

**НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ**  
**МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА**

**ПРОТОКОЛ**

**ОТ ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ (НСТ),**

*проведено на 12.12.2024 г., хотел Хаят Риджънси, гр. София*

**Поканени са всички членове и наблюдатели на НСТ**

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

1. **Евтим Милошев**, 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. **Николай Павлов**, заместник-министър на икономиката и индустрията;
5. **Мина Янкова**, н-к отдел „Косвени данъци“ дирекция „Данъчна политика“, МФ;
6. **Иван Стоянов**, експерт, дирекция „Консулски отношения“ МВнР;
7. **Амелия Гешева**, заместник-министър на културата;
8. **Илия Тасев**, директор дирекция „Обществено здраве, МЗ;
9. **Виктор Атанасов**, заместник-министър на околната среда и водите;
10. **Димитър Недялков**, заместник-министър на транспорта и съобщенията;
11. **Мартин Попов**, гл.експерт в отдел СПЕУ, МЕУ;
12. **Акад. Николай Витанов**, заместник-министър на образованието и науката;
13. **Атанас Колчаков**, държавен експерт в дирекция „Политика на пазара на труда“, МТСП;
14. **Георги Главуров**, гл. инспектор, началник сектор "Индустрия и търговия", отдел "Икономическа полиция", Главна дирекция Национална полиция, МВР;
15. **Радостин Илиев**, заместник-министър на отбраната;
16. **Доц. Стоян Андонов**, заместник-министър на младежта и спорта;
17. **Мария Филипова**, председател на Комисия за защита на потребителите;
18. **д-р Любомир Кулински**, директор на дирекция „Контрол на храните“ при ЦУ на Българската агенция по безопасност на храните;
19. **Румен Спецов**, изпълнителен директор на Националната агенция за приходите;
20. **Георги Пампоров**, изпълнителен директор на Организация за управление на туристически район „Родопи“;
21. **Пламен Панов**, председател на УС на Организация за управление на Тракийски туристически район;
22. **Аксения Тилева**, зам. кмет на Община Казанлък, представител на Организация за управление на туристически район „Долината на розите“;
23. **Мария Офицерова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Старопланински туристически район;
24. **Гергана Донева**, представител на Организация за управление на Дунавски туристически район;
25. **Младен Стоянов**, представител на Варненски черноморски туристически район;

26. **Антон Пенев**, директор на ОП Туризм, представител на Организация за управление на Софийски туристически район;
27. **д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на УС на Националния борд по туризм;
28. **Димитрина Горанова**, председател на УС на Асоциация на българските туроператори и туристически агенти;
29. **Одисей Спасов**, председател на УС на Българска асоциация на туристическите агенции;
30. **Венцислав Кръстев**, председател на УС на Сдружение „Туризм“;
31. **Павлина Илиева**, председател на УС на СТТА "Обединение Бъдеще за Туризма";
32. **д-р Сийка Кацарова**, председател на УС на Български съюз по балнеология и СПА туризм;
33. **Георги Дучев**, председател на УС на Българска асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели;
34. **Емил Коларов**, председател на УС на Сдружение на заведенията в България;
35. **Мария Инджова**, председател на УС на туристическо сдружение „Алианс на туризма в Югоизточен район“;
36. **Любомир Попйорданов**, председател на УС на „Планини и хора - асоциация на планинските водачи в България“;
37. **Благовестка Томова**, „Бороспорт“ АД, представител на планинските курорти;
38. **Венцислав Венев**, представител на УС на Български туристически съюз, национална организация за спортно-туристическа дейност;
39. **Светослав Станулов**, председател на УС Асоциация на българските авиокомпаниии.

#### **Присъствали наблюдатели:**

1. **доц. д-р Десислава Вараджакова**, представител на Българска академия на науките.

#### **Гости:**

1. **Павлин Петров**, заместник-министър на туризма;
2. **д-р Веселина Панова**, началник кабинет на министъра на туризма;
3. **д-р Полина Карастоянова**, съветник на министъра на туризма;
4. **проф. Румен Драганов**, съветник на министъра на туризма;
5. **Ива Трифанова**, съветник на министъра на туризма;
6. **д-р Даниела Стоева**, заместник-председател на УС на АБТТА;
7. **Цветина Иванова**, главен секретар на БСБСТ;
8. **София Костадинова**, национален координатор, НБТ;
9. **Радост Иванова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Тракийски туристически район;
10. **Лъчезар Лазаров**, Български туристически съюз;
11. **Ива Иванова**, връзки с обществеността, НСОРБ;
12. **Радослав Миланов**, директор на дирекция „Стратегическо планиране“ на АМС;
13. **Надежда Гогова-Демировски**, държавен експерт, дирекция „Стратегическо планиране“.
14. **Камелия Калоянова**, управител на „Файф Консулт“ ЕООД

### **Отсъстващи членове и наблюдатели:**

1. Проф. д-р Георги Ангелов, заместник-министър на иновациите и растежа;
2. Янислав Янчев, заместник-министър на земеделието и храните;
3. Георги Щерев, председател на УС на Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация;
4. Вероника Кънева, председател на УС на Асоциация на къщите за гости в България – АКГБ;
5. Ричард Алибегов, председател на УС на Сдружение „Българска асоциация на заведенията“;
6. Борис Павлов, председател на УС на Асоциация за туристически имоти и иновации;
7. Иво Кабадозов, председател на УС на Сдружение „Българска асоциация за пещерен и еко туризъм“;
8. Радостин Дачев, председател на УС на туристическо сдружение „Клуб на хотелиера“;
9. Красимир Станев, изпълнителен директор на „Албена“ АД, представител на морските курорти;
10. Представител на Организация за управление на Бургаски черноморски туристически район;
11. Представител на Организация за управление на Рило-Пирински туристически район;
12. Михаил Абаджиев, председател на УС на Национална асоциация Хотел, Ресторант, Кафетерия – ХоРеКа;
13. Кристиян Райчев, адвокат в АК – Пловдив, представител на Сдружение за правна помощ на потребителите;
14. проф. д-р Красимира Станева, член на УС на Съюза за стопанска инициатива;
15. 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)
16. Представител на УС на Национална асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
17. д-р Илин Димитров, Секретар по образование, култура и туризъм на държавния глава г-н Румен Радев, Администрация на Президента на Република България;
18. Михаела Мечкунова-Стамболийска, заместник-министър на правосъдието;
19. Ива Петрова, заместник-министър на енергетиката;

### **Секретариат на НСТ:**

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

### **Заседанието се проведе при следния дневен ред:**

1. Откриване на заседанието - Евтим Милошев, министър на туризма
2. Представяне на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2025 г.
3. Представяне на резултатите от извършена Междинна оценка на актуализираната Национална Стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България за периода 2014-2030 г.
4. 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, наблюдатели и гости с добре дошли и съобщи, че от 56-ма членове на НСТ присъстват 39, както и един от четирите наблюдатели, което надхвърля кворума за започване на работа. Г-жа Георгиева отбеляза, че дневният ред е бил раздаден предварително, като в съответствие с Правилника за работа на Националния съвет по туризъм, попита дали има други предложения по дневния ред. Такива не постъпиха и беше даден ход на заседанието по предварително оповестения и приет от членовете на НСТ дневен ред. Г-жа Георгиева предостави думата по първа точка от дневния ред на г-н Евтим Милошев, служебен министър на туризма.

**Г-н Евтим Милошев**, министър на туризма, благодари на г-жа Георгиева и поздрави всички присъстващи. Той благодари за отделеното време за участие в този важен за българския туризъм форум. С оглед значимостта на НСТ като консултативен орган министърът пристъпи към запознаване на Съвета с основните акценти в работата си като служебен министър и тази на Министерството като цяло.

Г-н Милошев отбеляза, че туризмът изисква устойчива политика, но и гъвкави и своевременни мерки, за да отговори на предизвикателствата на динамичната среда, в която съществуваме. Затова в рамките на 2 служебни кабинета, въпреки ограничения времеви хоризонт на мандатите, работата на министерството на туризма се ръководи от необходимостта да осигури стабилност и приемственост в управлението на сектора, да съдейства за разрешаването на възникнали критични проблеми от спешен порядък. Министърът посочи, че през цялото време основен фокус са били приоритетни направления – подкрепа за туристическия бизнес в условията на динамични външни фактори, подобряване на маркетинговите усилия за популяризиране на България като туристическа дестинация, засилване на международната свързаност на страната, полагане основите на инициативи с дългосрочен потенциал.

Г-н Милошев сподели, че една от задачите, които си е поставил, е била провеждане на работни срещи с основните представителни браншови организации. Резултатът са десетки работни срещи в цялата страна с органите на местното самоуправление и местната администрация, представители на местните браншови организации, на професионалните гимназии и на висши учебни заведения, с бизнеса в редица градове. Министърът ги изброи: в Северозападна България – Видин, Монтана, Враца, Кула, Белоградчик (нееднократно); по цялото Черноморие от Дуранкулак до Малко Търново – Балчик, Варна, Бургас, Созопол,

Царево, Приморско, Несебър, село Българи, Слънчев бряг, Златни пясъци, Св. Св. Константин и Елена; във вътрешността на страната – Велико Търново, Казанлък, Плиска, Велинград, Търговище, Добрич, Пловдив и множество други населени места. Няма тема, която браншът да адресира към ръководството на министерството на туризма и да не е получил своевременно отговор. Ако решението е изисквало време за необходимите процедури, работим открито и достъпно за всички и за всеки представител на туристическия сектор. За да отговори на нуждите на туристическия бранш през изминалите месеци, министерството работи и в сектори – може би 90 % – които не са от неговите функционални компетентности. Осъществи се междусекторна координация, която осигури активен и последователен ангажимент на ключови ресорни министерства за справяне с предизвикателства в туристическия сектор. Това подчерта институционален подход към проблемите на туризма и приоритетното му разглеждане, обвързано с работата на множество институции; гарантира по-ефективни решения на дългосрочни и дългогодишни предизвикателства; засилва устойчивостта и конкурентоспособността на сектора.

Г-н Милошев посочи конкретно един от основните проблеми, поставен от бранша през месец април – необходимостта за осигуряването на работна сила за туристическия сезон. Оценявайки необходимостта от спешна намеса министерството предизвика законодателна промяна в Закона за чужденците по отношение на визите, която бе приета в последните работни дни на 49-то Народно събрание. Работниците от 3-ти страни получиха възможност да удължат престоя си в страната, с което се гарантира непрекъснато обслужване през сезона, без необходимостта да напускат страната. През целия мандат продължи диалога с Министерството на външните работи и другите компетентни институции – поредица от срещи на политическо и на експертно ниво при максимална прозрачност и полезност на дискусиите с представители на Министерството на външните работи, ДАНС, МВР, МТСП и Агенцията по заетостта – с цел установяване на критичните проблеми в обслужването на заявленията за работа и засилване капацитета на консулските служби. Министърът напомни, че срещи бяха проведени и с представители на туристическия бизнес, като заяви намерение проактивният подход в тази чувствителна област за заетостта в сектора да продължи.

Министърът разказа как беше решен друг повдигнат от бранша проблем от спешен порядък, свързан с новата Наредба за водноспасителната дейност и обезопасяването на морските плажове, която влезе в сила в деня на полагане на клетва на служебния кабинет „Главчев 1“. Отмени се съществуващата наредба от 1996 година, а в новата се внасяха изисквания, които трябваше да се съобразят от концесионерите и наемателите на морските плажове в изключително кратък срок преди започване на летния сезон. Една част от тези изисквания бяха неизпълними през 2024 година. А концесионерите и наемателите вече бяха започнали организация на сезона – съгласно старата наредба до 31 март в министерството на туризма вече бяха внесени програмите със схемите за водноспасителната дейност. Новата наредба не съдържа преходни разпоредби, които да уреждат тези висящи въпроси за летен сезон 2024 година. С активната подкрепа на министъра на здравеопазването – доктор Кондева – постановление на Министерския съвет от 04.06.2024 година преодоля празнотата за контрола на морските плажове през лятото на 2024 година. След уреждане на този правен и реален проблем за сектора се съгласуваха 126 програми за водно спасяване на морски плажове и 370 схеми за преместваеми обекти, за да работят спокойно туристическите обекти през сезона. След приключването му въз основа на внимателен анализ на новата наредба, която ще се

прилага за сезон 2025 година, до всички представителни организации в сектора, концесионери и наематели се изиска представяне на становища и предложения за евентуални промени. Получиха се 51 становища с конкретни предложения, които бяха веднага препратени в Министерството на здравеопазването, което е водещо министерство за промени в наредбата. Намерението е да започне работа по изготвяне на проект за нейното изменение и допълнение. Целта е летният сезон 2025 година да се проведе спокойно, с предвидима нормативна уредба.

Г-н Милошев изброи още няколко насоки, в които министерството осъществи поредица от действия през изминалия летен сезон за осигуряване на неговото нормалното протичане.

Това бе работа за ограничаване на ремонтите по пътищата към българското Черноморие с цел улесняване трафика на летищата, както и навременното уведомяване на гражданите за всякакви аварии.

Взаимодействието с Министерството на регионалното развитие и благоустройство и Агенция „Пътна инфраструктура“ способства за адресиране на важни теми относно подобряване на туристическата инфраструктура и пътната мрежа, модернизация и рехабилитация на ключови инфраструктурни обекти.

Това бяха и мерките за установяване на съществуващи зауствания и водоеми, създаващи опасност през активния сезон.

Също така с включването в работните срещи с АПИ, МВР и Агенция Митници във връзка с облекчаване преминаването на туристическия поток през гранично-пропускателен пункт Дуранкулак и след действия от страна на МТ се създаде комисия на ниво министър и се пристъпи към проектиране на уширение за буферен паркинг и за уширение за ГКПП Дуранкулак.

Министерството на туризма прояви съпричастност към справянето с ключови кризи, които можеха сериозно да засегнат туристическия сезон и сектора, като чрез бързи и целенасочени действия, съвместно с други институции, бяха избегнати значителни икономически и репутационни загуби.

Една от най-големите заплахи за туристическия сектор през летния сезон бе драстичното повишаване на борсовата цена на електроенергията. Това постави хотелиери, ресторантьори и туристическите оператори под огромен финансов натиск, когато разходите за енергия достигнаха критични нива. В горещите летни дни Министерството на туризма осигури постоянен диалог с Министерството на енергетиката, Министерството на финансите и други ресорни институции като Фонда за сигурност на електроенергийната система. Това доведе до прилагането на компенсаторни мерки за бизнеса в туризма и своевременното изплащане на компенсациите след нотификацията на Европейската комисия.

Министърът припомни и друго изпитание – слухът за замърсяване на Черно море около Кранево и к.к. „Албена“, което застраши името на България като екологично чиста туристическа дестинация. Това можеше да доведе до чувствителен спад на резервациите в пиковия сезон. Една авария беше превърната в медийна кампания. Министерството на туризма организира незабавна проверка за качеството на водата в сътрудничество с Министерството на околната среда и водите и Министерството на здравеопазването при личното ангажиране на двама министри. В рамките на часове бяха обнародвани данни, доказващи чистота на водата по отношение на химичния и на микробиологичния състав.

Г-н Милошев обобщи извода за доказаната способност Министерството на туризма чрез такива навременни и координирани действия да управлява кризи и да ограничава техните

последствия. Предвиждането им и предприемането на своевременни мерки, интегрираният подход и координацията между различните институции показват, че са ключ към устойчивостта и успеха на туристическия сектор.

Министърът благодари за приноса на КЗП, МВР, НАП БАБХ, РЗИ в съвместните проверки за предотвратяване на нелоялна конкуренция в сектора. Той обяви, че в изпълнение разпоредбите на ЗУЧК и на договорните задължения през летния туристически сезон на 2024 година, служителите в дирекция „Контролна и инспекционна дейност“, които са на пряко подчинение към министъра на туризма, осъществиха на място 447 планови проверки и извънредни – по сигнали на граждани и организации. При тези проверки бе установено все по-точно изпълнение на задълженията и значително намаляване на несъответствията. Министърът определи това като сила на превенцията и път, по който се развива стопанисването на плажовете. Това показва полагането на повече грижа и усилия в изпълнението на задълженията и повишава качеството на предлагания туристически продукт.

Г-н Милошев съобщи, че от началото на месец декември започна обявяване на търгове за отдаване под наем на 29 морски плажа. За първи път Министерството на туризма ще проведе търгове с явно наддаване, като се цели пълна прозрачност на процедурата. Стремежът е повече плажове да имат стопани, които да се грижат за поддръжката на плажната ивица и за нейната безопасност като безценен природен ресурс.

Министърът отчете осъществения контрол за качеството на услугите в туристическите обекти през 2024 година – категоризирани 508 обекта, сред които места за настаняване, заведения за хранене и развлечения, туристически хижи, туристически учебни центрове, туристически спални и прилежащи заведения за хранене; регистрирани 77 туроператори и туристически агенти с издадени удостоверения; сертифицирани 30 балнеолечебни СПА и уелнес центрове; удостоверена правоспособност на 32 планински водача и 28 екскурзовода. Той изтъкна разбирането на Министерството на туризма за важността на кратките срокове в изпълнението на тези административни услуги за помощта към бизнеса.

Министърът съобщи за проведените в навечерието на зимния туристически сезон срещи с местната администрация и компетентните служби в курортните комплекси „Боровец“ и „Пампорово“ за проверка на тяхната готовност при откриване на сезона. Той покани всички, които имат възможност да присъстват, на предстоящата в събота среща в третия ни зимен планински курорт „Банско“ и на откриването на зимния туристически сезон там.

Г-н Милошев посочи и други тревожни сигнали – от браншовите организации за предстоящото увеличение на таксите за паркиране и престой в района на летище София и поисканото съдействие от тях към министерството. Проведена е среща с концесионера на летището и с представители от Министерството на транспорта и от Столичната община, след която е поето и спазено обещание от страна на концесионерите таксите да не се прилагат до края на зимния сезон, а през това време се извърши само анализ на трафика. В разговорите е потвърдена необходимостта от нов интерактивен туристически информационен център на летище София, както и от взаимодействие за привличане на повече на брой самолети от авиокомпаниите „УИЗ ЕЪР“ и „РАЙЪНЕЪР“. Министърът цитира данни на концесионера за 2020-2024 година – обслужени на летище София над 7 930 000 пътници, което е ръст от 10,1 %. За следващата година очакванията са за над 8 200 000 пътници.

Министърът направи кратка извадка за новото и същественото в рекламномаркетинговата дейност през текущата година. От 2024 година министерството на туризма

провежда целогодишни рекламни кампании в дигиталните платформи Google и Meta на целеви и перспективни пазари. Съгласно изменението на чл. 6, ал.1 от Закона за туризма кампаниите се реализират на вътрешен и външен пазари и се таргетират по различни показатели с цел по-голяма ефективност. Дигиталната реклама е задължителен канал от маркетинговия микс – в това число онлайн платформи като eSky, BBC.com, Channel 4 и други.

Събитийният маркетинг като инструмент в маркетинговата стратегия на министерството – през 2024 година е активно участието на министерството в организиране на събития за насърчаване продажбите на туристическите услуги; бяха осъществени информационни събития в Осло, Хамбург и Виена, на които се представиха възможностите за здравен туризъм. Организирах се и се проведеха опознавателни пътувания за журналисти, снимачния екип и блогъри, влогъри, популярни личности и експерти от целеви и перспективни пазари като Полша, Румъния, Германия, Норвегия, Италия, както и страни от Близкия изток. Тези турове, доказали своята ефективност, ще продължат и през 2025 година. Бяха организирани и успешно проведени 24 международни туристически изложения, в които изложителите от българска страна надхвърлиха 250. Излъчиха се авторските филми на проф. Бетани Хюз за чудесата и съкровищата на България, достигайки до 250 милиона зрители. В момента тя работи трети филм за тракийската цивилизация. Медиите излъчваха през годината позитивни послания за България като целогодишна туристическа дестинация; представяха предимствата на страната чрез природното, културно и историческо разнообразие, качествени услуги и конкурентоспособност на глобалния туристически пазар.

През 2025 година са предвидени стратегически партньорства с BBC, National Geographic, 24kitchen, турския телевизионен канал ШОУ ТИ ВИ, Антена 3, CNN Румъния, Eurosport и Discovery Channel. Планирано е да се проведе външна реклама – като кампанията в Германия за летен сезон 2025 вече започна в 5 немски града. По реда на Закона за обществените поръчки Министерството на туризма подготвя възлагането на реклама на целеви чуждестранни пазари, които да покриват цялата територия на България и да включват 4 сезона. Предвижда се тези кампании да се изпълняват съвместно с чуждестранни туроператори, авиопревозвачи, медии, платформи и други. През 2025 година се предвиждат обществени поръчки за производство на аудио, аудио-визуални и други рекламни материали.

Г-н Милошев изброи международните изяви на Министерството на туризма, в състава на служебното правителство, за изграждането и утвърждаването на международния авторитет на България:

Участие в 2 заседания на Изпълнителния съвет на Световната организация по туризъм на ООН (юни, ноември). Набелязани са съвместни инициативи – като посещение на генералния секретар на организацията през следващата година в България, отпускане на 20 стипендии за онлайн курсове към Туристическата академия към ООН, *(което вече е в ход)*, подкрепа на Световната организация по туризъм за изграждане на център за образование в сферата на туризма под тяхна егида, разработване на насоки за туристически инвестиции в България от организацията в техния гайд, провеждане на гастрономичен и винен форум в България през следващата 2025 година, подкрепа за развитието на Бранд Балкани.

Участие в 114 сесия на Комитета по туризъм на ОИСР в Париж. Важното послание от там е, че обсъжданите теми вече не касаят кризи и краткосрочни проблеми, а се решават структурни въпроси - дигитална трансформация, изкуствен интелект и политики за кадрите и опазване на климата.



През октомври 2024 година България в качеството си на предпочитана дестинация беше домакин на годишната среща на Европейския комитет на асоциациите на туроператорите и турагентите ЕКТТА. Присъстваха делегати от 25 национални сдружения от цяла Европа, като срещата се превърна в отлична възможност за българския туризъм, домакинство с много голям ефект.

През месец ноември Министерството на туризма беше едно от трите министерства, поканени в официалните посещения на президента на Република България в Сингапур и Виетнам – обстоятелство, което изига авторитета на българския туризъм като цяло.

Министерството на туризма подписа меморандум за разбирателство с Националната агенция по туризъм на Япония, както и съвместни планове за действие в туризма с Албания и Черна гора с хоризонт 2025-2027 година. Предстои подписване на меморандуми, които са в работен режим за сътрудничество с Румъния, Чехия, Унгария и Италия.

Всичко това са политически документи, които дават възможност бизнесът да работи в условия на партньорство. Обединяваща тема за съвместната работа в региона е подобряване на транспортната свързаност, което е предпоставка за успешното позициониране на Бранд Балкани.

През юни 2024 година в Несебър се проведе форумът „Изживей България“ – събитие, което събра над 200 немскоезични професионалисти в туризма с основна цел промоция на ключов пазар Германия. Вече се подготвя следващото издание.

Като страна-партньор на най-голямото изложение по туризъм във Варшава през ноември България беше удостоена с наградата за най-добър щанд. Полша е от изключително значение за българския туристически пазар.

През периода се организираха и така наречените роуд шоута. Проведените бизнес събития на тези 2 стратегически пазара бяха високо оценени от страна на сектора. Поради тази причина се планират подобни събития и през следващата година.

В ход е организацията на Петата сесия на Българо-турския комитет по туризъм, на която домакин ще бъде България непосредствено в началото на следващата 2025 година.

Министърът направи обзор на законодателната работа през 2024 година:

Изготвен бе проект на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризъм – за постигане на по-добро регулиране на дейностите в сектора, намаляване на административната тежест за бизнеса с оглед изграждане на рамка за ефективен контрол. Законопроектът е пред съгласувателни процедури.

Министерството на туризма е водещо в изготвянето на законопроект за създаване на туристически гаранционен фонд. Поради липсата на единомислие от страна на туристическите сдружения след общественото обсъждане проектът не беше приет. Работната група продължи своята работа за създаване на нов законопроект, който ще регламентира събирането на данни за изчисляване на вноските на участниците във фонда. По наболелия въпрос за отпадане на малената ставка данък добавена стойност за спортни съоръжения и ресторанти Министерството на туризма изрази позиция в подкрепа на туристическия сектор и заяви готовност за защитата ѝ пред комисиите в 51 Народно събрание.

Г-н Милошев потвърди позицията на Министерството на туризма по дигитализацията в туризма; участието в изграждане на Европейско пространство за данни и концепция за цифровизация на сектор туризъм в Република България; изготвянето на интерактивни

инфографики и интерактивно табло, представящо резултатите от основните пазари – изключително добре възприемано от сектора.

Министърът направи кратко съобщение за изпълнение решението на Министерски съвет от 2022 година за хуманитарно подпомагане на разселените лица от Украйна с предоставена временна закрила – администрираната от МТ програма; усилията за промяна начина на администриране на програмата; за осигуряване на допълнителни средства с цел преодоляване на забавянето в обработката на данни и постигане на ясна и прозрачна работа на оценителната комисия.

Г-н Милошев в заключение сподели няколко статистически извода и данни:

България е сред водещите пет държави в Европейския съюз заедно с Малта, Латвия, Люксембург и Полша по ръст на нощувките през месеците април-юни 2024 година спрямо същия период на миналата година. Отчетени са близо шест милиона нощувки, като ръстът е с 6,3 %. От януари до септември 2024 година всички основни показатели за местата за настаняване са непостигани до сега – брой туристи, брой нощувки и приходи от нощувки по данни на Националния статистически институт. Общият брой туристически регистрации е 7,5 милиона, като ръстът спрямо същия период на 2019 година – последната предпандемична година – е 9,4 %. Увеличаването само в морските области е с 3,7 %, а във вътрешността на страната е с 14,9 %.

Може да се направи извод, че културният, СПА и други видове туризъм се развиват с по-високи темпове, което е признак за успех. По диверсификацията на туристическия продукт България е сред водещите държави в Европейския съюз по ръст на нощувките, свързани с вътрешен туризъм за януари-септември 2024 година. При 41 100 000 регистрации на български туристи, осъществени са 101 400 000 посещения – ръст 30,9 % спрямо същите месеци на 2019 година. В ежемесечните справки на ЕВРОСТАТ за ръст на нощувки при вътрешен туризъм спрямо предпандемичното равнище България винаги е сред водещите 15 държави.

Постиженията ясно сочат правилността на стратегическата визия.

С целенасочените усилия и съгласуваните действия между институциите и бранша българският туризъм може да се превърне в двигател на икономическо развитие. Решителните действия за преодоляване на кризите, внедряването на иновативни политики и утвърждаването на нов стил на взаимовръзка могат да бъдат солидна основа за устойчивост на сектора.

В края на изложението си министърът изрази свое лично убеждение, че въпреки всички добри страни в развитието на сектора, дългосрочният разговор за българския туризъм – включващ концепция, политики, обединени усилия на институции, бизнес и гражданско общество – липсва, а този голям разговор трябва да се случи.

Министърът благодари за вниманието.

**Г-жа Ирена Георгиева** – в качеството на водещ заседанието благодари на министър Милошев и се обърна към представителите на браншовите организации и на институциите, които съгласно Закона за туризма участват в НСТ, като им благодари за посветените време, отговорност и съпричастност към проблемите на туризма и ги призова към включване в разискванията. Тя изрази надежда за успешна обмяна на мнения, а защо не – и предизвикателства, като за това е предвидена т. „Разни“ в дневния ред.

Пристъпи се към т. 2 от дневния ред – представяне на предложение за Годишна програма за Национална туристическа реклама – и г-жа Георгиева даде думата на директора на дирекция „Маркетинг и реклама“ – г-жа Ани Хараламбиева.

**Г-жа Ани Хараламбиева** благодари за дадената дума и поздрави участниците. Тя обърна внимание, че представянето е кратко резюме на цялостния материал, възлизащ на повече от 200 страници. Съдържанието включва данни и тенденции за туризма в световен мащаб; в България; профили на туриста; пазари, мисия, визия и цели; развитие на туристическите продукти; рекламни дейности, които МТ осъществи през 2024 – в това число и с помощ и съдействие от туристическия бизнес, рекламни дейности, които са заложили в плана за 2025 година; предложения от страна на туристическия сектор и приложения, които заедно с програмата ще бъдат публикувани, когато тя бъде утвърдена. Тези материали са изпратени своевременно към членовете на НСТ през месец септември. Тогава са изискани предложения и мнения, а в срока по Правилника за работа на НСТ е изпратен и проекта на програма. Този проект предстои в текущото заседание да се обсъди.

Статистиката е обновена с оглед по-съвременни данни. Използвани са източници като Световна организация по туризъм, Световен съвет за пътувания и туризъм, Национален статистически институт, ЕСТИ и други външни източници. Всички те са посочени в зелената лента под текста в презентацията, където е и номерацията на приложенията с дадени подробно всички слайдове от онагледеното представяне.

При тенденциите говорим за персонализация на туристическия продукт, вече и за изкуствения интелект, който навлиза в рекламата и в анализите. По справка от Националния статистически институт социалните медии се използват в туризма средно за Европейския съюз 64,8 %, а за България – 47,4 %.

Когато се разработват кампаниите, особено при инфлуенсъри за реклама в социални мрежи и за дигитална реклама, стремежът е да се използват данни и анализи за потребителското поведение, за търсенето, за поколенията – да се извадят данни и анализи, които ще са полезни за възможно най-ефективно таргетиране различните целеви групи по различните пазари.

В Приложение 3, подробно разписано, са представени данните от Национален статистически институт за brutния вътрешен продукт, заетостта в туризма и свързаните с него отрасли.

В Приложение 4 са статистическите данни, анализи, тенденции за туризма в България и в глобален план. Данните са актуализирани до месец септември включително. Вижда се класацията и разликата в процентите за държавите – България, Румъния, Полша, Обединено кралство, Германия, Чешка република, Израел, Турция, Гърция, Съединени американски щати, Италия и Испания.

Подготвя се анализ за морския туризъм, за целеви и перспективни пазари. На него е посветено Приложение 5. Водещите пазари за юни-септември в изминалия тази година летен сезон са България, Румъния, Полша, Чехия, Великобритания, Германия, Молдова, Израел, Словакия, Унгария, Норвегия, Дания, Франция, Швеция и други за Северното Черноморие. Отчетени са 1 200 000 регистрации на туристи в областите Варна и Добрич. За месец юни е отчетен ръст по Северното Черноморие 3,4 % спрямо предходната година; за юли – 5,1 %; за август – 6,2 % спрямо 2023 година. Цялото Черноморие разчита предимно на български, румънски и немски туристи. В бъдеще стремежът ще е да се разнообрази структурата на

туристопотока и усилия се полагат чрез целогодишни масирани рекламни кампании в онлайн платформите Google и Meta – и не само – които тази година са били на над 18 пазара. Възможност за привличане на повече туристи има от Великобритания, Словакия, Швеция, Дания и Белгия.

За Южното Черноморие от юни до септември са отчетени над 1 800 000 регистрации. За месец юни тази година е отчетен ръст с 12,4% спрямо миналата година. За юли ръстът е с 0,1 %; за август 7,5 %. Забелязва се, че туристопотока от някои пазари е с по-дълъг среден престой – като Германия, но той не се е възстановил напълно, което влияе и върху нощувките в тази и за следващата година. Полагат се изключителни усилия, за да се възстанови този пазар напълно. През 2024 година област Бургас отново разчита предимно на български и румънски, полски, английски и чешки туристи.

В Приложение 5 са изнесени данни за ски туризма. От декември 2023 година до март 2024 година регистрациите на туристи в община Банско са около 165 000; в Самоков – над 113 000; в Смолян и Чепеларе – близо 100 000. Интересът на българските туристи към Банско за миналия сезон е почти същия, както на равнището от предходния, но се забелязва ръст на туристите от Сърбия, Република Северна Македония и Турция. В Самоков за същия период е увеличен туристопотокът от български туристи, от Великобритания, от Румъния и от Северна Македония. За общините Смолян и Чепеларе най-много са регистрациите от България и от съседните страни.

Анализ е направен и за СПА туризма, който се счита за един от най-перспективните видове туризъм. Полагат се усилия да се наложи все повече – както с цел отдих и рекреация, така и с цел лечение на различни видове заболявания. От началото на годината до месец септември включително общият брой регистрации на туристи в 16 избрани общини с развит туризъм във вътрешността на страната е над 950 000 – без пазар Украйна. Водещите пазари за същия период за тези общини с развит СПА туризъм във вътрешността на страната са България, Република Северна Македония, Румъния, Израел, Гърция, Германия, Великобритания и други. Избраните 16 общини са Велинград, Разлог, Хисаря, Сандански, Троян, Павел баня, Гърмен, Сепарева баня, Девин, Кюстендил, Вършец, Минерални бани Стрелча, Костенец, Долна баня и Баните.

Културният туризъм е сред петте най-често практикувани видове туризъм от българи в страната – над 1 900 000 пълнолетни българи (36 % от пълнолетното население) от юни 2022 до май 2024 година по данни от национално представително проучване. За водещите дестинации за културен туризъм, съгласно данните на НСИ от началото на годината до края на септември спрямо същия период на 2023 г., ръстът в област София е 4,9 %, Пловдив – 2,7 %, Шумен – 14,7 %, В. Търново – 8,8 %, Плевен – 23,8 %, Враца – 5 %. През 2023 година посещенията в музеи са близо 5 милиона, от които 988 000 са на чужденци. За чужденци в музеи ръстът за 2023 спрямо 2022 г. е над 55 %. Водещи са вътрешният пазар, Румъния, Италия, Германия, Испания, Великобритания и други. Културният туризъм е и сред най-честите мотиви за посещение на България от далечните пазари Китай, Япония и други. Има данни и анализ за целевите и перспективни пазари в т. ч. за възрастовата структура на туристите.

Пътуванията на българи в страната и в чужбина – 86,9 % са осъществили поне едно туристическо пътуване в страната през последните 2 години, а 13,1 % твърдят, че не са.

Профил на туриста е разгледан за пазар Германия, Франция, Италия, Великобритания, далечните пазари.

Представи се предложението за Годишна Национална туристическа програма, включваща развитие на устойчиви форми за отговорен туризъм и утвърждаване на България като модерна, сигурна, целогодишна туристическа дестинация; разнообразие и отлично съотношение цена/качество на продукта; дългосрочна целенасочена политика за популяризиране на страната; разнообразни форми на туризъм с цел утвърждаване на международната туристическа сцена. Съответно заложените цели – за утвърждаване на България като предпочитана и сигурна туристическа дестинация; за устойчив, разнообразен и висококачествен целогодишен туристически продукт с основни и специализирани форми на туризъм; нови маркетингови подходи и формати за реклама в т. ч. съвместни маркетингови кампании с туроператори, авиокомпани, туристически платформи и други; кампании с фокус върху автентичността и балансираното развитие на туристическите райони; налагане и надграждане на бранд България чрез една маркетингова концепция; възстановяване на входящия поток от ключови пазари и развиване на нови показали повишен интерес пазари (Близък изток, презокеански); концепция за развитие на различни туристически продукти.

Направи се преглед на мероприятията през 2024 година. Участие са взели 250 представители на туристическия сектор и е осъществена е обратната връзка с участниците. Международните туристически изложения са 24, в България са 44 събития – изложения, фестивали, форуми, кръгли маси и други. Дигиталните комуникационни кампании на целеви пазари са в програмата и в изпълняваните дейности, като рекламните кампании към Google и към META се разплащат пряко. Проведени са кампании на 18 пазара, а в следващата година са набелязани поне 22. До 31 октомври чрез META е достигната аудитория над 34,5 млн.; импресии: над 140 млн., Youtube Display Ads: Импресии: близо 250 млн; Кликкове: близо 4 млн. Youtube Ads: гледания 30,5 млн, Кликкове 140000. Кампания в онлайн платформата за пътувания eSky “България: сезони на чудеса и незабравими моменти” беше проведена в рамките на 4 месеца през 2024 г. в Италия, Полша, Великобритания и Германия. Постигнатите импресии за периода на кампанията в eSky са: над 9 млн. Общият брой на постигнатите импресии е увеличен със 180% над очакваното. Броят на пътниците, купуващи полет плюс хотелски продукти до България, се е увеличил със 650% на годишна база на пазар Полша (където пакетният продукт е най-силен).

Министерство на туризма е осъществило рекламни кампании в чуждестранни телевизии и онлайн канали: SKAI и ACTION24 – Гърция, Arena Sport и Superstar TV – Сърбия, TRT - Турция, ALSAT-M и SITEL - Северна Македония за периода ноември 2023 г. - март 2024 г. с цел популяризиране на българския зимен туристически продукт, съчетан със специализирани форми на туризъм, към които има повишен интерес като културен, приключенски, балнеология и СПА, винен и кулинарен туризъм, Slow туризъм и други. В рамките на проведените кампании са постигнати следните резултати: Телевизионна реклама: Над 3 700 броя излъчвания на 30 сек. рекламни видео клипове, над 50% от тях са излъчени в прайм тайм, Reach %+1 (достигната аудитория): над 50% средна стойност. Дигитална реклама: близо 1 млн. импресии.

В световната телевизионна медия BBC, в дигиталните ѝ канали, освен излъчванията на авторските филми на професор Бетани Хюз вървят дигитални формати и телевизионни клипове, които са планирани и за следващата година. Рекламна кампания за пазар

Великобритания е проведена и в британския обществен телевизионен телевизионен канал Channel 4. Ключови събития са: домакинството на България на ЕКТТА, домакинство и опознавателен тур до Пловдив - с благодарности за съдействието към АБТТА, Столична община, община Пловдив и към всички участници, в началото на летния сезон в к.к. Слънчев бряг събитието „Изживей България“, организирано съвместно с „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД и Асоциацията на инкърминг агенциите, като се популяризира българския туристически продукт сред представители на немскоговорящи държави - Германия, Австрия, Швейцария. В организацията му участва една от най-авторитетни медии за туризъм и платформи за туризъм в Германия – „FVW|TravelTalk“. Обратната връзка с участниците в роуд шоу в Полша през през април и в Германия през ноември е, че тези рекламни и комуникационни дейности са изключително полезни и за това участието в тях ще продължи и в другата година.

В България традиционна е подкрепата на световните купи по сноуборд и ски алпийски дисциплини, световни първенства по тенис, европейско първенство по волейбол, състезание по колоездене във Велинград през 27 и 28 юли и други. Тяхното отразяване в световен мащаб води до имиджови ползи за страната ни. Тази година започнаха експедиентски и журналистически турове - италиански снимачен екип на Телевизия RAI, снимачен екип от Испанската обществена телевизия, TV журналисти и травъл блогъри от Румъния посетиха Северозападна България, блогъри от Полша, Узбекистан, Кувейт, Латвия, Норвегия. За зимния сезон се очакват блогъри от Турция, от Чехия (предвид нов чартър Прага-Пловдив). Осъществи се съвместна кампания с платформата „България Ви иска“, чиято цел бе да представи България сред българската аудитория и българските общности в чужбина като привлекателна за работа в туристическия сектор. Отделно чрез тематични предавания за България се показаха добри условия за младите да се развиват в сектора на туризма, за насърчаване на вътрешния туризъм. Осъществи се и продължава целиогодишно излъчване на реклама за вътрешния туризъм по водещи български медии – чрез 30 секундни спотове и чрез специализирани рубрики с туристическа насоченост, като „Дотам и обратно“ по Нова телевизия с Ники Василковски, „Да откриеш България“ с Владислав Цветков по bTV, „Прогноза за времето“, „Морско синьо“, „Темата на Нова“ и др. Продължава издаването на дигиталния бюлетин „Култура на фокус“.

Предвидените за 2025 година рекламни дейности целят максимално въздействие от заложения бюджет, силни кампании за поддържане видимостта на България на целевите и перспективните пазари, утвърждаване на Бранд България като запазена марка за качество, обслужване и стойност. Ключовите послания ще бъдат използване на единен тон на комуникация, изграждане на позитивно отношение към България сред целевите групи от вътрешния и външните пазари, асоцииране на България с определението „запазена марка“ като привлекателна дестинация, повишаване степента на осведоменост за България, насоченост към автентичността на българския туристически продукт, стимулиране и мотивиране на решение за избор на дестинация България, разширяване на групата от постоянни посетители и привличане на нови такива, устойчиво надграждане на постигнатите резултати за популяризиране на туристическа дестинация България. Основано на статистически данни, анализи и прогнози, набелязаните пазари са Румъния, Гърция, Турция, Сърбия, Република Северна Македония, Полша, Чехия, Унгария, Словакия, Великобритания, Германия, Франция, Испания, Италия, Австрия, Швейцария, Бенелюкс, скандинавски и прибалтийски страни,

Близък изток, презокеански в т. ч. Китай, САЩ и други. Допълване и промени са възможни според изменени условия, които биха способствали за посещения към дестинацията като визов режим, откриване на преки самолетни линии или други – например предстоящото откриване пряка линия Абу Даби – Варна от 31 март. Дейностите за 2025 са в 8 раздела: дигитални активности, телевизия и радио, външна реклама, акции по насърчаване на продажбите, пиар комуникация и събитийен маркетинг, опознавателни пътувания, изложение, създаване на единен криейтив макет. По дигиталните активности е работено в Google и в Meta. През 2025 година този кръг ще се удвои с нови сътрудничества с Tiktok и Booking.com. Ще се надграждат профилите на Министерството в социалните мрежи Facebook, Instagram и Youtube. Ще има активно маркетингане и оптимизация на туристическия портал, разработване на ново рекламно съдържание, статии, видеа, банери, сторита и други формати. В телевизионната, радио- и външната реклама се планират кампании за насърчаване на вътрешния туризъм през национални медии, журналистически материали, рубрики в световни медии, интервюта, на генериращи перспективни пазари и други. През декември, започна такава за насърчаване на записванията за лято 2025 на пазар Германия.

Акции по насърчаване на продажбите са роудшоу или поредици от събития в различни градове на даден целеви пазар. Съвместно с представителите на сектора се предвиждат подобни събития, насочени към създаване и укрепване на бизнес отношения между български и чуждестранни компании с цел подкрепа на сектора за насърчаване на записванията и създаване на условия за успешни партньорства между заинтересованите страни.

Комуникацията, събитийния маркетинг и опознавателните пътувания ще продължат при провеждане на домакинства на международни формати в страната за привличане на български и чуждестранни туристи. Тази възможност ще се използва на Световната купа по сноуборд на 18 и 19 януари в Банско за показване на туристическа дестинация България. През 2025 година е предвидено отново да се проведе промоционалното събитие „Изживей България“ поради големия интерес, който изданието през тази година предизвика сред германските туроператори, агенции и експерти в туристическата индустрия. Туристическата медия EVW отново ще е ключов партньор в организацията и комуникацията на мащабното събитие, като тя ще започне месеци по рано. Ще продължи организацията на опознавателни турове за представители на медии, блогъри и влогъри и инфлуенсъри. И през 2025 година страната отново ще участва с рекламни щандове на повече от 25 международни и национални туристически изложения. Създаване на единен криейтив макет или нови аудио-визуални и други рекламни материали включва също разработване на креативна идея за Бранд България, разработване на хедлайн и творчески послания, визуална идентичност, графики, дизайн и композиция, единна линия за доразвиване и приложение на творческата концепция в рекламните продукти, профил за Бранд България, слогани хедлайн и правила за употребата им, типография, графични символи и шрифтове, цветови палитри, създаване на готови материали и правила за използването им, правила при създаването на презентации, видеоматериали и други комуникационни инструменти.

**Г-жа Хараламбиева** обърна внимание, че предложения от страна на туристическия сектор до предходния ден са пристигнали от г-н Попйорданов - председател на Управителния съвет на „Планини и хора“, Асоциация на планинските водачи в България, г-н Малин Бистрин - председател на Управителния съвет на сдружение „Съюз на туристическия бизнес – Банско“, от г-жа Калина Стоянова – кмет на община Казанлък, от д-р Сийка Кацарова – председател на

Българския съюз по балнеология и спа туризъм, от г-н Денчо Минев – кмет на община Трявна, от г-жа Радост Иванова – изпълнителен директор на Тракийския туристически район, от г-н Дюнер Ашимов – кмет на община Опака, област Търговище, Старопланински туристически район, от г-н Георги Дучев – изпълнителен директор на Българската асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели, от г-н Найдено Тодоров – министър на културата.

Г-жа Хараламбиева благодари на министъра на културата за помощта и обединените усилия при изготвянето на списък с предстоящите събития и обекти, които да бъдат популяризирани през 2025 година и чието публикуване предстои.

**Г-жа Ирена Георгиева**, в качеството на водещ заседанието, благодари на г-жа Хараламбиева за обстоятелственото представяне на годишната реклама, което ще може да бъде видяно на институционалната страница на Министерство на туризма и предостави думата на министър Милошев.

**Г-н Милошев** съобщи, че преди час Европейският съвет по правосъдие и вътрешни работи на редовно заседание в Брюксел е взел решение България да стане член на Шенгенското пространство и от 1 януари контролът по сухопътните ни граници отпада.

Новината беше посрещната с ръкопляскания в залата. Министърът отбеляза, че това наистина заслужава аплодисменти и всеки от присъстващите в биографии и спомени ще може да каже, че е посрещал тази добра за България новина в компанията на толкова специални и отговорни хора, с които съдбата е определила да продължи нататък. Г-н Милошев благодари.

**Г-жа Ирена Георгиева** благодари на министър Милошев и обяви, че думата е на членовете на Националния съвет по туризъм, като предложи времето за изказванията да не превишава 3-5 минути, но ако всички пожелаят да се изкажат, това време ще трябва да се съкрати.

**Г-жа Мария Филипова**, председател на Комисията за защита на потребителите (КЗП), благодари и се обърна към ръководството на Министерството на туризма и всички присъстващи, като потвърди сътрудничеството с НАП чрез Министерството на туризма, допринесло за успешното протичане на летния сезон. Г-жа Филипова обърна внимание на НСТ и помоли чрез представителите на отделните асоциации с оглед превенция да се доведе до знанието на техните членове, че установените нарушения включително в местата за настаняване и в ресторантите са типови и предимно формални. По въпроса за работната сила и недостигащото време за обучение, г-жа Филипова даде пример за най-честите формални нарушения от лицата, извършващи хотелиерство или ресторантьорство: до входа на туристическия обект няма поставена табелата за категоризиране, липсва удостоверението, няма ценоразпис или, ако го има, той е само в някаква чуждестранна валута, но не и в лева. Постъпили са и постъпват жалби, изискващи допълнителен административен ресурс от КЗП и наказателна санкция. Г-жа Филипова обърна внимание, че присъстващи на проверки в Банско и Боровец са обещавали даване на предписания, каквито националното законодателство не позволява, а този тип нарушения се вършат всеки сезон, както и липсата на обявление за възможността да се плаща чрез пос-терминално устройство, кой е търговецът, къде е адресната регистрация на фирмата му, работното време, имената на управителя и на обекта и телефон за връзка. Това липсва и на различни платформи като БУКИНГ и ПОЧИВКА, където се рекламира дейността. Г-жа Филипова призова за „подаване на ръка“ към КЗП предвид изключителната важност за потребителите да са наясно дали постъпват в семеен хотел, дали в



тризвезден, дали в четиризвезден или 5-звезден хотел – да се преустанови този формален тип нарушения, увреждащи правата на потребителите. В заключение г-жа Филипова благодари.

**Г-жа Ирена Георгиева** благодари на г-жа Филипова, която заостри вниманието върху най-често срещаните нарушения чрез добронамерена бележка за това, какво би следвало да е на вниманието на туристическия сектор, за да не се влиза в спорове с контролните органи, а те от своя страна помагат за постигане основната цел в туризма – подобряване качеството на туристическия продукт.

**Г-н Спецов**, изпълнителен директор на НАП, добави към предходните изказвания, че НАП ще съдейства в комуникационна кампания към сектора, обсъдените на Съвета въпроси да достигнат като превенция, препоръка и връзка между НАП и туристическия сектор.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Спецов и се спря на широкия смисъл на думата за качеството, което също се явява реклама на националния туристически продукт, когато неговото подобряване съдейства за изпълнение на целите в Годишната програма за Национална туристическа реклама.

**Г-н Спецов** отново поиска думата и се обърна към ръководството на Министерството на туризма по въпроса за влизането в Шенгенското пространство, което изисква огромна работа в краткото време до 1-ви януари. Макар да остава сегашното положение по външните за Шенген граници, относно вътрешните граници той изброи няколко понятия, които в законодателството трябва да отпаднат – граница, граничен пункт, гранична зона – а по отношение на националната сигурност засегна опасностите, които изцяло променят изграденото съвместно с МВНР и с МВР, в т. ч. и по „зелените“ пътеки. Въпреки новите възможности за туризма, той заяви критичното си отношение по въпроса за фиска в сектор „Туризм“ особено в заведенията за хранене и сезонните обекти, където „сивата“ част остава – заплатите в плик, осигуряването на 4-часов работен ден за персонал, работещ по 8 ч. на ден.

Г-н Спецов потвърди изводите на г-жа Филипова, че с години се наблюдават едни и същи нарушения в качеството на услугата в заведенията и продължи изложението си с въпросите по ДДС и принадлежната стойност в туризма. Той изрази мнение по националната политика при определяне на данъчната ставка, като начин за подпомагане на даден сектор и цялостното разглеждане на взаимозависимостите между хранителната индустрия, търговията, родни производители и защитата им конкуренцията на Турция и Гърция. Г-н Спецов даде като лош пример съборите, където масовите нарушения са неиздаване на касови бележки, липса на фактури, на касови апарати и на стокова документация. Той съобщи за проведени срещи с Министерство на финансите и с браншовите организации, където е поискано, при организиране на събори, от търговците да се изисква регистрация и на касови апарати. Тези нарушения водят до глоби и институционално налягане, където туристическия бранш заема съществена част.

Г-н Спецов приведе статистически данни за численост на населението и за работоспособната част от него, за новосъздадени фирми, за заетост в хазарта и рекламата на „гемблинг“ туризма като вид индустрия със съпътстващите я фискални нарушения както посочените вече в туристическия сектор. Той пожела да работи с Министерството на туризма в по-тясна връзка по изсветляване на икономиката. Съобщи за липсата на разясняване сред потребителите на една от политиките на Министерството на финансите за повишаване на събираемостта – за правото при поискване на касова бележка и неиздаването ѝ да не се заплати стоката или услугата и даде пример с опита на Гърция, където пристигащите на летището в

Атина, в т. ч. и туристите, биват осведомявани за тази мярка. Така в Гърция само чрез този начин за самоконтрол на индустрията са събрани няколко милиарда евро.

Г-н Спецов сподели опасения, че с откриването на зимния сезон в курортите ще има същите нарушения. Той призова представителите на бранша да обърнат внимание на своите членове, че НАП отново ще извършва контрол и пожела да се намалят нарушенията. Сподели за обсъжданите предложения по ДДС и въвеждането на задължителни пос-терминали в заведенията, за личен опит като потребител с непредоставени касови бележки и липса на пос-терминал, за нежелателното затваряне на заведения и стигане до съдебни дела.

Г-н Спецов се обърна към министър Милошев, отбелязвайки минорния тон на изказването си, но и невъзможността да не засегне споменатите проблеми, защото те касаят и бизнеса, и контролния орган.

Г-жа Георгиева благодари на г-н Спецов и предостави възможност на министър Милошев да изрази отношение към изказването.

**Г-н Милошев** благодари на г-н Спецов за личното му присъствие и направи връзка с културното и историческото наследство, като се пошегува с твърдение “още от древните елини”, че когато НАП говори и боговете мълчат. Той увери г-н Спецов, че Министерството на туризма е на една страна с НАП, държавната хазна е еднакво важна за двете институции. Министър Милошев отбеляза обстоятелството, че туризмът е 100 % частна собственост и държавата може само да подпомага работата на НАП чрез препоръки към сектора. Той изрази учудване, че в голяма хотелска верига не е издаден касов бон, тъй като наблюденията от страна на Министерството над дейността на големите работодатели са за водене на устойчива политика по отношение на развитието на бизнеса, едно от което е да бъдат абсолютно изрядни по отношение на НАП, а нарушенията идват повече от малките сезонни обекти. Г-н Милошев потвърди мнението си за равенство на всички пред НАП и за важността на видимото присъствие на институциите с оглед превенцията, а не толкова на наказанията и призова НАП да подхожда с колегиалност, без това да е за сметка на строгостта и спазването на закона.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Милошев и даде думата на г-н Спецов за дублика по репликата на министъра.

**Г-н Спецов** обясни, че като член на НСТ е изложил изводите след направените от НАП проверки в изминалата година, поради съществената част на туризма във фискалната политика и значението на контролната дейност за повишаване на качеството на услугата за прииждащите туристи, подобряването имиджа на страната, което има значение за приходите при очакваните 20 милиона допълнителни средства за събиране през 2025 година.

**Г-жа Георгиева** добави към казаното от г-н Спецов, че представителите на браншовите организации нееднократно са се обръщали към Министерството на туризма за засилване на контролните мерки с разбирането, че явления като изнесените от изпълнителния директор на НАП вредят на образа на България и на следващи посещения от страна на вече привлечени туристи. Тя изрази общата тревога на Министерството и на браншовите организации от „сивия“ сектор, повтори съобщеното от министър Милошев създаване на Туристически Гаранционен Фонд за туроператорите с основна цел да изсветли немалка част от посредническия сектор – в полза на потребителите. Сред трудно решимите въпроси г-жа Георгиева включи тези за екскурзоводите, за планинските водачи, но потвърди съпадението на мненията между това на институцията и на туристическия бранш за важната национална

задача по изсветляването на туристическия сектор, имаща отношение към фиска и към образа на България по отношение на качеството на туристическа дестинация.

**Г-жа Павлина Илиева**, председател на УС на сдружение „Обединение Бъдеще за туризма“, благодари за дадената дума и се обърна от името на организацията, представена чрез няколко човека в залата, към ръководството на Министерството на туризма и към участниците в заседанието, за да подкрепи казаното от министър Милошев за нуждата от огромен разговор за туризма в т. ч. и за „сивата“ част на изходящия туризъм, който е предмет на тяхната дейност. Тя обобщи опита от работата с туроператорите, където много частни лица действат безконтролно и организацията няма подкрепа от институциите в противодействие на явлението и за необходимостта от законова рамка, поради което лично се обърна към г-н Спецов за започване на съвместни усилия и с Министерство на финансите за създаване на стандарт за финансовата част в туроператорската дейност. Г-жа Илиева изрази удовлетворение за подкрепата, оказана преди година и половина единствено от Министерство на туризма за направените с неимоверни усилия няколко крачки и за работата по Гаранционния фонд. Тя завърши като направи извода за нуждата от сядане на обща маса, за да се говори по нерешените въпроси и да се върви напред.

**Г-н Коларов**, председател на „Сдружение на заведенията в България“, започна изказването си с поздравление от името на Сдружението към ръководството на Министерството на туризма за начина на управление и със заявление, че с всички сили и законни средства ще защитават намалената ставка за ДДС, за която даде пример с 90 % от държавите в Европейския съюз, прилагащи диференцирана ставка в защита на туризма си. Той изрази несъгласие с разделянето на ставката за хотели и за заведения и съобщи събрани данни от различни институции за внесени от сектора през 2019 г. 440 млн. лв. преки и косвени данъци, а през 2023 г. при намалена ставка – 560 млн. и очаквани 640 млн. за 2024 година, като за „сивия“ сектор съобщи намаляване на относителния му дял от 50 % през 2019 година до 20 % през 2023 г. и упрекна Министерство на финансите, че не анализира след увеличаване на данъка колко обекта ще фалират и дали ще се запълни дупката от 18 милиарда в бюджета. Г-н Коларов завърши изказването си с предложение да предостави събраните данни на парламентарно представените политически сили с оглед вземане на информирано решение при гласуване на бюджета и пожела весели коледни празници.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Коларов и преди да предостави думата на господин Венев – председател на Българския туристически съюз (БТС), призова изказванията да се съсредоточат върху текущата втора точка по годишната програма за национална реклама, за да се премине кратко третата точка за междинната оценка по изпълнение на стратегията и след това в точка „Разни“ да се продължи дискусиата.

**Г-н Венцислав Венев**, по втора точка за програмата, посочи отсъствието на планинския туризъм като акцент в тази програма и набеляза знакови направления, в които да се развие този вид туризъм с предпоставки, каквито – освен Швейцария и Австрия, частично Франция – други държави в Европа нямат (такава мрежа от хижи). Той обясни разликата между т. нар. „БАЛКАНТУРИСТ“ - обекти и около 150-те обекта на БТС, намиращи се на голяма надморска височина, с труден достъп, защото на места доставките се правят само с коне, а сезонът е много кратък – не повече от 2-3 месеца в годината. Въпреки туристопотока в планината не може да се осъществи необходимия оборот за поддръжка на тези обекти, някои от които са с национално значение и без национална политика и подкрепа от държавата не

може да се осъществи тази поддръжка, както и на маркировките между забележителностите. Той завърши с поздравление към всички присъстващи с откриването на „зелените“ пътеки към Гърция и изрази надежда за продължаването към Гърция на достигащия сега до Гоцев връх маршрут Е4.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Венев и отново напомни изказванията да се съсредоточат върху текущата втора точка от дневния ред. Тя прочете реда за вземане на думата от следващите желаещи – г-н Панов, заместник-кмет на община Пловдив, г-жа Сийка Кацарова, г-н Йорданов, г-н Дочев, г-жа Стоева.

**Г-н Пламен Панов** благодари за възможността да говори в две качества – като председател на Тракийски туристически район и като заместник-кмет на община Пловдив. Той нарече „исторически ден“ влизането в Шенген с надежда за успешно справяне и изрази благодарност за случилото се в годината, когато министър стана г-н Милошев, предвид по-активното включване на общината в различните инициативи на Министерството на туризма, особено идването на ЕКТТА, проявата на конкурентност със Столична община като дестинации, възможността заедно с АБТТА и с МТ да се покаже хубавото лице на България. Той благодари за задълбочения анализ и амбициозната програма за 2025 г., като подчертавайки добронамереността си, отбеляза отсъствието на туристическите райони в програмата и заяви желанието на районите да имат активна роля и по-силна връзка с Министерството. Г-н Панов повторно благодари за изключителната програма и за задълбочения анализ и пожела хубав ден.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Панов и покани г-жа Кацарова.

**Г-жа Сийка Кацарова**, председател на Българския съюз по балнеология и СПА туризъм (БСБСПА) се обърна към ръководството на Министерството на туризма и членовете на НСТ и изрази мнение, че в политическата нестабилност на страната туризмът е политиката, чрез която преминават посланията за България навън. Тя поздрави Министерството за амбициозната програма, в която и БСБСПА е дал принос, пожела все така устойчиво да се представя страната навън и вметна, че сдружението от 18 г. работи за утвърждаване на България като целогодишна дестинация за здравен туризъм и целевите кампании на целевите пазари трябва да продължат. Г-жа Кацарова съобщи за пробива в Австрия, където със започналата през 2023 г. подкрепа на МТ, застрахователните компании са включили в своите каталози български сертифицирани медикъл СПА центрове, според Наредба №4 на министерствата на туризма и на здравеопазването, и така крайните потребители да имат по-добро отношение към България. Тя се съгласи с казаното от министър Милошев за нуждата от подкрепа за туризма и изрази надежда добрия диалог с МВнР да продължи за подпомагане на консулските служби, за да не се спират хора, които искат да дойдат и да си харчат парите в България особено с влизането в Шенген. Г-жа Кацарова обърна внимание на изключителния интерес от страна на Индия и други пазари, на необходимостта от целева кампания за пазар Израел, предвид започващите преки полети и увереността, че България ще бъде предпочетена дестинация. Тя съобщи за установената с помощта на МТ връзка с МЗ и подписаното споразумение с Българска болнична асоциация и Националната асоциация по физикална и рехабилитационна медицина да се включи и медицинския туризъм като част от портфолиото на здравния туризъм и посочи като пропуск в програмата, че нашите чудесни болници и чудесни дентални клиники не са известни, а в Берлин по време на КОВИД хотелите са оцелели благодарение на пациентите, докато много доброто здравеопазване в България никой не го

познава. Г-жа Кацарова се обърна към заместник-министър Георгиева за придвижване на работната група, благодари и пожела успех.

**Г-жа Георгиева** обясни, че се получават номинации от институциите и след събирането на пълният състав ще бъде предложено на господин Милошев да издаде заповед за създаване на работната група за медицински туризъм.

**Г-н Любомир Попйорданов**, председател на Управителния съвет на Сдружение „Планини и хора - асоциация на планинските водачи в България“, поздрави министъра, членовете на Националния съвет по туризъм и благодари на г-жа Ани Харалампиева за представеното. Той изрази задоволство от казаното в речта на министъра, но тъй като „големият разговор“ не се е състоял, предложи да се излезе от големия ресторант и хотел, където се провежда Съвета, да се отиде някъде с хората и да се даде достатъчно време и сили за такъв разговор. Той каза, че следи нашата туристическа реклама и вижда пазари, на които тя присъства, но има други, които са пренебрегнати, като пример е Франция. За отчетената в статистиката Испания той каза, че идващите от там туристи почти не отиват на море, а са насочени към културен и към приключенски туризъм, не точно за винен туризъм. Приключенския за първи път отсъства в представянето, а това е туризъм, който правят индивидуално пристигащите – за 2-3 дни отиват до 7-те езера и правят приключенски туризъм. Г-н Попйорданов призова, предвид отчетените 52,9 % от туристите, привлечени от планините, този вид туризъм да получи по-добра видимост в националната реклама и заради посоката, в която може да има ръстове и същевременно да спомогне за разсредоточаване на туризма в България, тъй като има места в България, които вече са искали това поради свръхтуризма, който носи и изключително неприятни последици. Той се върна към „големия разговор“ и постави въпроса за запазената марка, спомената в представянето – защото 4-те сезона ги има в почти всички страни в Европейския съюз и е важно да се изясни коя е нашата запазена марка. Г-н Попйорданов определи за огромна крачка напред рекламата по канали като BBC и други, но отбеляза обстоятелството, че всички те са англоезични, а френско-германското пространство липсва и е наложително да се използват съществуващите огромни перспективи, тъй като продължава да изостава като туристическа нация, докато Турция отчита приход от \$ 1000 на турист, а според очакванията България ще се бори за изключително ненеадекватното 1000 лв. на турист. Той завърши с призив да си поставим цел да осребрим подобаващо българското природно и културно наследство – защото сравнение €1000/\$1000 спрямо 1000 лв. не работи в наша полза при положение, че в приключенския туризъм пристигащите в България плащат много повече от €1000 на пътуване и следва това да е посока и в другите направления, за да стане България ценена не заради ниските цени, а заради своето природно и културно наследство и това, което хората в България носят като традиции, като история.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Попйорданов, изреди предстоящите изказвания и даде думата на г-н Георги Дучев от Българската асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели.

**Г-н Дучев** се обърна към присъстващите и след представянето на програмата за национална реклама зададе въпрос, който и членовете на асоциацията са задали към министерството, за размера на средствата по тази програма за 2025 г., предполагайки поради служебния характер на правителството, че парите се харчат месец за месец по тази наистина амбициозна програма.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Дучев и предложи след обсъждането по тази точка от дневният ред госпожа Хараламбиева, вероятно и министър Милошев, да направят заключителни изказвания и да отговорят на поставените въпроси. Тя даде думата на д-р Даниела Стоева – член на УС на Асоциация на българските туроператори и туристически агенти (АБТТА).

**Д-р Стоева** благодари за дадената дума и започна с поздрав от името на АБТТА към всички, допринесли за постижението България да бъде предпочитана дестинация на ЕКТТА. Тя подчерта правилността на подхода да се работи заедно чрез публично-частното партньорство за успеха в този проект, постигнат основно заради приложения подход, като изрази надежда такива събития да продължат, че това е всъщност смисленият и полезен разговор, а всичко останало са детайлите, които не са маловажни. По отношение на програмата за маркетинг и реклама тя заяви, че с разполагаемия от министерството инструментариум за управление на средствата за реклама и с предполагаемия бюджет, това е възможно най-доброто и поздравя дирекция „Маркетинг и реклама“, че са успели да осъществят прякото участие в дигиталните платформи. Д-р Стоева изрази радостта си от това, че е в ход нейно предложение за нещо, което ѝ е липсвало през всяка една година – взаимодействието между институциите по отношение на туристическия продукт и неговото маркетингване, особено в сферата на културния туризъм. Тя изрази предположение, че МТ и МК са в някаква институционална връзка, но според нея те не работят достатъчно задълбочено заедно за използване всички инициативи на Министерство на културата и даде пример с археологическите обекти, златни съкровища и не само златни, чието излагане в чужбина да се обвърже с презентации на дестинацията и представяне на туристически продукти – подобно на това, което АБТТА прави с БУБСПА за обвързване на термалните води с културното наследство. Според нея, така трябва да работят двете институции, за което е говорено многократно, но не се вижда нещо конкретно, макар да има доста за културния туризъм. Д-р Стоева би се радвала да се седне на пореден разговор между бизнеса и между двете министерства, за да се намери формата за използване на този богат ресурс. Тя изрази подкрепа за изказването на г-н Любомир Попйорданов по отношение на рекламата във Франция – за канал АРТЕ, където през годините са правили много добри филми за България и в един от тези филми е включено пътуване с парните локомотиви на България. Но тя сподели мисълта, че в последните пет-шест години имало никаква продукция за България и изрази надежда да се намери инструментариума да може и това да се случи.

**Г-жа Георгиева** благодари на д-р Стоева и съобщи за присъствието в залата на директора на дирекция „Стратегическо планиране“ на Министерския съвет – г-н Радослав Миланов, който е поканен във връзка с трета точка от дневния ред, а именно представяне на резултатите от извършена междинна оценка на Актуализираната Национална стратегия за устойчиво развитие и предвид неговите следващи ангажименти при напредващото време призова към кратки изказвания, за да се отдаде заслуженото внимание на тази немаловажна точка в дневния ред, произтичаща от задълженията на министъра по чл. 6, ал. 1 на Закона за туризма.

**Г-н Пампоров** предложи необходимият голям разговор за българския туризъм да се запише в годишната програма за 2025 година като изнесено съвещание на Националния съвет по туризъм – тридневно в к.к. Пампорово в края на месец март – и там да се проведат дискусиите, които се повдигат по малко, но все не достига времето. Той определи такава

събитие като епохално, защото не се е случвало в последните 20 години и следва Националният съвет по туризъм да заседава спокойно, както при създаването на Закона за туризма.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Пампоров. Тя сподели, че министър Милошев е възприел идеята и най-вероятно ще го каже в заключителните си думи, след което покани г-жа Амелия Гешева – заместник-министър на културата.

**Г-жа Гешева** благодари за общите усилия през изминалата година да се представи и популяризира българското културно наследство и българската култура, изрази увереност, че през следващата година амбициите ще бъдат още по-големи и работата ще бъде свършена още по-добре. Тя се възползва от случая да благодари на политическия екип от Министерство на туризма за подкрепата, получена мигновено при обявяването на новината, че България ще бъде домакин на 47-я Комитет за световно наследство през следващата година и изрази надежда за общи усилия на бранша, на държавната и общинска администрация за представянето на България по най-добрия възможен начин. Г-жа Гешева определи програмата като много, много амбициозна и поради краткото време за изказване отправи три предложения за предстоящия разговор към Министерство на туризма и към всички в залата. Тя отправи поздравления за програмата за образователните маршрути с надежда през следващата година бюджетът да бъде по-висок, за да може децата да се запознаят с наследството и да се подпомогне вътрешния туризъм. Г-жа Гешева сподели радостта от гледна точка на МК за излезлите от оценка интегрирани териториални инвестиции, където има много обекти на културното наследство и мерки, свързани с туризма, което означава, че държавата и всяка от общините или партньорите в тези проекти ще получат средства за реклама. Тя приветства представеното за общия бранд и за визуалната идентичност на дестинация България и предложи – ако има възможност – да се избърза да се слее с предстоящите регионални туристически продукти, които да се подсилват с общо съдържание и визия, за да може не малкото средствата за създаване на регионални туристически продукти да подкрепят общия бранд България. Г-жа Гешева разясни следващото си предложение за осмисляне на казаното за културния продукт, за новата Наредба за културния календар на България, надеждата за следващата година начинът на планиране на събитията да е в друг цикъл – да се знаят не в последния месец, не когато общините приемат техните културни календари, а доста по-рано и това тя представи като част от идеята за реклама: от една страна културен календар, от друга страна туристически програми на общините и от трета – на т. нар. ОУТР, не е известно какви средства те отделят за реклама и как това да стане част от общия бранд. Тя отново призова да се избърза с общата идентичност, лого и т. н., за да може всяка от общините и организациите да използва приетото на национално ниво и така да се завиши бюджета за реклама и фокусирана реклама от страна на всички заинтересовани страни също да подкрепи бранша.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-жа Гешева и даде думата на г-н Павлов, заместник министър на икономиката и индустрията.

**Г-н Павлов** благодари за дадената дума и за представянето на амбициозната годишна програма за 2025 година. Той определи туризма като важен сектор с голяма тежест за българската икономика, а новината за пълноценно влизане в Шенген – с благотворно влияние върху туризма, търговията, привлекателността на страната и по отношение на инвестициите. В програмата той отдели насочеността към Близкия Изток като особено удачна и потвърди установеното и в своята работа за интереса на инвеститорите от това направление към туризма

в България, където виждат възможности в много сфери в т. ч. и заради 4-те сезона при техния единствен сезон. Г-н Павлов заяви готовността българските служби по търговско-икономическите въпроси в различните краища на света, както и досега да оказват нужното съдействие за предлагането на нашия продукт, да се сътрудничи така, че България да развива утвърдените си пазари и да привлича и нови.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Павлов и използва възможността да благодари за добрата съвместна работа на Министерство на туризма със службите по търговско-икономически въпроси. Тя съобщи, че могат да се задават въпроси към присъстващите в залата всички директори на дирекциите в Министерството на туризма или да се правят предложения по последната точка от дневният ред. Г-жа Георгиева обяви приключване на дискусиата по втората точка от дневния ред и даде думата на заместник-министър Павлин Петров, в чийто ресор са маркетинга и рекламата.

**Г-н Петров** благодари на всички за търпението и присъствието, на целия бранш за постигнатия добър туристически продукт през 2024 година – видно от данните, инвеститорите в сектора полагат много усилия да привличат повече туристи и всички хотелиери, които се занимават със СПА индустрията надскочиха очакванията като направиха така, че за България се говори като СПА столица на Балканите. Относно установените някъде нередности от проверяващите институциите, както и за постъпилите в МТ, съответно препратени към институциите сигнали, той предложи да се направи среща по няколко основни точки в тази посока – недобросъвестност на собственика, нелоялна конкуренция, злепоставяне и работа срещу колеги или недобросъвестност на служители – и увери за готовност в Министерство на туризма заедно с министъра и съответните директори на дирекции да се съдейства за такава среща. Г-н Петров заяви разбиране към институциите, в т. ч. и при случаите, когато се налага да прилагат най-строгата мярка при установено нарушение, както и в противопоставянето на тези, задълбочаващи нелоялната конкуренция и поставящи в неизгодно положение хората, които си плащат данъците. За пос-терминалите г-н Петров разказа личен опит, че и в малки населени места такива има поради стремежът към предлагане на висок продукт. Относно липсата на тези устройства в определени места призова да не се прибързва със съответните мерки, преди да се установи причината – дали е у собственика, от софтуерен или друг проблем, от работещите, макар и повечето, според него, да са добросъвестни служители. За диференцираните данъчни ставки той обърна внимание, че през годините след законодателната промяна от 2020 година в хотелиерството, ресторантьорството и при туроператорите има повече инвестиции, подобряване на инфраструктурата, покачване на туристическия продукт, а и повече хора се осигуряват, сивата част подлежи на обсъждане, но се работи срещу нелоялната конкуренция. Г-н Петров указа това като тема за големия разговор за туризма, ако ще се привличат платежоспособни туристи. Той благодари на всички, работили за ЕКТТА и показали високото ниво на нашия продукт, за маркетинга и рекламата, сподели наблюденията си, че повече културни мероприятия повишават интереса на туристите, притока от по-далечни страни за фестивалите и други събития, покрай които разглеждат и много други неща, използват по-широка услуга от хотелската или храненето в ресторант, а печелят магазинчетата, съответната община, музей, църква и т. н. За приключенския туризъм той потвърди посещенията в летните месеци и туристопотока към зимните курорти и горите, съобщи за възложения от него анализ в тази посока. За диференцираните данъчни ставки заяви твърдо позиция, както и на МТ.



**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Павлов, обяви приключване на дискусиата по втора точка от дневния ред и се се обърна към г-жа Харалампиева за заключителни думи.

**Г-жа Харалампиева** благодари и предложи обичайния ред – да се даде време от две седмици за допълнителни предложения, те да бъдат разгледани при взаимодействие между страните, след което актуализираната версия с най-новите данни и статистика да бъде утвърдена със заповед на министъра на туризма и публикувана на институционалния сайт на Министерството.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-жа Харалампиева и по въпроса на г-н Дучев поясни, че разчетите за реклама по нейни сведения предвид общата картина, променливата и сложна обстановка се основават на бюджета за 2024 година, като отбеляза особеността за гласувания на МС бюджет на вносителя с основна задача – да бъде в рамките на 3 % дефицит, означаващ изключителни рестрикции по всичко.

**Министър Милошев** обобщи, че въпросът за бюджета е от всеобщ интерес и изразходването на средствата, средства за реклама, трябва да бъде максимално прозрачен и трябва абсолютно всички участници в този пазар да вземат отношение, да изкажат своите мнения, за да имаме максимален консенсус по отношение на средствата и да бъдат изразходвани по най-добрия начин.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-н Милошев и посочи, че приключва дискусиата по Втора точка от дневния ред и се преминава към Третата точка от дневен ред, а именно „Представяне на резултатите от извършена междинна оценка на актуализираната Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България за периода 2014 - 2030 година“. Г-жа Георгиева поясни, че възлагането на оценката е в изпълнение на задълженията на министъра на туризма за разработената Национална стратегия, произтичаща от чл. 6 ал. 1 на Закона за туризма, който гласи, че „министърът на туризма провежда държавната политика в областта на туризма, като разработва и контролира изпълнението на Стратегията“. Тя допълни, че междинната оценка може да бъде възложена от външен изпълнител/външен консултант, който е спечелил поръчка по Закона за обществените поръчки.

Г-жа Георгиева благодари на екипа на външния изпълнител, „Файв консулт“ ЕООД, който е положил големи усилия да изготви една добра и задълбочена оценка, но е срещнал много трудности, в това число и поради липсата на отзивчивост от страна на представителите на бранша, към които те са се обърнали за коментари и оценки.

Заместник-министърът допълни, че Министерството на туризма не споделя всичко от направените изводи в доклада за извършената оценка, но уважава мнението на екипа на изпълнителя като външно, независимо мнение.

Г-жа Георгиева поднесе извинение на г-жа Камелия Калоянова, управител на „Файв консулт“ ЕООД за забавянето в представянето на резултатите от оценката и преди да ѝ даде думата да представи резултатите от оценката посочи, че на заседанието е поканен и г-н Радослав Миланов, директор на дирекция „Стратегическо планиране“ в Министерския съвет на Република България. Тя допълни, че с тази дирекция сме работили много отблизо във всичките стъпки на процедурата, свързани с Националната стратегия, включително в момента се разработва и План за изпълнението ѝ.

Г-жа Георгиева добави, че тези дейности и действия изглеждат абстрактно, но като изпълнителна власт Министерството е длъжно да предприеме реални действия, за да може да

се положи наистина основата на това как конкретно да се работи в този дълъг времеви период до 2030-та година, какъвто е и периодът за изпълнение на тази стратегия.

**Г-жа Камелия Калоянова**, управител на „Файв консулт“ ЕООД, благодари за дадената дума и посочи, че ще опита да е по-кратка, тъй като темата за междинната оценка на стратегията е много голяма, какъвто е и докладът от оценката, който Изпълнителят е изготвил. Тя посочи, че ще засегне някои основни неща. Г-жа Калоянова допълни, че с радост иска да каже, че слушайки изказванията преди нея - на министъра, както и на дамата от министерството на туризма, е установила, че част от препоръките, които екипа на Изпълнителя е направил, вече се изпълняват, което за тях като външен екип е много удовлетворяващо.

Г-жа Калоянова посочи, че междинната оценка обхваща периода 2017-2022 година, като работата им е била концентрирана във втората половина на 2023 година, тоест вече година назад. Данните, които са използвали също са били към края на 2022 година, а те вече са различни. Методологията, която е използвана е била класическа методология за оценка. Включвала е методи за документален анализ, преглед на множество документи, статистически данни от НСИ и Мониторстат, Евростат и други източници, както и количествени и качествени проучвания. Количествените проучвания са проведени през септември - октомври 2023 година в периода между летния сезон и подготовка за зимния сезон. Интервюта и фокус - групите също са проведени в този отрязък.

Г-жа Калоянова благодари на тези от присъстващите, които са се отзовали и са се включили в качествените проучвания и в количествените, тъй като на тази база са изготвени резултатите от оценката.

Целите на оценката са били комплексни - да се оцени въздействието от изпълнението на Националната стратегия към края на 2022 година, да се оцени ефективността, ефикасността и икономичността на използваните ресурси, както и устойчивостта на постигнатите резултати и да се извърши оценка доколко стратегията продължава да бъде актуална от гледна точка на факторите на средата и предпоставките за изпълнение.

Като цяло, екипът на Изпълнителя е стигнал до заключение, че предвидените специфични цели, дейности и мерки са постигнати над 65%, като по различните стратегически цели има разлика. За периода, в който се е случвала оценката, 3 години преди Ковид и 3 години от настъпването на Ковид и кризата свързана с него, е имало много интересни тенденции и влияния. Заключение е, че въпреки кризата, Стратегията е изпълнена над половината по време на междинния период, което смятат, че е добро постижение.

По първата стратегическа цел „Създаване на благоприятна околна и бизнес среда“ се бележи много висока степен на изпълнение на целите, свързани с подобряване на взаимодействието между институциите, което се вижда и днес - различните институции разговарят помежду си. Констатирано е неизпълнение на дейностите, свързани с усъвършенстване на нормативната рамка и подобряване на околната и бизнес среда в сектора, както и необходимостта да се преосмислят дейностите, свързани с актуалните условия и промяната на средата.

По отношение на втората стратегическа цел „Развитие на конкурентоспособен туристически сектор“ оценката е умерена към висока степен на изпълнение на оперативните цели и мерките като са отбелязали частично неизпълнение на дейностите за подобряване на фирмените ресурси и повишаване на конкурентоспособността на индустрията. И макар и

насърчавани дейностите за сътрудничество между фирмите в сектора не постигат резултатите, които са планирани.

Стратегическа цел 3, която е свързана с позициониране на България на световния пазар, бележи умерена степен на изпълнение. С високо изпълнение са мерките за развитие на туристически продукти и подобряване на промотирането на дестинацията, дейностите по управление на маркетинга и ценовото препозициониране също се оценяват като умерени. Тук е идентифицирана необходимостта от разработване на маркетингова стратегия за дестинация България или бранд България и стратегия за развитие на националния туристически бранд, както и подобряване на качеството и персонализиране на туристическото изживяване.

Четвъртата стратегическа цел, свързана с балансирано развитие на туристическите райони е с умерена към висока степен на изпълнение, като основният успех е създаването на условия за устойчиво развитие на туристическите райони. Тези райони са създадени и срещат добра подкрепа на местно ниво. Основното предизвикателство е свързано с осигуряването на устойчиво финансиране за тях.

Г-жа Калоянова продължи, че нормативната уредба, свързана с туристическия сектор, се развива. Непрекъснато се полагат усилия и се постигат резултати за намаляване на административната тежест към бизнеса. ЕСТИ функционира и има подобрени условия за сигурност и безопасност на туристите в България.

Създадени са условия за запазване на конкурентоспособността в сектора. Развиват се специализираните форми на туризма. Особено добро развитие има на вътрешния туризъм, особено годините 2021 - 2022 година, а има и напредък в процеса на дигитализация в туристическия сектор.

Трудностите, които е регистрирал Изпълнителя, са свързани с пандемията от Ковид 19, последвалата криза, военния конфликт в Украйна, нестабилността във вътрешнополитически план. Тя посочи и невинаги достатъчната ангажираност на институциите, свързани с развитието на туризма и изпълнението на мерки и дейности от стратегията, тъй като стратегията е насочена към туристическия сектор, но тя е съвместно усилие не само на Министерски съвет и Министерство на туризма, но и много други администрации и институции.

Г-жа Калоянова допълни недостатъчно активното сътрудничество между бизнеса и образователните институции, което рефлектира при проблема с персонала в сектора. Сезонния характер на туризма също продължава да бъде предизвикателство. Транспортната инфраструктура също беше отбелязана като трудност или предизвикателство. Недостатъчната кадрова обезпеченост на сектора е един от основните проблеми, особено за някои части от сектора. Тя допълни, че се констатира недостатъчен бюджет за реклама на дестинацията, липса на целево финансиране за Организациите за управление на районите и много малкия експертен състав на министерството на туризма, което основно е ангажирано в изпълнение на Стратегията.

Г-жа Калоянова сподели акценти от количественото проучване сред различните групи в туристическия сектор по отношение на най-големите трудности и предизвикателства. Различните групи, които са анкетирани, са туристическите предприятия, местата за настаняване, туроператори, туристически агенции, екскурзоводи, планински водачи. Всички са отбелязали кризата с Ковид 19 на първо място като предизвикателство.

Второто по важност предизвикателство или трудност по отношение на местата за настаняване е бил недостигът на персонал. Туристическите агенции са отбелязали военния конфликт в Украйна, а сезонния характер на туризма е отбелязан от екскурзоводите и планинските водачи.

На трето място местата за настаняване са посочили сезонния характер на туризма, туроператорите - нелоялната конкуренция, а водачите и екскурзоводите - недостига на персонал.

Г-жа Калоянова представи графика, на която е показано изменението на показателите и индикаторите, които са използвали за оценка на въздействие. Тя допълни, че в Националната стратегия има голям раздел, който е посветен на мониторинга и оценката и включва доста на брой индикатори, които имат зададени базови стойности в началото на периода и целеви стойности - междинни и в крайния период. Екипът, извършил оценката е проследил тези индикатори, като почти навсякъде е отбелязан ръст. Рязък спад е констатиран след силната 2019 година. През 2020-та година във всички показатели е констатиран много голям спад, но след това доста добро покачване в повечето от показателите.

Г-жа Калоянова посочи, че само ще отбележи част индикаторите, като общия принос на туризма към заетостта. Като голям успех отчитат това, че заетостта в туризма е била запазена въпреки кризите. През 2020 година има лек спад, но тенденцията е равномерна, въпреки всичките предизвикателства с недостиг и трудност за намиране на персонал.

Известен спад е имало в показателя за удовлетвореност от сигурността в дестинацията, но данните са към края на 2021 година. Към момента има увеличение и там. Индикаторът за дела на възобновяемата енергия в брутно крайно потребление на енергия е бил с променливи показатели.

Г-жа Калоянова продължи като представи някои акценти от проучването сред туристическите предприятия и местата за настаняване, които смята че са важни: Тя обясни, че 3/4 от анкетиранияте от респондентите са посочвали, че имат сертификат за качество и най-вече такива по ISO 9001. Като дял от предлаганите туристически дейности местно производство, услугите заемат най-голям дял, над 90%, храните почти 50%, другите стоки и напитки около 20%. Около 1/3 от респондентите са споделили, че имат функционален достъп за хора с увреждания, а друга 1/3, че имат частичен или планират въвеждането на такъв. Туристическите предприятия използват собствено финансиране за подобряване на достъпа и за мерки, свързани с енергийна ефективност и опазване на околната среда. Над 60% от анкетиранияте са посочили, че предприемат мерки за борба или адаптация към измененията на климата, тема, която се е оказала много актуална при оценката, и основно мерките са били насочени към нискоенергийни системи, намаляване консумацията на енергия и на вода и разделното събиране на отпадъци.

Относно ефективността на изпълнение е измервано до каква степен са постигнати планираните цели. По отношение на благоприятната околна и бизнес среда за развитие на устойчив туризъм се отбеляза, че има конкретни резултати, свързани с нормативната уредба. Концепцията за устойчив туризъм е включена в стратегическите и планови документи, но инвестициите в подобряване на туристическа инфраструктура не са достатъчни по отношение на достъпност на дестинациите, достъпна среда и обслужваща инфраструктура. Нивата на дигитална готовност и трансформация на туристическия сектор остават под тези в

Европейския съюз. ЕСТИ е реален резултат, също обезпечаването на сектора с релевантна информация.

Отчетен е още един показател, изведен по отношение на обучените лица и управление на качеството в туризма и човешките ресурси, където изводите са, че е необходима още работа. По показателя за работните места в туризма - след малък спад през 2020 година работните места се запазват, което е постижение. Относно успешното позициониране на България на световните пазари, друга област на политика, се отчита, че са недостатъчно ефективни стратегиите за маркетинг и липса на единен национален документ за маркетинг и управление на бранда „Дестинация България“ и свързани с това препоръки. Мрежата от Туристически информационни центрове не се използва в достатъчна степен, въпреки големия потенциал за партньорства. Успешно се развиват различни форми на специализиран туризъм, има активна политика за привличане на инвеститори, но тя е в по-дългосрочен план и България все още не е достатъчно разпознаваема на външните туристически пазари.

По отношение на балансираното развитие на районите, успех е създаването на организациите за управление на регионите, но при фокус-групите, интервюта се споделят притеснения във връзка с устойчивото финансиране. В обобщение, което води към изводите за ефикасност, тоест доколко ресурсите са достатъчни, се стигна до извода, че Националната стратегия е един много голям амбициозен документ, с множество подцели, дейности и мерки и много скромна, ограничен финансов ресурс за изпълнението на тези цели. Също така се отчита необходимост от подобряване на взаимодействието между институциите и частните оператори в сектора и мобилизиране на допълнителни ресурси. Въпреки ниските нива на публично финансиране се постигат резултати. Това говори за икономичност и недостатъчни административни ресурси и най-вече капацитета, като персонал на Министерство на туризма и множеството задачи, които стоят пред тях.

По отношение на устойчивост на резултатите и необходимостта от визия на стратегията, всички групи, които са анкетирани и интервюирани, смятат, че рамката е адекватна, добре е да се запази общата рамка от визия и стратегически цели за развитие на сектора, но има известни условия за устойчивост, свързани с промяна на бизнес моделите в посока подобряване на качеството на продукта, кръгова икономика, дигитална трансформация, сигурност и безопасност на средата, подкрепа на предприятията за развитие на техния капацитет и намаляване на уязвимостта им, мерки за подобряване на инфраструктурата, разработване на механизми за кризисна подкрепа и подобряване на рамката за мониторинг, специфичните индикатори за туризма за проследяване.

Накратко научените уроци включват: Недостигът на персонал и отливът на специалисти в сектор „Туризъм“ затруднява изключително много устойчивостта и развитието на туризма. Нужно е да се насърчава бизнеса, за да се формира устойчиво бизнес поведение, концентрирани усилия за насърчаване на инвестициите и осигуряване на достъп до финансиране, и намаляване на сивата икономика в сектора. Нужен е и фокус върху въвеждане на системи за управление на качеството и околната среда и въвеждане на мерки за управление на климатичните промени. По отношение на успешното позициониране на България, разработване на маркетингова стратегия с дългосрочна ориентация и ясно дефиниране на отличителните качества на „Дестинация България“, планиране и осигуряване на адекватен бюджет за маркетинг на дестинацията и постоянно наблюдение и проучвания на адекватността и ефективността на средствата за маркетинг. По отношение на развитието на туристическите

райони е необходима институционална подкрепа и устойчиви механизми за тяхното финансиране и утвърждаване.

Отбелязване на най-важните въздействия: Отрицателни са пандемията с Ковид; кризата, свързана с военния конфликт в Украйна. Друго важно въздействие е рестартиране на интереса на българските туристи към вътрешния пазар, съпроводено с увеличенията в бройките и в индикаторите. Това катализира зараждащи се тенденции на повишено търсене. Индикаторите за 2023 година също го показват.

По отношение на действащите механизми за управление на стратегията трябва да се подобри механизма за мониторинг и проследяване на напредъка. Нужно е да се разшири обхватът на ЕСТИ, да се предложат механизми за управление на кризите в туризма, отчитане на индикаторите от други секторни политики, табло на туризма в България, и сътрудничество при проследяване обучението на кадрите в туризма, сътрудничество между съответните министерства и бизнеса.

**Г-жа Георгиева** благодари на г-жа Калоянова и отбеляза, че тази точка от дневния ред има информационен характер, като поясни, че резюмето ще бъде публикувано на страницата на Министерството на туризма. Тя допълни, че препоръките от оценката са взети под внимание при изготвянето на Плана за изпълнение на Стратегията в периода 2025 - 2026 година. Този план в момента се съгласува с министерствата. Към момента се получават предложения от институциите, към които МТ се е обърнало за предложения. Те също ще бъдат отразени в Плана и след като бъде комплектован, ще бъде изпратен на туристическия бранш, така че ще бъдат изцяло информирани за това какви дейности ще се изпълняват в периода 2025-2026 година, в изпълнение на Националната стратегия.

Тъй като темата оценка на стратегията, стратегията, действията ни - стратегически, тактически и въобще такива с по-дълъг хоризонт на действие, естествено ни водят към следващата точка от дневния ред, за която е записано като първо изказване - г-н Мартин Захариев, заместник-председател на Национален борд по туризъм.

**Г-н Мартин Захариев**, заместник-председател на Национален борд по туризъм, започна изложението си с факта, че Министерство на туризма тази година навърши десет години - един знаков юбилей и след почти пет години в мъртва хватка, благодарение на COVID кризата, последвалата война в Украйна и политически турбуленции в България за последните три години, най-накрая с удовлетворение сподели, че министерство на туризма се оглавява от Министър, в който има класа, мотивация, експертиза и представителност, за разлика от предходните негови предшественици, които управляваха това Министерство между 2020 и 2025 година, с едно единствено изключение - Илин Димитров. Г-н Захариев изрази адмирации и благодарност лично към министър Милошев и неговия политически кабинет, както и към администрацията, и представи четирите събития осъществени заедно от Националния борд по туризъм и МТ - голям форум за Бранд „България“, за международната свързаност и летищата, за дигиталната трансформация и за пазара на труда - все теми, които не касаят просто хотелиерите, а целия сектор. Изрази готовност и с дневен ред за 2025 година, с още календар от пет, шест нови събития, които ще представят на Министерството. По отношение на Националния съвет, г-н Захариев препоръча на Министерството от тук насетне да се провежда поне два пъти годишно, защото само веднъж годишно е голям дефицит и приветства предложението за тридневен семинар. По отношение на прозрачността на този форум, предложи да бъдат заседанията стриймвани с видеооборудване на страницата на

Министерство на туризма, защото много хора се вълнуват какво се говори тук, кой и какво казва. Той препоръча също да се говори повече за пари и политики, а не само да се правят отчети и в тази връзка се обърна към представителя на Министерство на финансите - г-жа Янева, да предаде на ръководството на министерството ако иска събираемост на този амбициозен бюджет, с още 20 милиарда отгоре, да се даде шанс на индустриите, които изкарват пари и плащат данъци. Според г-н Захариев, сега МФ налива в кухи системи, нересторни системи, социални, отбранителни и други, а трябва да се даде шанс на сектори като туризма, които изкарват парите. Г-н Захариев продължи изложението си, че ако се следва националната статистика, в този сектор работят 26 000 предприятия, юридически лица, с предмет на дейност „туризъм“, „ресторантьорство“, „хотелиерство“. Той допълни, че 26 000 юридически лица, на фона на 300 000 хиляди юридически лица в Регистъра, са 9%, но това не е точната цифра, защото само местата за настаняване са 22 000, ресторантьорите са още 20 000, още 5000 има туроператори, 1500 екскурзовода, заетите в сектора юридически лица и то директно свързани със сектор туризъм, във всичките му проявления са 48 000, близо 50 000, 50 000 от 300 000 юридически лица, данъкоплатци в НАП е 16%. Реалността - при 16% заети, около 350 000 със социален ефект, работещи в сектора във високия сезон, стигащи до половин милион. Г-н Захариев отбеляза, че за миналата година бюджета на МТ е 28,3 милиона, без съмнение най - бедния в структурата на Министерски съвет, което се явява 0.13 промила, сектор който по данни на Министерството на финансите е заложен като генератор на 8,3% от БВП, със свързаните индустрии до 12 – 13%. Г-н Захариев обърна внимание, че тук има някаква систематична колосална грешка, която трябва да бъде поправена, и помоли това да се предаде на г-н Дановски, служебния финансов министър и на премиера. Също така апелира за много по - тесни взаимоотношения между Министерство на културата и Министерство на туризма. По отношение на Националната стратегия, изрази уважение за свършения труд при изготвянето на междинната оценка, но отчете, че това е един документ, който не произвежда политики, защото зад него няма никакви пари и административен капацитет, както и че три години е пропуснато времето за законодателни инициативи и сериозна нормативна реформа, от която се нуждае сектора. Отбеляза, че всичко се е променило след 2022 г. в туризма, и трябва да се свършено нови бизнес модели, свършено нови маркетингови инструменти, същевременно са се наляли колосални пари в нашите конкуренти по Плана за възстановяване и устойчивост, а България е останала с нула лева.

Г-н Захариев отбеляза, че по отношение на дигитализацията, с експертите на министерството и с благоволенieto на г-н Милошев е създаден екшън план с бюджет от 4 млн. лв. за дигитализацията на Министерството, не на сектора, за големи бази данни, за ползване на инфо от големите глобални картови оператори, Mastercard и VISA и за присъединяването на академичната общност в това. По отношение на дигиталната трансформация - целият бизнес модел се е променил, и първото нещо, което трябва да се направи е да се дигитализира Министерството, да можем да направим регистрите, така да работят помежду си, че върху тях да се градят услуги с добавена стойност, с геолокация, с дигитален маркетинг и Bulgariatravel.org да приключи, а Националният туристически портал на България да се казва „VisitBulgaria.com“.

По отношение на консолидацията на сектора г-н Захариев, изрази мнение че във всички успешни дестинации функционира една единствена система - публично частно партньорство между Министерството и бизнеса, за създаване на DMO/Организация за управление на

дестинацията/, което означава секторът да участва в разходването на парите за реклама, а не дирекция с 8, 9, 10 човека да се справи с националната реклама на България. По този повод повдигна темата и за Бранд „България“, като препоръча Министерството на туризма да лидира този процес, защото именно туризма е лицето на България, но Министерството на туризма не може да се справи само а трябва на равна нога да участва Министерство на културата, Министерството на икономиката, Министерството на иновациите и растежа, Външно министерство. Това е колективна интелигентност, и предложи да се създаде една дирекция в Министерски съвет, отговаряща за Бранд „България“.

По отношение на туристическия данък, г-н Захариев се обърна отново към Министерство на финансите с предложение да се вдигне този местен данък през законодателна инициатива и това е начин, като не се дават пари в националния бюджет, поне да се дадат на местните общности.

В заключение, г-н Захариев каза, че решенията на НСТ трябва да стават задължителни за министъра за изпълнение, защото Консултативния съвет каквото и да реши, не е задължително.

**Министър Милошев** взе кратко отношение по думите на г-н Захариев, че е съгласен, че на Националния съвет по туризъм би следвало да се говори за пари и политики, защото политиките се правят с пари. И отново повтори, че в България липсва големия разговор за българския туризъм. И въпреки краткия времеви хоризонт на правителствата и съответно министрите в сектор „Туризъм“, хората, които работят са постоянни и трябва консолидация и единен глас, за да се решават проблемите.

**Г-жа Георгиева** благодари на министъра и на всички участници и заккри заседанието на Националния съвет по туризъм.