



ИНФОРМАЦИОНЕН БЮЛЕТИН

www.tourism.government.bg

БРОЙ 1/25.08.2015 г.

Министър Николина Ангелкова проведе среща с парламентарния заместник-министър на външните работи на Япония Кентаро Соноура



Създаването на български информационен туристически център в Токио е основа, на която можем да задълбочим сътрудничеството между двете ни страни и да работим за увеличаване на туристопотока. Това каза министърът на туризма на Република България Николина Ангелкова по време на срещата ѝ с парламентарния заместник-министър на външните работи на Япония Кентаро Соноура, която се състоя днес в София. Туристическият център предстои да бъде открит в най-скоро време в центъра на Токио, по силата на подписан Меморандум между Министерството на туризма и Бизнес Асоциация Япония и Югоизточна Европа (БАЯЮИЕ), като неговото финансово обезпечение е изцяло за сметка на Асоциацията.

Японският зам.-министър отправи покана за участие на нашата страна на международния форум на АСЕМ, който ще се състои през септември месец т.г. в Токио. Той подчерта, че

японските граждани имат интерес към България като туристическа дестинация и по-активно присъствие на техния пазар може да доведе до сериозен ръст през следващите години. „Сред основните ни похвати в рекламната стратегия на страната за 2016 г. е дигиталният маркетинг. В тази връзка планираме присъствие и в някои от най-посещаваните японски сайтове“, информира българският министър. Тя обърна внимание и на обстоятелството, че в България има най-много хора говорещи японски език на глава от населението в сравнение с останалите страни в Югоизточна Европа, което също е предпоставка за по-активни отношения между двете страни.

„За нас Япония е стратегически пазар, като в дългосрочен план планираме редица активности, които да доведат до повишаване на туристопотока“, каза министър Ангелкова. По думите ѝ вече е стартирала работа с Румъния за разработване на общ туристически продукт, като се очаква към него да се присъедини и Сърбия. „Трите държави сме членове на Дунавската стратегия и на тази основа можем да разработим общ дунавски продукт, който да предложим на далечните пазари“, допълни Николина Ангелкова. Тя подчерта, че и в

момента подобни продукти се предлагат от туроператори, но това е държавна политика, която цели привличане на по-голямо внимание. Предстои да започне работа и по създаване на общ туристически продукт с Гърция и Турция, където фокуса ще е върху културно-историческия туризъм.

„Япония и България са далечни от географска гледна точка, но имат дълга обща история, на която основа можем да разширим сътрудничеството във всички сфери“, подчерта Кентаро Соноура. През миналата година страната ни е била посетена от над 12 хил. японски граждани, което е ръст от около 7% в сравнение с 2013 г. Въпреки малките темпове това показва интерес, който може да бъде надграден с последователни действия в следващите 3 до 5 години.

В срещата взеха участие и Н. Пр. Такаши Коидзуми, посланик на Япония в Република България; Дайсуке Цубаки, секретар на парламентарния заместник-министър на външните работи на Япония; Такеши Огино, първи секретар в Посолството на Япония; Ая Отаки, културно аташе в Посолството на Япония; Н. Пр. Георги Василев, посланик на Република България в Япония; Петър Николаев, референт за Япония в Министерството на външните работи и експерти от Министерството на туризма.



Министър Николина Ангелкова се среща с португалския си колега Антонио Пирес де Лима

България ще използва опита на Португалия при планиране на рекламата на страната. За това се договориха министърът на туризма на Република България Николина Ангелкова и министърът на икономиката на Португалия Антонио Пирес де Лима. На срещата присъства и държавният секретар по туризъм на страната Адолфо Мескиа Нунес.

Договорено бе да бъде подготвен Протокол за сътрудничество между двете страни, като се работи за подписването му по време на заседанието на Генералната

Асамблея на Световната организация по туризъм, което ще се проведе през месец септември тази година. Обсъдено бе и сътрудничеството в сферата на маркетинга. „Успяхме да обърнем начина, по който страната ни се рекламира и вече промотиране зимния ни туризъм през лятото и летния – през зимата“, каза министър Ангелкова. По думите ѝ в новата програма за реклама на България основно внимание е обърнато на дигиталния маркетинг. Министър Пирес де Лима информира, че и Португалия е избрала подобен

начин на реклама. В маркетинговата стратегия на страната основно място заемат интернет каналите и организирането и провеждането на журналистически турове, а печатната и телевизионната реклама са много слабо застъпени. През миналата година са организирани около 500 подобни тура

с представители на медиите, а резултатът е 60 млн. туристи годишно. „Опитът показва, че подобни похвати са много успешни за по-малките държави и ние също работим в тази посока“, каза министър Ангелкова. В тази връзка министър Де Лима изрази готовност да предостави на



страната ни маркетинговата стратегия на Португалия. Той подчерта, че е важно да има фокус – по тази причина те са се ориентирали основно към 13 чуждестранни пазари и участват на ограничен брой туристически изложения.

Двамата се договориха да задълбочат сътрудничеството между двете страни и да проучат възможностите за създаване на общ туристически продукт между България и Португалия, както и неговото промотиране.



Заместник-министър Ирена Георгиева закри Фолклорния конкурс „Рожен“

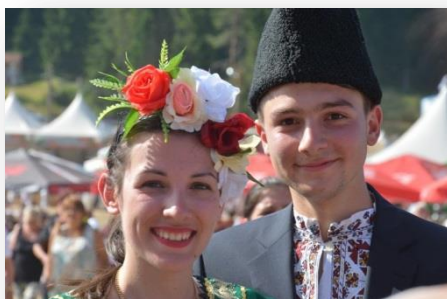
Заместник-министърът на туризма Ирена Георгиева закри официално Фолклорния конкурс „Рожен 2015“, който се проведе в рамките на традиционния Събор на народното творчество и животновъдство „Рожен“. „Имам честта да бъда съпричастна към тази емоция и към възобновяването на една стогодишна традиция. Именно тук, на Роженските поляни, „100 каба гайди“ разлюляват Родопите. От тук тръгва и космическият път на „Излез е Дельо хайдутин“, каза зам.-министърът по време на заключителната церемония по награждаването.



Тя подчерта, че Министерството на туризма подкрепя изцяло инициативата за възраждане на Роженския събор и че с общи усилия и единомислие страната ни закономерно ще си спечели място на световната туристическа карта. „Лауреатите в тазгодишния фолклорен фестивал са представители от цяла България, което доказва, че обичаите и фолклорът ни са живи. Мисля обаче, че големият победител във фолклорния конкурс “Рожен” 2015 са българските традиции и дух“, допълни Ирена Георгиева.

След деветгодишно прекъсване Съборът на народното творчество и животновъдството „Рожен“ беше възобновен, а посетителите от трите дни на събора (17-19 юли) достигнаха рекорден брой от над 350 000 души. Близко 8 100 изпълнители от различни райони на страната се изяха на четирите сцени, разпределени по цялото протежение на Роженските поляни, а 400 каба гайди и огромен български трибагеник, който покриваше площ от 5 400 кв.м. бяха атракцията по време на откриването. Амбицията на община Смолян е да организира издание на събора и през 2016 г., когато очакванията са за поне 20% повече посетители.

Министерството на туризма участва със свой щанд от 15 кв.м, на който бяха представени информационно-рекламни материали за страната като целогодишна туристическа дестинация.



**Още снимки от събитието може да откритете на интернет страницата на
Министерството на туризма: www.tourism.government.bg**



Влезе в сила Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране действието и прекратяване на категорията.

Днес, в брой 65 от 25.8.2015 г. на Държавен вестник бе обнародвана и приета Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране действието и прекратяване на категорията. Правното основание за изготвянето и приемането на наредбата е чл. 121, ал. 5, от Закона за туризма.

С документа Министерството на туризма въвежда ясен регламент за категоризацията на туристическите обекти. Те се разделят в две категории - клас А, включващ хотели, мотели, апартаментни туристически комплекси, вилни селища, туристически селища и вили, и клас Б – семейни хотели, хостели, пансиони, почивни станции, къщи за гости, стаи за гости, апартаменти за гости, бунгала и къмпинги; ресторанти, заведения за бързо обслужване, питейни заведения, кафе-сладкарници и барове. Премахнати са неактуалните изискванията и са създадени нови, които се съобразяват с реалната ситуация в местата за настаняване, и са отчетени тенденциите в предлагането.

Въвеждат се и специални правила към изграждането, обзавеждането и оборудването на хотелски стаи и апартаменти, съдържащи уреди и

приспособления за обслужване на хора с намалена подвижност. За първи път са разписани изисквания към менюто на закуската, към услугата „ол инклузив“, съдържанието на румсьрвис и др.

С наредбата се въвежда задължително изискване за наличие на единен вътрешен телефонен номер 9 в хотелите за връзка с рецепциите. Така



туристите ще бъдат максимално улеснени при необходимост от бърза или спешна помощ.

Възприет е европейският критерий на системата „Хотел старе“, до 15% от стаите да са с по-малък размер от предвидените за категорията на дадения обект, ако това е съобщено предварително на потребителите на туристическата услуга. Облекчението е насочено към по-старите хотели или хотелите в градската част, които трудно могат да направят технически

преустройства, но предлагат допълнителни услуги на своите клиенти.

Наредбата обръща специално внимание на къмпингите и на отделните територии в тях, предназначени за ползване от каравани/кемпери, палатки или с изградени бунгала. Въведени са минимални изисквания за този вид туристическа услуга – наличие на ел. инсталация и електрическо захранване за всяка къмпингова единица. Палатките ще имат маркировка, като необходимата площ за една палатка е 50 кв. м (за къмпинг категория „три звезди“), 40 кв. м (за „две звезди“) и 32 кв.м (за „една звезда“). Мястото за каравани също трябва да е маркирано и оборудвано, с достъп на вода и електричество.

След влизане в сила на наредбата действащите места за настаняване и заведения за хранене ще разполагат с **6-месечен gratuitен период**, за да приведат дейността си в съответствие с новите изисквания. Всички новосъздадените обекти след датата на обнародването ѝ ще се категоризират по новите изисквания.

Целият текст на Наредбата може да откриете [ТУК](#).