

НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ
МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА

ПРОТОКОЛ

**ОТ ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ (НСТ),
проведено на 14.12.2023 г., София Хотел Балкан, гр. София**

Поканени са всички членове и наблюдатели на НСТ

Присъствали членове на НСТ, вкл. председател и заместник-председател:

1. **Зарица Динкова**, министър на туризма и председател на НСТ;
2. **Ирена Георгиева**, заместник-министър на туризма и заместник-председател на НСТ;
3. **Мая Никовска**, директор на дирекция „Туристическа политика” и секретар на НСТ;
4. **Мартин Райчев**, гл. експерт в дирекция “Икономически политики“, Министерсво на икономиката и индустрията;
5. **Мирослав Златев**, мл. експерт в дирекция „Управление на териториалното сътрудничество, Министерство на регионалното развитие и благоустройството;
6. **Арх. Чавдар Георгиев**, заместник-министър на културата;
7. **Николай Сиджимов**, заместник-министър на околната среда и водите;
8. **Ирина Лазарова**, Директор на дирекция „Пазарни мерки и организации на производители“, Министерство на земеделието и храните;
9. **Анна Михнева - Натова**, заместник-министър на транспорта и съобщенията;
10. **Мартин Попов**, и.д. началник на отдел „Стратегическо планиране на електронното управление“, дирекция „Политики за електронно управление“, Министерство на електронното управление;
11. **Марията Георгиева**, заместник-министър на образованието и науката;
12. **Кирил Ценкин**, заместник-министър на вътрешните работи;
13. **Иван Кожухаров**, изп. Директор на ИА „Военни клубове и военно-почивно дело“, Министерство на отбраната;
14. **Проф. Даниела Дашева**, заместник-министър на младежта и спорта;
15. **Стоил Алипиев**, председател на Комисия за защита на потребителите;
16. **Д-р Светлозар Патарински**, изпълнителен директор на Българската агенция по безопасност на храните;
17. **Николай Дочев**, началник отдел в Главна дирекция „Фискален контрол“, Националната агенция за приходите;
18. **Инж. Любозар Фратев**, председател на УС на Организация за управление на Тракийски туристически район;
19. **Стела Радованова**, представител на Организация за управление на туристически район „Долината на розите“;
20. **Мария Офицерова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Старопланински туристически район;
21. **Гергана Капнилова**, технически секретар на Организация за управление на Дунавски туристически район;

22. **Людмил Пелов**, директор на ОП „Туризм“, Представител на Организация за управление на Софийски туристически район;
23. **Д-р Радосвета Сюард**, директор на ОП „Туризм“Община Бургас, Представител на Организация за управление на Бургаски черноморски туристически район;
24. **Д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на УС на Националния борд по туризъм;
25. **Атанас Димитров**, заместник-председател на УС на Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация;
26. **Д-р Даниела Стоева**, заместник-председател на УС на Асоциация на българските туроператори и туристически агенти;
27. **Венцислав Кръстев**, председател на УС на Сдружение „Туризм“;
28. **Румяна Любенова**, представител на СТТА "Обединение Бъдеше за Туризма";
29. **Живко Иванов**, заместник-председател на УС на Български съюз по балнеология и СПА туризъм;
30. **Васка Георгиева**, секретар на Национална асоциация Хотел, Ресторант, Кафетерия - ХоРеКа;
31. **Борис Павлов**, председател на УС на Асоциация за туристически имоти и иновации;
32. **Георги Дучев**, председател на УС на Българска асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели;
33. **Павлин Петров**, председател на УС на Сдружение „Българска асоциация на заведенията“;
34. **Емил Коларов**, председател на УС на Сдружение на заведенията в България;
35. **Марио Дачев**, представител на туристическо сдружение „Клуб на хотелиера“;
36. **Мария Инджова**, председател на УС на туристическо сдружение „Алианс на туризма в Югоизточен район“;
37. **Любомир Попйорданов**, председател на УС на „Планини и хора - асоциация на планинските водачи в България“;
38. **Иво Кабадозов**, председател на УС на Сдружение „Българска асоциация за пещерен и еко туризъм“;
39. **Благовестка Томова**, „Бороспорт“ АД, представител на планинските курорти;
40. **Красимир Станев**, изпълнителен директор на „Албена“ АД, представител на морските курорти;
41. **Проф. д-р Красимира Станева**, член на УС на Съюза за стопанска инициатива;
42. **Светослав Станулов**, председател на УС на Асоциация на българските авиокомпании;
43. **Венцислав Венев**, представител на УС на Български туристически съюз, национална организация за спортно-туристическа дейност.

Присъстващи наблюдатели:

1. **Д-р Илин Димитров**, съветник на Президента на Република България;
2. **Георги Николов**, заместник-министър на правосъдието;
3. **Ива Петрова**, заместник-министър на енергетиката със заместник Евдокия Кръстева, главен секретар на Министерство на енергетиката;
4. **Доц. д-р Десислава Вараджакова**, представител на Българска академия на науките.

Гости:

1. **Д-р Полина Карастоянова**, председател на Националния борд по туризъм;
2. **Радост Иванова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Тракийски туристически район;

3. **Невена Борисова**, Асоциация за туристически имоти и иновации;
4. **Д-р Любомир Кулински**, Директор на дирекция „Контрол на храните“, Българската агенция по безопасност на храните;

Отсъстващи членове и наблюдатели:

1. **Проф. д-р Георги Ангелов**, заместник-министър на иновациите и растежа;
2. Заместник-министър на финансите;
3. **Елена Шекерлетова**, заместник-министър на външните работи;
4. **Доц. Михаил Околийски**, заместник-министър на здравеопазването;
5. **Гинка Машова - Станчева**, заместник-министър на труда и социалната политика;
6. **Д-р Костадин Коев**, председател на УС на Организация за управление на туристически район „Родопи“;
7. Представител на Варненски черноморски туристически район;
8. Представител на Организация за управление на Рило-Пирински туристически район;
9. **Светлана Атанасова**, председател на УС на Българска асоциация на туристическите агенции;
10. Представител на Национална асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
11. **Вероника Кънева**, председател на УС на Асоциация на къщите за гости в България - АКГБ;
12. **Кристиян Райчев**, адвокат в АК - Пловдив, представител на Сдружение за правна помощ на потребителите;
13. **Николай Ангелов**, кмет на община Балчик и представител на Национално сдружение на общините в Република България (титуляр) и **Боран Хаджиев**, кмет на община Чепеларе (заместващ);

Секретариат на НСТ:

1. **Венелина Червенкова**, началник на отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“;
2. **Десислава Михалкова**, главен експерт в отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“;
3. **Светослав Стойков**, старши експерт в отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“.

Заседанието се проведе при следния дневен ред:

1. Откриване на заседанието - Зарица Динкова, министър на туризма
2. Представяне на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2024 г.
3. Обсъждане на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2024 г.
4. Представяне на документа на ЕК „Път за преход в туризма“ и Многогодишен работен план на ЕС по Европейската програма за туризма до 2030 г.
5. Разни.

Поканата, дневния ред и материалите към него са изпратени на всички членове на НСТ по електронна поща от Секретариата на НСТ преди датата на заседанието.

Откриване на заседанието:

Г-жа Ирена Георгиева, заместник-министър на туризма и заместник-председател на Националния съвет по туризъм (НСТ) откри заседанието, като приветства всички членове и наблюдатели с добре дошли и съобщи, че от 53-ма членове на Националния съвет по туризъм присъстват 33, както и четирима от четирите наблюдатели, което е напълно достатъчно, за да се започне работа. Г-жа Георгиева отбеляза, че дневният ред е бил раздаден предварително според Правилника за работа на Националния съвет по туризъм и всеки е имал възможността да предложи точки в дневния ред до 3 дни преди началото на заседанието. Към момента няма постъпили такива, тоест се започва работа по предварително оповестения и приет от членовете на NST дневен ред. Г-жа Георгиева предостави думата по първа точка от дневния ред на г-жа Зарица Динкова, министър на туризма.

Г-жа Зарица Динкова, министър на туризма, благодари на г-жа Георгиева и членовете на NST за възможността да се работи съвместно с тях. Г-жа Динкова отбеляза, че за нея е изключително важно най-вече да чуе присъстващите какво мислят, защото по правило политиките прекалено много говорят, прекалено малко вършат и целта на екипа на МТ е да се вслушва и да се изпълнява това, което е полезно за обществото и страната ни. За нея туризмът не трябва да е само една витрина, а визитна картичка на България за качествата, предимствата и възможностите на страната ни, а за да се постигне това са необходими ясна визия, системна и екипна работа и методична подготовка.

Г-жа Динкова сподели, че от самото начало на мандата ѝ се работи усилено, както за решаване на някои неотложни проблеми на сектора, така и по няколко средносрочни политики, за да сме максимално ефективни и полезни на всички заинтересовани страни в този комплексен процес. Също така смята, че тя и екипът на министерството на туризма са показали реални действия и че сме готови да работим с всеки регион, всяка община, всяка професионална организация за решаването на дълго трупани проблеми в сектора. Г-жа Динкова заяви, че като институция заставаме редом с всеки, който създава нови условия, нови услуги, нови решения, за да се излезе от капана на средното качество, средните резултати и средните доходи. Също така МТ подкрепя всеки проект и стремеж да се развият нови поддестинации, защото търсенето на автентични и нови изживявания обхваща все повече сектори на хотелиерството и туризма. Трябва да се завладеят сърцата на хората с автентичност, култура, археология, кулинария - това е истинската ни сила, силата на българския туризъм.

Г-жа Динкова отбеляза, че годината е била трудна и предизвикателна за всички, като от началото на мандата ѝ министерството на туризма е било изправено пред редица извънредни ситуации, като едни от най-сериозните са били инцидентът с язовира Нова Каховка в Украйна и бедственото положение с наводнението в Царево. Били са предприети действия от спешен порядък по осигуряването на максимално спокоен летен сезон, за което МТ изразява благодарност към колегите от ресорните институции.

През октомври започна и войната в Ивицата Газа, която директно повлия на българския туризъм, защото в съвременния свят, който е все по-взаимосвързан и зависим няма туризъм без мир и сигурност. От МТ се прави необходимото, за компенсиране на загубата на израелските туристи.

Г-жа Динкова обърна внимание, че всички ние трябва постоянно да предлагаме най-доброто, защото конкурентоспособността на сектора зависи от готовността ни да отговорим бързо на нарастващото търсене - на по-устойчиви и екологични туристически продукти.

Г-жа Динкова сподели, че предизвикателствата са налице и за МТ те са и стимул за прилагане на иновативни решения и увери присъстващите, че всеки ден се работи за все по-устойчивото развитие на туризма в България, като се поставя специален акцент върху възможностите на публично частните партньорства и активната работа с общините. В тази връзка е създадена целенасочена програма за финансиране на маркетингови дейности на

туристически услуги в Черноморските общини в България, която ще привлече повече внимание към тези региони. Вече има 21 одобрени проекта, които ще променят кардинално начина, по който се гледа на България, като туристическа дестинация. Тази стъпка е начин да се върви в посока на активно партньорство с представителите на реалния бизнес, с туроператорите, с общините и летищата. Показва се политическа воля за повишаване на конкурентоспособността и реално развитие в посока децентрализация, което е един от приоритетите на това правителство. Също така г-жа Динкова подчерта, че с тази програма се прави сериозна стъпка за връщане на доверието на нашите чуждестранни партньори. Тук добрата новина е, че вече има изключително позитивна обратна връзка не само от партньорите ни зад граница, но и от посланиците и водещи дипломати на държави, представляващи важни за страната ни дестинации. Доказателство за това са и добрите прогнозни резултати за зимния сезон към момента.

Реализират се поредица инициативи за позициониране и популяризиране на бранд България по отношение на туризъм и спорт. Страната ни се утвърждава, като ключова спортна дестинация. Министерството на туризма е партньор при провеждането на редица световни спортни събития и ще подкрепи световната купа по сноуборд в Пампорово през януари, както и световната купа по ски алпийски дисциплини през февруари в Банско.

Г-жа Динкова изрази мнение, че провеждането на тези спортни събития могат да се превърнат в силен маркетингов инструмент за популяризиране на зимния туризъм в страната и като цяло на бранд България. Също така позиционирането на бранд България се е осъществило в рамките на Европейското първенство по волейбол във Варна, както и по време на тенис турнира „София Оупън“.

В международен план 2023 г. България е била домакин на 68-та работна сесия на регионална комисия Европа към СOT и е била избрана за член на изпълнителния съвет на СOT с пълен мандат 2023 - 2027 година.

Г-жа Динкова сподели, че това е резултат от работата на редица екипи преди нея. Имало е период на дълго лобиране и на изпълнение на тези цели, за което всички сме им задължени. Участва ли сме активно в работата на Европейската Туристическа Комисия, домакинствайки срещата на борда на директорите.

Г-жа Динкова отбеляза, че са проведени серия от срещи с водещи за страната ни дестинации на най - високо ниво: с министри, с държавни секретари, с представители на туристическите бордове, за да се утвърди доброто име на България на чуждестранния пазар. Г-жа Динкова запозна присъстващите, че през 2024 г. предстои да бъдем домакин на заседание на Европейската асоциация на ТА и ТО (ЕСТАА) и сме обявени за тяхна фокусна дестинация.

В заключение, г-жа Динкова насочи вниманието на членовете на НСТ към партньорството и солидарността и допълни, че тя и екипа ѝ ценят усилията на бранша да задържи вниманието на българския и чуждестранния турист в тези предизвикателни времена и вярва, че всички заедно ще положат необходимите усилия, за утвърждаване и популяризиране на дестинация България, като символ на сигурност, качество, многообразие, гостоприемство и за да се случи това смята, че трябва да се работи координирано, целенасочено и заедно.

Г-жа Георгиева благодари на министър Динкова и припомни следващите точки от дневният ред, с които разполагат членовете на НСТ, като помоли да се обърне внимание на часовия график и даде думата на проф. д-р Мариела Модева, *съветник на министъра на туризма* по 2-ра точка от дневния ред, за да представи Годишната програма за Национална туристическа реклама.

Проф. д-р Мариела Модева приветства присъстващите и припомни, че изпълнението на програмата за 2023 г. се е осъществило в рамките на приетата програма от предишния

Национален съвет по туризъм, точно преди една година с един ден разлика на 13-ти декември, както и в рамките на политическата програма на правителството в раздел 21-ви, която е с хоризонт до декември 2024 г., в този смисъл проф. д-р Модева сподели, че основните цели, които МТ си поставя са свързани с мисията и визията на МТ - България да бъде представена, като целогодишна и сигурна туристическа дестинация с ясно изразена идентичност. Целта е да се отворят крилата на сезона, като се представят специализираните видове туризъм със съответните продукти, по - добра разпознаваемост на бранд България, подобряване на информираността за туристическата дестинация, чрез адекватни маркетингови подходи и формати за реклама и достигане на конкретно дефинирани и таргетирани аудитории.

Спрямо тях са организирани и са насочени съответните кампании, които се фокусират точно върху уникалните качества, но и балансираното развитие на туристическите райони, което означава, че поставяме специален акцент върху регионалния туристически маркетинг.

Проф. д-р Модева обяви, че има официална статистика, която е качена на сайта на МТ, като тя е ориентир до каква степен са правилно насочени таргетираните рекламни кампании, защото макар и да не може да се докаже пряка връзка между рекламните и маркетинговите кампании, броя на туристите, които идват в България, е очевидно, че релация съществува и данните на Националния статистически институт показват, че има видима тенденция и ръст на туристите през периода на януари - октомври 23г. с над 14 % в местата за настаняване с 10 и повече легла сравнено с 2019 г., която ползваме, като модел. Ръста е 5,4 %, като очаквано най - силния месец е бил август с малко над 1,5 млн. регистрации на туристи по методиката на НСИ. По отношение на летния сезон ръста е над очакваното , като прогнозата е била за около 4,5 млн. туристи, а регистрациите показват 4,8 млн. туристи, като спрямо 22г. ръста за същия период е 10 %, а спрямо 2019 близо 5 %.

Проф. д-р Модева обясни, че принципа на континуитет изисква програмата, която ще бъде приета за 2024г. да стъпва на осъществените комуникационни кампании, да ги надгражда и доразвива за следващата година със съответния бюджет. Това, което МТ е предприело като кампании в резюме, е изключителна активност в посока последователни рекламни кампании, ползвайки всички канали, както традиционните телевизии и радиа в България, така и на чужди територии - пазари, които са дефинирани, като са взети и предложенията на бранша.

Проф. д-р Модева сподели, че предвид статистическите данни, маркетинговите анализи и препоръки от нашите партньори по време на многобройните международни срещи, които министър Динкова и екипът са осъществили, тези комуникационни кампании ще могат да се отчетат, като абсолютен резултат, едва когато изтече календарната година, тъй като договорите се сключват до края на календарната година и когато се получат окончателните отчети на медиите ще има конкретика в числата за покрита аудитория, като още при сключването на договорите е зададен обхват 20 + на аудиторията, като се използват съответните метрики за да можем да отчетем след това ефективността на рекламата.

Проф. д-р Модева маркира, че повече от 40 чуждестранни телевизии и онлайн канали са ползвани за периода октомври 22г. - май 23г., както и мащабни телевизионни кампании за сезон зима 2023 - 2024 г. Преимуществено това са съседните ни страни, като за пазар Великобритания избора не е случаен, защото след войната между Израел и Хамас е имало тревога за компенсирането на израелските туристи. Анализите са показали, че най - бързо те могат да бъдат компенсирани със съседните пазари и с вътрешния пазар.

Проф. д-р Модева обърна внимание на две от тези големи кампании, които МТ е стартирало, а именно по националната телевизия на Турция, като резултат от срещата на министър Динкова и екипа ѝ в Турция на заседанието на българотурския комитет по туризъм и също така пазар Великобритания. Данните и тревогата на бранша е била, че не можем все още да върнем нивата от 2019г. на пазари Великобритания и Германия. На пазар Великобритания е направена надграждаща кампания в няколко стъпки.

Проф. д-р Модева специално подчерта една приемственост, която се е надградила от екипа на министър Динкова с проф. Бетани Хюс, която е заснела филма „Съкровищата на България“ и има проект да заснеме филм за Долината на розите, както и сътрудничество с ВВС.

Проф. д-р Модева сподели, че в началото на годината все още не е имало промяна на чл. 6 от Закона за туризма, а МТ вече е имало сключен договор с фирма посредник, която да осъществи тази онлайн реклама, както и увеличение на потребителските интеракции през профилите на министерството в Инстаграм и Фейсбук, както и в официалния туристически портал България травъл, който регистрира посетители от над 160 държави по цял свят. Проф. д-р Модева добави, че всичко това цели, както договор с „Експидия“ за пазар Германия, банерна реклама и публикации в няколко румънски телевизии така и в централна Европа и целевите ни пазари в Германия и Полша за увеличаване видимостта на България. Също така в МТ са приети всички коментари, съвети и предложения от предишния Национален съвет, както и от срещите на министър Динкова с бранша. Последното роуд шоу във Великобритания, което е завършило успешно показва, че трябва да се върви в тази посока, разбира се и с по - голям бюджет за да се увеличава видимостта на България по всички възможни канали, а за сега онлайн реклама се осъществява по текущите договори. Това, което прави МТ за привличане на повече чуждестранни туристи в онлайн среда, освен публикуваните постове, и публикуване на така наречените „дарк постове“ за целеви групи, които са видими точно от потребители, които проявяват интерес към пътувания за България. Единственият и най - важен критерий, който прилагаме е ефективност и ефикасност на вложените публични ресурси.

Проф. д-р Модева сподели, че са осъществени редица целогодишни рекламни кампании за насърчаване на вътрешния туризъм по БНТ, „Темата на нова“, „До там и обратно“ с Николай Василковски, „Открий България“ с Владислав Цветков по БТВ. Също така всяка вечер след прогнозата за времето по БНТ се рекламира и налага името на министерството.

Проф. д-р Модева добави, че всичко това е продиктувано от данните, които показват продължаване на положителната тенденция за увеличаване на вътрешния туризъм. През годините фокуса на МТ е бил входящия туризъм, обаче по време на Ковид и последвалите войни българския турист е останал верен и е преоткрил България. МТ стимулира и насърчава вътрешния туризъм чрез осъществени рекламни кампании. Изложенията, на които участва МТ носят ефективност, бранша и съизложителите проявяват интерес, като добрата новина е, че нашите щандове са вече много по - красиви и много по - привлекателни. Разширява се също така и квадратурата и броя на съизложителите. По официални данни в проведените 20 международни туристически изложения има над 240 съизложители, като продължи и тази година да важи преференциалната цена на заплащане с отстъпка от 50% за да се включват и представители на организациите за управление на туристическите райони и по този начин да предлагат рекламни материали, изработени по различни проекти или други подходи.

Проф. д-р Модева уточни, че формулите за участие са различни и поясни, че където е имало С2С срещи са се използвали за политически срещи на министъра и на кабинета за усилване на подкрепата по линия на сключване на споразумения с Гърция, Великобритания, с министрите на съседните държави, Полша, Швеция, централна Европа и Дубай.

Проф. д-р Модева отбеляза, че МТ подкрепя и национални събития, но да се има предвид, че разполага с определен бюджет, който лимитира изпълнението на Годишната програма за реклама. Целта на тези събития в България е от една страна рекламна дейност и подкрепа на вътрешния туризъм, а от друга подкрепа на сдруженията в туризма, на бранша и на различни структури, които провеждат свои инициативи. По този начин ангажиментът на държавата и на МТ е в подкрепа на тяхната дейност, която се оценява, като много полезна и

се отразява в календара на събитията, поради което е много важна активността на кметовете и съответните ОУТР-та.

Проф. д-р Модева припомни, че в Солун са се провели поредица от много успешни изяви, включително и участие в 87-я панаир в Солун и те показват, че българската държава може да работи на принципа на сътрудничеството, тъй като туризмът е хоризонтален сектор и допълни, че с неговият административен ресурс, с който разполага МТ присъства много ефективно там, в резултат на което България стана почетна страна партньор на „Филоксения“ и МТ спечели награда за най - добър щанд. В тази връзка може да се каже, че подобен род сътрудничество и партньорство е ефективно и ще продължи, тъй като МТ получава нови покани за почетна страна и за други изложения за 24 г.

Проф. д-р Модева сподели, че всички тези форуми се ползват на принципа на надграждането и добави, че МТ е поело известен риск с така наречените „роуд шоута“, защото са свързани с много сериозна логистична предварителна подготовка, партньорства, ангажимент на министерството. Те са много динамични, но са показали своята ефективност, така че това, което е било обещано и от предишния екип и от сегашния екип на министър Динкова, всъщност се е осъществило. Проведени са 3 роуд шоута в Полша, Германия и Великобритания и един бизнес форум в Тел Авив, който е привлякъл всички по - важни туроператори, турагенти и летища. В Лондон се е провело и медийно събитие всеки ден в различен град от север на юг - Нюкасъл, Манчестър, Бирмингам и Лондон, като самите участници са оценили високо представянето на България.

Проф. д-р Модева сподели, че приоритетна задача за лято 2024 г. на МТ е да върне и да надхвърли броя на туристите, които са идвали от Великобритания. По отношение на спортните събития, които са важни европейски и световни първенства с много добро медийно покритие печелим много, защото рекламата за туризма е безспорна и дестинация България се асоциира с положителна репутация.

Проф. д-р Модева отбеляза, че за 2024г. се продължава работата с генериращи целеви пазари, които статистиката е показала, че са били ефективно рекламирани. Пазарните сегменти са дванадесет и са на базата на маркетингов доклад изготвен за дестинация България от Авиареп с продължителност 2 години със статистика от ЕСТИ, НСИ, БНБ и граничните власти, която се съпоставя за да се очертаят тенденциите.

По отношение на продължаването на мярката €35 на седалка проф. д-р Модева сподели, че е била парекселанс държавна помощ изискваща нотификация от Европейската комисия и в този вид не е имало как бъде продължена. Тази програма даде възможност МТ да изразходва национален публичен ресурс и да влезе в партньорство, както с общините, така и с техните партньори - туроператори, туристически агенти, превозвачи и отново да се гарантира адекватна маркетингова и рекламна активност за целогодишна туристическа заетост.

Проф. д-р Модева отбеляза, че е в ход Програмата за Черноморските общини, като пилотна, но се планира тя да се развие и в другите части на страната, така че повече български общини и техните партньори да получат ресурс за маркетингови рекламни дейности. На първия етап вече има проекти, които са подадени, класирани и общата сума е била 5 милиона с 400 000 хиляди таван за всеки един. Проектното финансиране от страна на държавата е по формулата 60 на 40 - 60% публичен ресурс от министерството на туризма и 40% съфинансиране. МТ е получило 21 предложения от 14 общини и са одобрени 21 броя проекти класирани по низходящ ред. Предстои да се сключат договори през системата СУНИ и да се процедират действия за авансово плащане към кандидатите на стойност 50% от проекта.

Проф. д-р Модева запозна присъстващите с мнението на комисията, която разглежда и класира проектите в 2 етапа - административен преглед и оценка по същество, че като цяло са доста качествени. Също така успеха на тази програма е гаранция, че тя може да бъде надградена да остане постоянна и да се разшири на територията на страната. Проф. д-р Модева

подчерта, че това е много добре приета от бранша стъпка и че за първи път министър на туризма и неговия екип прави такава програма.

Проф. д-р Модева цитира Джон Мариоти от неговия труд „Маркетинг експрес“ който казва, че маркетинга и рекламата в дигитална среда е специфичен и трябва да се извършва от професионалисти. По отношение на администрирането МТ предприема стъпки и работи активно, като се водят преговори с Гугъл, Букинг и Експидия за увеличаване на възможността да се осъществи дигитална реклама, особено след тази промяна на закона, която улеснява плащането директно.

Проф. д-р Модева сподели, че се продължава работата с акцент върху дигиталните кампании с партньорство по примера на Черноморската програма с бизнеса, общините, туроператорите и летищата. На фокус са спортните първенства, рекламните кампании на вътрешния пазар, включително и подпомагане на национални събития.

Проф. д-р Модева благодари на АБТТА за избора на България за предпочитана туристическа дестинация на Европейската асоциация ЕСТАА за 2024г. Също така се предвиждат участия в 22 международни изложения, с две повече от 23г., като новите са в Хелзинки и Будапеща. Предложението е дошло от сектора, като заявен интерес, да се разработва Скандинавския пазар, Централна Европа и конкретно Унгария, за да се развие концепцията за бранд България.

Проф. д-р Модева уточни, че МТ работи по създаден продукт, който не е бил добре комуникиран заради периода на Ковид и други известни причини. Той е разработен през 2020г. и е актуализиран през 2022 година, като идеята е да бъде надградена тази концепция след планирана обществена поръчка, съобразявайки се с работата на междуведомствената работна група за бранд България под ръководството на г-жа Мария Габриел, *вицепремиер и министър на външните работи*, като вече е проведена една среща.

В заключение проф. д-р Модева изрази мнение, че от всички ключови думи, които са споменати думата „заедно“ е най - важната, защото няма как нито МТ, нито браншовите организации, нито другите институции да се справят сами в този предизвикателен, непредсказуем, несигурен свят и среда. МТ е показало и с мандата на г-жа Динкова, че има надграждане в тази посока, както и приемственост, и че добрата комуникация и добрата обратна връзка с всички заинтересовани страни винаги водят до успех.

Проф. д-р Модева благодари за вниманието и сподели, че всеки който желае е добре дошъл да депозира своите идеи, предложения и коментари.

Г-жа Георгиева благодари на проф. д-р Модева и откри дискусиата по т. 3 от дневния ред, като предложи времето за изказване на всеки един да бъде 2 минути.

Г-жа Георгиева информира присъстващите, че са получени две предложения за това какво да бъде включено в годишната програма. Едното предложение е от Асоциацията по климатолечение, а другото е от Съюза на хотелиерите и ресторантьорите Велинград - Западни Родопи и ги увери, че те ще бъдат взети предвид, и даде думата за изказвания.

Д-р Даниела Стоева обърна внимание на фундаменталния проблем на българския маркетинг и реклама в туризма, в частност не само размера на бюджета, а и начина, по който институцията управлява тези средства. Д-р Стоева сподели, че според нея това е най - големия проблем , за да могат да се случват истински маркетингови активности по начина, по който една маркетингова агенция действа.

Д-р Стоева изрази радостта си от това, че България е станала предпочитана дестинация, защото това е тема, по която работят като организация от последните години, като член на Европейската Асоциация на туроператорите и туристическите агенти и поздрави екипа на МТ, че е поело инициативата. Д-р Стоева добави, че това трябва да е обща кауза, която да не е само

в прерогативите на АБТТА и призова всички колеги от организациите да работят заедно, за да може максимално да се оползотвори тази една година с всичките активности, които предлага програмата. Това ще бъдат различни уъркшопове, презентации на различните продукти, които предлага дестинацията България и призова още веднъж за съвместна работа с цел да се изработи най - доброто представяне на България.

Д-р Стоева сподели, че има конкретно предложение, което е предизвикано от срещата на COP 28 свързана с климатичните промени и в тази връзка би искала да види в маркетинговата програмата на МТ повече видимост на компаниите, които са успели да постигнат международно признати стандарти в сферата на устойчивия туризъм. Като тук разполагаме с прекрасния пример на „Албена“ АД, които са направили наистина нещо мащабно в тази сфера и има много български хотели, които го правят, но за съжаление в сферата на туроператорите, в която е тяхната дейност са много назад. Д-р Стоева допълни, че за сега има само две компании, които са се сертифицирали.

Д-р Стоева предложи да се даде видимост през самите туристически изложения и през съответните маркетингови активности. Да се намери формата, защото според нея това ще бъде полезно генерално.

В заключение, д-р Стоева сподели, че представените данни са доста детайлни, но въпреки това и е направило впечатление, че се говори за брой регистрации и според нея това е странен термин и предполага, че се има предвид брой туристи реализирали нощувка. Също така за да се направят по - добри изводи трябва да се знае какъв е средния престой на тези туристи и самите реализирани нощувки особено, когато се говори за заместване на пазари.

Г-н Николай Сиджимов сподели, че в Министерство на околната среда и водите са предприели инициатива в посока развитие на устойчивия туризъм, която е на министър Попов и цели да се създаде Харта за устойчив туризъм. Г-н Сиджимов добави, че е много важно, както е казала министър Динкова да се работи заедно за да се направи и изгради визия за устойчиво отношение към ресурса, така че това за което се говори - повече туристи и по - добри резултати може да се осъществи само ако се обединят визията и усилията за осъществяване на тези инициативи. Такава харта ще даде не само перспективата, в която се мисли да се развиваме, но и по - добра възможност за планиране и по - добри насоки за бъдещо развитие.

Г-н Сиджимов сподели, че тази инициатива вече е анонсирана и сега я съобщава на НСТ и всички организации, които желаят да се присъединят могат да се включат.

В заключение г-н Сиджимов отбеляза, че основния двигател за въпросната инициатива е съветника на министъра на МОСВ г-н Павел Андонов, както и че вече имат подкрепата на някои НПО и бизнеси и ще се радва тази инициатива да намери добра почва за развитие.

Г-н Живко Иванов благодари за отправената покана от МОСВ и добави, че в МОСВ има много работа, която трябва да се свърши във връзка със сондажите за минерални води в България, като повечето са от 60-те и 70-те години и са в аварийно състояние. Също така всички общини, които са членове в Български съюз по балнеология и СПА туризъм (БСБСПА) имат много тежки проблеми. Г-н Иванов отправи покана за разговор по темата относно сондажите за минерална вода в конкретика след НСТ към г-н Сиджимов, защото държавата има много работа, която трябва да се свърши за да не изчезне този ресурс, с който ние сме втори в Европа.

Г-н Иванов благодари на екипа на министерство на туризма, на министър Динкова и на всички колеги за работата, която е свършена през 2023 година относно представената програма. Г-н Иванов сподели, че според него се е разчупил един стереотип и има много

различни типове кампании, които видях през 23г. Роуд шоутата, които са се коментирали са стартирали през мандата на д-р Илин Димитров, които сега продължават и трябва да бъдат последователни. Г-н Иванов благодари на МТ, че е застанало зад тази инициатива на Черноморския алианс и похвали колегите си, които са активни в тази посока.

Г-н Иванов благодари и за реализираната кампания на пазар Австрия и за опита да се пренесе добрата практика от немския пазар, който е близо до България с добра свързаност. Също така редовните линии, които са от Виена до София дават възможност, както за надграждане на продукта в СПА туризма, така и за надграждане на редица други продукти, които са свързани с градския и здравния туризъм.

Г-н Иванов спомена, че пробива, който е бил направен през Народно събрание за директната реклама е изключително важен, защото както е коментирала и проф. д-р Модева ще се даде възможност за по - ефективно разходване на средства. Също така да има ясна отчетност за да е ясно какъв е резултата, както към „Експидия“ така и към много други канали.

Г-н Иванов изрази мнение, че трябва да се продължи в няколко посоки що касае до големите ни туристически зони, защото там трябва да си връщаме пазари. Германския пазар след Ковид е в много тежко състояние, а той има голяма продължителност и е много важен за България и по - специално за Черноморието. Там трябва да продължи да се полагат усилия, както за връщане на масовия пазар, така и за налагането на нови форми, каквито са здравният и СПА туризма. Г-н Иванов обърна внимание специално на северното Черноморие и колегите му, които реализират много добър успех удължавайки сезона със здравен туризъм, с медико - дентални услуги, с балнеология и т.н. и се позиционират във високия сегмент.

Г-н Иванов предложи за догодина България да върви в посока да надгражда продукта си, защото ако за масовия туризъм сме се конкурирали с Гърция и Турция, в момента се конкурираме за съжаление с Тунис и Египет, тоест сме загубили изначално, заради разхода на труд, който се повишава в България. Трябва да се инвестира в този сегмент и да се правят опити за вдигане на нивото, както от тяхна страна като хотелиери, така и от общините, защото обикновено фокуса е върху МТ, а бюджетите с които общините разполагат са драматично по големи от това, с което разполага министерството, тоест те трябва да са активната част.

В заключение г-н Иванов предложи да има редица изложения, които да са насочени към високия сегмент и да се участва в луксозни продукти и това да се надгражда за да се отделим от масовия сегмент.

Проф. д-р Красимира Станева сподели, че предложената, като евентуална програма за развитие през 2024г. е много близка до разбирането на членовете на Съюза за стопанска инициатива в частта за киберсигурността особено в момент, когато ставаме свидетели на дигитална трансформация във всеки един от секторите. Изключително важно е да се започне с дигитална култура, която ще доведе до въпросната киберсигурност. В тази връзка предлага да се задълбочат разговорите около тази тема - киберсигурност, като Съюза за стопанска инициатива, които са лидер в тази област сред работодателите, протягат ръка към Министерство на туризма и към всички членове на туристическия бранш да окажат необходимото съдействие по отношение на експертиза и на съответните обучения в направление киберсигурност.

В заключение, проф. д-р Станева обърна внимание на присъстващите, че прилагат и обучение за застрахователи в киберсигурността.

Г-н Венцислав Кръстев продължи мисълта на г-жа Стоева, че може би е редно да се погледнат по - скоро реализирания брой нощувки и тогава макрокартината на туризма - входящия туризъм в България, защото туристите, които идват по северното Черноморие от

Румъния реализират по 2 - 3 нощувки и те не могат да заменят немските, английските или руските и украинските туристи, които са били за по 2 седмици у нас.

Г-н Кръстев изрази мнение, че каквито и рекламни кампании да се правят, ако положителните новини, които излъчваме не се засилят - няма да се подобри цялостната картина. Тава, което се случи с язовир Нова Каховка е било пагубно и от всякъде са ни заливали апокалиптични картини, поради което сме загубили огромен поток туристи. В тази връзка г-н Кръстев предложи засилване на връзките с медиите, за да могат положителните новини да бъдат по - сериозно изтъкнати.

Г-н Любомир Попйорданов сподели, че това което е започнато от министър Илин Димитров е хубаво, че е направено, защото е нещо реално за българския пазар, който винаги е бил силно подценяван и всъщност няма нито една успешна дестинация в света, която да няма вътрешен пазар и да не стъпва на него.

Г-н Попйорданов намира, че българският туризъм не се развива в посока на устойчив туризъм. България дори не може да заяви, че се бори с пластмасата или енергийна ефективност. Според г-н Попйорданов това са тези възможни добри новини, които могат да се рекламират и с които може да се привлекат друг вид туристи от по - висок клас. Г-н Попйорданов добави, че това може да бъде страхотна маркетингова новина и не е работа само на МТ. Също така България не произвежда маркетингови новини в туризма, освен участие в разни събития, за които вече се е казало и следващата година се гравитира около познатото, като особено голямо внимание се отделя върху Черноморското крайбрежие, върху масовия туризъм, а вътрешността на страната се е забравила, а тя е важна и значима.

Г-н Попйорданов констатира, че през 2023 година България е участвала на събитие в Япония, което е било световна среща за приключенски туризъм, а за съжаление не стои в плановете за следващата година, защото туристите, които пътуват с цел приключенски туризъм харчат от 2000 евро нагоре, а не по 300 - 400 евро, включително със самолетния билет - това е масов туризъм. Също така г-н Попйорданов сподели, че не вижда предложения за специализирания туризъм, като цяло и българското наследство, а те като визия могат да променят България.

Г-н Попйорданов апелира за повече смелост в тази посока - да позиционираме България по един нов начин.

Г-н Попйорданов спомена, че възможността, която ни се предоставя за ЕСТАА е много добра и се надява, че в това събитие ще бъдат официално поканени всички организации за да може тази възможност да се използва максимално. Г-н Попйорданов отбеляза, че не вижда пазар Франция, като продължава да се гледа на нея, като изпращаща дестинация и трябва да се направят усилия в тази посока, защото през годините основните туристи за културен туризъм са били именно от там.

В заключение, г-н Попйорданов заяви готовност за подкрепа стига МТ да я поиска.

Г-жа Георгиева отбеляза, че МТ е подкрепило участието на България в изложението по приключенски туризъм в Япония и тази тема не е пропусната.

Д-р Мартин Захариев поздрави г-жа Динкова за свършената работа през шестмесечния и мандат. Д-р Захариев отбеляза, че Националният съвет по туризъм е най - високия форум на МТ и на сектора въобще затова е точното място, където трябва да се говори за политики, а не само за национална реклама, която е само част от националната политика.

Д-р Захариев препоръча следващия път на заседанието на НСТ да участват медиите, както и ресорните журналисти в туризма. Това е начина да се артикулират решенията, политиките и проблемите с обществеността, защото в сектора работят 300 000 души и голяма

част от заинтересоните страни не знаят как се е провело заседанието на НСТ - да се направи лайв стрийминг.

Д-р Захариев предложи НСТ да заседава два пъти в годината. Едно заседание преди летния сезон и едно заседание преди началото на зимния, както са се правели в годините назад.

Д-р Захариев отбеляза, че МТ има 9 годишна история, като в почти 5 от тях начело е била г-жа Ангелкова. Също така за целия период МТ е имало 6 министъра, като общото между тях е, че нито един не си е изкарал мандата. Всички са били жертва на политически турбуленции. МТ като структура на Министерски съвет е най - недофинансираното. Опитите на сектора за последните 30 години пазарна икономика за това как да бъде реформиран и финансиран са катастрофирани. Д-р Захариев изрази мнение, че според него има още трима виновници за състоянието на туризма и те са министрите на финансите за тези периоди, съответния министър-председател и липсата на народен представител, който да бъде говорител на българския туризъм в Народното събрание - да разбира проблемите и да ги артикулира публично. Резултат от всичко това е, че България губи своята конкурентноспособност и ще продължава да я губи. Д-р Захариев даде пример с Гърция, Хърватия, Словения и Албания - която тази година е отчела ръст от 35%, като не отрича положителните резултати на България, но те не са достатъчни.

Д-р Захариев обърна внимание, че за да се отпуснат повече пари на МТ трябва да има реални реформи и те могат да се осъществят само ако са заедно.

Д-р Захариев предложи 10 точки за това, какво трябва да се направи в сектор туризъм. Първа точка е приоритизиране на сектор туризъм в националния бюджет. Трябва да се внедри програмата „Статистика и туризъм“ на Световната организация по туризъм, защото Евростат регистрира 39 индикатора, а те са 50 и България трябва да ги следва.

Прилагайки тази статистика, както и когнитивен анализ за свързаните индустрии ще се види, че рапортуваните от МТ 8% от БВП не са 8, а са повече. Д-р Захариев сподели, че прогнозата на г-н Асен Василев, *министър на финансите* е за 200 милиарда БВП, а бюджета на МТ е 0.14 промила, което се равнява на 28 милиона лева. В тази връзка, ако туризма със свързаните индустрии генерира 8 %, то това от 200 милиарда ще се равнява на 16 милиарда лева. Д-р Захариев констатира, че не би трябвало при така направените сметки МТ да получава само 0.14 промила, като бюджет.

Втора точка е да се пренапише Националната стратегия за устойчиво развитие на България, защото е писана преди Ковид кризата, а през това време се е променил целия бизнес модел.

Трета точка е консолидация на сектора, тя е невъзможна, защото интересите са много и който и да е министър няма да може да я осъществи, но може да се създаде Национална туристическа организация за маркетинг на дестинацията. Д-р Захариев спомена, че проекта за тази организация е в МТ от 4 години. В проекта са изследвани всички европейски практики, като са избрали Хърватия, като модел. Според д-р Захариев дирекцията „Маркетинг и реклама“ в МТ не може да работи като маркетингова агенция, защото се работи по две системни грешки. Първата е недофинансирането и работата само по ЗОП, докато Гърция например не работи само по ЗОП. Втората е, че критерия винаги е най - ниска цена.

Д-р Захариев отбеляза, че закона може да се промени с политическа воля за да има по - добри резултати за бранд България.

Четвърта точка е пълна дигитална трансформация на регистрите на МТ, защото те не позволяват никакъв електронен обмен на данни между администрациите, между местната и държавната власт.

Пета точка е изцяло нов туристически портал с мобилна апликация в com, защото Google не индексират org. Също така платформата за бранд България, която е обсъждана на среща с г-жа Мария Габриел, *вицепремиер и министър на външните работи* и още четири министерства да бъде към Министерски съвет, защото само президента, Народното събрание

и Министерски съвет са институции с пълна публична компетентност, като това е единственият начин България да получи достойния бранд, който заслужават нашите СТИВ - ве, културни аташета, туристически аташета за да работят за единен продукт. Д-р Захариев обърна внимание, че за създаването на бранд бук България може да се ползва опита на Швейцария.

Седма точка е значително увеличение на туристическият данък, като настоява за това предложение, тъй като туристическият данък в България е от 20 стотинки до 3 лв., а той трябва да е 9 лв., като това ще зависи от законодателната инициатива на МТ и на Министерство на финансите. Това увеличение ще доведе до повече финансови средства в общините и даде пример с Брюксел където туристическият данък е 7,5 евро.

Г-жа Георгиева обърна внимание, че времето за изказване на д-р Захариев е значително просрочено и че и други участници в НСТ искат думата и предложи д-р Захариев да предостави 10 - те точки в МТ.

Д-р Захариев в заключение се обърна към г-жа Динкова, че ако тези реформи се направят съвместно, министъра на финансите ще утрои или упетори бюджета на МТ, което ще даде възможност за значително увеличаване на конкурентноспособността на българския туризъм.

Д-р Радосвета Стюард се обърна към д-р Захариев, като уточни, че всъщност една реформа от министерство на туризма вече е направена и тя е във връзка с Годишната програма за национална реклама. Става въпрос за програмата за финансиране на Черноморските общини с директно финансиране за маркетингови дейности. д-р Стюард сподели, че те вече знаят, как ще бъдат рекламирани техните туристически продукти от целия югоизточен регион в Европа и за тях това е голямо постижение, за което са благодарни.

Д-р Стюард добави, че системата ЕСТИ има нужда от доработка за да могат да получават адекватни туристически данни, както и че са открили доста грешки, които трябва да бъдат поправени.

Д-р Стюард призовава за обединение и бързо препрограмиране на ЕСТИ, защото от нея има смисъл и се вижда донякъде осветляване на сектора.

Инж. Любозар Фратев сподели, че подкрепят изцяло таргетираните генериращи и целеви пазари, които са посочени в програмата. Инж. Фратев поздрави МТ за маркетинговата програма за Черноморските общини, като отвори скобата, че този добър пример е добро начало за туристическите райони, които основно са създадени именно за маркетинг, в тази връзка очаква подобна крачка от МТ и към останалите 7 ОУТР.

Също така има нужда и е крайно време световния опит да се възприеме в България и предложи да се създаде работна група с представители на ОУТР, МТ и Националното сдружение на общините в България за да могат действително районите да заработят. Иначе те така ще загинат. Инж. Фратев благодари за оказаната помощ на МТ за участието им на борсата в Лондон.

Инж. Фратев счита, че е пропуск в програмата, в ключовите моменти да са пропуснати туристическите райони.

Инж. Фратев се обърна към министерство на транспорта, че летище Пловдив е жертва на политическите турбуленции в България и няма как да се говори за туризъм и привличане на туристи, ако те не могат да дойдат при тях. В тази връзка апелира да не се сменява често борда на летище Пловдив за да им се даде възможност да работят и разгърнат, и допълни, че трябва да се обърне внимание на качеството на пътищата и железниците.

Инж. Фратев благодари за вниманието и пожела програмата за реклама на България да се реализира.

Г-н Емил Коларов сподели, че е задал въпрос по време на заседание на Комисията по туризъм, който касае как са разходвани средствата за реклама пера по пера, като те са няколко до колкото знае и защо са разходвани точно по този начин. Тогава не му е отговорено и поставя въпроса отново.

Г-н Коларов изрази разочарованието си от цялостната дейност на министерство на туризма за всичките неадекватни позиции, които са били заети през всички кризи. МТ нито веднъж не е застанало зад браншовите организации в техния сектор. Също така г-н Коларов изрази и разочарованието си относно помощта, която са получили за решението на казусите, свързани с гласуването на данъчните промени и бюджета за следващата година, както и 9 те процента ДДС за ресторантьорите.

Г-н Георги Дучев поздрави екипът на МТ за работата, която е извършило по подготовката на програмата за Национална туристическа реклама за следващата година.

Г-н Дучев сподели, че и на други заседания на НСТ е задавал въпрос за липсата на информация какви туристи посещават България. Не се знае от кои страни идват туристите, както и дали това са младежи, които търсят парти туризъм, дали това са семейства или възрастни двойки, които искат спокойно да си отпочинат в крилата на сезона. Според него няма такова направено изследване през годините поне доколкото знае от 2008 година насам.

Г-н Дучев обърна внимание, че се планира реклама, която в общи линии е направена за да угоди на всички. Като пример посочи едноминутен клип на България, в който има сърфист и сноубордист. Два кадъра от Велико Търново, два кадъра от Пловдив и три кадъра от други забележителности, като кадрите преминават много бързо и накрая никой не разбира за какво става въпрос. Също така въпросния клип се излъчва по CNN. Това е безумно, защото CNN се гледа от аудитория 60 - 65 години и няма логика там да се рекламират сърфисти.

Г-н Дучев отбеляза, че не е виждал данни и отчети от изпълнителите на рекламни дейности, които се избират включително по ЗОП. Той отправи апел за повече прозрачност и приемайки сегашната програма за реклама, която ще се реализира следващата година да се предоставят данни и отчети от фирмите изпълнители на членовете на НСТ.

Г-н Дучев изрази надежда, че на следващия НСТ ще се предоставят данни кои са били туристите, които са ни посетили, като демографски групи. Дали са били поколение милениум, поколение зет, бейби бумъри. Също така коя е агенцията, която е избрана по ЗОП или с пряко договаряне, каква работа е свършила по отношение на рекламните, които са се излъчили в социалните мрежи, какъв ефект са предизвикали. Това са данни, които изпълнителите дължат на бранша.

Г-н Дучев сподели, че програмата за маркетинг на Черноморските общини и някои други инициативи на МТ са обещаващи, като първата стъпка за прозрачност.

Г-н Дучев изрази мнение, че при такава прозрачност бранша ще има основание да иска увеличение на бюджета и ще бъде абсолютно обосновано.

В заключение, г-н Дучев сподели, че ако в България няма фирми, които да имат достатъчно креатив и опит могат да се ползват услугите на чужди такива, защото туристическия бранш заслужава качествена реклама.

Г-н Марио Дачев заяви, че запознавайки се с предложения подход за рекламна кампания за 2024г. му е направило впечатление, че като цяло фокуса е много общ. Също така България е позиционирана, като най - евтината дестинация в Европа и с много кратък сезон, дори намаляващ, и със затихващи функции на определени пазари. Г-н Дачев обърна внимание,

че са идентифицирани определени таргет групи, но е на мнение, че за да бъдат идентифицирани кои реално таргет групи биха допринесли най - много към привличането на по - платежоспособни пазари и клиенти, трябва всеки един сектор да има различни таргет клиенти. В тази връзка е необходимо при избора на конкретни таргет клиенти да има поставени конкретни цели за да се гонят конкретни метрики и да има участие на браншовите организации от различни зони, защото има много голяма разлика дали се таргетират клиенти за зимен туризъм, летен туризъм, балнео туризъм и т.н. Г-н Дачев предложи да бъдат създадени работни групи с участието на различни браншови организации, които да участват в съгласуването и одобрението на концепция и бранд бук за дестинация България.

Д-р Илин Димитров поздрави участниците в заседанието на НСТ и проф. д-р Модева за представянето на Годишната програма за маркетинг и реклама на България, и отбеляза, че се наблюдава надграждане на предишната програма. Също така добави, че програмата за маркетинг на Черноморските общини е интересна и ще отпусне финансови средства към браншовите организации, към сектора и бизнеса. Д-р Димитров сподели, че след проведени консултации с бизнеса е станало ясно, че към програмата има добри мнения и е настроен оптимистично, но трябва да се видят конкретните резултати.

Д-р Димитров добави, че би било добре програмата да се разшири към вътрешността на страната и това се очаква отдавна от сектора.

Д-р Димитров обърна внимание, че може би е дошъл момента за смяна на рекламните клипове, които вече 4 - та година се въртят и са едни и същи, както и да се помисли за смяна на слоганите.

Д-р Димитров предложи да се подобри и увеличи комуникацията, защото някакси МТ се е затворило в себе си, като казва това съвсем добронамерено. Не е тук да критикува най - малко колегите, с които е работил. Липсата на комуникация създава впечатлението, че нещо задкулисно става, но не в лошия смисъл на думата, а сектора от изказаните мнения до тук иска да знае какво се случва.

Д-р Димитров сподели, че е оптимист за зимния сезон, както и за летния. От „Албена“ АД са споделили, че имат повишаване на записванията от немския пазар, но му се иска в рекламната стратегия да бъдат заложили по - сериозни активности в дигиталните медии и да се разглеждат други кампании, особено след промените в Закона за туризма. Д-р Димитров даде пример с Турция, която е осъществила само за България 790 активни рекламни кампании във Фейсбук, а България е осъществила 11 за целия свят. Д-р Димитров изрази разбиране, че е необходимо техническо време да се отворят сметки за се активират рекламните кампании и се проявява търпимост, но е хубаво България да бъде по - активна и да влезне в телефоните на европейците.

В заключение, д-р Димитров пожела сила и смелост в реализирането на определени реформи, защото за да има добра национална реклама трябва да има по - голям бюджет, а в момента МТ разполага със същия бюджет, който той като министър е наследил от предшественика си г-н Христо Проданов, той от своя, като разликата е само 2 милиона лева.

Г-жа Георгиева даде думата на министър Зарица Динкова за заключителни думи по дискусията от т. 3 на дневния ред.

Г-жа Динкова благодаря за конструктивния тон, както и за отправените предложения и поставените задачи към екипа на МТ, като ще се радва заедно да се търсят и намерят начина за изпълнението им. Г-жа Динкова отбеляза, че заедно са стартирали работата по Хартата за устойчив туризъм с г-н Сиджимов и неговия екип. По отношение на пазар Франция, който е бил споменат от г-н Пайорданов в бюджета на МТ е включено и е одобрено аташе именно за тази част на Европа. Аташето ще бъде ситуирано в Испания и ще покрива Франция, Португалия и Италия. Г-жа Динкова сподели, че това е амбициозна задача за един човек, но

смята че има хора които ще се справят с тази задача. По отношение на приключенския туризъм г-жа Динкова спомена, че той е част от конструкцията за България на четири сезона, която е водеща цел на МТ. Също така се работи за закононото регламентиране на планинските маршрути.

По отношение на изчерпателните предложения на д-р Захариев г-жа Динкова отбеляза, че са били много интересни и добави, че няма идейни различия и ще се радва на съвместна работа за изпълнението им. Относно дигитализацията е съгласна, че има огромна нужда от модернизирание на визията технологично. По отношение на „пари за реформа“ г-жа Динкова сподели, че вече има договорка с министъра на финансите на база метрики за целево финансиране и ще се радва ако всички заедно работят в тази посока. По отношение на ЕСТИ е необходимо дигитална модернизация, което е въпрос, освен на политическа воля и на инвестиции, но категорично ще се работи в тази насока и ще се радва да работят заедно.

Г-жа Динкова информира присъстващите, че за ОУТР са предвидени специални срещи за оптимизация и намиране на начин те да са още по - ефективни. По отношение на летище Пловдив е проведен специален разговор и са поканени да се включат в настоящата програма по линия на свързаността, защото летище Пловдив е изключително важно за развитието на българският туризъм. Г-жа Динкова допълни, че интереса и отзивите към летището е голям и се потвърждава от чуждестранните ни партньори, включително и на дипломатическо ниво, така че темата за необходимостта от по - добра свързаност на Пловдив е много важна. В тази връзка г-жа Динкова декларира готовност за съвместна работа.

Г-жа Динкова сподели, че по отношение на ЗОП много от нещата, които иска бранша ги иска и МТ, но ръцете на една държавна институция са толкова широко отворени за движение, колкото са и законовите правомощия.

Г-жа Динкова увери присъстващите, че МТ е заедно с тях за по - прозрачни и по ефективни процедури за харченето на пари. Г-жа Динкова допълни, че именно това МТ се опитва да направи доколкото му е възможно и с ресурса, който има, както и кратките срокове, и турбулентната политическа вътрешна и международна реалност, която ни заобикаля, която създава конюктурата.

Г-жа Динкова заяви, че лично се е вслушала във всяко едно мнение, предложение, препоръка, което е казано, като не е съгласна само с едно, което касае 9 те процента ДДС. В тази връзка е имало постоянен контакт с Министерство на финансите и Министерство на туризма на Гърция откъдето сме получили съществена подкрепа за защита на аргументите за да е това крайният резултат. Също така е имало и контакт с народните представители, като той е бил недискриминацион независимо коя политическа сила представляват. В следствие на тези усилия се гласува отлагане на мярката и смята, че е направено всичко, което е било възможно.

Г-жа Динкова сподели, че не се чувства правилния човек, който да документира единството на сектора, защото според нея единството на сектора трябва да върви отдолу на горе. Това от което наистина разбира е добрата защита на публичния интерес, но за съжаление в България думата лобизъм не се приема добре, но има една много по лоша дума и тя е клиентализъм - когато няма регулиран лобизъм има клиентализъм. Г-жа Динкова допълни, че правилния начин за лобиране не е силов, още повече когато политическата конюктура се мести от еднополюсна към многополюсна.

В заключение, г-жа Динкова още веднъж благодари за конструктивния тон и се ангажира, че работата и вратите на МТ ще продължат да са отворени за всеки, който поиска да работи с МТ, защото според нея това е правилният подход на една институция.

Г-жа Георгиева благодари на министър Динкова и обяви, че заседанието продължава с 4 - та точка от днешния ред, която има преди всичко информативен характер и е представяне на един стратегически документ за Европейския туризъм, който се нарича „Път за преход в

туризма“, към който има и многогодишен работен план на Европейския съюз по Европейската програма за туризма до 2030 година и даде думата на г-жа Мая Никовска, директор на дирекция „Туристическа политика“ за представянето му.

Г-жа Мая Никовска приветства участниците в заседанието на НСТ и отбеляза, че ключовата дума е „заедно“. Г-жа Никовска сподели, че документът за преход в туризма явно и безкомпромисно очертава дневния ред за развитието на сектор туризъм на Европейско ниво, като ролята и функциите на МТ се състоят в припознаването на въпросния документ, като изключително актуален и наложителен ориентир за предприемане на спешни действия, защото сме избрали непременно да реферираме към Европейската стратегическа рамка.

Г-жа Никовска сподели, че в момента се извършва междинна оценка на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България за периода 2014 - 2030г., като от оценката се очаква да се получат отговори на въпросите свързани не само с цялостното изпълнение и резултатите на стратегията и плановете за действие към нея, но и оценка на актуалността и съответствието с факторите на средата и предпоставките за изпълнението ѝ на фона на настъпилите извънредни обстоятелства и съответно промени в макроикономическата среда. Също така се планира резултатите от извършената оценка да бъдат представени на нарочно заседание на Националния съвет по туризъм в началото на следващата година, както и пред по - широк кръг представители на заинтересованите страни в онлайн формат също в началото на 2024г. В тази връзка, след като се получат окончателните резултати и препоръки от оценката се планира да се включат и приоритетите на стратегията и плановете за действие към нея на теми застъпени в документа „Път за преход в туризма, но същевременно и от изключителна важност за българския туризъм дигитализация, зелен преход, кръгова икономика, адаптиране към промените в климата и редица други.

Г-жа Никовска отбеляза, че са важни съществените елементи на европейските стратегически документи, към които ще се реферира при актуализацията на Националната стратегия за устойчиво развитие. В документа предмет на представяне се описват мерките и резултатите необходими за ускоряване на екологичния и цифров преход и на подобряване на устойчивостта на екосистемата на туризма. Целта му е да се насърчат всички групи и заинтересовани страни в екосистемата на туризма да се включат и да изпълнят своята роля в инициативата.

Г-жа Никовска сподели, че подготвителната работа по пътя за преход се е извършила в сътрудничество с всички групи и заинтересовани страни. Въпросният „Път за преход в туризма“ е компонент от системата на Европейските стратегически документи свързани с промишлената стратегия приета 2020 г. и актуализирана 2021г. Г-жа Никовска отбеляза, че към документа „Път за преход“ има и подробен план, а като структура съдържа градивни елементи, които обхващат ключовите аспекти на двойния преход и желанието за преминаване към по - голяма устойчивост. Подхода е, че всеки един от тези градивни елементи следва да бъде разгледан от гледната точка на екологичния преход, екологичната устойчивост, неутралност по отношение на климата, цифровия преход и преминаване към по голяма устойчивост.

Като структура документа съдържа четири основни направления и 27 ключови тематични области. Първото направление е регулиране и публично предлагане на тематична област и краткосрочни наеми. В тази връзка г-жа Никовска сподели, че проекта на директива е на финалната права, като от МТ сме взели участие по съответния механизъм за подготовка на документи. Той ще включва регистрация на тези, които правят оферти. Повече сигурност за потребителите и обмен на данни. Всеки един обект ще разполага с уникален идентификационен номер, който ще е задължителен за оповестяване при отправянето на оферта по електронен път, като в известна степен ЕСТИ ще покрие изискванията, които са

свързани с техническото и технологично обезпечаване. Разбира се е необходимо надграждане, съобразно стандартите, които Европейската Комисия ще направи.

Втората тематична област е регулаторна подкрепа във връзка с мултимодалните пътувания, като темата е изключително важна. Г-жа Никовска отбеляза, че обявените консултации за проекта на директива изтичат накрая на януари 2024г. и ако някой има интерес да изрази своята позиция има време да го направи. Г-жа Никовска обърна внимание, че това направление, тази тематична обвързаност в екосистемата на туризма е водеща - ключова.

Третата тема от първото направление е подобряване на статистиката и показателите за туризма, като процеса е стартирал. Той включва преразглеждане на правила за хармонизирано събиране на данни за статистиката с цел включване на елементи за икономическата, социалната и екологичната устойчивост. Това цели подобряване на достъпа до данни за създаване на неофициална статистика. Също така и включване на показатели за устойчивост на равнище дестинация в хармонизираната рамка за събиране на данни. Тук своята роля ще има и информационното табло на Европейския съюз, като към момента действия, като инструмент за текущи анализи. Следващата тема е съвместно управление на туристическите дестинации, като на ниво ЕК се предвижда създаване на модели за управление на дестинациите основани на сътрудничество на данни, проучване и споделяне на най - добрите практики за управление на дестинациите.

Г-жа Никовска сподели, че в направление екологичен и цифров преход темата е устойчивата мобилност и включва разработване на планове от дружествата на пътническият транспорт за намаляване на емисиите на парниковите газове. Следващата тема е кръговост на туристическите услуги за намаляване на разхищението на храна в хотелиерството, развитие и използване на местните съставки с малък отпечатък върху околната среда с цел намаляване на екологичното въздействие в ресторантьорството. Г-жа Никовска обърна внимание, че това са теми, които изискват изключително задълбочено вникване. Как всяко едно човешко действие влияе върху начина, по който живеем и върху начина, по който почиваме. Следващата тема е екологичен преход на туристическите дружества и малките и средни предприятия, като тук съществуващите инструменти и схемата на Европейския съюз за управление на околната среда и одит се оценяват, докладват и подобряват екологичните резултати по систематичен и прозрачен начин, като се говори и за екомаркировката на ЕК.

В заключение, г-жа Никовска сподели, че документа вече е обезпечен с редица актове на вторичното право на Европейския съюз и МТ е част от този процес. Също така актуализацията на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма ще бъде изцяло съобразена и хармонизирана с изискванията на въпросния документ.

Г-жа Георгиева уточни, че документа е създаден и съществува отдавна. Също така знае, че някои от туристическите организации са го публикували на своите институционални страници и призова тези, които не са да се запознаят с него. Документа е изпратен, като материал за заседанието на НСТ и ще бъде публикуван на институционалната страница на МТ.

Г-жа Динкова резюмира, че въпросния документ всъщност отразява новият начин, по който може да спечелим конкурентоспособност като европейска дестинация, като национални дестинации и като поддестинации. Това е и геополитическата идея на така наречената зелена сделка. Възраждане на конкурентоспособността и репозиционирането на Европейския съюз на международната сцена и надолу вече по парадигмата всеки един колкото по - добре се позиционира в тези нови възможности за конкурентоспособност, които съответно имат и поощрения, но имат и съответните наказания, толкова по - добре ще се развива.

Г-жа Динкова поздрави неправителствения сектор и бизнеса, тъй като е видяла, че много от тях отдавна са задминали намеренията на държавата и имат невероятни резултати, каквото и да им струва това.

Г-н Атанас Димитров сподели, че според него отправените критики и предложения са изключително целесъобразни и апелира все повече да се вслушват в гласа на бранша.

Г-н Димитров добави, че желанието за разширяване на крилата на сезона е много добро, но има един основен проблем, който не е чул никой да коментира и той се нарича кадри. Проблемата с кадрите е от изключителна важност за сектора, защото се наблюдава безпрецедентен отлив на всички нива. Г-н Димитров отбеляза, че демографска криза е ужасяваща и в тази връзка не вижда на заседанието на НСТ представители на Министерството на труда и социалната политика да запознаят аудиторията с мерките и действията, които са предприели по отношение на демографската криза, защото всяка година България намалява с 50 хиляди души. Това рефлектира изключително върху туристическия сектор, както и върху потребителското търсене.

Г-н Димитров посочи, че към момента компенсират липсата на кадри с внос от трети страни, предимно от Киргистан, Казакстан, Узбекистан, Непал и Индия, като се налага да чакат по 8 месеца за визи. В тази връзка апелира към министър Динкова да се организира съвместна среща с министъра на вътрешните работи и министъра на външните работи за намиране на решение по възникналия проблем.

Г-н Димитров предложи да се инициират законови промени за увеличаване квотата на средносписъчния състав от 30 на 50 % специално за засегнатите сектори, какъвто е туризма.

В заключение, г-н Димитров посочи, че Ковид пандемията е била причина за налагането на диференцирана ставка ДДС, но това не трябва да е аргумент, защото европейските страни са я въвели през 2004 - 2005г. и чрез нея стимулират индустрията, а основната причина за налагане на тази диференцирана ставка се нарича кадри.

Г-жа Георгиева благодари на г-н Димитров за поставените въпроси и отбеляза, че те са стратегически.

Г-жа Инджова допълни г-н Димитров, че в основата е образованието. Също така подкрепя предложението на г-н Фратев за среща със сдружението на общините, защото всичко което рефлектира върху туризма, като местни данъци, такса смет, категоризиране и т.н е много важно. В тази среща участие трябва да вземат и Министерство на образованието, Агенцията по заетостта, като при нея липсват каквито и да са програми свързани с туризма, както и представители на Главна инспекция по труда. Според г-жа Инджова е безотговорно да се чака по 1 месец за разрешение за назначаване на 17 и 18 годишници, защото летния сезон е около 50 дни. Казуса може да бъде разрешен бързо административно и в рамките на 72 часа да има разрешение от инспекция по труда.

Г-жа Инджова посочи, че трябва не само да се развива устойчивостта на туризма, а и заетостта на българските деца, които излизат на пазара. В тази връзка усилията трябва да се насочат в посока те да харесат България, а не да я напускат.

Г-жа Инджова предложи да се организира среща, на която да няма регламен от 2 минути за изказване, защото темите за обсъждане са много и в диалог ще се решат много проблеми в туризма. Също така предложи да се организира акция, в която да участват всички държавни служители включително народни представители и министри да посетят южното Черноморие за да си направят по една снимка и да я публикуват във Фейсбук. Това според г-жа Инджова ще бъде една хубава безплатна реклама с добавена стойност за България.

Г-н Любомир Попйорданов сподели, че от името на екскурзоводите и планинските водачи очакват действително МТ заедно с други институции да осъществят ефективен контрол

върху тези, които работят нелегално. Това ще е начин да се изсветли сектора и същевременно много хора да имат действително желание да работят в него.

Г-н Попйорданов използва възможността да благодари за вече извършен контрол, който е бил еднократен и добави, че трябва да продължи.

Г-н Попйорданов сподели, че не знае каква ще бъде оценката на Националната стратегия за развитие на устойчив туризъм, но неговата е изключително ниска. Тоест документа е изключително остариал и апелира да бъдат въввлечени в процеса, защото има много хора, които желаят тя да е с поглед към утрешния ден. Също така на нейна база да се извършат промени в определени закони и в тази връзка предлага да се създадат работни групи.

Г-н Попйорданов в заключение предложи да се създаде работна група за специализирания туризъм, в която да се разглежда не само приключенския, но и вивения и културния.

Г-жа Стоева благодари на г-жа Динкова и екипа на МТ за съвместната работа по удължаването на намалената данъчна ставка за туристически пакети. Г-жа Стоева поясни, че като бизнес са в деликатна ситуация и се различават от хотелиерите, ресторантьорите и другите бизнеси и министър Динкова е направила това, което е зависело от нея, но не са доволни от министъра на финансите, защото не ги е уведомирал достатъчно рано и би трябвало да поеме отговорност. Те са наясно, че ставката за намалено ДДС не е вечна и в тази връзка е трябвало да стане известно намерението на министерство на финансите преди април месец, защото активния летен сезон започва юни. Намалената ставка за ДДС е трябвало да остане до края на 2024г. и министерство на финансите би трябвало да поеме отговорност пред европейските институции.

Г-жа Стоева добави, че очакват много сериозна подкрепа от МТ и хората, които са включени в работните групи, които обсъждат европейските директиви и поясни, че става въпрос за предложението на Европейската Комисия за осъвременяване на директивата за пакетните пътувания. Г-жа Стоева уточни, че има много предложения, с които не са съгласни и ще разчита на обща позиция с МТ за да се защитят интересите на бизнеса.

Г-н Живко Иванов сподели, че е напълно съгласен с г-н Атанас Димитров по отношение на кадрите и България трябва да има национална политика, каквато има в Румъния и редица други страни за привличане на хора, защото сектора без значение от заплатите вече не може да намери физически хора, които да наеме. Г-н Иванов обърна внимание, че по темата трябва да се работи активно с МТСП.

Г-н Иванов сподели, че не е съгласен с изказването на д-р Захариев по отношение увеличаване на туристическия данък и даде пример, че те като организация плащат преки и косвени данъци около 10 милиона лева само за София, като бюджета ѝ за реклама е 1 милион лева, а националният бюджет за реклама е 20 милиона.

Г-н Иванов съобщи, че няма против да плащат повече данъци, но въпроса е какво получават срещу тези данъци, как те се използват, каква е ползата от тях, защото иначе това е просто разход. Според него общините са големите длъжници, които трябва да участват заедно с държавата и бизнеса в националната реклама, защото в момента разпределят средства по свое усмотрение, а тези данъци идват от тях.

Д-р Полина Карастоянова сподели, че от участието ѝ през годините във формата на НСТ, би определила сегашното заседание, като едно от най-смислените по отношение на подготовените и представени материали и презентации, както и от изказванията и предложенията които са се чули. Д-р Карастоянова определи отправените критики, като особено ценни. Също така всяко едно от направените изказвания от туристическия бранш има

нужда да бъде изработено, а за това трябва човешки капацитет и финансов ресурс. Отдавна правната рамка, в която МТ функционира е отесняла и задачите се трупат все повече и повече, а хората остават същите. Д-р Карастоянова спомена, че всички трябва да благодарят на прекрасния екип на МТ, защото в годините са останали лоялни към туризма, към мисията която имат и се опитват независимо от трудностите да изпълняват задачите си по най - добрия възможен начин, но това не може да се натрупва до безкрай. В тази връзка д-р Карастоянова отправи предложение към г-жа Зарица Динкова и нейния политически кабинет съвместно да аргументират необходимостта от промяна в правомощията и функциите на МТ в тяхното разширяване по отношение на щата и експертното осигуряване. Това ще доведе до изпълнение на всичко казано от колегите ѝ, а именно създаване на необходимите работни групи, нормативни документи и срещи с институциите, които имат отношение към туризма.

Д-р Карастоянова обърна внимание, че когато се говори за реформи в туризма е от съществено значение да се преоцени ролята и мястото на МТ в управлението и в състава на Министерски съвет, като и възможностите, с които то оперира.

В заключение, д-р Карастоянова благодари на всичките си колеги за конструктивния тон, с който е бил изпълнен НСТ и че всички усилия си заслужават, ако водят до измерими резултати. Също така в тяхно лице МТ ще има силни съюзници със силни аргументи и ако се възприеме предложението на д-р Захариев НСТ да се провежда два пъти в годината, след шест месеца могат да се поздравят с добри резултати в следствие на днешния разговор.

Г-жа Георгиева благодари на д-р Карастоянова и в продължение на казаното от нея съобщи, че МТ планира промяна в стила на работа и организация на НСТ, като това предложение е дошло от Националния борд по туризъм от предишното заседание на което е предложено заседанията му да бъдат, като брейнсторминг за общо решаване на проблемите. В този смисъл г-жа Георгиева отправи молба в рамките на един месец до края на януари да се излъчат темите за дискутиране за да може МТ да планира и подготви следващото заседание на НСТ. Част от тези теми са проличали в изказванията.

Г-жа Георгиева информира, че г-н Димитров е отправил две предложения свързани с актуалните теми на туристическия сектор. Г-жа Георгиева спомена, че във връзка с промяната на стила на работа на НСТ от МТ ще ползваме помощта и експертната на специалисти и представи г-н Васил Радойновски, който разполага с необходимия опит и експертиза и ще бъде консултант в това отношение - за ефективна и ползотворна работа на НСТ.

Г-н Васил Радойновски сподели, че вярва че през предстоящата година ще има възможност за обсъждане на различни варианти за повишаване ефективността на работата на НСТ, защото тя е в интерес на всички, не само на бизнеса, но и на цялото общество.

Г-жа Георгиева даде думата на министър Зарица Динкова за заключителни думи.

Г-жа Динкова благодари на представителите на държавните институции и специално на туристическия бизнес и сподели, че изминалата половин година в рамките на нейния мандат никак не е била лека. Научила е много. Също така винаги е отдавала изключително значение и политическо и в работата си именно на сътрудничеството с бизнеса и заинтересованите страни в процесите, защото това е начина да се изгради нещо реално в сектор туризъм.

Г-жа Динкова отбеляза, че сектор туризъм не трябва да бъде подценяван. Има достатъчно дълги вериги на доставки и икономически взаимосвързаности. Също така има много работа, която трябва да се свърши по отношение на транспортната свързаност, визовите режими, енергийната ефективност, устойчивостта, опазването на природата и в същото време да се осигури възможност на сектора да се развива.

Г-жа Динкова сподели, че МТ успява успешно да си партнира с другите институции на ниво Министерски съвет, но си дава реална сметка, че по отношение на двустранните

партньорства и на функционирането на работните групи с останалите министерства има много какво да се направи и се полагат изключително много усилия и би искала да има взаимност в тази посока.

Г-жа Динкова констатира, че има много теми, които са на дневен ред и заслужават да бъдат обсъдени и това е проличало на заседанието на НСТ. Те са известни на МТ и се работи по тях. В тази връзка биха могли да се инициират повече тематични срещи между заседанията на НСТ.

Г-жа Динкова благодари за присъствието на членовете на НСТ и конструктивния тон за работата, която предстои да се свърши, като ще рачита на партньорство.

Г-жа Ирена Георгиева, заместник-министър на туризма благодари на участниците и закри заседанието на НСТ.