира и гробът на Свети Наум, построен в югоизточната част от нартекса, на същото място като и гроба на Свети Климент. Една от най-красивите сгради във византийската и македонската архитектура е катедралната църква Света София. Тази катедрална църква е един от най-големите комплекси, съзиданици стенописи от византийското изкуство в Европа от XI век.



Стенописите от XI и от XIV век са от изключително значение и намират своето място в всички научни издания. Великолепната припратна датира от 1313/14 година. Не напразно в библиейската Македония всички пътища водели към Охрид. Магията на този град, напразно ще се опитате да я уловите, а това, което ще преживеете тук, ще остави отпечатък върху вас завинаги.

Ще се заплате как е възможно да поставите цялата красота на света на едно място. Посетете Самуиловата крепост, една от хилдните забележителности на града. Построена от цар Самуил, по времето, когато Охрид е бил център на царството му. Крепостта днес има 18 кули и четири порти. Част от крепостта се простират до езерото и до долния хълм на старата част на Охрид.

В старата част на града имало три порти, от които запазена е само Горната порта. По стените му са изградени много камъни с гръцки надписи. Под частично разрушения външен слой на външните стени се виждат хоризонтални тухлени пластове във византийски стил. Следващ в списъка е античния театър, един от трите в страната и единствен от елинистическия период.





Посетете го по време на Охридскиот летен фестивал, кадето тој се ситнива во пълниот блеск, подрачајки богатите си културни и художествени проици. На открито под вълшебното звездно небо, позволете си момент на несаизвимо удоволствие. Чува ли сте никогла за залча на костите? Това е реконструирано праисторическо наоколно селище от 12 до 15 век пред Христа, поставено върху платформа, която се крепи на дървени колове.



Воден музей, в който се намират останките от древно местообитание, база за гмуркане и реконструирани римски крепости. Нека машината на времето в Охрид да ви отведе до къщата на Робевци – един от най-представителните обекти на градската архитектура в Северна Македонија, днес археологически и етнологически музей, фонд на вещи притежавани от известната фамилия Робевци и произведения на Охридската резбарска школа.

След като се наситите от изкуството, историята и културата, разпуснете в някой от многото традиционни ресторанти, наслаждавайки се на вкусна охридска пъстърва, печена в пепел Охридска змиорка, гьомлезе, или охридски варен геврек. След това се отправете към пясъчните плажове на Охрид и се насладете на безкрайното синьо, като слушате мелодията на вълните, които разказват една охридска любовна легенда всеки път, когато целуват пясъка.



В момента, когато уличните лампи светят а слънцето е скрито зад хоризонта, Охрид се трансформира в жизнен град, където забавлението продължава до първите лъчи на слънцето.

Добавете Охрид към своя списък със задължителни дестинации, защото този, който не е виждал Охрид, не е видял богатството на света!

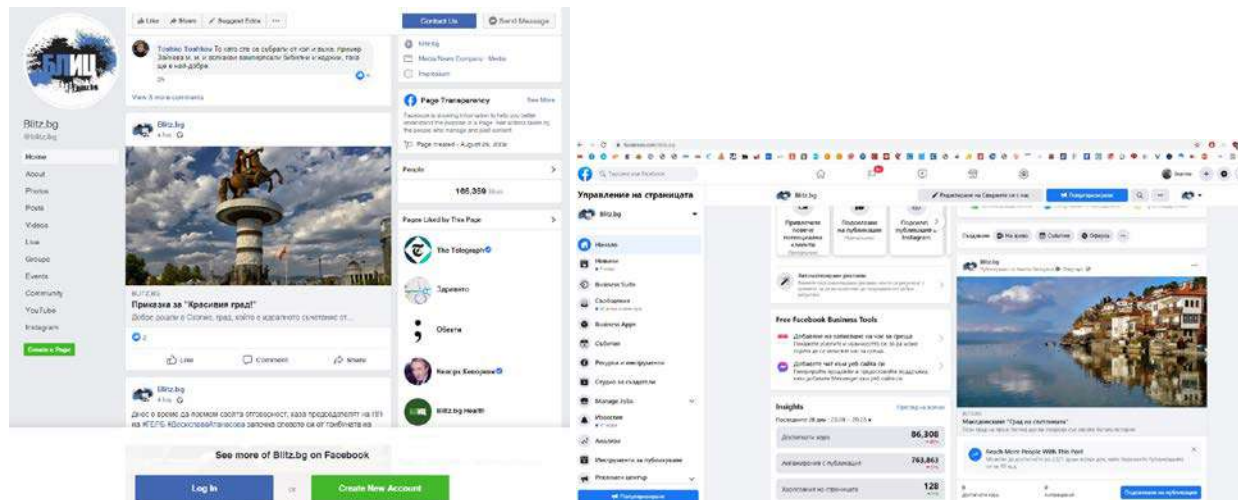
[#onlyinMacedonia](#)

[#allinMacedonia](#)

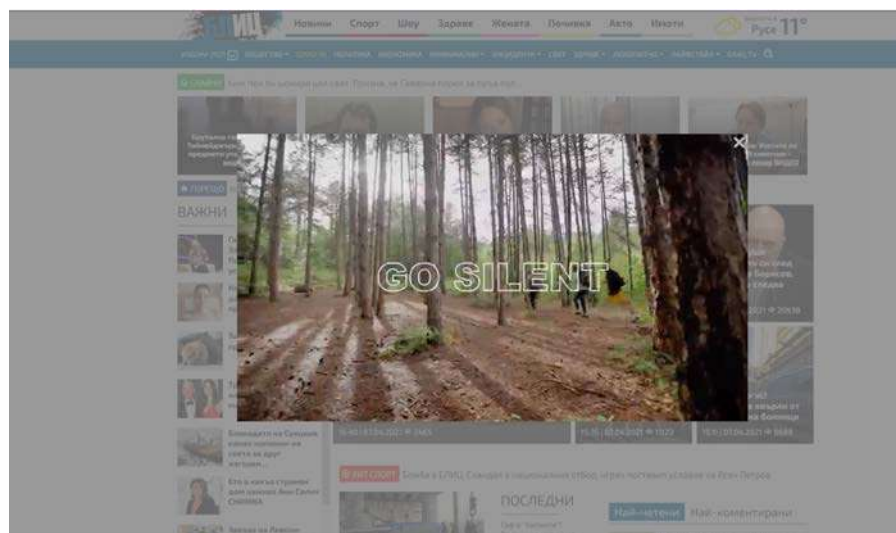
За повече информация моля посетете следния website <https://www.macedonia-timeless.com/engohrid>

ТАГОВЕ: [СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА](#) [ОХРИД](#) [ГРАД](#)

FB1 објава

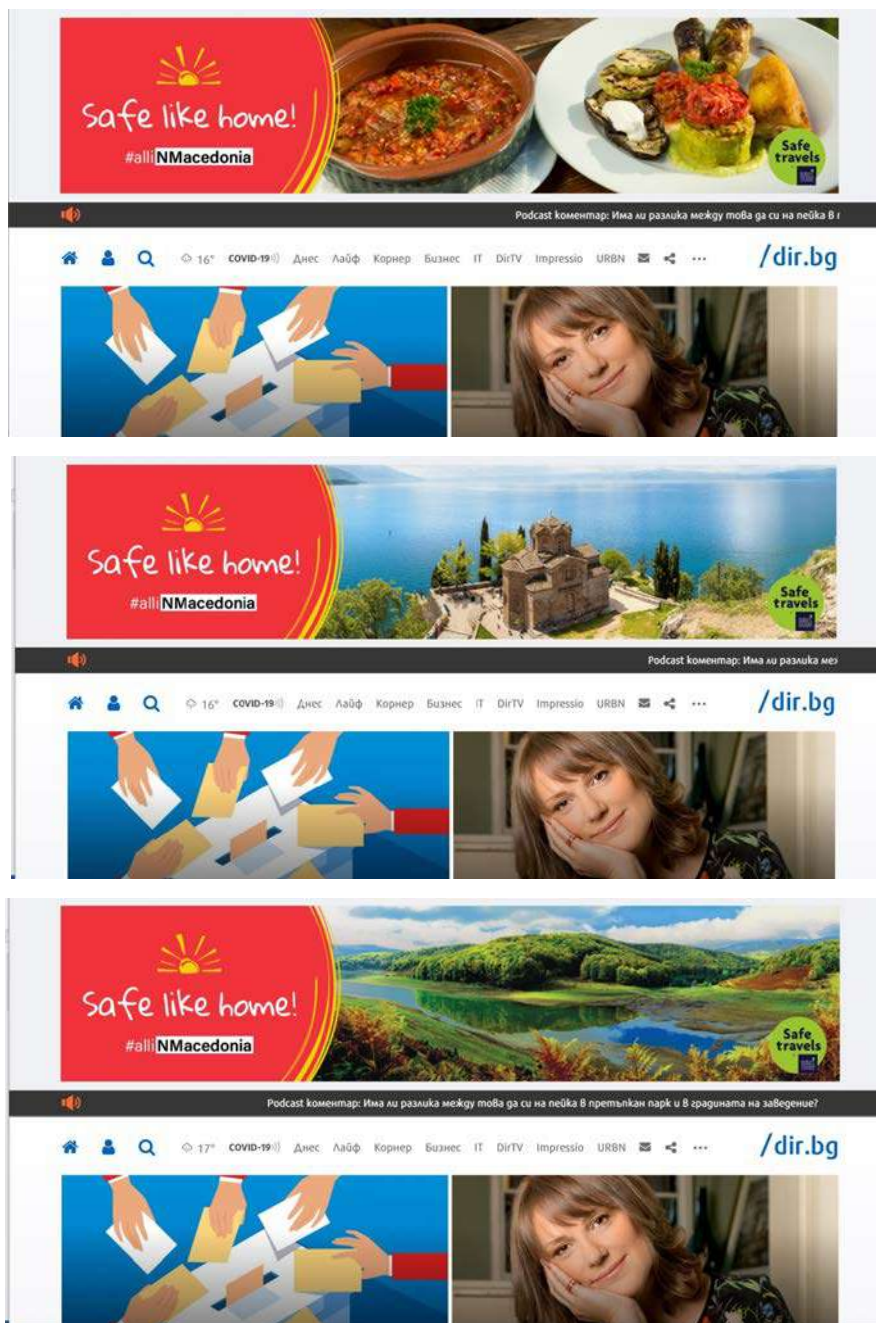


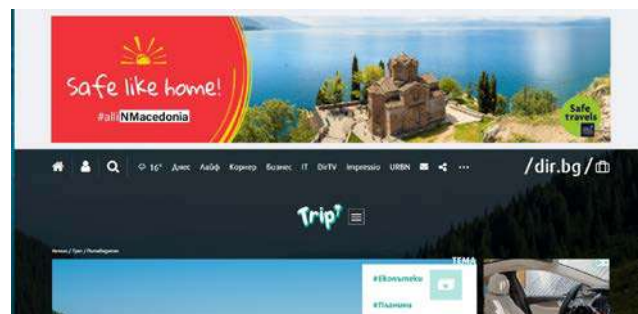
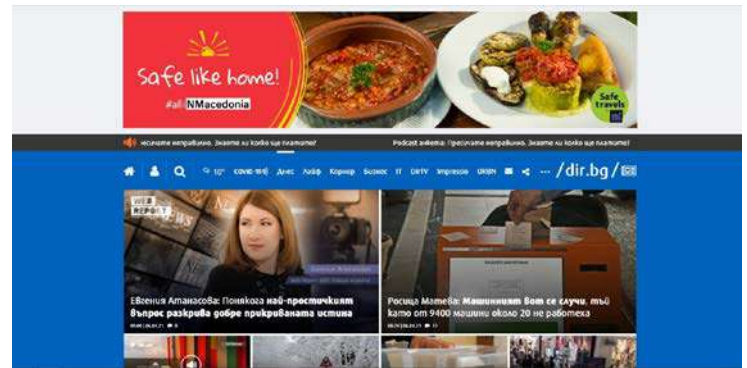
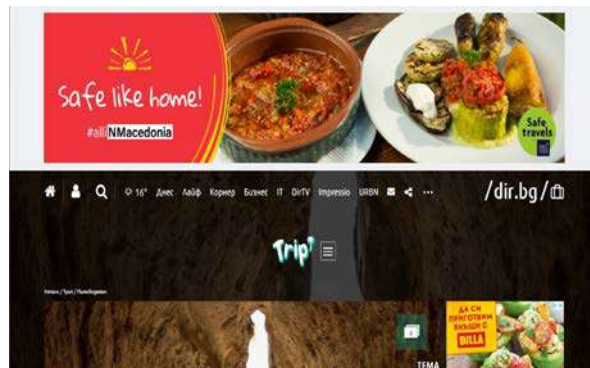
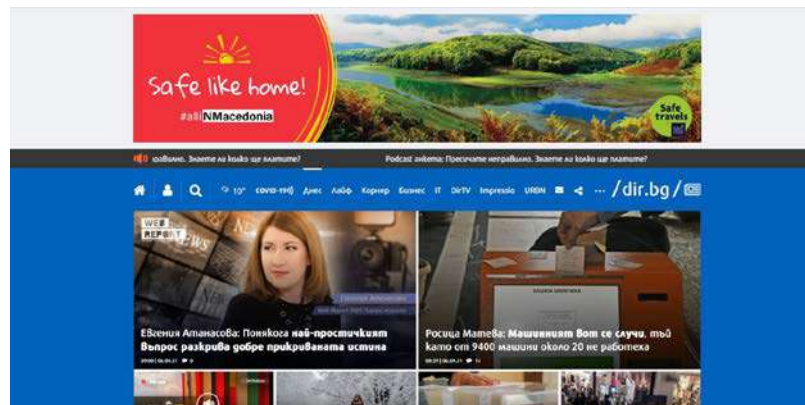
Видео десктоп верзија

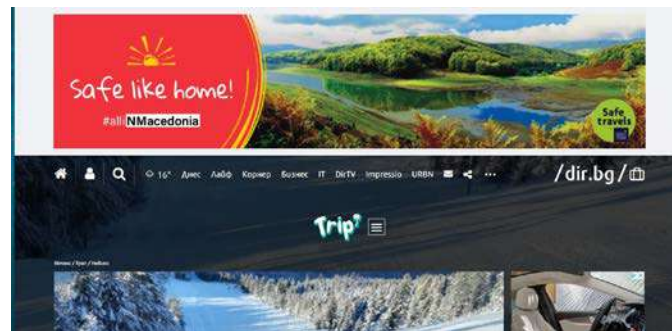


2. Dir Bg

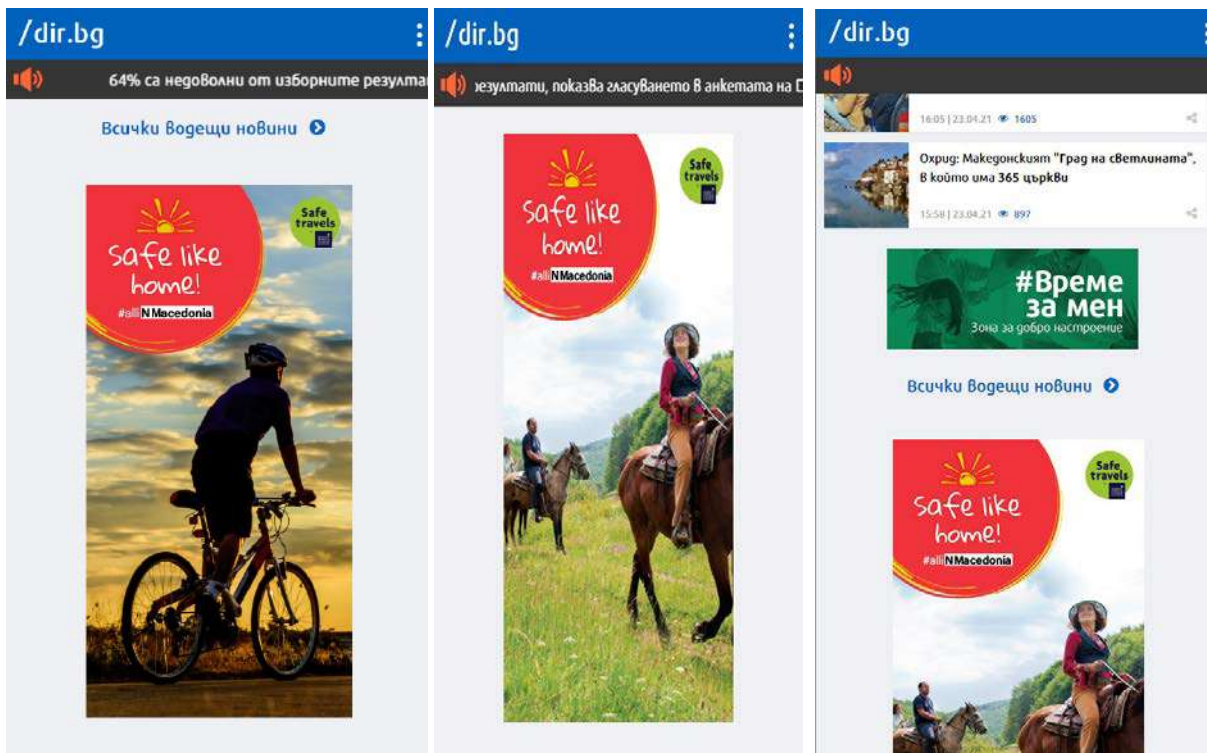
Screenshots банери







Мобил банер





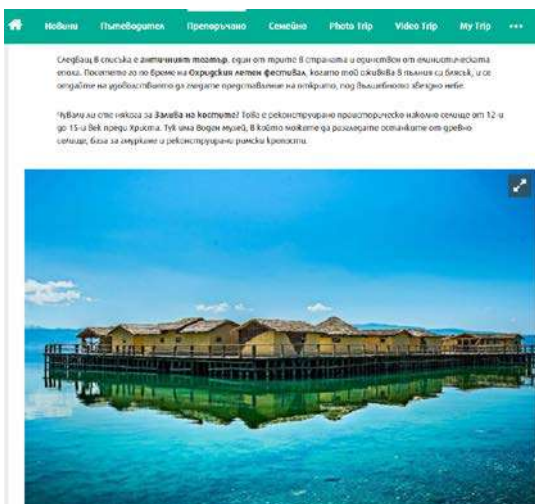
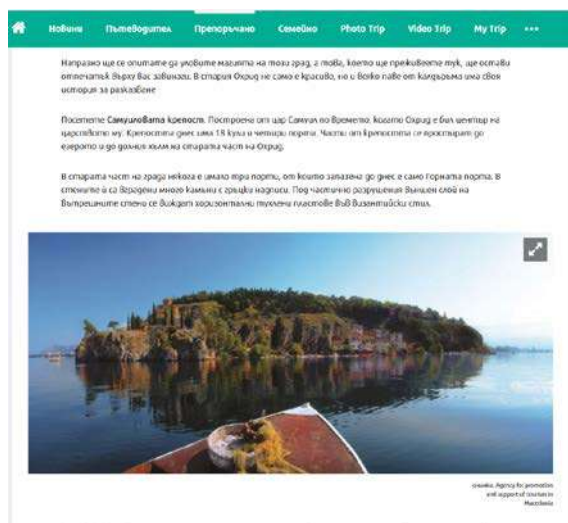
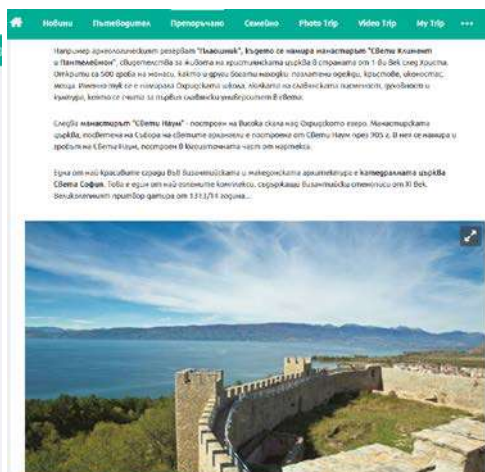
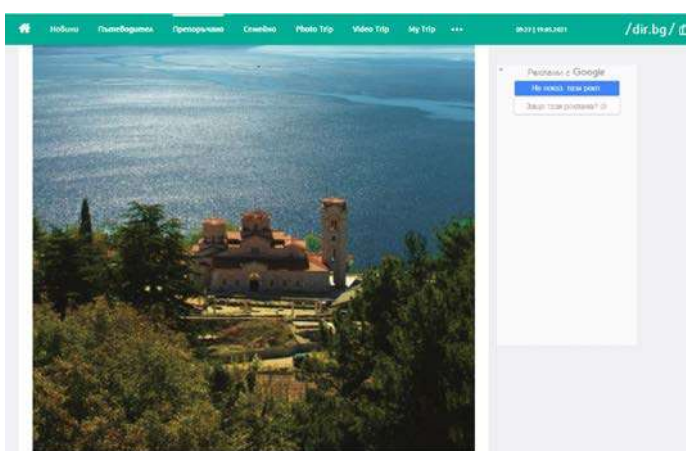
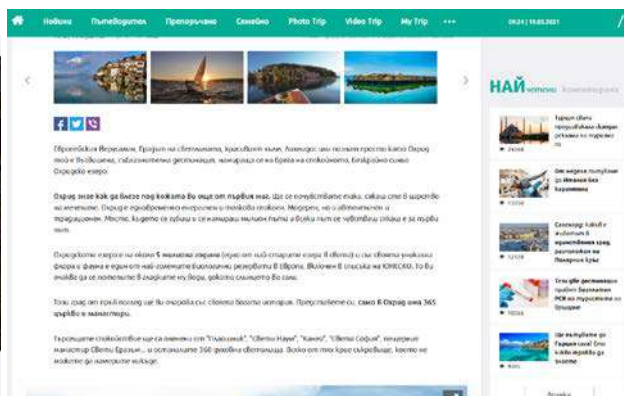
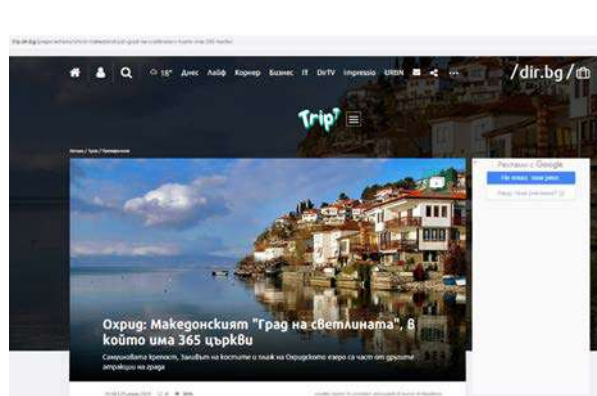
ФБ објава

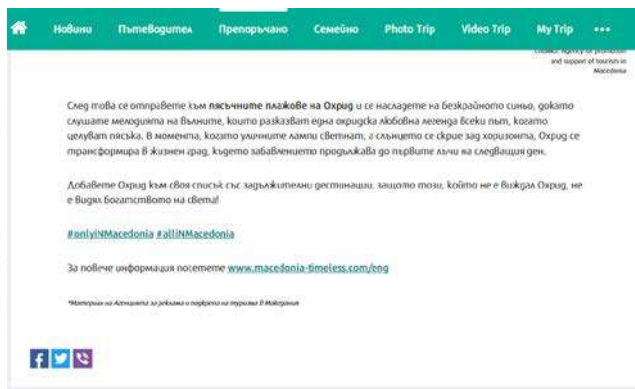
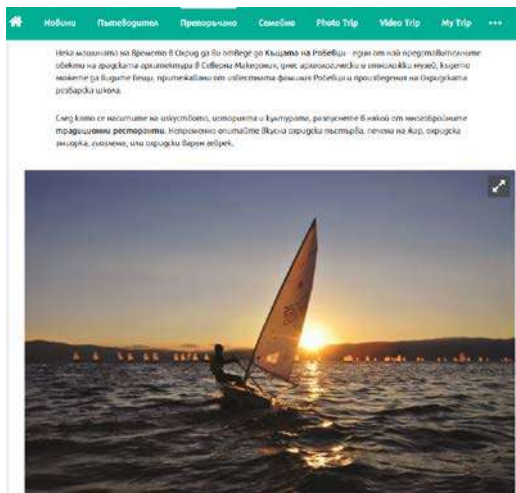


Видео прерол



ПР дир бг





Број на туристи од Бугарија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

Број на ноќевања од Бугарија по години споредбено



Извор: Државен завод за статистика

На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, може да се види на месечно ниво реализација на медиумска кампања во Бугарија

Посета на веб страната www.northmacedonia-timeless.com од Бугарија



Извор: Google analytics



1.2.6 Медиумска кампања во Полска

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2021 година објавена во службен весник број 22 од 27.01.2021 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТРМ донесена на ден 01.03.2021 со архивски бр. 02-126/10, АППТРМ од 01.04.2021 год започна со реализација на медиумска кампања во Полска во следните медиуми:

Графички приказ за медиумска кампања 01.04.2021 – 15.06.2021



Табела со компаративни податоци на посети на веб страна

Полска	2020	2021	%
Април	148	2571	1637%
Мај	142	2724	1818%
Јуни	48	157	227%
Вкупно	338	5452	1513%

Онлајн медиуми

5. www.wp.pl
6. www.tur-info.pl
7. www.wykop.pl



1. Tur info

- 1 PR articles on TUR-INFO.PL
- 1 Interview
- 2 x mailing to travel agencies in Poland
- Watermark 1-31.04.2021
- Megabanner „A” 1.04-31.05.2021
- Inter-text banner „B” 1.04-31.05.2021
- 10 Social Media Support

2. Wirtuelna Polska

Display CPM campaign- tripple billboard 750x300 pixels (max weight 60kB)

7145 impressions (PV)

Период 01.04 till 31.05.2021

3. Wykop pl

Campaign: Advertising campaign - 1 250 000 page views on Wykop.pl

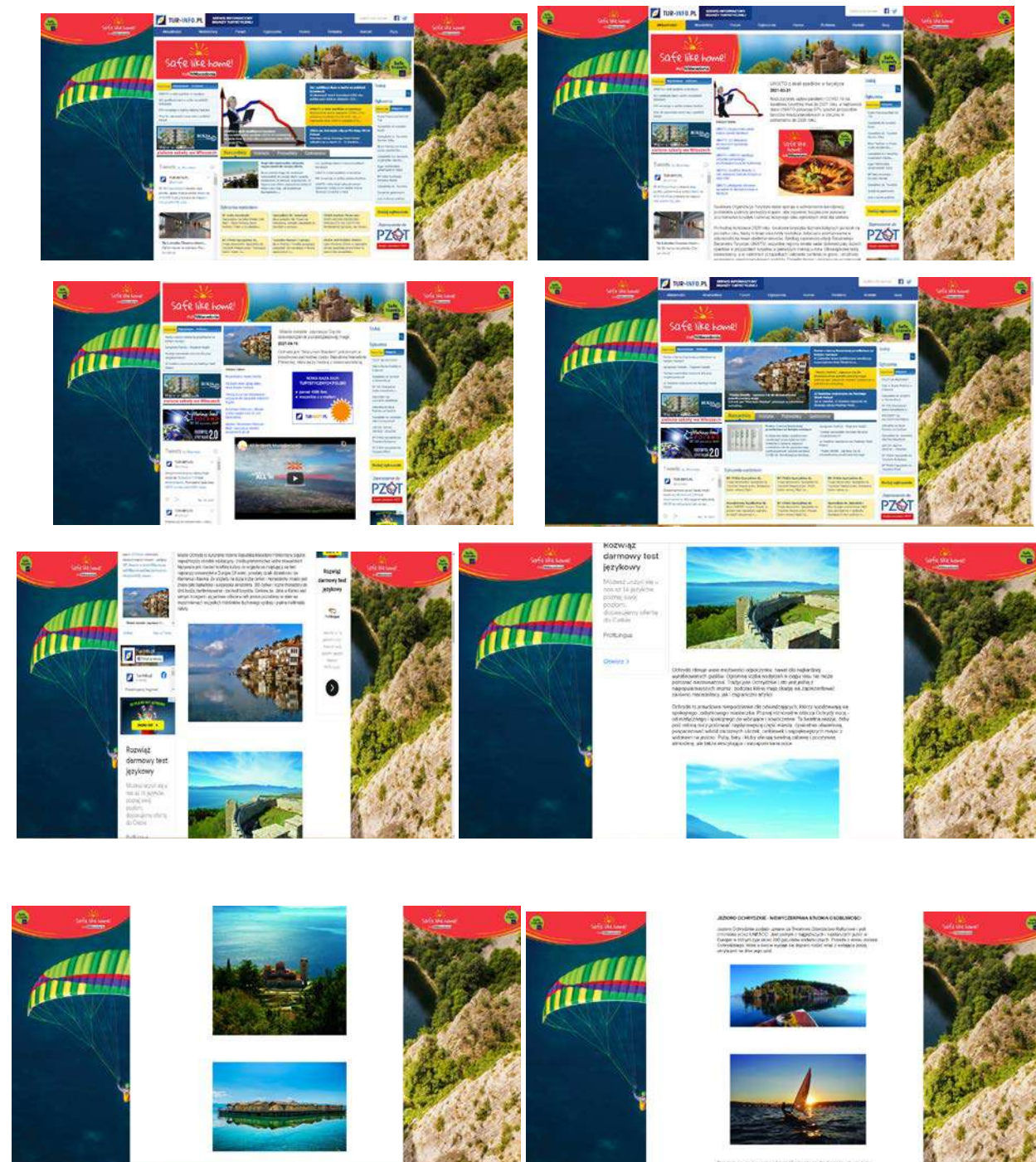
Format: Rectangle (300x250), Halfpage (300x600)

Период: 01.04-31.05.2021

Објави

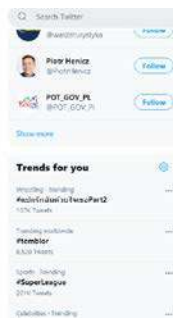
1. Тур инфо - screen shots на Watermark со голем банер

Watermark со мал банер; ПР артикл



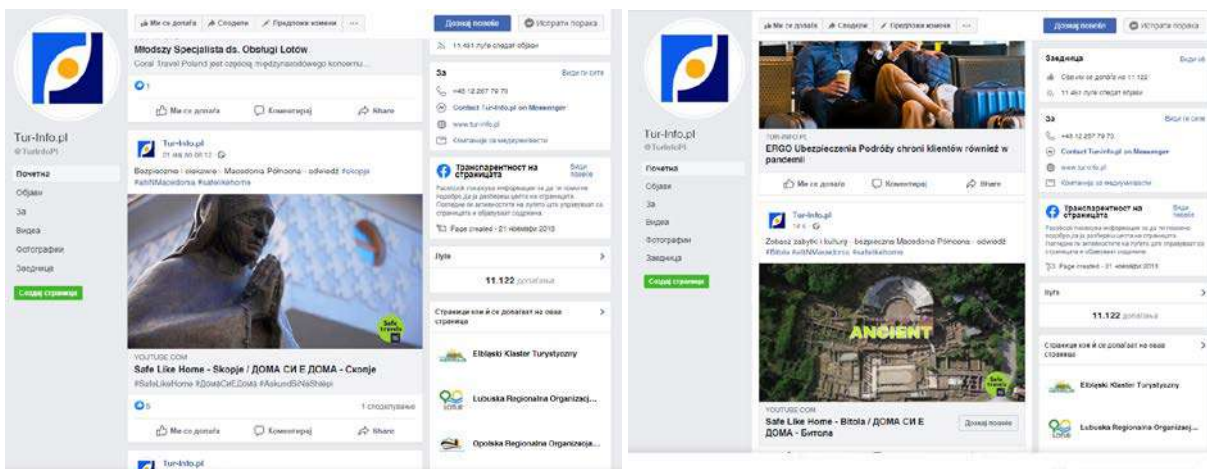


ФБ ПР 1; Твитер ПР 1; Мејлинг 1

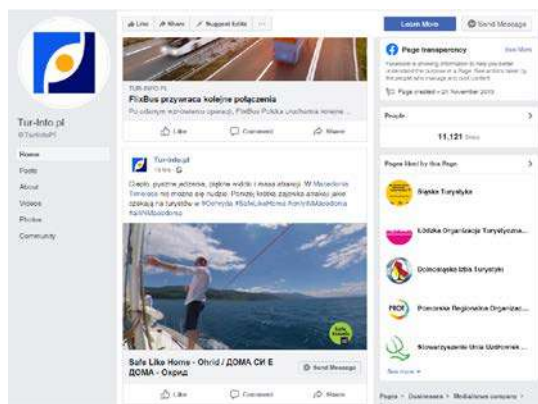




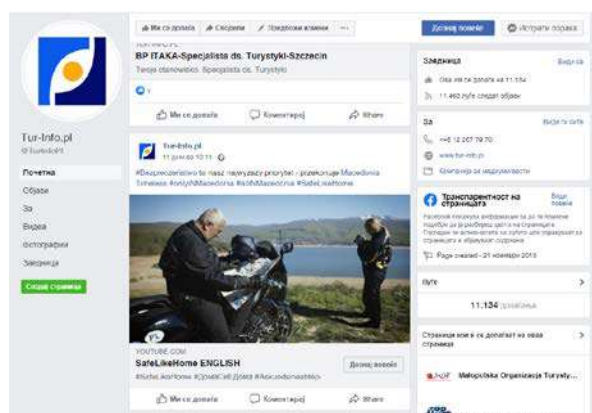
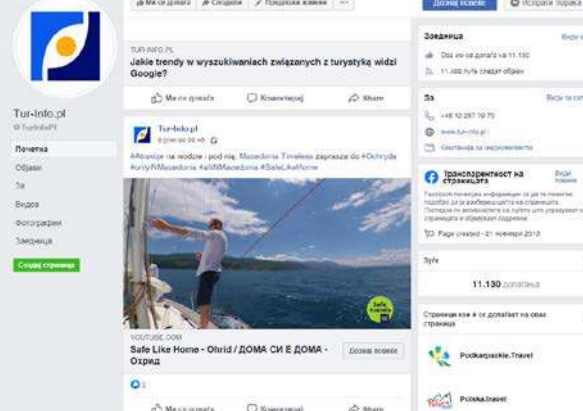
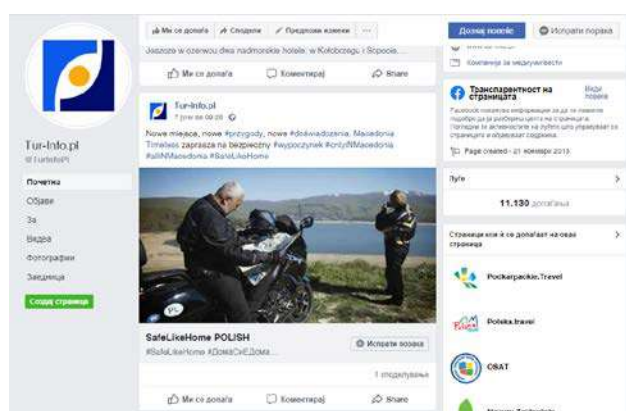
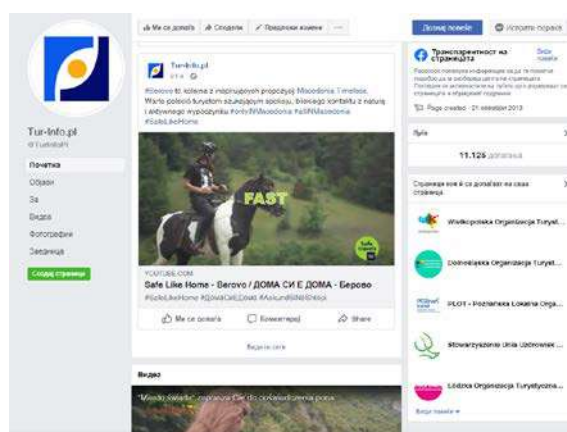
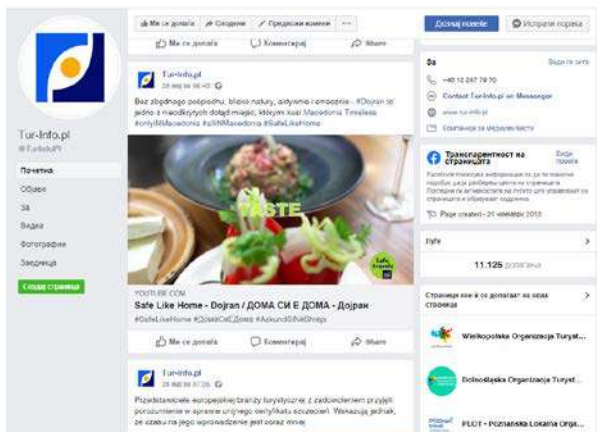
Social media постови - ФБ 1

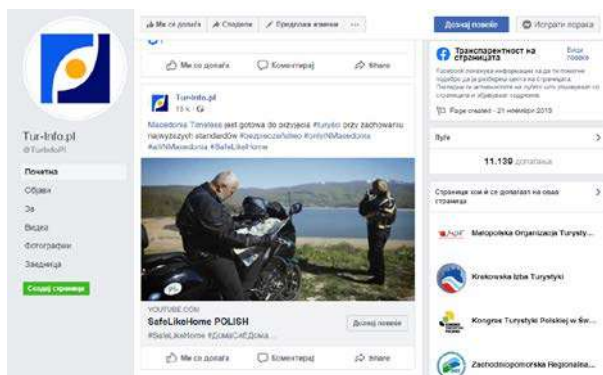


Види повеќе од Tur-Info.pl на Facebook

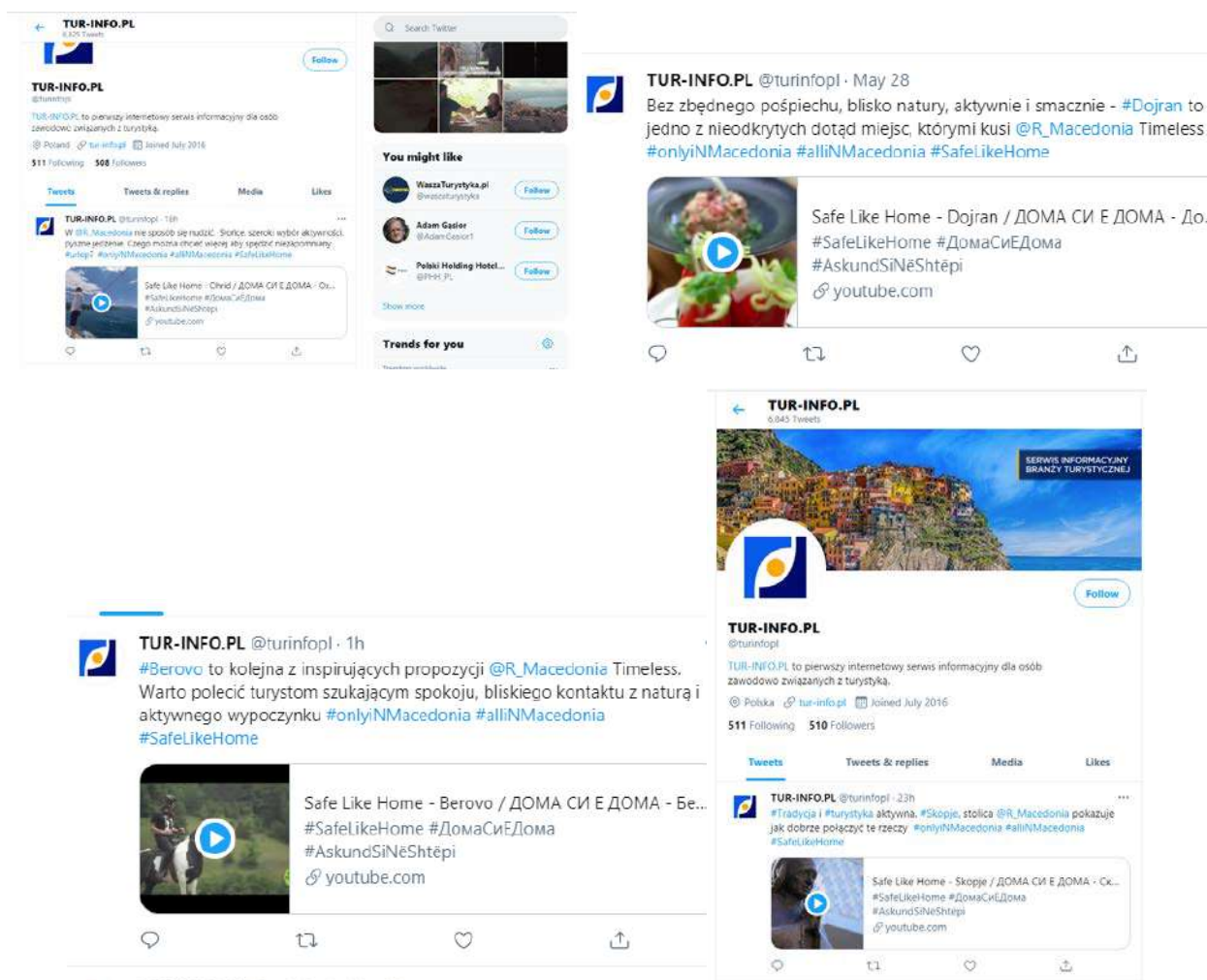


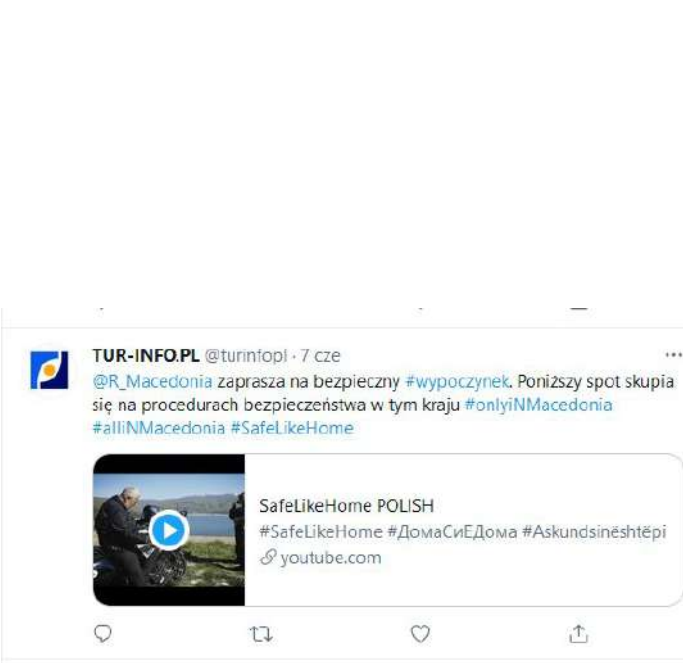
ФБ 4

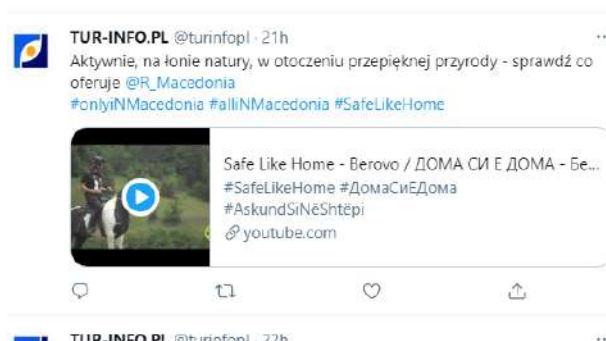




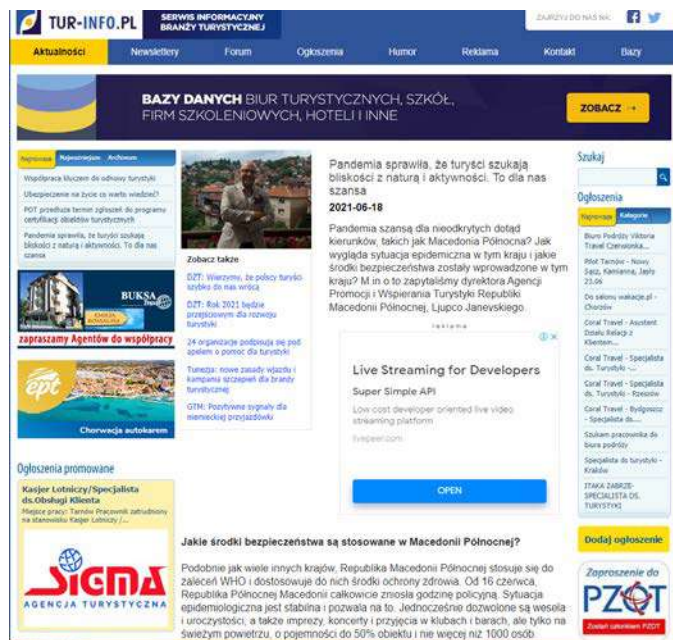
Twitter 1







Интервју







Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.



Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Rzeszów
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Dojazd ogłoszenie

Zaproszenie do PZOZ
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

Dieta na szybko odchudzanie

Do diety
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

Do diety
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

Do diety
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

Do diety
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

Do diety
 Wieloletni doświadczenia w branży turystycznej

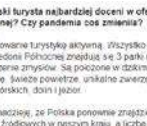


Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

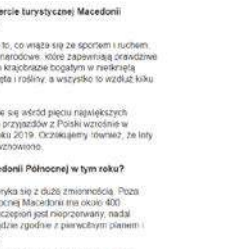


Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.



Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Coral Travel - Specjalista ds. Turystyki - Olsztyn
 Coral Travel Poland jest częścią międzynarodowej koncernu turystycznej OTL.

Czy ktoś się zmienił jeśli chodzi o dotacje dla organizatorów turystyki?

Turkijecy: Republika Północna Macedonia wspiera rozwój turystyki poprzez dotacje dla organizatorów turystyki z całego świata w wysokości do 60 euro na osobę. Wzrostu są przede wszystkim zorganizowane transporyt grupy, liczącej co najmniej 10 osób. Można będzie przejechać co najmniej 3 noce ze śniadaniem wieczornym w kraju. Cośkolwiek wsparcia turystyki edruja się również wyspy, stądnie da dopienkaczy, plogowr, wogieru i różnego rodzaju influencorw, którzy są gotowi pokazać nowe miejsca i takie coś swoimi doświadczeniaw.

W roku 2022 nie powinno być żadnych zmian w zakresie dotowania turystyki. Ale ponieważ w poprzednim roku miedziom było czynienia z gwałtowną zmianą sytuacji, będziemy musieli poczekać: zobaczymy, jak potoczy się ten sezon, a następnie zdecydować, co jest konieczne, aby wesprzeć odbudowę turystyki.

Jakie są plany dotyczące szczepień i czy jest szansa, że Wasz kraj może liczyć na odporność stałą w 2022 roku (co najmniej) 80% szczepień lub wyższe procenty?

Całkowicie liczba wykrytych zachorowań COVID-19 w naszym kraju od początku pandemii wyniosła 135 536. Wynica, czyli procentowa całkowita wynosi 149 628. A liczba ataków przypadków wynosi 437, czyli 0,35% całkowitej liczby zachorowań. Oczekuje się, że pomiędzy Macedonią a Grecją istnieje największa przepływa. Agencja Promocji i Wspierania Turystyki Republiki Macedonia północnej pragnie poinformować, że Republika Macedonia Północna otrzymała międzynarodowy, certyfikat bezpodległego podróżowania przyznawany przez Światową Radę Turystyki i Hospody (WTTC). Wszystkie informacje można sprawdzić na stronie [safetravel.gov.mk](#).

Szczepienia są nieopóźniane prowadzone w całym kraju. W związku z powyższym, w październiku szanowni na terenie kraju zarejestrowano 249 161 osób. W tym czasie, zarejestrowano łącznie 9 142 obywateli. W sumie w kraju zarejestrowano 300 962 dawek szczepionek, a 150 775 wręczono dzieci dawki szczepionek (Macedonia Północna liczy sobie ok. 2 mln mieszkańców - przyp. red.)

Według najnowszych danych, 48 procent ludności w wieku powyżej 16 lat otrzymało co najmniej jedną dawkę szczepionki, 42 procent ludzi w wieku powyżej 65 lat zostało zarejestrowanych co najmniej jedną dawką szczepionki, a 35 procent ludzi w wieku powyżej 60 lat zostało zarejestrowanych co najmniej jedną dawkę. Szczepienia są przeprowadzane zgodnie z narodowymi planami szczepień. Szczepione są osoby dorosłe, owoyatkie, którzy wyraził zainteresowanie szczepieniem na stronie internetowej wvaccinacija.mk, a także osoby zatrudnione w szczególnie narażonych branżach.

Reklamy Google

Nie wyświetlaj tej reklamy

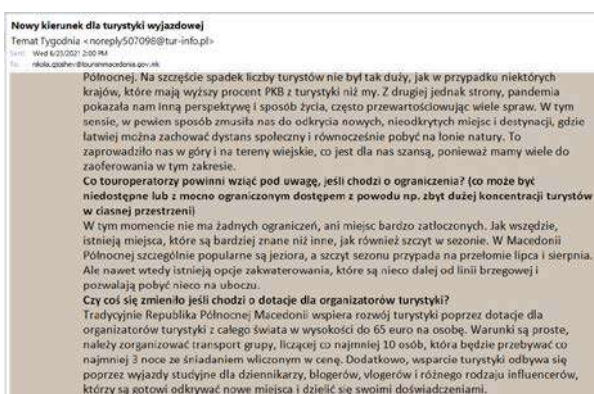
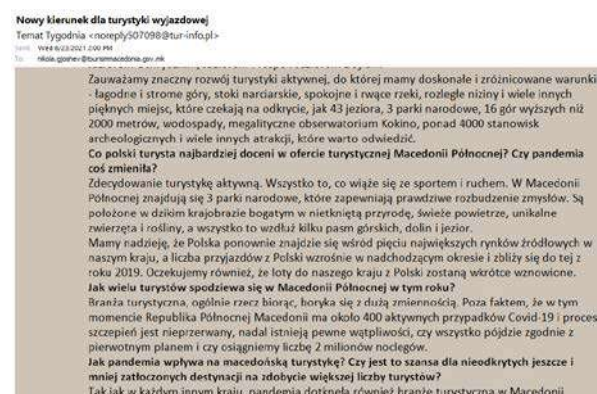
Dlaczego ta reklama? (i)

Szybczość, bezpieczeństwo i wygodę przemieszczania się w terenie jest gwarantem sukcesu. Szybczość są osoby dorosłe, obywateli, którzy wyrazili zainteresowanie szczyptami na stronie internetowej, w tym czasie, jak także osoby zatrudnione w szczególności narażonych branżach.

The video player shows a scene from a film or advertisement. A man in a dark jacket is seated on a motorcycle, focused on an object he's holding. In the background, another individual stands near a lake or river under a clear sky. The video interface includes a play button, a title bar, and social media sharing options.



Mejling 2





Nowy kierunek dla turystyki wyjazdowej
Temat Tygodnia <noreply507098@tur-info.pl>
Wtorek, 6/23/2021 2:00 PM
To: nikola.goshev@tourismmacedonia.gov.mk

W roku 2022 nie powinno być żadnych zmian w zakresie dotowania turystyki. Ale ponieważ w poprzednim roku mieliśmy do czynienia z gwałtowną zmianą sytuacji, będziemy musieli poczekać i zobaczyć, jak potoczy się ten sezon, a następnie zdecydować, co jest konieczne, aby wesprzeć odbudowę turystyki.

Jakie są plany dotyczące szczepień i czy jest szansa, że Wasz kraj może liczyć na odporność stadną w 2022 roku (co najmniej 80% zaszczepionych lub poszczepionych)?

Całkowita liczba wykrytych zachorowań na COVID-19 w naszym kraju od początku pandemii wynosi 155 536. Liczba wyleczonych pacjentów wynosi 149 628, a liczba aktywnych przypadków wynosi 437, czyli 0,35% całkowitej liczby przebadanych osób. Oznacza to, że Północna Macedonia staje się bezpiecznym celem podróży. Agencja Promocji i Wspierania Turystyki Republiki Macedonii Północnej pragnie poinformować, że Republika Macedonii Północnej otrzymała międzynarodowy certyfikat Bezpiecznego podróżowania przyznany przez Światową Radę Turystyki i Podróży (WTC). Wszystkie informacje można sprawdzić na stronie safertravels.gov.mk

Szczepienia są nieprzerwanie prowadzone w całym kraju. Jak dotąd, w punktach szczepień na terenie kraju zaszczepiono łącznie 249 187 osób. Tylko wczoraj zaszczepiono łącznie 9.142 obywateli. W sumie w kraju zaaplikowano 399.962 dawek szczepionek, a 150.775 osób przyjęło dwie dawki szczepionki. (Macedonia Północna liczy sobie ok. 2 mln mieszkańców - przyp. red.)

Według najnowszych danych, 48 procent ludności w wieku powyżej 70 lat otrzymało co najmniej jedną dawkę szczepionki, 42 procent ludności w wieku powyżej 65 lat zostało zaszczepionych co najmniej jedną dawkę szczepionki, a 35 procent ludności w wieku powyżej 60 lat zostało zaszczepionych co najmniej jedną dawkę. Szczepienia są przeprowadzane zgodnie z narodowym planem szczepień. Szczepione są osoby dorosłe, obywatele, którzy wyrazili zainteresowanie

Nowy kierunek dla turystyki wyjazdowej
Temat Tygodnia <noreply507098@tur-info.pl>
Wtorek, 6/23/2021 2:00 PM
To: nikola.goshev@tourismmacedonia.gov.mk

szkoleniową turystykę.

Jakie są plany dotyczące szczepień i czy jest szansa, że Wasz kraj może liczyć na odporność stadną w 2022 roku (co najmniej 80% zaszczepionych lub poszczepionych)?

Całkowita liczba wykrytych zachorowań na COVID-19 w naszym kraju od początku pandemii wynosi 155 536. Liczba wyleczonych pacjentów wynosi 149 628, a liczba aktywnych przypadków wynosi 437, czyli 0,35% całkowitej liczby przebadanych osób. Oznacza to, że Północna Macedonia staje się bezpiecznym celem podróży. Agencja Promocji i Wspierania Turystyki Republiki Macedonii Północnej pragnie poinformować, że Republika Macedonii Północnej otrzymała międzynarodowy certyfikat Bezpiecznego podróżowania przyznany przez Światową Radę Turystyki i Podróży (WTC). Wszystkie informacje można sprawdzić na stronie safertravels.gov.mk

Szczepienia są nieprzerwanie prowadzone w całym kraju. Jak dotąd, w punktach szczepień na terenie kraju zaszczepiono łącznie 249 187 osób. Tylko wczoraj zaszczepiono łącznie 9.142 obywateli. W sumie w kraju zaaplikowano 399.962 dawek szczepionek, a 150.775 osób przyjęło dwie dawki szczepionki. (Macedonia Północna liczy sobie ok. 2 mln mieszkańców - przyp. red.)

Według najnowszych danych, 48 procent ludności w wieku powyżej 70 lat otrzymało co najmniej jedną dawkę szczepionki, 42 procent ludności w wieku powyżej 65 lat zostało zaszczepionych co najmniej jedną dawkę szczepionki, a 35 procent ludności w wieku powyżej 60 lat zostało zaszczepionych co najmniej jedną dawkę. Szczepienia są przeprowadzane zgodnie z narodowym planem szczepień. Szczepione są osoby dorosłe, obywatele, którzy wyrazili zainteresowanie szczepieniami na stronie internetowej vaccination.mk, a także osoby zatrudnione w szczególnie narażonych branżach.

Nowy kierunek dla turystyki wyjazdowej
Temat Tygodnia <noreply507098@tur-info.pl>
Wtorek, 6/23/2021 2:00 PM
To: nikola.goshev@tourismmacedonia.gov.mk

narażonych branżach.

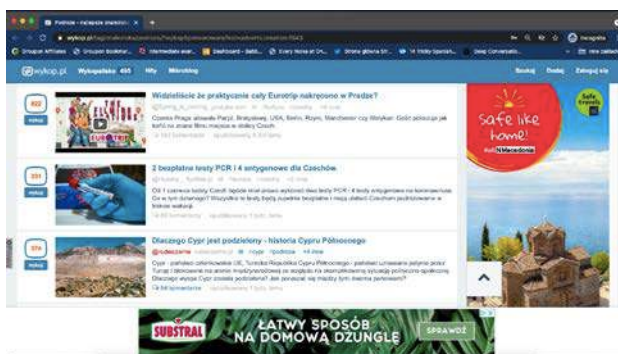


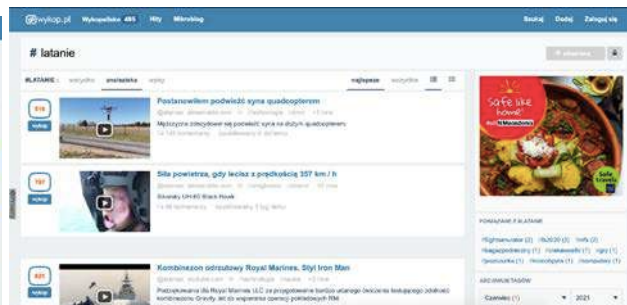
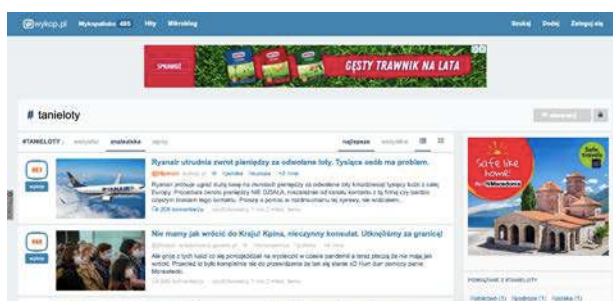
Nowy kierunek dla turystyki wyjazdowej
Temat Tygodnia <noreply507098@tur-info.pl>
Wtorek, 6/23/2021 2:00 PM
To: nikola.goshev@tourismmacedonia.gov.mk



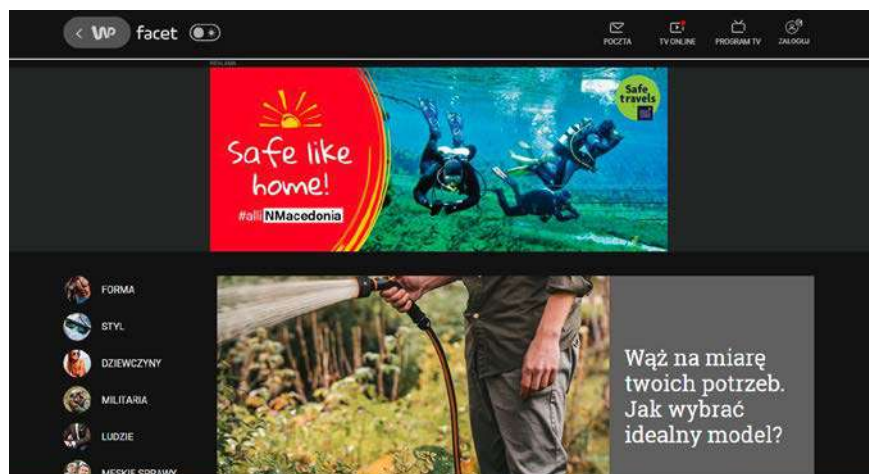
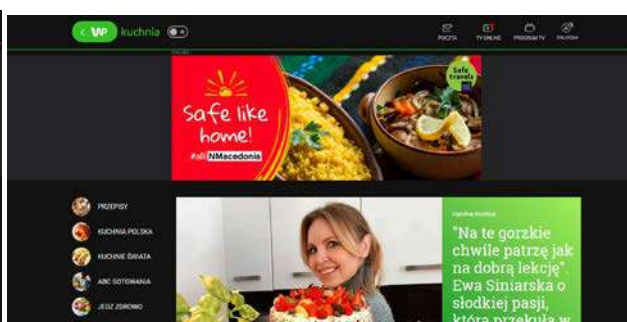
Państwa e-mail znajduje się w bazie, której administratorem jest firma Grupa STB Sp. z o.o., ul. Gołaska 5/20, 30-6000259920, tel. +48 (12) 267-79-70, e-mail kontaktowy: administrator (małpka) tur-info.pl. Przysługuje Państwu prawo swoich danych. Pełne informacje o regulaminie, polityce prywatności i Państwa prawach.

WYKOP PL screen shots банери





WP PL





Број на туристи од Полска по години споредбено



Извор:Државен завод за статистика

Број на ноќевања од Полска по години споредбено



Извор:Државен завод за статистика

На веб страна www.northmacedonia-timeless.com, може да се види на месечно ниво реализација на медиумска кампања во Полска



Посета на веб страната www.northmacedonia-timeless.com од Полска



Извор: Google analytics

1.3 Информативни патувања

Во 2021 година се организираше едно информативно патување од преставници на туристичката индустрија од Република Молдавија .

На информативното патување учествуваа вкупно 16 преставници од повеќе туроператори и тоа:

No.	Surname and name	Company
1	ALEXEENCO VLADISLAVNA	AERIS TUR SRL TM Alpimarin Tur
2	ALEXEENCO NATALIA	AERIS TUR SRL/TM ALPIMARIN TUR
3	BELOI SVETLANA	S.V.E.T.A Turmalina SRL
4	BOROVCOVA ELENA	TAI-TUR SRL/TM BEST TOUR
5	CARAGIA ANASTASIA	Travel company Sofi-tour
6	CERNOVA ALIENA	TAI-TUR SRL
7	DOLGOSHEEVA ANU	Alora prim SRL
8	DOMBROVSCAIA NATALIA	Turmalina 108SRL
9	ECATERINA ANDON	Boom Travel



10	MARINOVA ALLA	Alora prim SRL
11	MIRONIC IRINA	Lumea calatorilor SRL/Pilgrim MD
12	NAGORNAIA MARIA	Lumea calatorilor SRL/Pilgrim MD
13	SANDU LIDIA	Il Caragia Anastasia TM Travel Company SofiTour
14	VALENGA DARIA	Boom Travel
15	CEBAN PETRU	AERIS TUR SRL TM Alpimarin Tur
16	VASILITA ION	AERIS TUR SRL TM Alpimarin Tur

За време на престојот ги посетија историските локалитети и знаменитости на територија на Скопје, Охрид и Струга како и остварија попатна посета на Националниот парк Маврово и Манастирот Рајчица. Со цел да се запознаат со туристичките потенцијали, хотелски капацитети и можности со кои понатаму би се остварила соработка помеѓу македонскиот пазар и пазарот во Молдавија се реализираа две Б2Б средби и тоа една во Скопје и една во Охрид на кој молдавските туроператори разменија контакти, понуди и информации со голем број преставници од туристичко угостителскиот сектор на Република Северна Македонија.

1.4 Дома си е дома и Safe Travel

Кампања за промоција на домашниот туризам

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот – АППТ и Програма за зголемување на пазарната вработливост – ИМЕ, поддржана од Швајцарската агенција за развој и соработка-SDC во текот на 2020 подготвија кампања за промоција на домашниот туризам во Република Северна Македонија под насловот „Дома си е дома“. Целта на оваа кампања беше промоција на различни дестинации и активности во државата како предлог за посета од страна на домашните туристи во претсојните сезони лето/есен 2020 година. Ова придонесе за поддршка на домашните чинители во туризмот (туроператори, сместувачки капацитети, ресторани, превозници итн.) и поддршка на домашната економија, како одговор на кризата предизвикана од Covid-19.



Фокусот е на зголемување на домашниот туризам, односно зголемување на бројот на домашни туристи и остварени ноќевања. Таргет се сите домашни туристи странски државјани кои живеат/работат во РСМ, но потенцијалн и туристи од регионот и странство, во согласност со постоечките рестрикции за патување. Како најважен елемент за промоција се промотивните видеа кои се изработија за потребите на кампањата. Фокусот беше на 10 дестинации низ државава, кои опфаќаат дополнително по 3-5 локации по дестинација. Промотивните видеа од туристички дестинации во РСМ, беа претставени преку конкретни активности/ производи од активниот туризам (планинарење, велосипедизам, спортско качување итн.), во комбинација со културни искуства, рурални предели и гастрономија. Слоганот под кој се одвива оваа промотивна маркетинг кампања е „Дома си е дома“ и истата започна на почетокот на месец Јули 2020, и траеше се до крајот на првата половина на 2021 година.

Паралено со оваа кампања, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот заедно со Министерство за Економија и ИМЕ програмата изработија веб сајт, протокол и видео за значењето и користњето на безбедносниот печат. На страната Туризам македонија се поставија сите информации, за што од наша страна технички се провери се и се купија domeјни. Се прецизираа 3 таргет групи, по што според сценаро се реализирање видеото и платформата.

За проектот АППТ организираше своја промоција преку учество на АППТ на различни телевизии и дополнително преку медиумска кампања низ земјите од Балканот.

Начини на кои се даде придонес:

- На Фејсбук и на Инстаграм или со хаштаг #domasiedoma #safetravels и варијации на истиот, како и албанска верзија

Facebook:

<https://www.facebook.com/macedoniatimeless>



<https://www.facebook.com/apptmacedonia/>

Instagram:

<http://instagram.com/macedoniatimeless>

Очекувањата на АППТ од овој проект се домашните туристи да овозможат зајакнување на туризмот и домашната економија, како и информирање на регионот дека РС Македонија е безбедна земја за патување.

1.5 Веб страни и њуслетери

Агенцијата за промоција и поддршка на туризам располага со две веб страни (macedonia-timeless.com и tourismmacedonia.gov.mk) и неколку домени и тоа:

- northmacedonia-timeless.com,
- apptrm.gov.mk,
- apst.gov.mk,
- tourism.gov.mk,
- safetravels.com

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, преку веб страните, работи за да се зголеми функционалноста, за секој посетител да ги добие потребните корисни информации, со чувство на зголемена ориентација и навигација на веб страната.

Веб страните се прилагодени на "responsive" дизајн во кој се овозможуваат да бидат соодветно прикажани на различни уреди како што се: лаптопи, таблети и паметни телефони.

Интегриран е администраторски дел на веб страната tourismmacedonia.gov.mk кои овозможува креирање на содржини на едноставен и интуитивен начин, поставен е модул за ажурирање и пријава на корисници за саеми со мапа на саемот каде преку mailchimp системот



го информираме туристичкиот сектор преку различни newsletter-и за сите постојни и наредни настани.

Поставена е функционалност за пријавување на приватниот сектор за одреден меѓународен саем преку системот испрограмиран на веб страна, систем за електронски пораки и менаџирање со корисници, се со цел полесно и поедноставно аплицирање со прикачување на потребните документи за учество во меѓународни саеми и манифестации.

Веб страните содржат информации за АППТ и за туристичките дестинации во Северна Македонија, секторската поставеност, законските процедури и регулативи, стратегии и годишни извештаи. Како и информации за активностите кои се реализираат од страна на директорот и вработените, согласно годишната програма на Агенцијата за туризам.

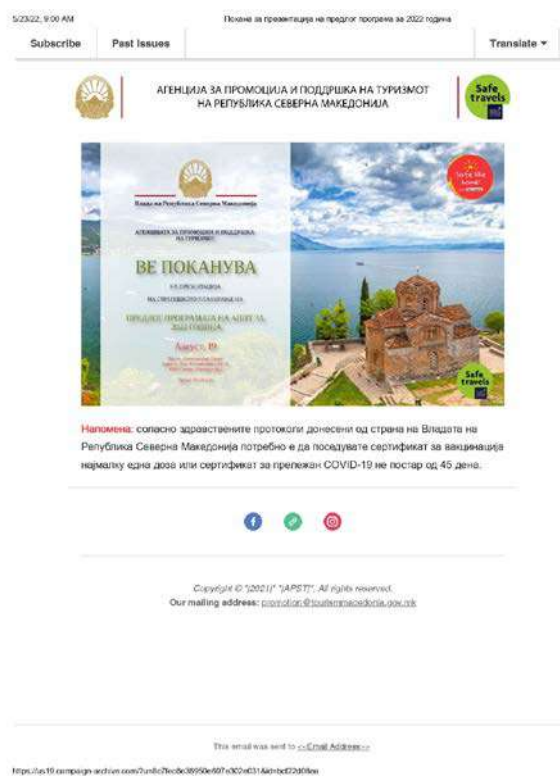
Како дел од електронската промоција изготвени се њуслетери за информации, соопштенија, промотивен материјал и други во кој се испратени до македонски туристички агенции и туроператори.

5 Најотварени и најчитани њуслетери

1. Среќни Празници 2022 год
 - 43.7% отварања од базата на контакти од македонскиот туристичкиот сектор.
2. Покана за презентација на програма за 2022 година
 - 44.1 % отварања од базата на контакти од македонскиот туристичкиот сектор.
3. Известување за испраќање за Субвенции
 - 45.6% отварања од базата на контакти од македонскиот туристичкиот сектор.
4. Барање за предлози за програма на АППТ.
 - 45.2.0% отварања од базата на контакти од македонскиот туристичкиот сектор.
5. Течат преговорите за чартер летови Москва-Охрид во 2022 година
 - 47.1% отварања од базата на контакти од македонскиот туристичкиот сектор.



Како дел од електронската промоција изготвени се њуслетери за информации, соопштенија, промотивен материјал и други во кој се испратени до македонски туристички агенции и туроператори (Во Прилог се најчитаните).





5/23/22, 9:07 AM

Известување за исплата на субвенции

Subscribe Past Issues Translate

АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Известување за исплата на субвенции

Почитувани,

Во насока на спроведување на престојните локални избори, кои се заедани за 17.10.2021 година, во рамки на законските прописи, Ве известуваме дека исплатата на решенија за субвенција нема да се извршува со до официјално завршување на изборниот процес.

Со почит,

Комисија за доделување на субвенции
за странски организирани туристички промет

5/23/22, 9:06 AM

Баране за предлози за програма на АПТТ

Subscribe Past Issues Translate

АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Баране за предлози за програма на АПТТ за 2022 година

Почитувани,

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија Ве информира дека од месец јули 2021 година ќе започне со стратешко планирање на идните активности и проекти кои ќе бидат интегрирани во Програмата на АПТТ за 2022 година.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е континуирано посветена за подобрување на состојбата во туризмот и надминување на последиците од Ковид 19 кризата во Република Северна Македонија и активно беше посветена на обезбедување на safe travels сертификатот со цел да се внесе Република Северна Македонија како безбедна дестинација за патување.

АПТТ како општествено одговорна институција Ве замогува да доставите предлози и идеи за идни активности кои Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот кои сметате дека треба да ги вклучи во Програмата за 2022 година.

Вашието учество во креирањето на Програмата на АПТТ за 2022 година би било од огромно значење за заедницата да ја подобри состојбата во туристичкото стопанство и неосомнено да придонесе кон зголемување на бројот на туристи, а со тоа ќе се зголеми изворниот приход на државата, наплата на туристичката такса и генерално би имало економски бенефит за државата.

Вашиите предлози Ве замогуваме да ги испратите на следниот е-маил:
promocija@tourismmacedonia.gov.mk

<https://mailto:promocija@tourismmacedonia.gov.mk>

5/23/22, 9:06 AM

Баране за предлози за програма на АПТТ

Subscribe Past Issues Translate

Влада на Република Северна Македонија
АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ

ДО: ТУРИСТИЧКОТО СТОПАНСТВО

ПРЕДМЕТ: БАРАНЕ ЗА ПРЕДЛОЗИ ЗА ПРОГРАМА НА АПТТ ЗА 2022 ГОД

Почитувани,

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија Ве информира дека од месец јули 2021 година ќе започне со стратешко планирање на идните активности и проекти кои ќе бидат интегрирани во Програмата на АПТТ за 2022 година.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е континуирано посветена за подобрување на состојбата во туризмот и надминување на последиците од Ковид 19 кризата во Република Северна Македонија и активно беше посветена на обезбедување на safe travels сертификатот со цел да се внесе Република Северна Македонија како безбедна дестинација за патување.

АПТТ како општествено одговорна институција Ве замогува да доставите предлози и идеи за идни активности кои Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот кои сметате дека треба да ги вклучи во Програмата за 2022 година.

Вашието учество во креирањето на Програмата на АПТТ за 2022 година би било од огромно значење за заедницата да ја подобри состојбата во туристичкото стопанство и неосомнено да придонесе кон зголемување на бројот на туристи, а со тоа ќе се зголеми изворниот приход на државата, наплата на туристичката такса и генерално би имало економски бенефит за државата.

Со почит,

<https://mailto:promocija@tourismmacedonia.gov.mk>

5/23/22, 9:05 AM

Течат преговорите за чартер летови Москва-Охрид во 2022 година

Subscribe Past Issues Translate

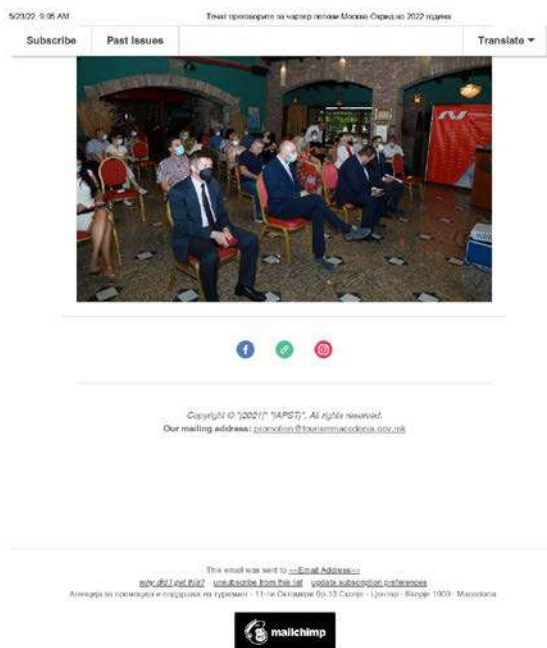
АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Течат преговорите за чартер летови Москва-Охрид во 2022 година

Една од најголемите руски авиокомпанија „НОРДВИНГ“ најави дека од 2022 година, после течно 20 години пауза, повторно ќе ги поврзе Охрид и Москва со чартер лет, два пати неделно.

По повод официјалните годишните да се воспостави соработка на полето на туризмот и бројот посетни на тур-оператори од Руската Федерација, со отворање на директна линија Скопје-Москва се отвора можност за соработка со еден од најголемите пазари.

Интересот на Руските туристи генерално е висок кон културниот и верскиот туризъм, во во последно време доминира интересот за специјализирани кратки одмори, до 4 дена, во кои руските туристи би имале полна агенда. Етно-гастро туризмот е нешто за што веќе има интерес и резервации, а веднаш зад него е активниот туризъм, посебно параспајдлингот.



https://a19.campaign-archive.com/?u=8c7f6c6e3652e6f7e0326021&id=ebcd557c

2/3

https://a19.campaign-archive.com/?u=8c7f6c6e3652e6f7e0326021&id=ebcd557c

3/3

Графички приказ: Посети на веб страна 2020 споредбено со 2021



Извор: Google analytic



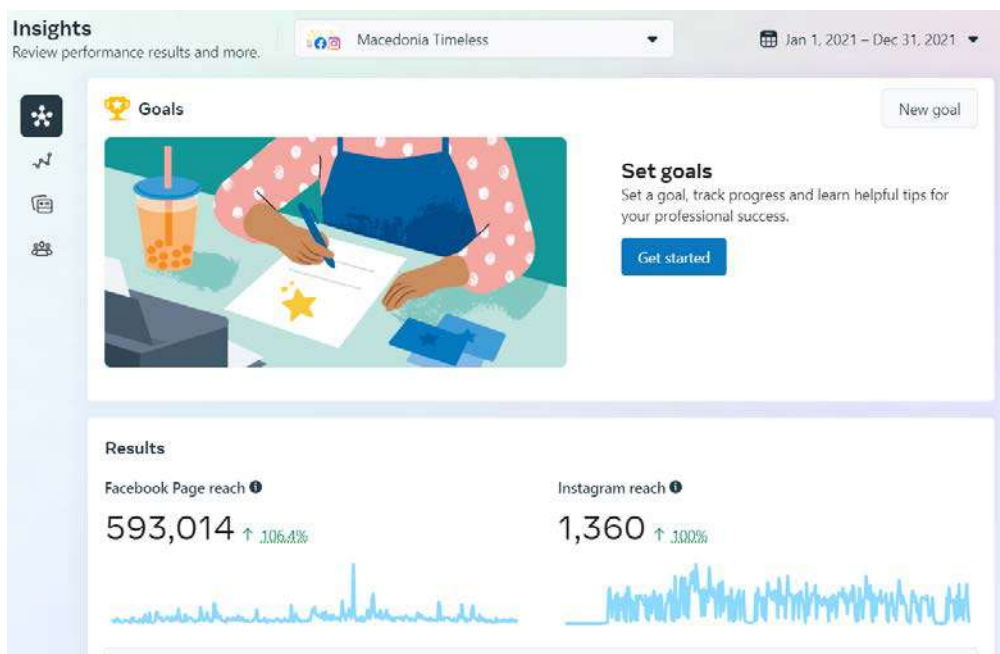
Графички приказ: Топ 10 земји посети на веб страна 2021



Извор: Google analytics

1.6 Социјални Медиуми (Facebook & Instagram)

Графички приказ 1- Facebook and Instagram reach

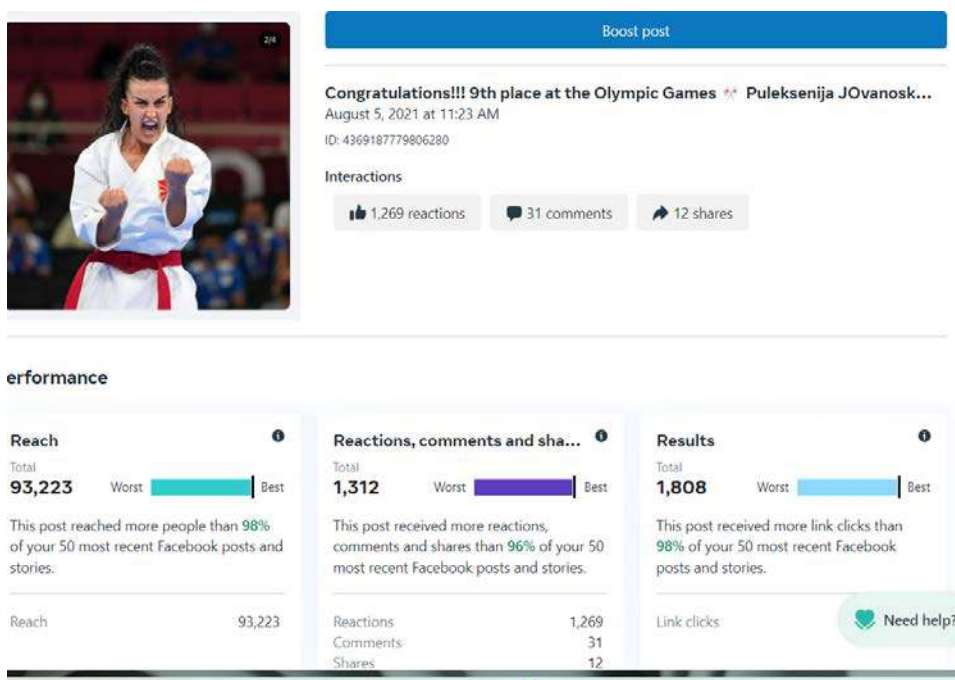




Фејсбук страната на Macedonia timeless ја посетиле повеќе од половина милион граѓани односно 593.014 граѓани (профили) што е за 106 проценти зголемен растот.

- Инстаграм профилот на Macedonia timeless е посетен од 1360 граѓани (профили) што е за 100 проценти зголемување.

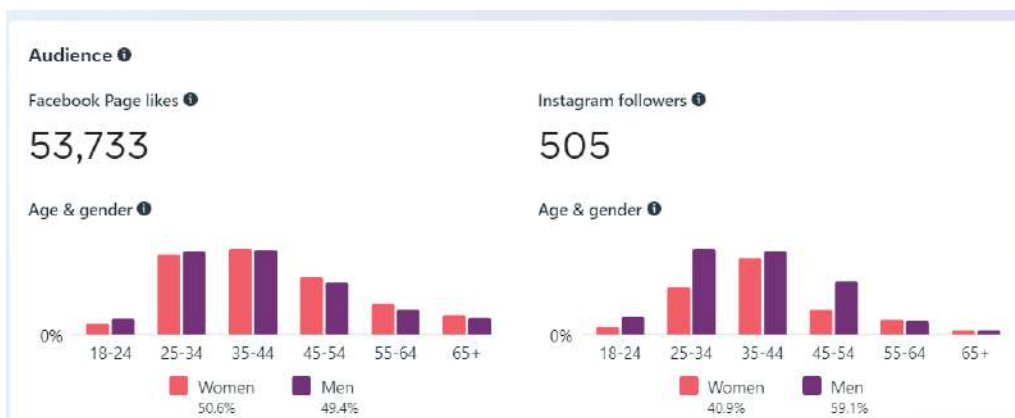
Графички приказ 2- Reach, Reactions, comments, shares, results



Постот за успехот на Олимписките игри е најуспешен пост за 2021 година. Со посета од 93.223 граѓани и 1319 реакции



Графички приказ 3 –Facebook and Instagram likes and followers, age and gender reach



ФБ страната на Macedonia timeless е со 53.733 лајкови во 2021 година и 505 инстаграм следачи.

- Застапени се следачи од речиси сите генерации, со забележителна најголема активност на возрасната група од 25 - 44 години.

- Родово избалансирано 50,6 проценти жени и 49,4 проценти мажи.

Графички приказ 4



Top cities

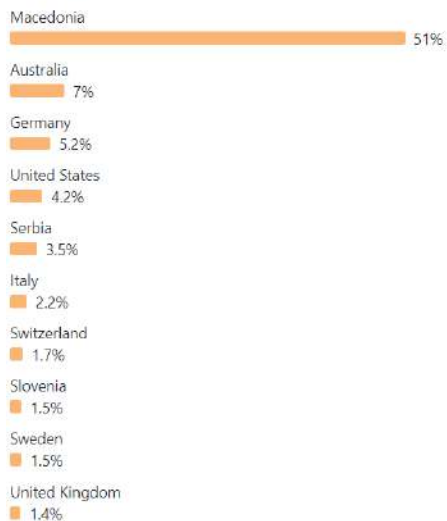


Top cities



Need he

Top countries



Top countries



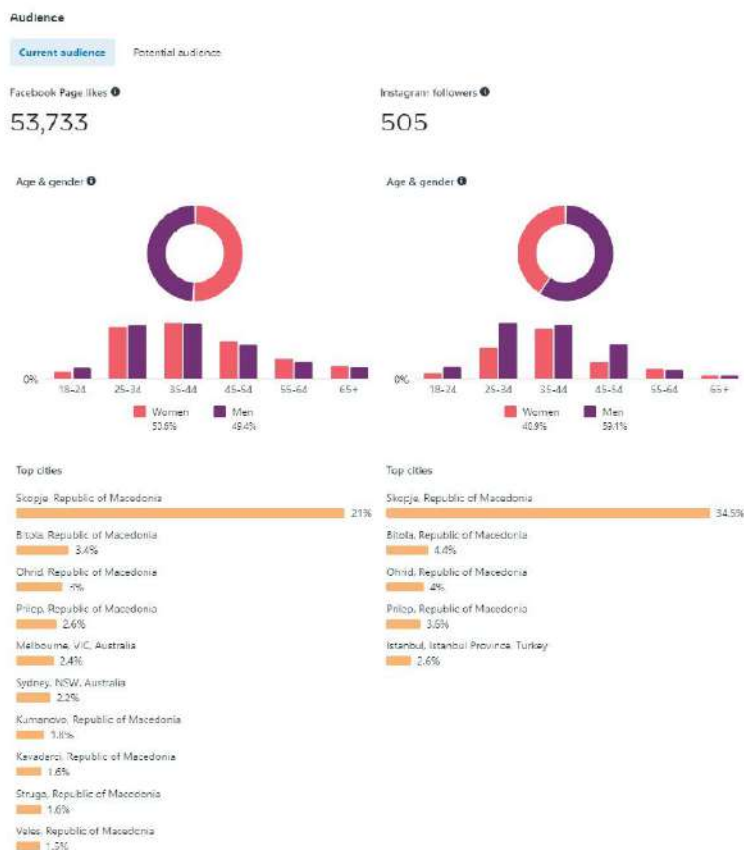
Според статистиката, страната е посетена најмногу од граѓани од Град Скопје со 21 процент, следи Битола, Охрид, Прилеп и останатите.

- Од градовите до светот, страната најпосетена е од граѓани од Мелбурн, Австралија 2,4 проценти и Сиднеј 2,2 проценти.



- Инстаграм профилот е посетен најмногу од граѓаните од Скопје и тоа со 34.5 проценти а во светски рамки од граѓани од Истанбул 2.6 проценти што е интересен податок за следните планирања.

Графички приказ 5



Од држави од целиот свет, најголеми посетители на страната се;

- Австралија со 7 проценти
- Германија со 5.2 проценти
- САД со 4.2 проценти
- Србија со 3.5



- Италија со 2.2 проценти.
- Инстаграм профилот
- Турција со 7.1 проценти
- Германија 3.2 проценти
- Србија со 2.6 проценти
- САД со 2.2 проценти

Заклучок: Сублимирано одлична година во однос на социјалните медиуми без потрошени средства за платено фб и инстаграм рекламирање.

АППТ – FB/Instagram

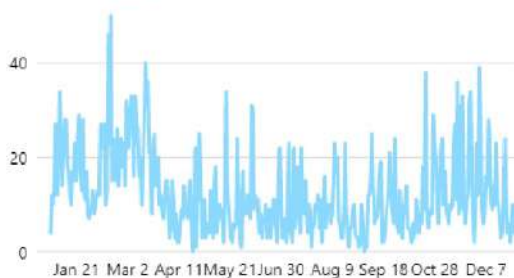
Податоците се сублимирани по следниот редослед:

Графички приказ 1- Page and profile visits

Page and profile visits

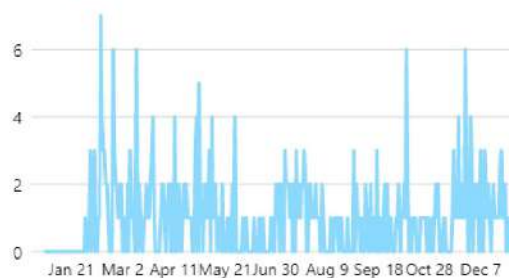
Facebook Page visits ⓘ

4,597 ↓ 32.4%



Instagram profile visits ⓘ

359 ↑ 100%

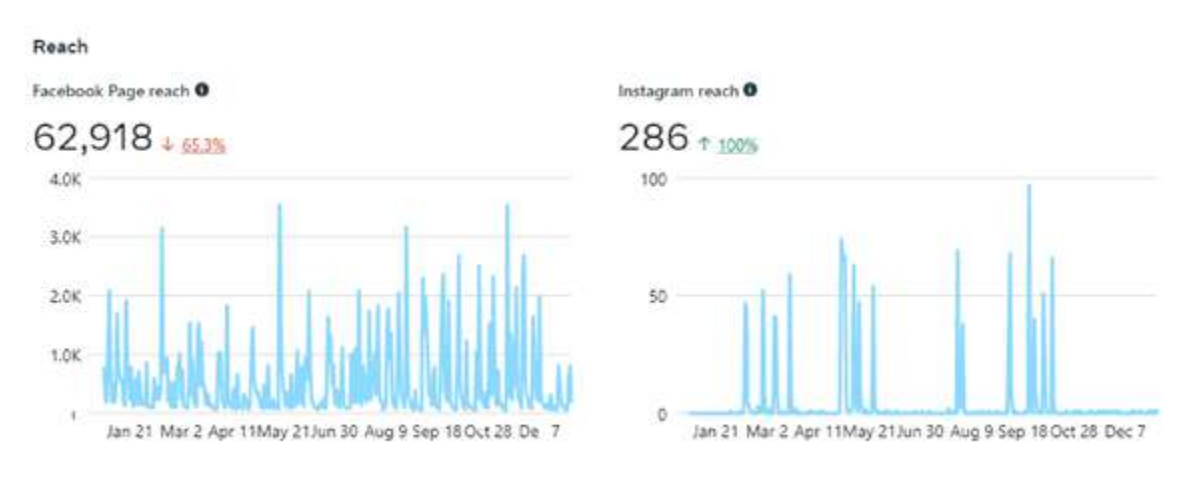


4 597 граѓани ја посетиле страната на АППТ без платено рекламирање.

359 граѓани го посетиле инстаграм профилот.



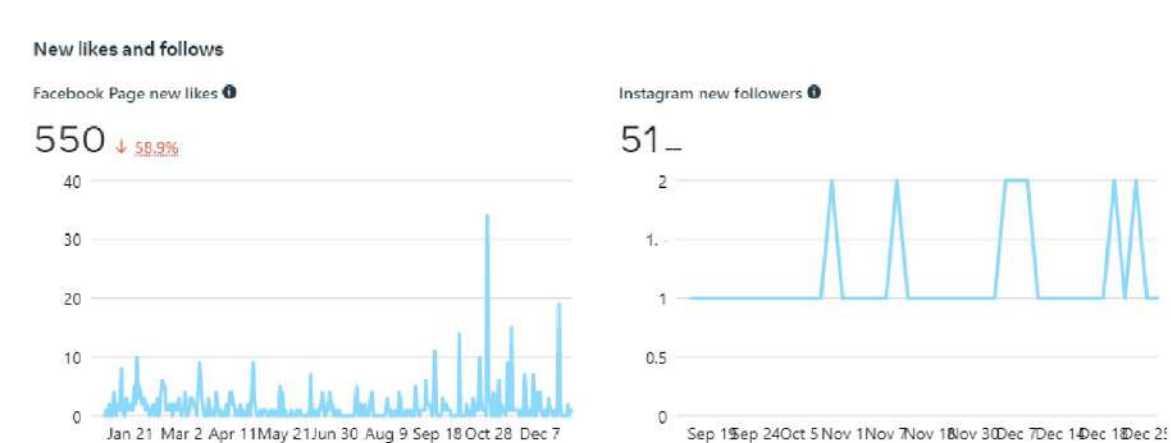
Графички приказ 2 - Facebook and Instagram reach



Reach на страната на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Северна Македонија за 2021 година е 62.918 граѓани (профили) што е од исклучителна важност бидејќи се работи за органски пристап без платени реклами.

- Растот на Инстаграм профилот е 100 проценти.

Графички приказ 3 -New likes and follows





500 нови лајкови на страната на АППТ и 51 нов следач на инстаграм без платени реклами. Имајќи ја во предвид ситуацијата и односот на граѓаните кон државните институции ова се одлични резултати.

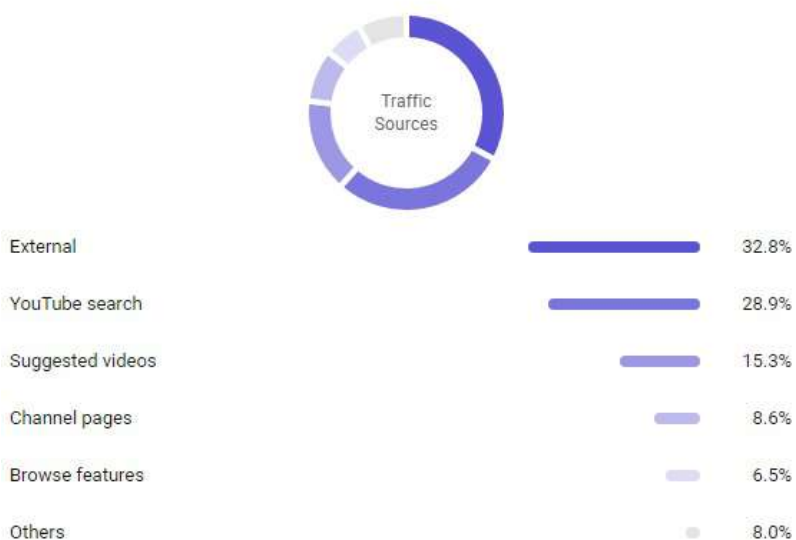
1.7 YOUTUBE канал macedoniatimeless apptrm

Youtube каналот на АППТ се користи за прикачување на промотивните спотови кои агенцијата ги реализира за промовирање на убавините на нашата земја во туристички цели.

Графички приказ: Видови извори на сообраќај на нашиот канал на YOUTUBE Macedonia Timeless

Traffic source types ▲

Views · 2021

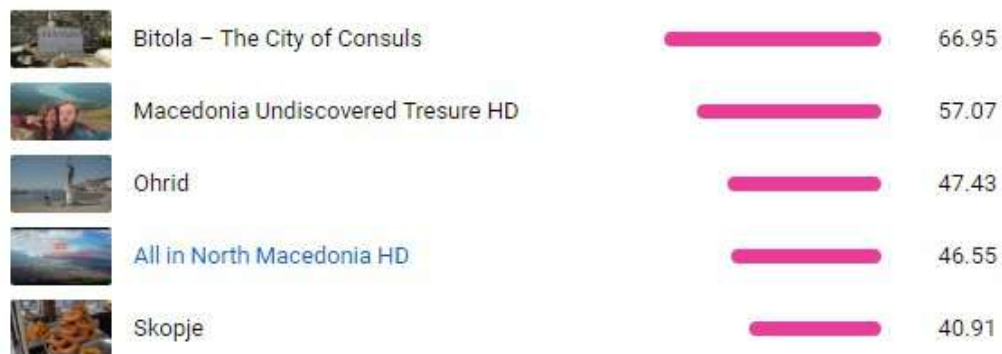


Извор: Youtube analytics



Top videos

Watch time (hours) · 2021



Извор: Youtube analytics

1.8 СТАТИСТИЧКИ ПОДАТОЦИ

Туристичка дестинација е географска област во која постојат сите елементи кои се релевантни за еден одмор (пејсаж, флора, фауна, климатски услови, атракции, објекти за сместување, објекти за забава). Поради оваа мешавина на различни елементи, патникот ја избира туристичката дестинација за својот одмор и во исто време дестинацијата е ставена на пазар од туристичките агенции или туристички оператори. Генерално, организацијата за менаџирање со дестинации е одговорна за менаџирање и маркетинг на туристичката дестинација.

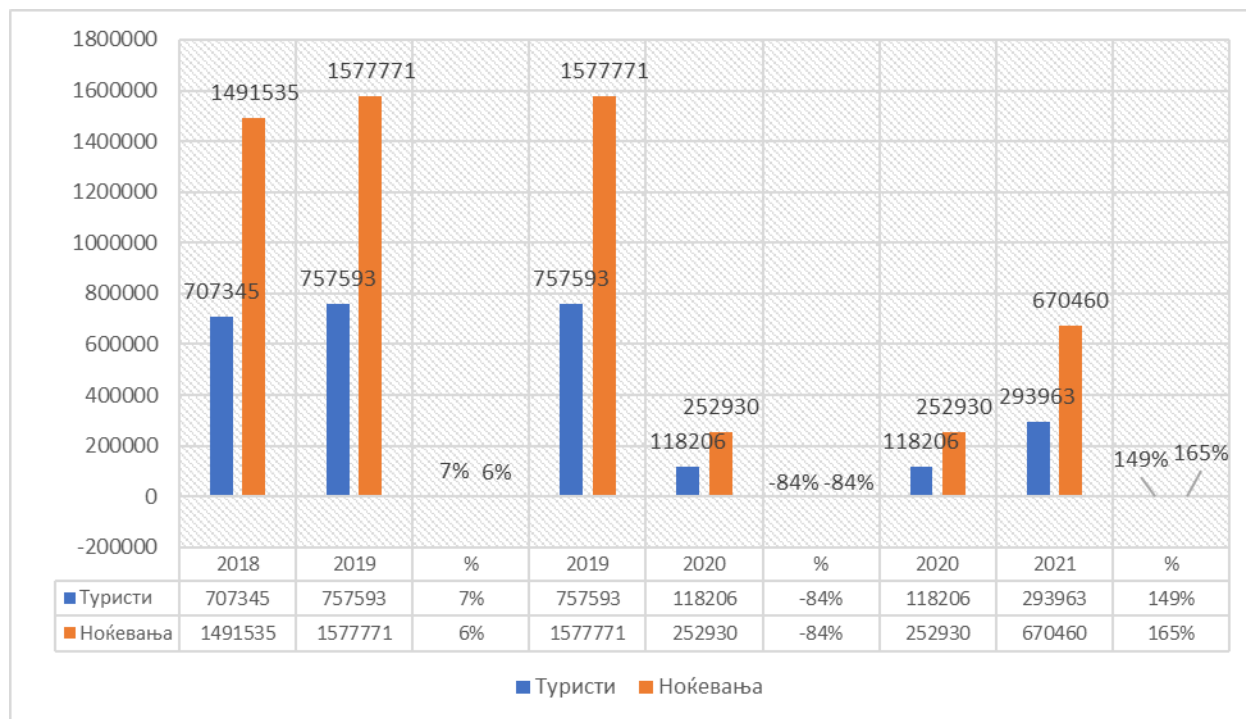
Графички приказ бр.1 Странски туристи и ноќевања 2017-2021



Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија имаме континуиран раст во туризмот од 2017 до 2019. Прикажано на кривата погоре забележано е континуирано покачување на странските туристи и ноќевања до 2019 во 2020 имаме драстичен пад на странските туристите и ноќевањата поради кризата со ковид 19 која резултираше со затварање на границите при што странски туристи во 2020 година кој ја престојувале РСМ 118206 кој оствариле 252930 ноќевања. Во 2021 споредбено со 2020 имаме раст на странските туристи кој ја посетиле РСМ е 293963 додека кај ноќевањата имаме остварено 670460 истото може да се види во графичкиот приказ бр.1.

Графички приказ бр.2 Странски туристи и ноќевања 2018- 2021 споредбено во %

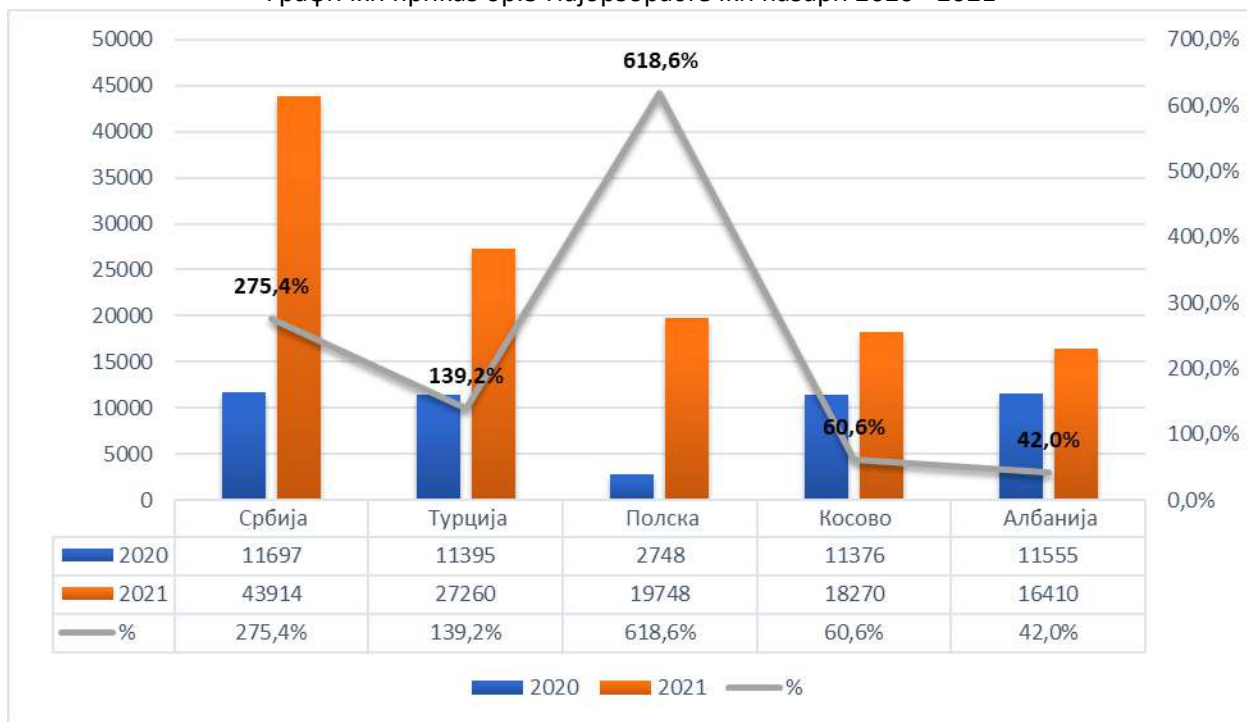


Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија имаме раст во туризмот од 2017 до 2019 споредбено во проценти по години. Забележано е континуирано покачување на странските туристи и ноќевања и истото во проценти е прикажано во графичкиот приказ бр.2. Во 2020 година споредбено со 2019 можеме да забележиме драстичен пад на туристите и ноќевањата поради корона кризата и затворените граници. Од приказот погоре може да се забелжи пад кај туристите од 84,4% додека кај ноќевањата имаме пад 84% исто така поради укинувањето на ковид мерките имаме драстичен раст на бројот на туристи и ноќевања во 2021 споредбено со 2020 кај туристите имаме раст од 149% додека кај ноќевањата имаме раст од 165%.

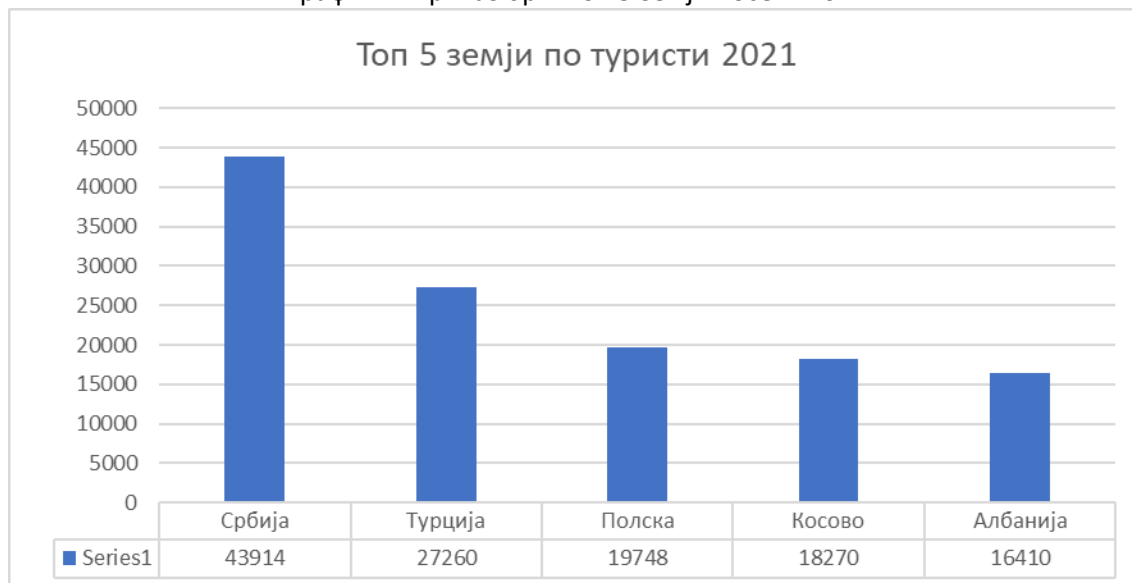


Графички приказ бр.3 Најбрзорастечки пазари 2020 - 2021



Извор: Државен завод за статистика

Графички приказ бр.4 Топ 5 земји посети 2021

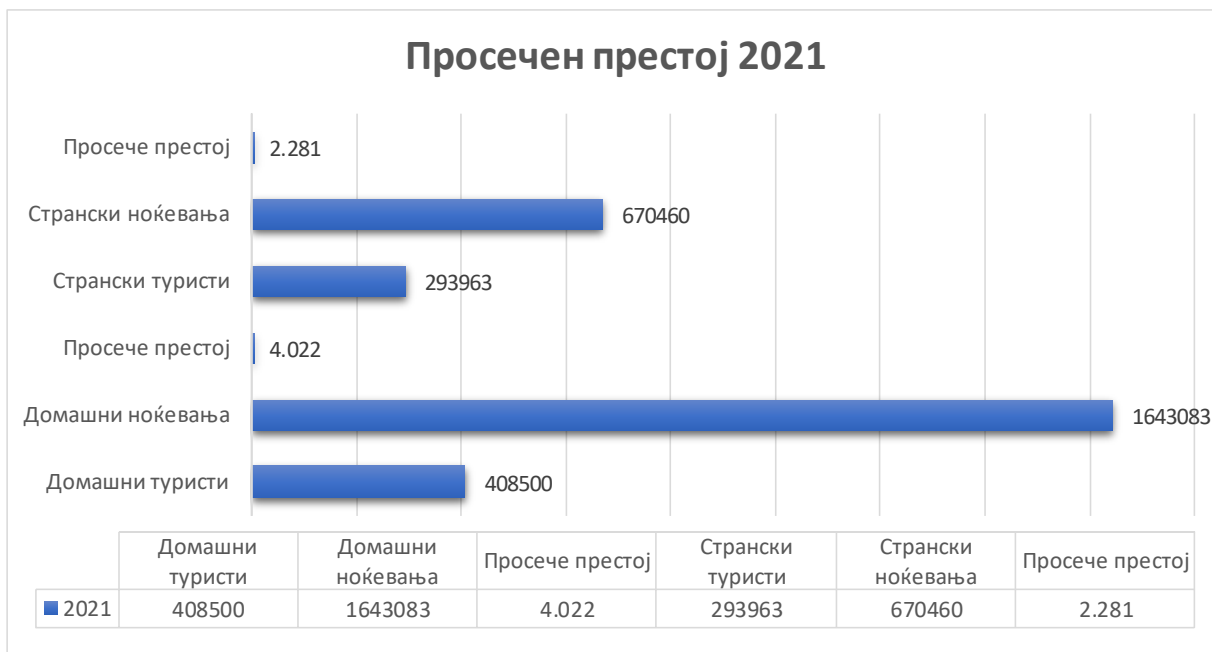


Извор: Државен завод за статистика



На Графички приказ број 4 може да се видат 5 топ земји за 2021. Посета на туристи по држави во Република Северна Македонија, прикажано со бројки и проценти. И покрај кризата со COVID-19 и рестрикциите соседните земји се најголеми посетители во државата се Србија, Турција, Полска, Косово и Албанија. тоа може да се види во графичкиот приказ.

Графички приказ бр.5 Просечен престој на домашните и странските туристи 2021



Табела бр.1: Домашни и странски туристи 2020 споредено со 2021

	I-XII 2020	I-XII 2021	%
Број на туристи			
Вкупно	467 514	702 463	50,3%
Домашни	349 308	408 500	16,9%
Странски	118 206	293 963	148,7%
Број на ноќевања			
Вкупно	1 697 535	2 313 543	36,3%
Домашни	1 444 605	1 643 083	13,7%
Странски	252 930	670 460	165,1%

Извор: Државен завод за статистика



Во првите 12 месеци 2020 споредбено со првите 12 месеци 2021 година, бројот на вкупните домашни и странски туристи е зголемување за 50,3 %, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за -16,9 %, а кај странските има зголемување за 148,7%. Во првите 12 месеци 2020 споредбено со првите 12 месеци 2021 година, бројот на вкупните ноќевањата кај домашните и странските туристи е зголемен за 36,3%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 13,7%, а кај странските има зголемување за 165,1%. Ова може да се види во табела број 1.

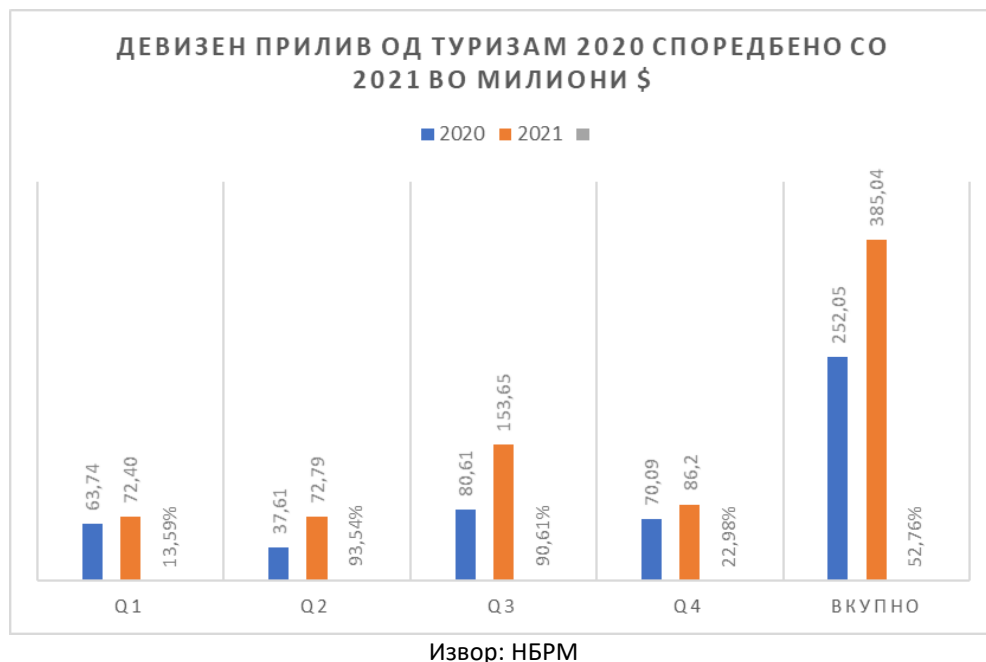
Графички приказ бр.6 Девизен прилив од туризам по години споредбено



Извор: НБРМ

На графичкиот приказ бр. 6 е прикажан девизниот прилив во 2020та година од ставката туризам, во првиот квартал 2020 девизниот прилив од туризам бележи раст од 0.74%, но по почетокот на ширењето на кризата со КОВИД 19 во РСМ следните три квартали во 2020 имаме пад на девизниот прилив од туризам споредбено со 2019. Вкупниот девизен прилив во 2020 изнесува 252.05% и споредбено со 2019 имаме пад од -36,34% поради КОВИД 19 кризата и затворените граници. Во 2020 споредбено со 2021 имаме драстичен раст на девизен прилив од туризам од 52% или од девизен прилив во 2021 имаме остварено 385,04 милиони долари.

Графички приказ бр. 7 Девизен прилив од туризам 2020 споредбено со 2021 по квартали



II ПОДДРШКА

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот како дел од своите активности во секторот проекти, поддршка на туризмот и административно правни работи во континуитет за давање поддршка на проекти, административни работи како и за поддршка на стопанството. Оваа година е во знакот на активните форми на туризам, се мапираа потенцијалните точки и региони кои нудат можност за развој на активни форми на туризам и нивна одржливост со давање на поддршка во повеќе аспекти и истите ќе се лансираат како едни од најпопуларните дестинации на кои туристите ќе можат да си ги задоволат своите авантуристички апетити. Поддршка и промоција на најпопуларните дестинации и кулинарството како составен дел на туризмот ќе овозможи нови, одржливи атракции и зајакнување на локалниот и регионалниот економски развој. Главната цел на ваков тип на активности е општ пораст и развој на туризмот како индустриска гранка во земјава и воедно пораст на една целна група на авантуристи, кои се симбол за авантура и независност.



Во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во секторот проекти, поддршка на туризмот и административно правни работи, во Програмата за 2021 година беа наменувани вкупно 3.530.000,00 денари, додека со ребалансот истите средства се намалени на 1.030.000,00 денари кои беа наменети за следните активности:

2.1 Означување на античката бања на Јустинијан Прима во Катланово и наоѓалиштето Таоресиум во село Таор, проект кој има за цел промоција на овие два стари антички културни ризници, каде е роден и творел најпознатиот основач на правната рамка уште од Римската империја Јустинијан прима. Ќе се постават ознаки и информативни табли за двата објекти, се наменувани 200.000 денари. Овој проект не се реализира од објективни причини, не беше успешна јавната набавка. И со измената на самата програма беше избришана оваа точка.

2.2 Проект „Уредување на туристички локалитет (природна реткост) Истевнички Кукуле, со цел уредување и промоција на оваа природните реткости во Република Северна Македонија. Проектот ги опфаќа следните активности: поставување на летниковци, маси и клупи на овие туристички атракции, се наменувани 100.000 денари

Проектот е целосно завршен.

2.3 Целосно завршување на Проектот „10 планински врвови“ - Кораб – Голем Кораб, Шар Планина – Титов Врв, Шар Планина – Љуботен, Стогово – Бабин Срт, Баба – Пелистер, Нице – Кајмакчалан, Јакупица – Солунска Глава, Осогово – Царев Врв, Плачковица – Лисец, Беласица - Тронеѓа, проект кој има за цел промоција на авантуристичкиот туризам на овие најпознати врвови во Република Северна Македонија, и тоа со означување на постоечките пешачки патеки до нив, поставување на атракции на врвовите на овие десет планински масиви во државата, се наменувани 1.370.000 денари.



Овој проект два пати е објавен јавна постапка, но и двете постапки не се реализираа поради степенот на сложеност на самиот проект, а поради подолгиот временски рок за негова изведба се избриша со измената на програмата за 2021 година.

2.4 Редизајн на гастрономскиот водич „Вкусовите на Македонија“, со цел дополнување и промена на водичот во насока на збогатување на содржините како и печатење на нови примероци од истиот, се наменуваат 330.000 денари.

Проектот е целосно завршен и беше подготвен нов водич за гастрономијата.

2.5 Проект, изработка на „Археолошки водич“, во соработка со институциите за култура и културно наследство, ќе се изработи убав и содржаен водич за археологијата во државата, наменет за странската и домашната јавност и тоа на неколку светски јазици, со цел збогатување на културната и туристичката понуда, се наменуваат 330.000 денари.

Овој проект е три пати објавена јавна постапка, но постапките не се реализираа поради што се избриша со измената на програмата за 2021 година.

2.6 Целосна реализација на проектот „Означување на старите чаршии во Прилеп, Битола, Струга и старото јадро во Охрид“. Со овој проект се означуваат туристички патокази и знаци старите чаршии и делови од градовите наведени во текстот, освен градот Струга каде истиот се заменува со градот Ресен и нивна целосна исплата, се наменуваат 300.000,00 денари.

Проектот е целосно реализиран.

2.7 Формирање на авто кампови и нивна промоција - зголемување на туристичката понуда, развој на автокамперскиот туризам, нивна промоција и привлекување на странски и домашен капитал за формирање на автокампови, се наменуваат 100.000 денари.



Во 2021 година, по однос на оваа точка Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот не доби ни едно барање од страна на правно или физичко лице и од таа причина не се пристапи кон реализација на оваа точка. Продолжена е постапката за автокампот во Петровец каде се изнаоѓаат финансиски средства за изработка урбанистичкиот план за Агенцијата за просторно планирање.

2.8 Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони, се наменуваат 100.000 денари.

Во 2021 година, по однос на оваа точка Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот не доби ни едно барање од страна на правно или физичко лице и од таа причина не се пристапи кон реализација на оваа точка.

2.9 Аплицирање на европски фондови, фондови од донаторски организации, национални програми и друго, се наменуваат 100.000 денари. По оваа точка успешно се доби проект од ИПА програмата со Република Грција, но реализацијата на проектот е од 2022 година.

III Субвencionирање на странски организиран туристички промет

Во Секторот за проекти, поддршка на туризмот и административно-правни работи функционира и Одделението за проекти и поддршка на туризмот – канцеларија Струга.

Со решение број 10-278/1 од 29.03.2019 година и измени бр.10-483/1 од 16.08.2021 и 10-483/2 од 22.11.2021, од страна на директорот на АППТ, формирана е Комисија за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет, која брои претседател, заменик претседател, 3 членови и 3 заменици членови. Исто така со овластување број 010-358/1 од 27.04.2018 и измени бр.03-02/84 од 13.08.2021 и бр.03-02/85 од 13.08.2021, од страна на директорот формирана е работна група од три членови за постапување по барањата во второстепена постапка.



Одделението постапува согласно Закон за основање на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на РМ ("Службен весник на РМ" бр.103/08, 156/10, 59/12, 187/13 и 41/2014); Правилник за начинот, видот и висината на субвенциите (Службен весник на Република Македонија бр.53/13, 147/2014, 50/2015 и 32/16) и Законот за општа управна постапка ("Службен Весник на Република Македонија" бр.124/2015).

Согласно Програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2021 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за субвенционирање на странскиот организиран туристички промет наменети се вкупно 61.000.000,00 денари, од кои 1.000.000,00 денари од буџетска сметка 637, а остатокот на средствата во висина од 60.000.000,00 денари се обезбедуваат од сметка 631 од игри на среќа.

Во периодот од 01.01.2021 до 31.12.2021 година до Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет, пристигнати се 172 предметни барања, примени и обработени согласно одредбите од Правилникот за начинот, видот и висината на субвенциите ("Службен весник на Република Македонија" бр.53/13, 147/14, 50/15 и 32/16) и Законот за општа управна постапка ("Службен весник на Република Македонија" бр. 124/15).

Во прилог податоци за доставените барања за субвенции, претставени согласно различни критериуми и табела за предмети во второстепена постапка.

Табела 1. Број на поднесени барања за субвенции, број на целосно/ делумно одобрени и број на одбиени барања, согласно видот на превоз односно согласно доставената предметна документација.

Реден број	Вид на превоз/вид на барање	Број на поднесени предметни барања	Број на целосно/ делумно одобрени барања	Број на одбиени барања	Во обработка
------------	-----------------------------	------------------------------------	--	------------------------	--------------



1	СУ1 автобуски превоз	19	14	5	/
2	СУ2 авионски превоз	83	75	2	6
3	СУ6 комбинирани и кружни тури	70	62	8	/
	Вкупно	172	151	15	6

Табела 2. Број на странски туристи за кои се поднеле барања за субвенции, број на странски туристи за кои се одобрила субвенција и број на странски туристи за кои не се одобрила субвенција, според видот на превоз односно видот на барање на доставената предметна документација.

Реден број	Вид на превоз/вид на барање	Број на лица за кои се поднесени предметни барања	Број на одобрени лица	Број на одбиени лица	Во обработка
1	СУ1 автобуски превоз	640	460	180	/
2	СУ2 авионски превоз	6021	4810	322	889
3	СУ6 комбинирани и кружни тури	2445	2116	329	/
	Вкупно	9106	7386	831	889

Табела 3. Броја на странски туристи за кои поднеле барања за субвенции, број на лица за кои се одобрила субвенција и број на лица за кои не се одобрила субвенција, според земјата на доаѓање на странските туристи.



реден број	Земја на потекло на странските туристи	Број на лица за кои се поднесени предметни барања	Број на одобрени лица	Број на одбиени лица	Во обработка
1	Бугарија	82	82	/	/
2	Германија	20	20	/	/
3	Малезија	25	25	/	/
4	Полска	4483	4281	202	/
5	Русија	143	0	143	/
6	Словенија	52	51	1	/
7	Србија	89	0	89	/
8	Турција	1711	1402	309	/
9	Холандија	2401	1426	86	889
10	Хрватска	100	99	1	/
	Вкупно	9106	7386	831	889



Табела 4. Податоци за број на предмети во второстепена постапка

Број на поднесен и жалби	Број на уважен и жалби	Број на одбиени и отфрлени жалби	Број на поднесе ни тужби	Број на позитивно решени управни спорови	Број на одбиени и отфрлени тужби	Број на запрени постапки
0	0	5	0	1	4	0

Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет за предметните барања за субвенции, секоја година доставува годишен извештај до Комисија за заштита на конкурентност КЗК, Два пати годишно се доставува извештај ИЗ1 до Министерство за информатичко општество, првиот извештај се доставува за периодот 01-01-30.06 за тековната година, каде се опфаќаат податоци за сите примени барања за субвенции во тој период, колку од нив се обработени, колку чекаат за работа, колку се обжалени и каков е исходот од жалбената постапка по истите. Извештајот се доставува до МИО најдоцна до 31.07 во тековната година.

Вториот извештај ИЗ1 каде се опфаќаат исто така податоци за сите примени барања за субвенции во тој период, колку од нив се обработени, колку чекаат за работа, колку се обжалени и каков е исходот од жалбената постапка по истите. Извештајот се поднесува за периодот од 01.07-31.12 во тековната година, и истиот се доставува најдоцна до 31.01 следната година.

Покрај поставениот материјал на веб страната www.tourismmacedonia.gov.mk, со сите потребни законски акти и препораки за подготовка и достава на соодветна документација за барање за субвенции, со подносителите на барањата за субвенции и нивни овластени лица,



Комисија за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет за предметните барања за субвенции, остварува и работни средби на кои на заинтересираните странки им се објаснуваат сите нејаснотии околу предметните барања, начинот и видот на апликации, како и тоа кои документи се соодветни за аплицирање, кои треба да ги достави подносителот за да го оствари правото на доделување на субвенции. Ваков вид на средби, во изминатиот период Комисијата одржа со следните подносителите: ТУИ Холандија преку овластен ленд оператор KTM Воијаге, Корендон преку овластен ленд оператор Фибула Ер Травел, Рего бис преку овластен ленд оператор Вис Пој, Rainbow преку овластен ленд оператор Фибула Ер Травел, Landways Албанија, Висзит Балкан, Вија Травел, Камелија и др. Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет во функција на поголема кооперативност и функционалност, организира презентација, на која беа поканети подносителите (кои во текот на изминатите години поднеле барања за субвенции, но и на останати агенции кои планираат да аплицираат за субвенции). Настанот беше одржан на 29.06.2021 година со во хотел Дрим, со почитување на протоколите во услови на пандемија, предизвикана од COVID 19 вирусот.

На презентацијата беше укажано на следните сегменти: потребни документи за сите видови барања на субвенции, како треба истите да изгледаат, најчести грешки и пропусти при достава на документацијата, начин на достава, почитување на рокови и можност за жалба, со цел подносителот да го оствари правото за субвенции. Присутните, исто така имаа можност лично да поставуваат прашања до членовите на Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет и да добијат одговор и појаснување.

Од страна на вработените во Канцеларијата на АППТ во Струга, беа изготвувани анализи, извештаи, предлози за подобрување на работата, согласно барањата на претпоставените лица. Истите имаат доставено предлог проекти за Програмата на АППТ за 2022, како и предлог проекти за соработка со меѓународни институции и фондови. Вклучени се во спроведување на



планот з ајавни набавки во својство на претседатели, заменици претседатели, членови и заменици членови на комисиите за јавни набавки. Во 2021, започнаа активностите за реализација на проектот за заживување на старите занаети.



Во текот на 2021, продолжи соработката со ХОТАМ, Центарот за развој на југозападен плански регион, со општините во регионот, како и со останати институции и невладини организации кои ги третираат прашањата поврзани со туризам.

IV Расходи по ставки за 2021 година

Расходи по ставки за 2021 година				
#	Програма - Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	420 - Патни и дневни расходи	200.500,00	82.385.00	118.157.00
2	421 - Комунални услуги	1.600,000.00	1.377.150.00	222.850.00
3	423 - Материјали и ситен инвентар	1.100,000.00	871.008.00	228.992.00
4	424 - Поправки и тековно одржување	1.482.383.00	1.478.554.00	3.829.00
5	425 - Договорни услуги	13,646.214.00	11.040.920.00	2.605.294.00
6	426 - Други тековни расходи	582.000.00	565.453.00	20.609.00
7	462 - Субвенции	800,000.00	248,046.00	551.954.00
8	465 –Исплата по извршни решенија	509,403,00	509.403,00	0
9	480 - Купување на опрема и машини	87.500,00	21.950,00	65.550.00
10	485 – Вложувања и нефинансиски средства	80,000,00	0,00	80.000.00
	Вкупно	20.088.000,00	16.194.869.00	3.893.131.00

Сметка 631 за 2021 та година

	Програма – Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	462 - Субвенции	60,000,000.00	51.330.310.00	8.669.690.00

Сметка 787 за 2021 та година

	Програма – Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	425 – договорни услуги	1.992,000.00	210,000.00	1.782,000.00