



Министерство на туризма
на Република България

ИНФОРМАЦИОНЕН БЮЛЕТИН

Министерство на туризма

Брой 70 / 14 февруари 2017

Информация за наемателите по действащи договори за наем на морски плажове – обекти изключителна държавна собственост

13 февруари 2017



Министерството на туризма уведомява наемателите по действащи договори за наем на морски плажове, по които срокът за плащане на годишни наемни цени е до 15.02.2017 г., че Националният статистически институт определи за 2016 г. средногодишна инфлация в % в стойност от $\pm 0,8$, с дефлация. Това означава, че дължимата

годишна наемна цена за 2017 г. следва да е в същия размер на годишна наемна цена за 2016 г.

Плащането на годишна наемна цена се извършва в срок, съгласно действащите договори за отдаване под наем морски плажове – обекти изключителна държавна собственост.

В тази връзка дължимите суми следва да бъдат внесени по сметката на Министерството на туризма в БНБ:

IBAN: BG71 BNBG 9661 3000 1171 01

BIC: BNBGBGSD

Съобщенията ще се приемат на следните e-mail адреси: Следва да се

Темите в броя

- Туризмът трябва да се превърне в национална кауза (прессъобщение)
- Туризмът трябва да се превърне в национална кауза (интервю)
- Министрите Стела Балтова и Пламен Узунов обсъдиха съвместни мерки за предстоящия летен туристически сезон
- Министър Балтова иска консенсус по проблемите в Закона за туризма
- Добра практика — Станете приятели на Сливен!
- Открий и сподели... Сливенски минерални бани (Джиновски бани)

има предвид, че за получаване на електронна фактура от Министерството на туризма за годишната наемна цена за 2017 г., трябва да изпратите актуален e-mail адрес и информация за № на договора, наемател, наименованието на плажа, общината и областта.

k.necheva@tourism.government.bg и g.mutafchiev@tourism.government.bg

За въпроси и информация за размера на наемните цени, може да се свържете с експерт от Дирекция „Управление на морските плажове“ на тел. 02/ 9046 879 и 02/ 9046 852.

В конгреса задочно се включи и Кармену Велла, еврокомисар по околна среда, морско дело и рибарство, който направи видеообръщение към делегатите и гостите. Той подчерта, че с помощта на иновациите могат да се открият много още възможности за развитието на съвременния туризъм.

Туризмът трябва да се превърне в национална кауза

12 февруари 2017



Туризмът трябва да се превърне в национална кауза, това е сектор с потенциал за най-голям принос за brutния вътрешен продукт, заяви министърът на туризма Стела Балтова в предаването „Седмицата“ на Дарик радио. По думите ѝ, тази кауза е възможна само с работа с оперативни цели, при ясно очертана стратегическа визия за развитието на туризма у нас. Това е свързано в краткосрочен план с един нормално протичащ зимен и летен сезон, както и продължаване на политиките и създаване на предпоставки за нови, осигуряващи качествена туристическа услуга и обслужване. Тя заяви, че ще работи с нейния

екип в тази посока.

На този етап зимният сезон се развива успешно. Налице е 19% ръст на чуждестранните туристи през м. декември спрямо декември 2015 г. През месец декември има ръст от 58% на туристите от Полша, 46% повече от Германия, от Русия 10,6%, от Великобритания са с 33%, от Гърция е 27%, а от Турция 15%.

Туризмът трябва да се превърне в национална кауза, това е сектор с потенциал за най-голям принос за brutния вътрешен продукт, заяви министърът на туризма Стела Балтова в предаването „Седмицата“ на Дарик радио. По думите ѝ, тази кауза е възможна само с работа с оперативни цели, при ясно очертана стратегическа визия за развитието на туризма у нас. Това е свързано в краткосрочен план с един нормално протичащ

зимен и летен сезон, както и продължаване на политиките и създаване на предпоставки за нови, осигуряващи качествена туристическа услуга и обслужване. Тя заяви, че ще работи с нейния екип в тази посока.

На този етап зимният сезон се развива успешно. Налице е 19% ръст на чуждестранните туристи през м. декември спрямо декември 2015 г. През месец декември има ръст от 58% на туристите от Полша, 46% повече от Германия, от Русия 10,6%, от Великобритания са с 33%, от Гърция е 27%, а от Турция 15%.

Очакванията са за добър летен сезон. Ранните записвания и резервации са с добър старт. България ще участва в над 45 изложения с единна визия с фокус върху културно-историческия туризъм, като включително ще промотира Пловдив като културна столица на Европа през 2019 г.

Стела Балтова коментира и световните тенденции за ръста на краткосрочните пътувания, които имат своето развитие у нас.

Ние трябва да имаме готовност да посрещнем един такъв турист по най-добрия начин, тъй като той ще остане в България за по-кратко време. Туризмът в четири сезона може да бъде постигнат ако успеем да насърчим този турист отново да се върне. Такива посетители се интересуват от друг вид туризъм. Не е задължително да идват за ваканция на морето или на ски. Те искат да видят културно-исторически забележителности, да посетят опера, балет, спортни събития. Ние трябва да имаме подходящи продукти за тези посетители, допълни тя.

С оглед на това, Министерството на туризма организира два форума по време на откриващата се на 15 февруари 2017 г. в София Международна туристическа борса „ВАКАНЦИЯ СПА/ЕКСПО“: „Краткосрочните пътувания – предпоставка за туризъм в четири сезона“ и „Как нискотарифните компании променят търсенето и предлагането?“

Осигуряването на спокоен летен сезон е свързано с доброто стопанисване на плажовете и осигуряване на здравна грижа. Неохраняемите плажове са 97, до 31 март ще бъде ясно кои ще останат такива, стана известно от участието на служебния министър на туризма Стела Балтова в предаването "Седмицата" по Дарик радио. По думите на Балтова целта е да се облекчи тежестта на държавата и да се осигурят добре почистени и добре поддържани плажове. Към момента има действащи 49 договора за концесии. По пет предстои да бъдат подписани договори, а по три има подадени жалби, каза Стела Балтова. Министерството на туризма ще осъществява контрол, съгласно правомощията си върху изпълнението на концесионните и наемни договори.

Туризмът трябва да се превърне в национална кауза

11 февруари 2017

„Седмицата” на Дарик радио - 11.02.2017 г.

Водещ: Министърът на туризма Стела Балтова в „Седмицата” на Дарик радио. Здравейте.

Стела Балтова: Добър ден.

Водещ: Какво искате да свършите в туризма за мандата от три месеца, който се очаква, ако междувременно не стане шест или девет? Но с хоризонт три месеца какво искате да свършите?

Стела Балтова: На първо място, искам да убедя всички, че туризмът трябва да се превърне в национална кауза и той е сектор, който има сериозен потенциал за най-голям принос в БВП. За тази цел обаче, за да убедя заинтересованите страни в това, ще трябва да бъде свършена работа, която в краткосрочен план може да бъде постигната само с оперативни цели. За тази цел аз имах вече възможност да се срещна с представителите на туристическия бизнес – над 30 представителя на туристически организации, също така се срещнах с представителите на медиите, пред които обявих своите приоритети и оперативните цели, чрез които ще постигна тези приоритети. А именно, на първо място, като осигуря един нормално протичащ зимен и летен сезон. И на второ място, като успея да продължа политиките, и разбира се, създам предпоставки за нови, които да осигурят качествена туристическа услуга и качествено туристическо обслужване като цяло както на административно ниво, така и от страна на бизнеса. За тази ...

Водещ: Колко?

Стела Балтова: Да.

Водещ: Дайте да минем сезон по сезон. Зимния сезон - колко туристи очаквате да има в България тази зима?

Стела Балтова: Очаква се един много добър, успешен туристически сезон. Все още не разполагаме с данните за месец януари 2017 г. Тъй като не са публикувани от НСИ. Но за сметка на това тези, които имаме към декември месец показват едно увеличение с над 19%. Което е наистина успешно. И в двата ни курорта с национално значение – и на Боровец, особено на Боровец, в някои от местата за настаняване имаме над 50% увеличение. Миналата седмица бях в Банско, включително проведох среща и с кмета, и с други лица от бизнеса. Почти нямаше незаето място. Може би всички дори места бяха заети.

Водещ: А от къде идва ръстът, от кои държави?

Стела Балтова: Това е, основните ...

Водещ: Или от България?

Стела Балтова: Мога да кажа основните ни пазари и ръстовете от тях. Това са Гърция, от където имаме 27% ръст, от Румъния зимния туризъм нямаме чак толкова висок ръст – той

е 9%, от Турция е 15%, от Великобритания имаме ръст от 33%, от Германия имам ръст от 46%, което е фантастично просто към този момент. В действителност и природата беше щедра към нас тази зима, безспорно. Полша също е интересен пазар, който се развива много динамично, включително и за зимен туризъм. Защото ръста, който наблюдаваме за декември е 58%. Което предполага да бъдат, така да бъдат насърчени туроператорите за все по-голямо предлагане и на зимен туристически продукт на този пазар. Освен това, интересно е, ако погледнем и данните за летищата – какви са, всъщност информацията, която получаваме, включително и от летище София, там ръстът на изпълнените полети през зимния сезон миналата година, ръста от миналата година е над 35%. Което означава, че можем да очакваме успешен туризъм, без да е зимен туризъм, включително и към София. Една от нашите, също така, ако погледна от маркетингова гледна точка, София за нас също представлява интерес – тя да бъде промотирана като възможност за спортен туризъм. В момента, както знаете, има си поредната купа. Миналата седмица имаме в Банско Световната купа по сноуборд. Изобщо този зимен сезон е характерен също така и със спортни събития. Спортният туризъм се развива паралелно с останалите форми на туризъм.

Водещ: Какъв е делът на лоу-кост полетите, които станаха по-чести до София в този ръст на софийското летище, според вас?

Степа Балтова: Няма точна информация за техния дял. Но със сигурност тенденцията е към нарастване на полетите на лоу-кост компаниите. И не само това, не само на тези две летища, не само на летището в София, но също така на Варна и Бургас. И това за нас е една много интересна тенденция, която предопределя влияния, които настъпват върху предлагането и търсенето на туристическата услуга у нас.

Водещ: Лоу-кост полет не значи ли и лоу-кост хотел, лоу-кост ресторант? Не означава ли, че тук идват по-евтини туристи?

Степа Балтова: Не. Не бих желала задължително да ги свързвам с това, че идват по-ниско платещи туристи, в никакъв случай. По-скоро бих желала да насочим вниманието, и ние вече го започнахме, да насочим вниманието към това, че лоу-кост компаниите насърчват краткосрочните пътувания. Тоест идване, да дойдат в България, уикенд пътувания, но също така и с малко по-широк диапазон във времетраенето. Апропо, ние имаме, правим проучвания на руския пазар включително и там се оказва, че вече тенденцията е към намаляване от 14-дневни пътувания към 7-дневни, 6-дневни, които разбира се също могат да бъдат в далечна перспектива разбира се, свързани с лоу-кост компаниите. В момента те са по-скоро други пазари, които оперират в България. В резултат на тези сериозни тенденции, които ние проучваме, в момента сме в етап на изготвяне на един много сериозен стратегически анализ на туризма, който ще бъде в основата на актуализирана нашето стратегическо виждане за развитието на туризма до 2030 г., се установява точно това, именно ръста на краткосрочните пътувания...

Водещ: Какво променя това? Какво трябва да промени Българи, за да може да посреща туристи, които идват за един уикенд или вече ще стоят по-малко от седмица, вместо две?

Степа Балтова: Това може да го разгледаме в два различни аспекта. Първо, че ние трябва да имаме готовност този турист да го посрещнем по най-добрия начин, тъй като той ще остане за много кратко време.

И трябва да осигурим такива условия, че да го насърчим той да има повторно пътуване у нас. Втората посока, в която можем да разглеждаме тези краткосрочни пътувания, е това, че туристите идват вече за друг вид туризъм. Тоест не е задължително да дойдат само на ваканция, за ваканция на морето или за ски туризъм...

Водещ: Сега искат да видят нещо?

Стекла Балтова: Да, те искат да видят културно-исторически забележителности, искат да посетят опера, искат да посетят балет. Кое е нещо коренно различно от настоящото, което ние предлагаме. Тоест ние имаме едно много интересно, иновативно диверсифициране на нашата туристическа оферта, към което трябва да насочим вниманието си. И с оглед на това седмица, тази, която предстои, на 15 март, следобед в 16 часа, Министерство на туризма е съорганизатор на най-голямото международно туристическо изложение Ваканция и СПА. Бих желала да покана и Дарик, разбира се.

Водещ: Това е в Интер Експо Център.

Стекла Балтова: Интер Експо Център. Защото свързвам го с ...

Водещ: Миналата година са участвали 380 фирми, 22 страни. В смисъл, никак не е малко това изложение.

Стекла Балтова: Тази година, да, ще бъдат над 25 държавите, които ще участват. Освен това за първи път ще имаме нови изложители от Малдивите, Грузия и Албания, което е нещо много позитивно за интереса, който имат към нашия пазар. Само обаче ще направя още една референция към краткосрочните пътувания. С оглед на тази тенденция, която ние извеждаме и тя ще се превърне в част от нашата бъдеща маркетингова и туристическа политика едновременно с това, която в диалог с туроператорите, с хотелиерите ние ще насърчим да се развива. Правим форум, ние ще направим два форума, за които сме поканили представители на бизнеса, които да участват и като, така, като говорители, които да вземат участие, като спийкъри, единият форум е как нискотарифните компании променят търсенето и предлагането. Очаквам, че в действителност ще откликнат на нашата покана и Албена, и Фрапорт, с които имаме вече преговори. Председателят на АБТА, на БАТА, това са хора, които знаят как се правят този тип пътувания, имат вече своя първоначален опит и с туристическата индустрия ние ще го споделим. Защо точно тогава го правим? Това изложение всъщност е, бих могла да го нарека един празник на туристическата индустрия, тъй като участват всички, почти всички големи изложители, големи туроператори, но също така и по-мъничките в България, които имат възможност да се представят с разнообразна, фантастични програми, нови програми. И нещо, което държа да отбележа е, че в изложението ще вземат участие 51 общини. Защо държа да го отбележа? Затова, защото общините ще участват със собствен бюджет. Те не са подкрепени от европейски проекти. Тоест те считат, че наистина това е мястото, където те първо ще представят своя туристически продукт, а едновременно с това ще генерират, те го чувстват като място, в което наистина ще получат нови знания и ще успеят да направят контакти, които да им осигурят бъдещо развитие на бизнеса.

Водещ: А какво участие през мандата ви се очертава на България в международни туристически изложения извън България?

Сте́ла Балтова: Имаме няколко, които текат в момента. Току-що колеги се върнаха от изложението в Турция, където спечелиха наградата за най-атрактивна туристическа дестинация. И щандът ни беше оценен високо. Върнаха се току-що от Израел, Белград, бяхме в Испания. Тепърва предстои участието ни всъщност на най-голямото туристическо изложение в света – Ай Ти Би в Берлин. По време на изложението ще подготвим, организирали сме среща на българските туроператори-участници в изложението с техни контрагенти от немския пазар. Едновременно с това държа да отбележа, че изложението ще бъде, нашият щанд ще бъде разположен на 450 кв. м. – фантастична възможност да представим различни аспекти от нашия туристически продукт. Разбира се, имаме и много други изложения. Следващото голямо изложение са двете големи изложения в Москва. Москва, изобщо руският пазар е приоритетен за нас. Ще продължим да работим настойчиво и с последователни усилия на този пазар. В Германия се представяме като специализиран и масов туризъм. Руският турист е доста по-различен от германския. Той се интересува, не се интересува, интересува се, разбира се, от масов туризъм. Но едновременно с това, както вече споделих, се интересува от по-краткосрочни пътувания, интерес към културно-историческите събития също се проявява от страна на руския пазар. Но това, което е важно да знаем и национално ниво, и туроператорите, че държавата в лицето на Министерство на туризма особено внимание ще отдели в своята политика и маркетингова дейност към съседните пазари. Защото това са пазарите, които са потенциал за генериране на ръст. Конкретно например мога да ви дам веднага един пример – в момента подготвяме, съвместно включително и с подкрепата на нашето посолство в Букурещ, подготвяме в края на месец март b2b форум, конкретно за туризма в Букурещ. Румънските туристи отделните, че имат може би последните вече 8-9 години има константни ръстове, с изключение веднъж – през 2009 или 2010 г. имаше лек спад. Константен ръст. И те са номер едно като дестинация за входящ туризъм за България. Освен това те са целогодишни. Целта ни е действително страната да се превърне в една целогодишна туристическа дестинация, която обаче да се предлага с единна визия и едновременно с това да въвежда иновативни методи както в своя бизнес в генерирането на своя туристически продукт, така и в своето маркетингово представяне. И аз с колегите от туристическия бранш, с който започнах много активен диалог, освен този, който беше, който заедно направихме миналия понеделник, тази седмица продължих със срещите си, дискутираме теми, които са свързани изключително приложения на дигиталните технологии в маркетинга на българския национален туристически продукт. И аз се надявам, че когато го обсъждаме, когато имаме визия, ние ще успеем да го постигнем.

Водещ: Как продължава търсенето на най-доброто ново лого на България? Вие ще се занимавате ли с този въпрос?

Сте́ла Балтова: Темата е много интересна, много чувствителна, много предизвикателна. Считам, че логото е част от цялата визия на държавата и не трябва да го разглеждаме като отделен компонент и да се концентрираме само върху него, да се фокусираме. От тази гледна точка, моето виждане е, че по-скоро трябва да се обединим около единна визия по отношение на онова, което е най-характерно и с което в действително ние искаме да свързваме туристическия облик и облика на България като цяло. Ако имаме това обединение, тогава ще успеем...

Водещ: Е, според вас, вие какво слагате на масата? Според вас, кое е българското нещо?

Степа Балтова: Аз не съм единственото лице, което може да каже – това ще бъде логото на България. Но ако искате нещо лично, в смисъл съвсем свое да кажа, аз действително считам, че можем да продължим да развиваме визията си за българската роза.

Водещ: Всъщност това България го прави... Ето, Алеко Константинов разказва как Бай Ганьо обикаля с розата из Европа.

Степа Балтова: Това е моето виждане. Освен това тя може да бъде транслирана в много други политики. Защо? Защото първо, туризмът – това е една интердисциплинарен бизнес. Той е социален, тоест свързан е с всеки от нас, едновременно с това туристическият бизнес, формирането на самата туристическа услуга е свързана с абсолютно всички други политики. От гледна точка на това, от тази гледна точка аз считам, че ако се избере символ, примерно както говорихме, както казвам розата, тогава ние бихме могли да транслираме този бизнес в другите бизнеси, този символ, извинете, в другите бизнеси – и в хранително-вкусовата индустрия, и в транспортната...

Водещ: Аромати.

Степа Балтова: Да, в много различни. Бихме могли да привлечем инвестиции в този сектор.

Водещ: Как ще изглежда рекламата на България през 2017 г.?

Степа Балтова: Рекламата на България през 2017 г. е единна. Тя е свързана с промотиране на културно-историческия ни туризъм. Едновременно с това по време на големите ни изложения, също така и по време на Ваканция, ние инсистираме върху това, че Пловдив ще бъде културната столица на Европа през 2019 г. Оферираме и това, че София е дестинация за спорт. И паралелно с това, както ви казах, говорим и за дигитални възможности. По време на изложението сега Ваканция ние ще представим едно приложение – Love Bulgaria, в което са включени 100-те национални туристически обекта. Освен това, още през месец май моята задача, вече съм го обсъдила с екипа и го разговарях, обсъдих и с бизнеса, е още през месец май да очертаем визията ни за следващата година, за нашето национално туристическо представяне в областта на маркетинга. И съм убедена, че ще го направим, ще успеем.

Водещ: А ще има ли реклами в световни телевизии? Или ако пък целта е околните пазари, в румънските телевизии да върви реклама на България, така както българите впрочем гледат и слушат реклами на Турция, на Македония?

Степа Балтова: В момента проучваме възможностите за такива реклами. И в момента, в който сме готови, разбира се, ще започнем и това.

Водещ: А какво става със съвместните проекти със съседни държави? Защото ако България ще развива и краткосрочния туризъм, някой, който идва за два-три дни, той много близо ще му е до акъла да иска да съчетае две-три държави да види в района.

Сте́ла Ба́лтова: Това е една мечта все още, бих могла да кажа, тъй като нямаме конкретни сериозно разработени туристически продукти. За сметка на това имаме разработени културни маршрути, които могат да бъдат разширени и да включат и съседните държави. Паралелно с това, в министерството се работи в момента и започват да се разработват проекти по други програми – по програми, които са финансирани от ЕС - с Турция, с Румъния. Също така започваме проект Еден, който за отлична европейска дестинация. И с този проект всъщност ще разкрием малко познати наши културни дестинации, които ще започнем да оферираме. Именно нашата задача е да започнем да ги оферираме именно на съседните пазари. Това, разбира се, ще стане може би чак в края на настоящата година.

Водещ: Ще има ли развитие по време на краткия ви мандат на казуса с втория лифт на Банско?

Сте́ла Ба́лтова: Не считам, че ще мога да отделя достатъчно време, за да дискутирам тази тема. И освен това, считам, че това е национален казус. Тоест той не е само в приоритетите на Министерство на туризма. Така че ...

Водещ: Мислите, че служебното правителство не трябва да се занимава с този въпрос?

Сте́ла Ба́лтова: Не бих могла да кажа аз дали трябва да се занимава или не. Не е на дневния ред...

Водещ: А вие какво мислите по този спор?

Сте́ла Ба́лтова: Това, което считам...

Водещ: Той впрочем е по-голям спора, навсякъде го има – между еколози и предприемачи, хората, които искат да се развива туризма, да идват много туристи, други, които казват: „това унищожавя природата“.

Сте́ла Ба́лтова: Това, в което съм убедена, че ще бъде намерено добро решение, за да се разширят възможностите за ски туризъм там. Това, което съм убедена, че ще се случи. Каква ще бъде перспективата – дали ще бъде много краткосрочни, или по-дългосрочна, не мога да ви дам уверения. Но се надявам да намерим много добро решение. Важно е за България.

Водещ: Колко туристи очаква България това лято?

Сте́ла Ба́лтова: Приблизително 9 млн. Малко по-малко от 9 млн.

Водещ: Това означава ли ръст спрямо ...

Сте́ла Ба́лтова: Да, очакваме ръст около 15%. ... да ви уверя, че в момента имаме все още някаква информация за предварителните записвания. И не бих желала да съм толкова конкретна в цифрата, която очакваме. Освен това, аз казах и обещах, че през периода, в който ще работя, аз ще работя за качеството на туристическата услуга, защото съм убедена, че с неговото подобряване ние ще успеем да повишим цифрите, към които имаме интерес – именно от една страна броя на не само на чуждестранните, но и на българските туристи, и едновременно с това другата цифра за постъпленията в платежния баланс.

Водещ: Как ще изглежда руският пазар през тази година? Миналата година имаше много руснаци. Но някои го обясняваха с това, че Путин ги спря да не ходят в Турция заради скарването покрай сваления руски самолет. Сега като се сдобриха Путин и Ердоган, какво ще стане с руските туристи в България – ще станат ли по-малко?

Сте́ла Балтова: Аз тук само ще отбележа нещо, което беше интересно. Само преди няколко дни група директори на руски туристически агенции бяха в България, за да се запознаят основно със зимните курорти. Това бяха гости от Москва, от Санкт Петербург, от Астрахан, от Клин, тоест от дестинации, които значително по-малко посещават България. Състоя се една кръгла маса с представителите на българския бизнес. Но това, което е интересно, че когато ние говорим за туризъм, в интерес на истината ние не разглеждаме тези политически аспекти в такава дълбочина, в която вероятно вас ви интересуват. Ние по-скоро разглеждаме по какъв начин бихме могли ние да удовлетворим търсенето на руския турист и дали успяваме да осигурим достатъчно превози за туристите, дали успяваме да ...

Водещ: Имате предвид самолет да има, чартъри, да им е изгодно.

Сте́ла Балтова: Да, именно това. Въздушни превози.

Водещ: Казват обаче, че конкурентите...

Сте́ла Балтова: ... заради увеличениния туристопоток.

Водещ: ... конкурентните държави на България примерно дават по-изгодни такси на летищата, освобождават ги или държавите ги покриват, че примерно да кацне един руски самолет в България с туристи излиза по-скъпо и туроператорите имат по-голям интерес да идат в Турция или в Гърция, че там са по-хитри от нас.

Сте́ла Балтова: В известна степен може да се каже, че българският туроператор и изобщо българският бизнес е така леко ощетен от тази гледна точка, защото това е вярно като информация, което давате. Убедена съм, че преговорите, които по принцип постоянно се провеждат, ще могат да доведат до облекчаването на режима за руски туристи. Но това е само една европейска политика, не е само зависима от нас конкретно.

Водещ: Турците са свободни примерно държавата да плати на летищата. А в България влизаме в някакви европейски регулации за помощи.

Сте́ла Балтова: Турция известно е, че плаща 50% от таксите. Но тя не е най-добрият пример в момента, нали ...

Водещ: Да, те заради политическата обстановка.

Сте́ла Балтова: ... на дестинацията ...

Водещ: А с визите ще има ли някакви промени това лято? Нещо работите ли по тази тема?

Сте́ла Балтова: Към момента не се очакват допълнителни визи. Предстоят ни срещи, вероятно ще инициирам среща и с министъра на външните работи по този въпрос. Както апропо, за нас и за мен, разбира се, като ръководител на институцията в момента е изключително важно летният сезон да бъде осигурен, имам предвид да има сигурност на туристи-

те, също така да има осигуреност за тяхното здравеопазване. И затова през тази седмица инициирах среща с министър Узунов, министъра на вътрешните работи, в която среща обменихме информация именно за достатъчност и за осигуряване на достатъчен брой полицаи, които да осигурят спокойните посещения, спокойния престой и на българските, и на чуждестранните туристи. Обсъждахме въпроси, свързани с това дали ще има подкрепа от други страни, например от Румъния, както е имало, дали ще има достатъчно езикова подготовка на нашите, на полицаите, които да помагат...

Водещ: Той какво ви каза? Нашите полицаи по морето знаят ли английски?

Стекла Балтова: Да. Увери ме министър Узунов, че можем да разчитаме на конкретни действия от тяхна страна, които да подобрят тази ситуация и че ще имаме спокоен летен сезон от тази гледна точка. Апропо, той целогодишно трябва да има такова осигуряване, което се прави. Едновременно с това в края на този месец, 27 януари ние ще проведем Националния съвет по туризъм в Бургас и по време на това посещение аз ще направя и конкретни разговори в тази посока, включително с Гранична полиция по морето, за да мога да бъда убедена, че още в началото, още в зимния сезон преди въобще да говорим за някакво начало на лятото, ще бъдат предприети всички мерки, за да можем да гарантираме сигурността на туристите. Защото това е много чувствителна тема, особено в този период, в който в исторически план попадна света.

Водещ: Какво става с концесиите на плажовете, за които вие отговаряте?

Стекла Балтова: Да, отговарям, тъй като от миналата година те са, отговорността за плажовете е на министъра на туризма. Тъй като ме питате по тази тема, мога да реферирам няколко цифри, за да може ...

Водещ: Колко плажа има, колко са с концесионери, колко са без?

Стекла Балтова: Да, към края на месец март, към 31 март ще мога точна информация да дам за тези, които остават, за които държавата няма да може да се погрижи. Но цифрите, които към момента, с които мога да ви запозная, че действащите договори за концесия са 49, стартирани са били, тъй като по мое време не съм стартирала и не възнамерявам да стартирам такива – стартирани са осем броя концесионни процедури, от тях шест са приключили с РМС, с решение на МС, от тези процедури имаме пет, които са в процес на, така, които не са обжалвани и са в процес на сключване на договорите. Действащи договори за наеми имаме 63. Предстои да бъдат сключени още два договора за наем. Предстоят тържни процедури в течение на месец февруари за още 10 плажа. Неохраняемите плажове за 2016 г. са 97. Както вече ви казах, към 31 март ще мога да дам информация. Тогава ще бъде издадена и моята заповед кои ще останат неохраняеми. Но със сигурност броят им за 2017 г. ще бъде по-малък. Защото моята задача и на екипа на Министерство на туризма е да облекчим тежестта на държавата и едновременно с това да осигурим плажовете да бъдат много добре почистени, добре поддържани. За тази цел ние ще организираме и постоянно ще действат контролни групи, които да осъществяват перманентен контрол на плажовете. Като цяло също така е интересно и хубаво да знаем, че всички плажове в България, бройката на плажовете е 237. Това е състоянието в момента.

Водещ: Нещо ще се промени ли тази година? Хората се оплакват – има ли гарантирани

свободни места без да плащат, че е скъпо. Текат всяка година сравнения – как е в Гърция, как е в Турция, колко по-скъпо трябва да платиш, за да идеш на плаж в България.

Сте́ла Балтова: Действащите концесии са си действащи. Те ще си останат на тези нива. Новите, които както ви казах, тези, които не са обжалвани, ще бъде сключен договор, в действителност цените, които има за тях, са по-ниски от досега съществуващите. Другите, които са в процес на обжалване, за тях не мога да кажа въобще какви мерки към този етап ще бъдат предприети, тъй като решението са процедурни и са на съда. Но се надявам, че ние поне ще работим в посока да има удовлетворение на всички желаещи да посетят и да се възползват от богатството плаж. Инициирала съм също така проучвания и по отношение на тази тема. Включително и по време на изложенията ще извършваме проучвания за посетителите за тяхното настроение по отношение на тези фактори, които вие очертавате и се надявам наистина сезонът да бъде не само успешен, но той да бъде свързан с постигане уелбийнг на туриста, който посещава България.

Водещ: Повече или по-малко са българските туристи в самата България? Миналата година имаше големи спорове за това добре ли е да си останеш в България на море, а да не отидеш в Гърция, или пък, че тук това, което получаващ, е скъпо и не толкова добро в сравнение с това, което ще получиш навън.

Сте́ла Балтова: Темите са сериозни дискутирани през последните години в България. Бяха направени редица проучвания по проекти, които се изпълняваха по оперативните програми. Натрупали сме огромна, така, база от данни, от информация, която показва, че България е дестинация за българския турист, която е добре приемана от нашия турист. Но паралелно с това, разбира се, има много бележки, които са свързани със самото качество на туристическата услуга, отново казвам, и че нямаме достатъчна, така, качеството не отговаря в достатъчна степен на цената. Аз не мога напълно да се съглася обаче с тези кардинални изводи затова, защото в България работят невероятно отдадени на този бизнес хора, които правят един туристически продукт, който е богат, който е ориентиран към различни видове туристи. И съм убедена, че българският турист ще продължи да избира, особено за краткосрочните си пътувания ще продължи да избира България. Предстоят ни, така, предстои националния ни празник и други по-така с по няколко дни празници, по време на които разбира се ще следим внимателно тенденциите и настроенията на българския посетител по отношение на България и на другите дестинации.

Водещ: Трябва ли да остане Министерство на туризма? Впрочем, вие имате опит като зам.-председател на Агенцията по туризма в правителството 2007 – 2009 г.

Сте́ла Балтова: Аз изразих още на първата ми среща при постъпването в длъжност в Министерство на туризма изразих моето виждане, че институцията Министерство на туризма е в отговор от една страна на политическите разбирания в държавата за приноса на този сектор в БВП, икономическия ръст на държавата, а едновременно с това създаването на институцията Министерство на туризма е в отговор на развиващия се и отдаден на туризма сектор в България. Така че моето виждане и моята задача също така е да работя към по-нататъшното институционализиране на Министерство на туризма. И считам, че е много правилна тази визия, която се превърна в решение всъщност в края на 2014 г.

Интервюто на министър Сте́ла Балтова може да чуете [ТУК](#).

**Министрите Стела Балтова и Пламен Узунов обсъдиха
съвместни мерки за предстоящия летен туристически сезон**

09 февруари 2017



На работна среща министрите на туризма и вътрешните работи Стела Балтова и Пламен Узунов обсъдиха предприемането на съвместни мерки за обезпечаването на сигурността и нормалното протичане на предстоящия летен туристически сезон.

Ще продължат наложените вече полезни практики - командироване на полицейски служители от вътрешността на страната в туристическите комплекси на регионите Бургас, Варна и Добрич, както и работата на съвместни патрулни екипи с полицаи от държави, за които България е популярна туристическа дестинация. Вътрешният министър увери колегата си, че ще бъдат осигурени достатъчно служители от МВР с чуждоезикова подготовка.

Двамата министри обсъдиха и организацията на работа за постигане на засилена комуникация между полиция, туроператори и хотелиери. Договориха да работят в тясно сътрудничество за нормалното посрещане на всички български и чуждестранни туристи на територията на цялата страна.

Министър Балтова иска консенсус по проблемите в Закона за туризма

09 февруари 2017



Служебният министър на туризма Стела Балтова иска общ консенсус между бизнеса за решаването на проблема с регулирането на потребителската защита чрез гаранционен фонд или клиентска сметка, която е залегнала в измененията на Закона за туризма. Тя се срещна днес с членове на Управителния съвет на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти (АБТТА). Министър Балтова посочи, че е необходимо бизнесът да отстрани проблемите и да бъде предложена обща визия на следващия парламент. „Надявам се до края на март да имаме финални предложения“, каза още тя.



АБТТА посочиха като проблем туристическия маркетинг от страна на министерството. Според тях е хаотичен и не е насочен например към европейския пазар, от който имаме ръстове, заради увеличените полети на нискотарифните авиокомпаниии. Председателят на организацията Байко Байков обясни, че сайтът на държавата bulgariatravel.org е морално остарял и е по-добре да бъде закрит. Той препоръча да бъде създаден изцяло нов продукт. От АБТТА предложиха да се извършват анализи на пазарите, а не само да се прави статистика на туристите. Това означава да има визия какви туристи идват, тяхната платежоспособност и дали се връщат в България.

Министър Балтова подчерта, че неин приоритет е именно качеството на обслужването в туризма и на туристическата услуга.

Добри практики

Станете приятели на Сливен!

08 февруари 2017

Това е призивът на местната община, която през ноември 2016 г. стартира информационна кампания за популяризиране на Града на стоте войводи като туристическа дестинация. Тя е част от дейностите, които общината осъществява, за да стимулира развитието на туризма в региона.



Инициативата "Стани приятел на Сливен" ще съобщава нови и интересни факти за многобройните културно-историческите забележителности в града и околностите му и ще привлича с различни събития повече туристите, които да удължат престоя си тук.

И има защо! Историята на града започва далеч назад във времето. Древното селище, чийто наследник е днешният Сливен, се е наричало Туида. На хълма Хисарлъка неда-

леч могат да се видят останки от старата му крепост от зората на новата ера – поселение не само на географски кръстопът, но и съсредоточие на важни събития.

Историята преплита тук корените и наследството на траки, римляни, прабългари, славяни, гърци, на Първото и Второто българско царство. Някога селището е било култов център и е оцеляло през Ранното Християнство и Средновековието.

От духовен и стопански център през столетията градът се превръща при османското владичество в средище на хайдушката съпротива и националноосвободителното движение. И до днес в този красив край се предават от уста на уста легенди за подвизите на Индже и Злати войвода. Сливен е родно място на националните герои Хаджи Димитър и Панайот Хитов и е сред най-значимите огнища на българщината през Възраждането. Той е роден място на поета Добри Чинтулов, на първия български художник с академично образование Димитър Добрович, на видни бунтовници, просветители, занаятчии. През 1827 г. тук е открито училище, а през 1860 г. читалище "Зора".

Сливен заема важно място и в икономическия живот на България. В града са направени началните стъпки на българската модерна индустрия благодарение на сливенеца Добри Желязков-Фабрикаджията, който през 1834 г. създава първото текстилно



Добри практики

предприятие на Балканския полуостров.

Градът привлича много туристи не само с историческото и културното си наследство, но и с красивите си околности – уникалното природно образувание Сините камъни (до природния парк може да се стигне и с лифт), вековното дърво Стария бряст, местността Карандила, Хайдушката пътека и др. Внушителни и легендарни са много от символите му – паметникът на Хаджи Димитър, на 7-и конен полк „Орлето“, Градският часовник, фабриката на Добри Желязков, местата, свързани с Чинтуловото наследство и др.

На няколко километра се намират и Сливенските минерални бани, известни с лековитата си вода. Наблизо са и планинските села Жеравна, Ичера и Медвен, които предлагат вълнуващи обиколки сред архитектурните паметници от Възраждането.

Кампанията "Стани приятел на Сливен" цели да обхване цялото това богатство и да го представи на вниманието на туристите по нов и оригинален начин. Създаденият наскоро Консултативен съвет по туризъм към Община Сливен подготвя атрактивни събития, в които се включват всички местни музеи,

галерии и туристически забележителности. Те привличат все повече гости от страната и чужбина.

Една от новите стъпки в тази посока е и "Стани приятел на Сливен". Инициативата не само ще помогне да се увеличи туристопотокът към областта, но и ще очертае кои са предпочитаните от туристите места, какво ги впечатлява най-много и с какво може да се обогати туристическата дейност.

В кампанията „Стани приятел на Сливен“ могат да участват и гости, и местни жители. Проектът, който набира все повече последователи, включва изработка на карта „Приятел на Сливен“ с вписани десет културно-исторически обекта. Всеки турист, посетил поне един от тях, получава при желание безплатната карта. Тя ще е с уникален номер и в нея ще може да се постави печат на съответния обект. Картата може да се получи във всеки музеен обект. В дните с безплатен достъп до обектите обаче няма да се слагат щемпели и това условие е изрично обявено в картите.

Когато туристът посети и останалите девет обекта и събере всички печати, ще може да сканира картата и да я изпрати на имейлите tourism.sliven@gmail.com или sliven.tic@abv.bg в новосъздадения туристически сайт infotourism.sliven.bg. Това му дава право да участва в томбола с награди, която ще се проведе в рамките на Празника на Сливен – Димитровден (26 октомври) тази година.

Освен това всеки турист или местен жител може да участва и в няколко съпътстващи конкурса: за есе на тема „Аз станах приятел на Сливен, защото...“, за снимка на тема „Сливен ме изненада приятно с...“, за рисунка, картина, плакат на тема „Ще се върна отново в Сливен, за да видя пак...“



Добри практики



Творбите могат да се изпращат през цялата година, но не по-късно от 1 септември 2017 г. на адрес: гр. Сливен 8800, ул. „Георги Сава Раковски“ 10, Туристически информационен център.



Комисия ще избере най-добрите от всяка категория, като участниците ще бъдат разделени в три възрастови групи – до 18 години, от 18 до 40 години, над 40 години. Те трябва да съобщят имената и възрастта си, адрес и телефон за контакт.



Най-добрите есета ще бъдат събрани в книга и публикувани, а най-добрите снимки и картини ще участват в изложба, която ще се проведе по време на празниците на града през следващата година.



С това обаче кампанията не спира. Тя ще се рестартира за тези участници, които са събрали част от печатите, но не са успели да посетят всичките десет обекта. Така ежегодно ще се отчитат нови резултати.

В кампанията и картата са включени следните десет обекта:

Регионален исторически музей, къща музей „Хаджи Димитър“, къща музей „Сливенски бит“, антична крепост Туида, Художествена галерия „Д-р Миркович“, къща музей „Добри Чинтулов“, Художествена галерия „Димитър Добрович“, Художествена галерия „Сирак Скитник“, Национален музей на текстилната индустрия, Туристически информационен център на природен парк „Сините камъни“.

Други карти ще предлагат информация за десетте обекта и ще посочват маршрутите за най-лесен достъп до тях, което ще улесни туристите при придвижването им. Тези материали ще могат да се купят от Туристическия информационен център (ТИЦ) в Сливен и от всеки местен културно-исторически обект.

Организатор на инициативата е ТИЦ-Сливен, а всички включени събития са под патронажа на Община Сливен.

За повече информация:

www.infotourism.sliven.bg

tourism.sliven@gmail.com, siv-en.tic@abv.bg,

тел. 044/625 897

Открий и сподели...

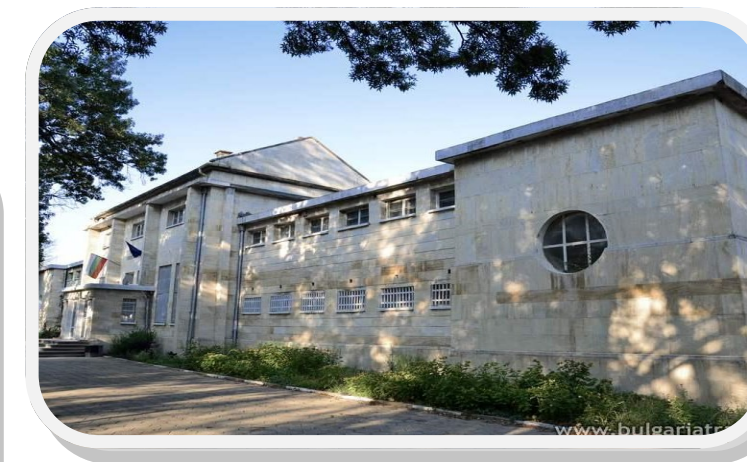
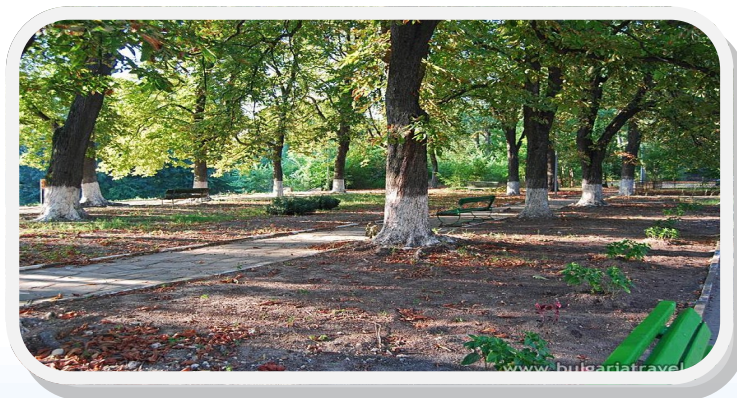
...Сливенски минерални бани (Джиновски бани)

Сливенските минерални бани (Джиновски бани) са балнеоложки курорт, изграден край горещи минерални извори. Намира се в землището на с. Злати Войвода, на 12 км. югозападно от гр. Сливен.

Курортът функционира целогодишно и в него има изградени балнеолечебници, почивни станции, хотели, плувни басейни и заведения.

Минералната вода е подходяща за лечение на множество заболявания, включително стомашно-чревни, жлъчно-чернодробни, на опорно-двигателния апарат и периферната нервна система.

Интерес представляват и останките от древна римска баня.



КОНТАКТИ

Министерство на туризма гр. София, ул. Съборна № 1;
press@tourism.government.bg
Интернет сайт: www.tourism.government.bg