

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Отчет за периода 01 януари – 31 май 2016

за изпълнение на годишната програма за националната туристическа реклама

I. Описание на степента на изпълнение на заложените в програмата цели

1. Нарастване на приходи от международен туризъм в България;

Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на БНБ за **януари-март 2016 г.** възлизат на **316 млн. евро**, което е с **6,1% повече** в сравнение със същия период на 2015 г.

- Стимулиране на развитието на екологичен, спа и уелнес, специализирани сегменти на туризъм с висока добавена стойност на туристическите продукти
- Привличане на по-платежоспособни туристи в България в съответствие с променената категорийна структура на хотелската база и разнообразяване на туристическото предлагане;

Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за периода **януари-март 2016 г.** са общо **197,4 млн. евро** или с **10,6% повече** спрямо 2015 г.

2. Нарастване на посещенията в България с цел туризъм в неактивния сезон;

През периода **януари-април 2016 г.** България е посетена общо от **1 350 170 чуждестранни граждани** (без транзитно преминалите). Техният брой е с **11,3 % повече** спрямо същия период на 2015 г.

Увеличение има при посещенията с цел **почивка и ваканция**, като са реализирани **744 133 посещения и ръст от 23,7%** и при посещенията с цел **гостуване 111 546 посещения и ръст от 13,3%**. Посещенията с цел **бизнес са 313 483**, като те се **увеличават с 2,4%**.

Увеличение има при посещенията от Гърция – 227 549 посещения и ръст от 8%, Румъния – 189 965 посещения и ръст от 13,7%, Македония – 186 705 посещения и ръст от 23,5%, Турция – 177 227 посещения и ръст от 10,4%, Сърбия – 113 558 посещения и ръст от 15,7%, Великобритания – 48 967 посещения и ръст от 8,8% и др. Намалява броят на туристите от Германия – 39 829 посещения и спад от -4,1%, Русия – 36 119 посещения и спад от -14,9%, Австрия – 22 723 посещения и спад от -4,4%, Франция – 16 503 посещения и спад от -1,2%.

3. Разширяване позициите на България на целевите пазари чрез диверсификация на предлагания продукт /комбинирани пътувания и специализиран туризъм/.

Организиране на журналистически турове с тематична насоченост към специализиран туризъм, дискусии и презентации с тематична насоченост по време на международни изложения, конференции и срещи, участие в специализирани международни туристически борси в страната и чужбина.

4. Разнообразяване на предлаганите продукти с цел целогодишно използване на туристическия потенциал на страната;

Популяризиране на възможностите за алтернативен туризъм в България, както на комбинираните форми на туризъм с цел удължаване на сезона и използване на потенциала на България за предоставяне на разнообразен туристически продукт.

5. Насърчаване развитието на устойчиви форми на туризъм.

Провеждане на активна комуникационна кампания, насочена към целеви пазари, включително и вътрешен пазар. Популяризиране на алтернативните и комбинирани форми на туризъм с цел удължаване на сезона и налагане на България като целогодишна туристическа дестинация.

6. Ангажимент на държавата за провеждане на национална реклама, съгласувана с браншовите организации и големите туроператори, работещи на целеви пазари за България. Организиран се съвместни турове и събития, посланията, визиите и участието на туристическите изложения на съответните пазари се съгласуват с браншовите организации и големите туроператори, работещи на целеви за България пазари.

7. Таргетирани послания на различните пазари и различните целеви групи туристи

При осъществяване на комуникационната кампания на целеви за България пазари се използват таргетирани послания, съобразени със спецификата на пазара и целевите групи.

В изпълнение на Годишната програма за национална туристическа реклама и залегналите в нея цели, свързани с популяризирането на България като атрактивна туристическа дестинация на международните и вътрешния пазари, са осъществени дейности, описани в програмата.

II. Продукти/услуги, предоставяни по програмата-описание на постигнатите резултати и изпълнените дейности за тяхното предоставяне

1. Експониране на българския туристически продукт чрез участие с национални и информационни щандове на международни туристически борси и туристически изложения в България:

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

1.1 *Участия на международни туристически и специализирани изложения на основни и перспективни пазари, с цел имиджово представяне на страната, повишаване информираността на посетителите относно разнообразните възможности за туризъм, осъществяване на контакти с чуждестранни туроператори и агенции за включване на България в програмите им за 2016/2017 г. или за тяхното обогатяване. Представянето се осъществява на регионален / продуктов принцип в зависимост от предлагането на съизложителите – туристически фирми, организации и общински администрации, заявили участие на българските щандове.*

Водещото послание, на които бе подчинено представянето на България на международни туристически изложения е „България – Открий и Сподели”. Всички рекламни щандове на България следват идейния проект и са с единна визия и послание.

Акцент в тези участия бяха представянията на България с национален щанд на четири световни изложения в Берлин, Москва и Киев през м. март. На националните щандове бяха организирани съпътстващи мероприятия – презентации, анимационна програма, дегустации. На националните щандове на България на ITB – Берлин, MITT – Москва, ITM – Москва, UITT – Киев и WTM - Лондон са участвали 119 съизложители.

За периода януари – май 2016 г. бяха организирани участия на 21 международни изложения, на които са се представили общо 257 съизложители – туристически фирми и общински администрации. За първи път имаме самостоятелни щандове в Белград, Сърбия и Алмати, Казахстан.

1.2 Участия на национални туристически форуми - общи и със специализиран характер, както и организиране на паралелна програма-дискусионна, презентации и съпътстваща реклама.

➤ Участие на България с национален щанд в международното туристическо изложение „ВАКАНЦИЯ И СПА ЕКСПО”, 11-13.02.2016 г., София. Изложение „Ваканция и Спа Експо” е най-значимият международен форум в областта на туризма в България. Борсата играе основна роля за осъществяване на пълноценни контакти между представителите на различни сфери от туристическия бизнес и се провежда под патронажа на Министерство на туризма. Организатор на изложението е ПРИМ ЕКСПО. Участие на МТ: щанд – 150 кв. м. 25 съизложители /участници – браншови организации, сдружения, асоциации, музеи и др. Анимационна програма (представена от съизложителите) - фотоизложба, фолклорна програма, анимации, българска кухня и вина Дискусионна програма; Годишната среща на МТ с представителите на местната власт.

➤ Участие на 13-то издание на Международна туристическа борса „Културен туризъм” – 14-17.04.2016г., гр. Велико Търново. Изложението е единственият специализиран форум за културен туризъм в България и участниците в него имат възможност да представят специфичните дадености на региона си за развитие на този вид туризъм, да направят обмен на добри практики, да създадат мрежа от партньорства. Участието беше с информационен щанд – 40 кв. м; Сред съпътстващите програмата събития тази година бяха традиционния Международен фестивал на туристическия филм „На източния бряг на Европа“, етнографски изложби и кръгли маси за обсъждане перспективите за развитие на културния туризъм и опазването на културното наследство.

➤ Участие в XII-тото юбилейно издание на регионално туристическо изложение “Уикенд туризъм”. Изложението се проведе от 11 до 14 май 2016. През годините събитието се утвърди като единственото изложение за туризъм и развлечения през почивните дни, като краткосрочна, но привлекателна дестинация с атрактивни предложения за семеен туризъм. Интересът към борсата от страна на посетителите нараства, тъй като участниците имат възможност да ги заинтригуват като демонстрират специфичните дейности и занаяти от региона. Взеха участие 131 участника от различни региони на страната;

➤ Участие в Международния кулинаруен фестивал „България посреща вкусовете на света“. Инициативата, която в партньорство с Министерството на туризма, е продължение на миналогодишната онлайн кампания „Мислиш си, че познаваш България“, зад която застанаха посолствата на Държавата Израел, Полша, Хърватия и още 17 други държави;

➤ Реклама по време на Рали България 2016 г., което се проведе в периода 27-29 май 2016 г.

➤ Провеждане на национален конкурс за „Проект за нова концепция за графична визия на туристическото лого на България“, със съдействието на Националната художествена академия (НХА) и Съюза на българските художници (СБХ). Общественото жури за избор на ново туристическо лого на България не излъчи финален победител и заявиха готовност да участват с идеи и предложения за негово бъдещо надграждане или ново обявяване .

2. Разработване на електронни тематични туристически маршрути:

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

2.1 Представяне на специализирани форми на туризъм – културно-познавателен, еко-, балнео- и спа туризъм, гурме-туризъм и винарски турове, спортен, конгресен и др. и разнообразяване на традиционните масови продукти с цел утвърждаване на България като туристическа дестинация на четирите сезона.

➤ Презентация на България като ски дестинация и коктейл в рамките на международното туристическо изложение ЕМИТТ 2016, в Истанбул, Турция /28-31.01.2016/. Участието на страната бе с щанд на площ 153 кв.м. с 18 изложители. През 2016 г. изложението се проведе за 20-ти път и бе посетено от 128 000 души, а изложителите бяха над 4000 от 70 страни от цял свят.;

➤ Участие в изложението на стоки на страните от Централна и Източна Европа от 08 до 12 юни 2016 г. и Инвестиционния форум във формат 16+1, домакин на който бе Министерството на търговията на Китай. По време на събитието туристическата администрация на града домакин Нинбо, организира съпътстващ форум за сътрудничество в областта на международния туризъм. Форумът за търговия и инвестиции Китай-ЦИЕ включваше редица мероприятия в няколко основни направления: търговия (Изложба на стоки на страните от ЦИЕ), инвестиции (Инвестиционен форум), конференции и симпозиуми на различни теми: туризъм, образование, култура, местни власти. България рекламира възможностите си за целогодишен туризъм на международна конференция със специална презентация и клип за страната ни. На международната конференция за сътрудничество в туризма в Нинбо, свои презентации направиха Черна Гора, Словения, Полша, Унгария, Хърватия, Чехия, Словакия, Албания и Сърбия. По време на събитието беше организирана и фото изложба и в тази връзка на организаторите им бяха предоставени 5 броя снимки от България на които гостите отделиха внимание и проявиха интерес;

➤ Презентация пред испански медии, в рамките на международното туристическо изложение FITUR 2016, Мадрид, Испания на възможностите за културен туризъм в България;

➤ Организация и участие Кръгла маса на тема „Развитие на българо руските отношения в областта на туризма“ на 25.02.2016 г. Москва, Русия;

➤ Презентация в рамките на международното туристическо изложение ITB 2016, Берлин, Германия на възможностите за културен туризъм в България;

➤ Презентация в рамките на международното туристическо изложение INTOURMARKET 2016, Москва, Русия на възможностите за културен туризъм в България;

➤ B2B форум проведен на 24 март 2016 г. за възможностите, които България предлага за детски отдих, град Москва, Русия;

➤ Участие в Годишен конгрес на Ротари интернешанъл в Сеул – Южна Корея 28.05-01.06.2016 г.

➤ Участие в Международна конференция „Исторически опит и перспективи на научно, научно-техническо и културно сътрудничество между България и регионите на Русия“ в периода 10-11 юни 2016г., в град Сиктивкар, Коми

2.2 Активно маркетингане на официалния туристически портал www.bulgariatravel.org, както и неговото доразвиване, разработване на електронни материали: електронни досиета и визуализации за туристически атракции и обекти, туристически маршрути и др.

➤ Работа по поддръжка на съдържанието и отчитане на работата на портала.

➤ Осъществена е процедура и сключен договор с изпълнител за „Техническа поддръжка на портала www.bulgariatravel.org“;

➤ Предстои стартиране на процедура за модерниране на туристическия портал на 9-те му езикови версии и поддържане на профилите му в социалните мрежи;

➤ Инициране провеждане на процедура по ЗОП предмет „Доразвиване на официалния туристически уеб портал www.bulgariatravel.org и е-маркетинг“

3. Представяне на продукти или услуги пред чуждестранни туроператори и агенти.

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

3.1 Акции по насърчаване на продажбите, в това число съвместно с водещи туроператори на целеви пазари, съвместни участия в презентации, е-маркетинг и организиране на експедиентски турове;

➤ Изработен рекламен филм на тема Долината на тракийските царе, отразяващ ежегодния фестивал на розата в Казанлък;

➤ Стартирана рекламна кампания, целяща насърчаване на вътрешния туризъм за безвъзмездно предоставяне на рекламни билбордове на територията на областните градове и

община, на които да се промотират туристически продукти и атракции, намиращи се на територията на други области и общини в Република България

- Проведен журналистически и експедиентски тур за представители на медии и туроператорски фирми от Румъния;
- Стратегическо партньорство с ТУИ Великобритания;
- Подготовка за обявяване на обществена поръчка с предмет „Организиране и реализиране на интернет кампания за насърчаване на вътрешния туризъм“;
- Инициране на процедури по реда на Закона за обществените поръчки с предмет: „Преиздаване на тематични рекламни-информационни материали“.

Освен тези дейности са осъществени и други мероприятия, извън описаните в плана, с цел по-всеобхватно постигане на заложените цели, както следва:

3.2 *Организиране на журналистически посещения от авторитетни медии, както и посещения на снимачни екипи от целевите пазари, вкл. пазар България за повишаване информираността на потребителите за дестинация България и привличане на туристи.*

- Посещение на снимачен екип от един от големите бразилски телевизионни канали „Ред Рекорд“, който засне редица репортажи за историята, икономиката и културата на България и ще бъдат излъчени серия от шест 10 – минутни предавания в цяла Бразилия.

3.3 *Осъществяване на рекламна кампания в печатни и телевизионни медии на основни генериращи пазари за запазване позициите на България и насърчаване записванията за страната. Периодите на кампанията са съобразени със спецификата и времето за вземане на решение за почивка на съответните потребители.*

- Реклама на туристическа дестинация България по време на Европейски купи по ски алпийски дисциплини Пампорово Боровец 08-12.02.2016 г.

4. *Събиране, обработване, оформяне и предоставяне на необходима информация за обслужване на индивидуални чуждестранни и български туристи от Национален туристически информационен център на министерството.*

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

Националният туристически информационен център със седалище пл. „Света Неделя” 1 осъществява дейността си в рамките на Програмата за национална туристическа реклама, като предоставя разнообразна информация на туристите, посещаващи България и в частност град София. В него, наред с печатните материали, рекламиращи България като целогодишна туристическа дестинация на чуждестранните туристи се предоставя и информация както за град София, така и за възможностите, които предоставя България като място за отдых и туризъм.

Посетителите на информационния център за периода януари-май 2016 г. са предимно чуждестранни туристи желаещи да се запознаят подробно с възможностите за различни видове туризъм на територията на страната. Сред тях преобладават туристите, които сами организират своето пътуване и в тази връзка имат нужда от: подробна и актуална информация за съответните дестинации и забележителности; разписанията на автобуси и влакове; възможностите за посещение на културни или спортни мероприятия; възможности за практикуване на определен вид туризъм като планински преходи, информация за планините в България и др.

НТИЦ е привлекателно място и за организирани групи от туристи, които го посещават в рамките на своята обиколка из центъра на София. Те се интересуват главно от рекламните материали свързани с дестинациите и забележителностите които предстои да посетят.

Туристическия информационен център е притегателно място за много чужденци, които живеят или работят в България, както и стажанти по различни програми и студенти по програми за културен обмен. Те се интересуват от възможностите за практикуване на различни видове

туризъм на територията на страната, както и от информация от общ характер свързана с пребиваването им.

За периода януари-май 2016г. НТИЦ е посетен и от много български граждани. Повечето от тях търсят подробна информация за дестинациите и забележителностите на територията на България, които планират да посетят. Интерес за много българи са рекламните материали в информационния център. С тях те искат да промотират страната сред свои приятели и роднини, които им гостуват, или пък живеят в чужбина. Особено голям интерес представляват картите на страната.

Посещенията в НТИЦ са най-многобройни в периода юли – септември, когато средно на ден центърът е посещаван от около 70 туриста. За другите периоди данните са както следва : януари – февруари, около 20 туристи средно на ден; март – април около 30 туристи средно на ден; май – юни, около 40 туристи средно на ден; октомври и ноември около 20 туристи средно на ден. Следователно за периода януари-май 2016-та година НТИЦ е бил посетен от над 4 000 души.

Сред чуждестранните туристи посетили информационния център през годината най – значителен е броят на:

1. Италианци, холандци, руснаци, испанци, германци
2. Белгийци, французи, британци, японци
3. Корейци, китайци, турци, американци

През годината НТИЦ отговаря на многобройни писма, изпратени от държавни учреждения; общини; браншови асоциации; туристически фирми и сдружения; граждани и им предоставя рекламни материали съобразно наличностите. От информационния център се изпращат десетки писма с рекламно-информационни материали в отговор на запитвания от страна на чуждестранни туристи и туроператори. По електронната поща и по телефона се предоставя информация на потенциални туристи и представители на туристически фирми и организации от страната и чужбина, във връзка с проявен от тях интерес.

III.Източници на информация

За целите на настоящия отчет са използвани данни от НСИ, БНБ, Google Analytics

IV. Описание на факторите и причините, оказали въздействие върху не постигането на планираните/заявените целеви стойности

Стойностите по целеви показатели за периода 01.01.2016 г. - 31.05.2016 г. са изпълнени.

V. Отговорност за изпълнение на програмата

Дирекция „Маркетинг, реклама и информация в туризма“