

ОТЧЕТ НА МИНИСТЕРСТВОТО НА ТУРИЗМА

ЗА ПЕРИОДА 07.11.2014 – 25.01.2017 г.

РЕЗЮМЕ НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ

Формулирани бяха ясни приоритети в сектор туризъм на правителствено ниво

- **За първи път сектор туризъм бе отделен като правителствен приоритет.** Въпреки че отрасълът е структуроопределящ за българската икономика – формиращ около 13% от БВП и осигуряващ работа на над 300 хил. души, за първи път има самостоятелно министерство с ясни цели, визия и стратегически план.
- **Благодарение на координирани действия, 2016 г. е рекордна в историята на българския туризъм. Данните за първите единадесет месеца на годината показват, че посещенията на чуждестранни туристи в България са били над 7,85 млн., което е над 16% ръст в сравнение със същия период на 2015 г.**
- **Официалните данни на НСИ за месец декември 2016 г. ще бъдат публикувани в края на месец януари 2017 г., но разчетите показват, че общият брой посещения на чуждестранни туристи у нас е надхвърлил 8,1 млн. за 2016 г., което е повече от населението на България.**
- **За първите единадесет месеца на 2016 година пренощуващите лица български граждани в места за настанe с над 10 легла са близо 3,5 млн.**
- **Очаква се до края на годината общият брой туристическите пътувания, осъществени от български и чуждестранни туристи, в България да надхвърли 11,8 млн.**
- **По данни на Евростат за първите 10 месеца на 2016 г. общият брой реализирани нощувки (чужденци и българи) у нас е над 23,7 млн., като ръстът спрямо 2015 г. е над 18%. Това нарежда страната ни на първо място по ръст в броя на нощувките сред 24-те европейски държави, за които Евростат е получил данни за посочения период и ги е публикувал.**
- **По информация от БНБ приходите от международен туризъм за периода януари-ноември 2016 г. надхвърлят 6,164 млрд. лв. (3,151**

млрд. евро), като ръстът спрямо същия период на миналата година е над 15%.

- Очаква се до края на годината приходите само от международен туризъм да надхвърлят 6,3 млрд. лв., което би било над 14% ръст на годишна база.

Изцяло бе променен начинът, по който се рекламира България като туристическа дестинация.

- За първи път маркетинговата стратегия на страната бе планирана и обсъждана с бранша половин година преди да бъде изпълнявана. Благодарение на това през зимата вече се рекламира летния ни туристически продукт, а през лятото – зимния, така както е във всички развити страни. **Наложи се и нова, уеднаквена визия на всички рекламни щандове, с които България се представи на близо 100 международни туристически борси за 2 г.**
- Рекламата на България през 2015 г. бе таргетирана и прецизирана. Основни дейности бяха директните форми на реклама – партньорство с туроператори, онлайн маркетинг и участие на форуми и борси. Резултатите се налице през 2016 г. – България **изпраща най-добрия летен сезон**. За периода април–септември страната е посрещнала над 5 млн. чуждестранни туристи.
- България бе представена като атрактивна туристическа дестинация по CNN, реализирана бе рекламна кампания по Eurosport, Euronews, Discovery Channel, National Geographic.
- България се позиционира като дестинация за по-висок клас туристи. На посещение в страната ни за проучване възможностите за инвестиции бе принцът на Саудитска Арабия Султан ал Сауд. Една от най-големите хотелски вериги в света – “Hyatt” влиза в България с висококатегориен хотел в центъра на София. Налице е интерес от други големи вериги като “Four Seasons”, “Jumeira” и др.
- **Успяхме да върнем руските туристи в България.** Проведени бяха редица инициативи с Русия – за първи път от над 5 г. в България бе ръководителят на Федералната агенция по туризъм, организирани бяха бизнес форуми в двете държави.
- За първи път от над 27 години български министър, в лицето на министъра на туризма, имаше възможност да говори пред руската Държавна Дума.

- **Благодарение на този активен диалог се отчита ръст от 40% на руските туристи, посетили България през летния сезон с цел почивка и ваканция.** Тези резултати са постигнати на фона на общо намаляване на пътуванията на руснаци в чужбина - по данни на Росстат за деветте месеца от 2016 г. техният общ брой е намалял с 6% в сравнение с 2015 г., а България е на 16 позиция сред страните, които посрещат руски туристи, със сериозен ръст, по-голям от този на своите конкуренти Гърция, Испания, Черна гора и др.

Разработени бяха редица важни нормативни и стратегически документи

- **Разработена бе нормативната рамка за функциониране на сектора.** При създаването на Министерството на туризма нито една от наредбите към Закона за туризма не беше разписана. **Днес всички подзаконови нормативни документи са приети или в процес на съгласуване.** Сред тях са изключително важни документи като наредбата за категоризация на местата за настаняване и заведенията за хранене; наредбата за спа центровете (въвеждаща за пръв път регламент в този подотрасъл); наредбата за безопасността на ски пистите; наредбата за реда на организиране на детски пътувания и др.
- **Предприеха се мерки за справяне със сивата икономика в сектора чрез въвеждане система за ефективен контрол.** Вече са факт промените в Закона за туризма, които регламентират функционирането на Единната система за туристическа информация (ЕСТИ), която ще позволи в реално време да се обменят данни по защитени канали между Министерството на туризма, НАП, МВР, общините и хотелските рецепции. Така, без да се нарушава личното пространство на хората, ще бъде изсветлен секторът.
- **Разработена бе стратегическа карта за устойчиво развитие на туризма в България.** Използвана е експертизата на консултанти от JASPERS за актуализиране на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в България. Работи се в тясно сътрудничество с екип, който си е партнирал с Робърт Каплан.
- **Стартирана бе работа по редица възлови въпроси, които през годините са оставени в страни от вниманието на институциите:**
 - **Инициирана бе работна група, която да набележи законодателни мерки за насърчаване развитието на планинския туризъм.** В нея участват представители на всички ангажирани страни – общини, еколози, курорти и бизнес.

- Създадена бе работна група за разработване на правила за **къмпингуването** по начин, който да гарантира устойчивото развитие на еко-туризма в България.
- Създаден бе Междуведомствен съвет за кадрите в туризма.
- **Българските производители подписаха споразумение с хотелиери и ресторантьори, в техните заведения да се предлагат храни по БДС.** Това е първа крачка и към разработването на Доброволен етикет за качество за заведенията за хранене и местата за настаняване.
- **Готови са промените в Закона за туризма,** които са в процес на публично обсъждане и до края на годината ще бъдат внесени за приемане в Народното събрание. Основни акценти в него са:
 - Регламент за националните курорти;
 - Създаване на туристически инспекторат;
 - Допълнително гарантиране правата на потребителите при организирани пътувания с туроператор;
 - Целево финансиране на програмите на общините за развитие на туризма;
 - Регламент за къмпингуването;
 - Мерки за насърчаване на планинския туризъм и др.

Наложен бе ред и ефективен контрол в сектора

- Категоризирани туристически обекти с издадени удостоверения за категория за места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, туристически хижи и прилежащи към тях заведения за хранене в периода ноември 2014 – 25 януари 2017 г. – 1 400 бр., от тях за 23 бр. предстои издаване на заповед на министъра на туризма за определяне на вид и категория /докладвани на заседание на ЕККСТО на 17.01.2017 г./;
- Извършени проверки на място на места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, туристически хижи и прилежащи към тях заведения за хранене от експертни работни групи по наредбата за категоризация в периода ноември 2014 – 25 януари 2017 г. – 1 318 броя.
- Регистрирани туроператори и туристически агенти в периода ноември 2014 г. – 25 януари 2017 г. – 322 бр., от тях за 6 бр. предстои издаване на заповед на министъра на туризма за регистрация за

извършване на туроператорска и туристическа агентска дейност /докладвани на заседание на ЕКРПТА на 17.01.2017 г./;

- Сертифициране на туристически обекти – Балнео СПА, СПА и уелнес центрове:
 - о приети заявления за сертифициране на туристически обекти – 126 бр.;
 - о извършени проверки на място от експертни работни групи на общо 34 бр.;
 - о сертифицирани обекти – 30 бр.;
- Признаване на правоспособност на екскурзоводи:
 - о подадени заявления за вписване в Списъка на правоспособните екскурзоводи, част от Националния туристически регистър от 1 261 лица;
 - о Вписани екскурзоводи в НТР - 1 201 лица.
- Признаване на правоспособност на планински водачи:
 - о подадени заявления за вписване в Списъка на правоспособните планински водачи, част от Националния туристически регистър от 310 бр. лица;
 - о вписани в Списъка на правоспособните планински водачи, част от Националния туристически регистър, общо 213 бр. лица
- Писти с определена степен на сложност от министъра на туризма – 50 бр. в 3 различни курортни комплекса /к.к. Пампорово, к.к. Бровец, гр. Банско/;

Променен бе начинът на управление на морските плажове

- В началото на 2016 г. управлението на морските плажове премина към Министерството на туризма.
- Преди началото на активния летен сезон бяха проведени редица процедури за отдаване под наем на плажни ивици. Благодарение на това за 2016 г. се отчитат много по-високи нива на приходи по договорите за наеми на морски плажове. **През 2016 г. те са с са с 1,6 млн. лв. повече от тези за 2015 г.**
- Основен приоритет през Лято'2016 бе контролът, като бяха създадени специален телефон и e-mail, на които хората да подават сигнали при нередности на плажовете, а мобилна група за контрол бе на Черноморието през целия летен сезон. **В резултат бяха получени над**

300 сигнала и са извършени повече от 450 проверки на място. Наложени бяха над 240 хил. лв. неустойки, като и към този момент продължават да се изпращат нови писма със санкции.

- **Контролът бе изключително завишен**, като следствие на него бяха прекратени концесионните договори на 2 морски плажа - "Слънчев бряг - север" и "Несебър - юг". Договорите за концесия се прекратяват, съгласно Решения на Министерски съвет от миналата 2015 година (РМС 1015/22.12.2015 г. и РМС 1016/22.12.2105 г.).
- **За новите концесии на морски плажове се залага базова цена за 1 бр. чадър и 1 бр. шезлонг, като тя ще варира между 2 и 4 лв. в зависимост от спецификата на плажната ивица.** Тези изисквания бяха въведени с изменение в Методиката за определяне на минималния размер на концесионното плащане, приета от МС.
- **Вече са проведени първите 6 процедури за отдаване на концесии на морски плажове по новите правила и има 6 избрани концесионера.** Предстои да се финализират още 2 процедури за концесия на морски плажове. Подготвени са нови 6 процедури за концесии.
- **Има избрани наематели за 10 плажа.** Обявени са 7 процедури за наем, които предстои да бъдат отворени през месец февруари.
- **Подготвени и приети от МС бяха промени в Закона за устройството на Черноморското крайбрежие.** Те предвиждат да се дефинират четири основни групи морски плажове:
 - Група I - Морски плажове, разположени в урбанизирани територии;
 - Група II - Морски плажове, разположени в неурбанизирани територии, в близост до туристическа дестинация, включително урбанизирани територии и/или къмпинги;
 - Група III - Морски плажове, разположени в неурбанизирани територии, отдалечени от туристическа дестинация, вкл. урбанизирани територии и/или къмпинги;
 - Група IV - Морски плажове с ограничено ползване или определени за развиване на специален вид туризъм.
- **Обособяването на морските плажове в групи ще се извършва, въз основа на минимален набор от обективни критерии.** Те включват географското разположение на морския плаж; степента на урбанизация на териториите, прилежащи към морския плаж, природно-климатични и екологични характеристики, близост до туристически дестинации. За

първите три групи се предлага и създаването на съответни под-групи, които да допринесат за още по-детайлното им разделение. **Всичко това ще доведе до по-ефективното им управление и подобряване на услугата за крайния клиент.** Работи се и по допълнителното доразвиване и детайлизиране на това диференциране в отделна наредба към закона.

- **Разработен бе интернет модул,** през който всеки турист може да провери онлайн цената на чадърите и шезлонгите на българските плажове.

България се представя активно като място за инвестиции в областта на туризма

- **Разработена бе инвестиционна карта в областта на туризма.** Целта е всички важни проекти в отрасъла да бъдат обединени, за да бъдат представяни на потенциални инвеститори.
- **Предприети бяха мерки за насърчаване публично-частното партньорство в сектор туризъм.** Безплатно за държавния бюджет бе разработен рекламен клип, в който някои от най-големите холивудски звезди говорят за личните си впечатления от България. Подписани бяха споразумения с международни компании, на основата на които в Япония и Саудитска Арабия действат информационни центрове на страната, за което държавния бюджет не плаща нищо.

Политиката на министерството се обърна към българите като най-важния туристически пазар

- **Разработени бяха 8 културно-исторически дестинации, които обхващат територията на цялата страна.** Дестинациите обединяват над 150 обекта в повече от 70 населени места. По този начин туристите ще бъдат задържани по-дълго време в регионите, което ще генерира икономически растеж и повече работни места. Публикувани са техни интерактивни карти онлайн.
- **Съвместно с общините бе разработена Концепцията за туристическо райониране на страната.**
- **Разработен бе онлайн регистър на туристическите атракции,** който обединява 3 300 обекта и за 1 година е регистрирал над 5 млн. посещения.
- **С институционалната подкрепа на министерството бе разработено и пуснато за свободно ползване мобилно приложение “I Love Bulgaria” –**

платформата пилотно обединява информация и снимки за 100-те национални туристически обекта и много полезна информация за потребителите на туристически услуги.

- **С европейско финансиране бяха изработени 10 тематични видео клипове (на български и английски език) за българските ЕДЕН дестинации.**
- Проведени бяха редица кампании за насърчаване на вътрешния туризъм, реализирана бе съвместна билборд кампания с общините. **В резултат се отчита ръст на вътрешния туризъм от близо 12% за периода януари-ноември 2016 г. спрямо същия период на 2015 г.**

Вниманието бе обърнато към малкия и средния бизнес.

- **За по-малко от две години бяха организирани и проведени над 100 срещи с представителите на бизнеса от регионите.** Обсъждани бяха проблемите и предизвикателствата пред сектора, като част от предложенията залегнаха в нормативните документи на министерството.

България се позиционира като един от най-активните членове на Световната организация по туризъм (СОТ) и водеща страна в сектор туризъм в рамките на Дунавския регион

- **Страната ни бе избрана за вицепрезидент на 21-вата Генерална асамблея на СОТ.** Десетки бяха форумите на най-високо ниво, в които България получи правото на лекторско място, страната бе представена на всички министерски срещи, които организацията инициира през отчетния период.
- **Русе стана координационен център по проектите в туризма за всички 14 държави от Дунавския регион.** В крайдунавския град се създаде българо-румънски Технически секретариат по приоритетна област 3 на Дунавската стратегия, която обхваща туризма и културата. Звеното подпомага и координира дейността в тази област за целия регион.
- **Активно се работи за развитие на трансграничното и транснационалното сътрудничество и създаване на общи туристически продукти.** Създадена е двустранна работна група между България и Румъния. Подготвени са съвместни проекти за трансгранично сътрудничество със Сърбия, Турция, Гърция и Румъния. Разработени са проекти за транснационално сътрудничество с Австрия, Германия, Румъния, Сърбия, Унгария, Хърватия, Словения и Люксембург.

- Използваха се активно, възможностите, които програмите на ЕС представят на бенефициентите за периода 2014-2020 г. Постигна се широк обхват на участието на Министерството на туризма в тях. За целта, **бяха разработени и подадени за оценка 16 проектни предложения, като 7 от тях, до момента, са одобрени за финансиране.**

България домакинства най-мощното събитие в календара на СOT за 2016 г.

- **България бе домакин на едно от най-големите събития в календара на Световната организация по туризъм за 2016 г. – първият Международен конгрес на световните цивилизации и модерния туризъм.**
- Самото провеждане на конгреса е признание за ролята на България в СOT и възможност лидерите в световния туризъм да се убедят на място какво може да предложи страната ни като целогодишна дестинация.
- За участие в него бе **генералният секретар на СOT доктор Талейб Рифай.**
- **В конгреса се включиха над 40 държавни делегации, над 20 министри, заместник-министри и ръководители** на туризма от цял свят, личности като Йорданската принцеса Дана Фирас, , световноизвестният египтолог д-р Захи Хауас, водещият от CNN Макс Фостър, генералният секретар на Организацията за черноморско икономическо сътрудничество Майкъл Христидес, експерти от Йордания, Турция, Малта, Китай, Гърция, Румъния, Азербайджан, Ирак, Кения, Молдова, Сърбия, Замбия, Гана, Зимбабве и др.
- Сред модераторите на форума бяха и водещи професори по иновации в услугите и анализи в туризма от цял свят.
- За форума бе изработено и безвъзмездно предоставено рекламно видео, акцентиращо на древната история на България и тракийската култура.

СИСТЕМАТИЗИРАН ОТЧЕТ НА ПОСТИГНАТИТЕ

РЕЗУЛТАТИ

ЗАКОНОДАТЕЛНА ПРОГРАМА

През отчетния период Министерството на туризма е изготвило промени в Закона за туризма и Закона за устройството на Черноморското крайбрежие.

1. Промени в Закона за туризма в частта ЕСТИ

Със Закона за изменение на Закона за туризма, /обн. ДВ бр. 75 от 27 септември 2016 г./ се въведоха съществени изменения в действащата уредба на Единната система за туристическа информация /ЕСТИ/.

Съгласно измененията министърът на туризма разработва, изгражда и поддържа Националния туристически регистър като единна информационна система. Министерският съвет приема наредба за Националния туристически регистър по предложение на министъра на туризма.

Единната система за туристическа информация ще свърже в реално време регистрите на хотелите с Министерство на туризма, Министерството на вътрешните работи, Националната агенция по приходите и общините.

Системата се очаква да допринесе за по-добра събираемост на постъпленията от туристическата дейност. Процедурата за обмен и обработка на данните от регистрите на настанените туристи ще е улеснена. Първата стъпка за нейното изграждане и въвеждане бяха именно приетите законодателни промени.

Предстоящи дейности, свързани с изпълнението на закона са:

- разработване и внасяне в Министерския съвет на Наредба за националния туристически регистър в определения 3-месечен срок от влизане в сила на закона;

- осигуряване на интерфейси за съответен обмен на данни с Единната система за туристическа информация и осигуряване условия за вписване в Националния туристически регистър в 12 – месечен срок от влизане в сила на закона.

2. Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма

В Министерството на туризма е подготвен и законопроект за цялостно изменение на Закона за туризма, изготвен в отговор на възникналата необходимост от усъвършенстване на уредбата по начин, който да постави туристическата индустрия на полагаемото ѝ се приоритетно място в икономиката на страната, като значим източник на приходи за държавния бюджет и сфера, осигуряваща трудова заетост.

Целите на законопроекта са:

1. Да осигури условия за устойчиво развитие на туризма и успешно провеждане на държавната политика в туризма;
2. Да създаде предпоставки за намаляване на административната тежест за лицата, извършващи туристически дейности;
3. Да гарантира качеството на туристическите дейности и услуги да осигури по-добра защита на правата и интересите на потребителите. Предложените промени в проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма засягат следните аспекти:
 1. Прецизиране на туристическите дейности и обекти;
 2. Систематизиране и допълнение на функциите и задачите на органите за управление на туризма;
 3. Конкретизиране на правната уредба в областта на управлението на туристическите райони;
 4. Нов подход при регламентирането на туристическите сдружения;
 5. Правна уредба на националните курорти;
 6. Изискване за сертифициране на туристическите информационни центрове;
 7. Конкретизиране на приходите, събирани от държавата и общините;
 8. Прецизиране на изискванията за осъществяване на туроператорска дейност и защита на интересите на потребителите;
 9. Оптимизиране на реда и условията за категоризиране на места за настаняване и заведения за хранене;
 10. Прецизиране на уредбата относно сертифицирането на балнеолечебни (медикъл спа), спа, уелнес и таласотерапевтични центрове;
 11. Детайлни правила за вписване на ски училищата;
 12. Прецизиране на правилата за ски пистите и ски зоните;

13. Законова делегация за създаване на правила за безопасност при ползване на басейни и водни атракциони;
14. Създаване на Национален туристически регистър на туристическите атракции;
15. Прецизиране на органите за контрол и техните правомощия.

С оглед на спецификата на разглежданата от законопроекта материя, се предвижда нейното допълнително доразвиване и детайлизиране в подзаконова нормативна уредба, която ще бъде издадена от министъра на туризма.

Предвиждат се създаването на следните наредби:

- наредба за определяне на редът и условията за присъждане на отличието „Национална автентичност“ за определени видове туристически обекти, за изграждането, обзавеждането и/или оборудването на които са използване произведения на народните художествени занаяти;
- наредба, издадена от министъра на туризма и министъра на младежта и спорта за определяне на редът, условията и стандартите на маркировката и поддържането на националната мрежа от туристически пътеки/пътища;
- наредба, издадена от министъра на туризма за управление и организация на туристическата дейност на територията на националните курорти, с която да се регулират дейностите по:
 - изграждане, поддържане и благоустрояване на туристическа инфраструктура;
 - сметосъбиране и сметоизвозване;
 - поддържане и облагородяване на зелените площи;
 - организацията на движението и паркирането.

3. Закон за изменение и допълнение на Закона за устройството на Черноморското крайбрежие

Със Закона за изменение и допълнение на Закона за устройството на Черноморското крайбрежие, обнародван в ДВ, бр. 20 от 2016 г., функциите на министъра на регионалното развитие и благоустройството по предоставяне на концесии и отдаване под наем на морските плажове се поемат от министъра на туризма. Промените бяха важна и необходима предпоставка за финализирането

на втория законопроект за изменение на ЗУЧК, разработван от Министерството на туризма, който да уреди изцяло обществените отношения в тази сфера.

Изработен е проект на Закона за изменение и допълнение на Закона за устройството на Черноморското крайбрежие относно групирането и класифицирането на морските плажове, който беше публикуван на 30.06.2016 г. за първо обществено обсъждане.

Към момента законопроектът е прецизиран и допълнен с предложения за редакции в административно – наказателни разпоредби, които ще уредят всички пропуски и неясноти в настоящия ЗУЧК.

Целите на предлаганите изменения са:

- създаване на нормативна база за групиране и класифициране на морските плажове, съобразно общите им белези;
- създаване на максимален баланс между удовлетворяване на изискванията и нуждите на потребителите и предоставянето на различните видове туристически услуги;
- постигането на устойчивото развитие и конкурентоспособност на националния туристически продукт, в съчетание с осигуряване защита на потребителите на туристическите услуги.
- определяне на концесионното плащане / наемната цена по начин гарантиращ обективно най-доброто съотношение между качество и цена и постигане на икономически най – изгодния подход при стопанисването на плажовете.

Законодателните предложения могат да се обособят в следните направления:

I. Въвежда се правомощието министъра на туризма да извършва групиране на морските плажове.

II. Плажовете се дефинират в четири основни групи:

1. Група I - Морски плажове, разположени в урбанизирани територии;

2. Група II - Морски плажове, разположени в неурбанизирани територии, в близост до туристическа дестинация, включително урбанизирани територии и/или къмпинги;

3. Група III - Морски плажове, разположени в неурбанизирани територии, отдалечени от туристическа дестинация, вкл. урбанизирани територии и/или къмпинги;

4. Група IV - Морски плажове с ограничено ползване или определени за развиване на специален вид туризъм.

Критериите за групирането им са: **географското разположение на морския плаж; степен на урбанизация на териториите прилежащи към морския плаж; природно-климатичните и екологични характеристики, влияещи върху достъпа до морския плаж; близостта на морските плажове до туристически дестинации /туристически обекти/, в т.ч. до туристически обекти или групи от туристически обекти по смисъла на Закона за туризма.**

За първите три от групите се предлага създаване на съответните подгрупи. Определянето на съответна **подгрупа** на морски плаж, като допълнително ниво на специфициране ще се извършва въз основа на данни, отразяващи като минимум характеристики, свързани с: **легловата база в прилежащата или разположената в близост урбанизирана територия; възможния максимален брой плажни места; преобладаващия релеф на брега, ограничаващ плажната ивица откъм сушата; изградената инженерна инфраструктура в зоната, тангираща с морския плаж; вида на морското дъно в определената за използване зона; екологичните характеристики на плажа; и други специфични показатели, които оказват съществено значение върху осъществяването на туристически дейности, като го ограничават или служат като предпоставка за развитието на специализирани видове туризъм.**

С оглед на спецификата на разглежданата от законопроекта материя, се предвижда нейното допълнително доразвиване и детайлизиране в подзаконова нормативна уредба, която ще бъде издадена от министъра на туризма. Предвиждат се създаването на **две наредби – за групиране и за класифициране на морските плажове**. Публичност и прозрачност в дейността по групиране и класифициране на морските плажове ще се постигне с вписването им в публичните регистри, които ще се създадат.

СЪЗДАВАНЕ НА НОРМАТИВНА РАМКА ЗА ФУНКЦИОНИРАНЕ НА СЕКТОРА

За периода от месец ноември 2014 г. до месец януари 2017 г. са приети следните нормативни актове:

1. Наредба за обезопасяването и информационната обезпеченост на ски пистите в Република България, както и за определяне правилата за безопасност върху територията на ски пистите и ски зоните и за организацията на работата на ски патрулите - ПМС № 13/26.01.2015 г., (обн., ДВ, бр. 9 от 03.02.2015 г., в сила от 01.10.2015г.);
2. Наредба за организацията на Единната система за туристическа информация- ПМС № 23/ 09.02.2015 г., (обн., ДВ, бр. 13 от 17.02.2015 г.);
3. Наредба за изискванията към туристическите хижи, туристическите учебни центрове, туристическите спални и прилежащите към тях заведения за хранене и реда за определяне на категория, отказ, прекратяване и понижаване на определената им категория със заповед на министъра на туризма № Т-РД-16-134/29.04.2015г., (обн. ДВ бр. 37/22.05.15г.);
4. Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране действието и прекратяване на определената им категория. Наредбата е приета на заседание на Министерски съвет на 05.08.2015г. и обн. ДВ бр. 65/25.08.2015 г.
5. Наредба за единните стандарти и за организацията на дейността на Туристическите информационни центрове /ТИЦ/ и Националната мрежа на туристическите информационни центрове (обн. ДВ, брой 85 от 03.11.2015 г., в сила от 04.05.2016 г.).
6. Наредба № 1 от 5 януари 2016 г. за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Екскурзовод“ (обн. ДВ, брой 5 от 19.01.2016г.)
7. Наредба № 2 от 29 януари 2016г. за условията и реда за сертифициране на „балнеолечебен (медикъл спа) център“, „спа център“, „уелнес център“ и „таласотерапевтичен център“ в България (обн. ДВ, брой 11 от 09.02.2016г.)
8. Наредба № 3 от 7 март 2016 г. за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Планински водач“ (обн. ДВ брой 21 от 18.3.2016 г.)

9. Наредба за детските и ученическите туристически пътувания с обща цена, инициирани от институциите в системата на предучилищното и училищното образование (обн. ДВ брой 103 от 27 декември 2016 г.)
10. Тарифа за таксите, които се събират по Закона за туризма (обн. ДВ 102 от 23 декември 2016 г.)

КОНТРОЛ И СЕРТИФИКАЦИЯ ПО ЗАКОНА ЗА ТУРИЗМА

- Категоризирани туристически обекти с издадени удостоверения за категория за места за настаняване и заведения за хранене и развлечения, туристически хижи и прилежащи към тях заведения за хранене – **1400 бр.**
- Извършени проверки на място от експертни работни групи по наредбата за категоризация в периода ноември 2014 – януари 2017 г. – **1318 броя.**
- Сертифициране на туристически обекти – Балнео СПА, СПА и уелнес центрове:
 - приети заявления за сертифициране на туристически обекти – **126 бр.;**
 - извършени проверки на място от експертни работни групи на общо **34 бр.;**
 - сертифицирани обекти – **30 бр.;**
- Регистриране на туроператори и туристически агенти в периода ноември 2014 г. – януари 2017 г. – **322 броя.**
- Регистрирани туристически сдружения в периода ноември 2014 – януари 2017 г. – **33 сдружения/ при общи регистрирани в НТР към момента 171 сдружения**
- Признаване на правоспособност на екскурзоводи:
 - **Подадени заявления – 1261 лица;**
 - **Регистрирани в НТР - 1201 лица.**
- Признаване на правоспособност на планински водачи:
 - **подадени са заявления от 310 лица; които са в процес на разглеждане.**
 - **Регистрирани в НТР - 213 лица.**
- Категоризирани писти от Комисията за определяне на вида на ски пистите и тяхната безопасност – **52 бр. в 3 различни курортни комплекса;**

- Съгласно Наредба № 2 от 26 октомври 2015 г. за единните стандарти и организацията на дейността на ТИЦ и Националната мрежа на ТИЦ, обн. ДВ, брой 85 от 03.11.2015 г., и влязла в сила на 4.05.2016г. в Министерството на туризма са подадени 14 заявления за сертифициране на ТИЦ, разгледани са документите им, прекратени са 2 процедури за сертифициране на ТИЦ, издадени са 10 временни удостоверения за открита процедура по сертифициране.

УПРАВЛЕНИЕ НА МОРСКИТЕ ПЛАЗОВЕ

- С обнародването в Държавен вестник (ДВ), бр. 20 от 2016 г. на Закона за изменение и допълнение на Закона за устройството на Черноморското крайбрежие се регламентира преминаването на функциите на служителите, осъществяващи функции по Закона за устройството на Черноморското крайбрежие (ЗУЧК) от Министерството на регионалното развитие и благоустройството към Министерството на туризма.
- С изменението и допълнението на Устройствения правилник на Министерството на туризма (ДВ, бр. 35 от 10 май 2016 г.) е създадена **дирекция "Управление на морските плажове"** с разписани функции и дейности, касаещи морските плажове на територията на Република България. От създаването на дирекцията, в периода м. май – м. юли 2016 г., са проведени **51 процедури за отдаване под наем на морски плажове и сключени договори, съгласно ЗУЧК, за 25 морски плажа.**
- Прието е Постановление № 188 от 25 юли 2016 г. за изменение и допълнение на **Методиката за определяне на минималния размер на концесионното плащане за морските плажове** – обекти на концесия, по реда на чл. 8, ал. 2 и 3 от Закона за устройството на Черноморското крайбрежие, приета с Постановление № 9 на Министерския съвет от 2015 г. (ДВ, бр. 7 от 2015 г.).
- Прието е Решение № 604 от 22 юли 2016 г. на Министерския съвет за **утвърждаване на минимални критерии за комплексна оценка на офертите при провеждане на конкурс за определяне на концесионер на морски плаж.**
- **Извършен е мониторинг на 107 морски плажове или на 415 дка.,** като такъв е направен и повторно за някои от тях.

- През летния сезон на 2016 г. **постъпилите сигнали за нарушения по морските плажове в дирекцията са приблизително над 300 бр.**, подадени на открития телефон за подаване на сигнали в Министерството на туризма или постъпили по пощата. По постъпилите сигнали за нарушения по морските плажове са извършени проверки на място от служители от Министерството на туризма.
- По постъпилите сигнали за нарушения на морски плажове, които са от компетентността на други държавни органи, същите са препращани по компетентност на съответните институции - ИА „Морска администрация“, Регионална здравна инспекция, РИОСВ, кметове на общини, областни управители на областни администрации, Български червен кръст и др. В допълнение към това през летния сезон – месеците юни, юли, август, септември са извършени планирани проверки на място на морските относно спазване на задълженията на концесионерите и наемателите на морските плажове, като в резултат на установено неизпълнение на задължения са изготвени протоколи.
- **Изготвен е анализ и преценка необходимостта от промени в Методика за определяне на минималния размер на наемната цена за морските плажове** по реда на чл. 8, ал. 2 и ал. 3 от ЗУЧК. Следствие на това е изготвен проект за изменение и допълнение на Методика за определяне на минималния размер на наемната цена за морските плажове.
- В процес на изработване са следните софтуерни продукти, подпомагащи дейността на дирекцията:
 - програма за автоматично организиране и проследяване на съдебните дела, по които Министерство на туризма е страна, касаещи морските плажове отдадени под наем или предоставени на концесия.
 - мобилно приложение за смарт телефони с актуална информация за морските плажове.
 - електронен архив за нуждите на дирекция „Управление на морските плажове“.
- **Извършени са подготвителни действия за предоставяне на концесии на морски плажове, в резултат, на което са приети 8 броя Решения на Министерски съвет за откриване на процедури за предоставяне на концесии на 8 броя морски плажове (обн. ДВ, бр. 90 от 15.11.2016 г.):**

- Решение № 949/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Дюни-юг“, община Созопол, област Бургас;
 - Решение № 950/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Бургас-север“, община Бургас, област Бургас;
 - Решение № 951/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Обзор-юг“, община Несебър, област Бургас;
 - Решение № 952/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Поморие-централен“, община Поморие, област Бургас;
 - Решение № 953/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Къмпинг „Оазис“, община Царево, област Бургас;
 - Решение № 954/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Къмпинг-Нестинарка“, община Царево, област Бургас;
 - Решение № 955/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Нов плаж „Свети Влас“, община Несебър, област Бургас;
 - Решение № 956/ 10.11.2016 г. на Министерския съвет за откриване на процедура за предоставяне на концесия за услуга на морски плаж „Свети Влас-изток“, община Несебър, област Бургас.
- Към този момент са приключили 6 от тези процедури. За всички тях, кандидатите са подавали предложения, които включват цена за 1 бр. чадър и 1 бр. шезлонг с ДДС, както и размер на отчисленията от базата за изчисляване размера на концесионното плащане - т. нар. "роялти" в проценти, като всеки от тези елементи има съответна тежест за определяне на крайния победител в процедурата. При някои от процедурите е предвидено участниците да предложат и инвестиции за подобряване на туристическия продукт по смисъла на Закона за туризма, като те могат да са за осигуряване на улеснен достъп до ивицата, създаване на нови или подобряване на услугите и др. По този начин се отчитат индивидуалните им характеристики, така че в дългосрочен план условията на тях да бъдат подобрени в полза на туристите:

- От това лято туристите на плажа на морски плаж **"Къмпинг "Нестинарка"**, който се намира в община Царево, ще заплащат по 36 стотинки за 1 бр. чадър и същата цена за 1 бр. шезлонг на плажа. Избраният концесионер е "Перла турист" ООД. Фирмата е предложила и средства за подобряване на туристическия продукт на плажа в размер на 578 079 лв. без ДДС за целия срок на договора и роялти в размер на 4,35 на сто.
- Атрактивни ще са цените на плажните принадлежности и на плаж **"Обзор-юг"**, община Несебър. Проведеният конкурс е спечелен от "Еспи Агро" ООД, които са предложили цена за 1 бр. чадър в размер на 3 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 3 лв. Размерът на предложеното роялти е 1,33 на сто. От фирмата-кандидат са предложили и 10 000 лв. без ДДС инвестиции за всяка година от срока на договора за концесия за подобряване на туристическия продукт по смисъла на Закона за туризма от гледна точка на обичайните групи, посещаващи морския плаж, в т.ч. ученически и детски лагери.
- За концесионер на плаж **"Къмпинг "Оазис"**, община Царево е определен "Оазис бийч" ООД. Концесионерът се задължава да предлага цена за 1 бр. чадър в размер на 6 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 6 лв. в зоната за платени плажни принадлежности на морския плаж. Предложеното роялти за тази морска ивица е в размер на 1,5 на сто.
- Определеният концесионер на морски плаж **"Свети Влас-изток"** в община Несебър - "Венид Бийч" ООД, е предложил цена за 1 бр. чадър в размер на 8 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 8 лв. в зоната за платени плажни принадлежности на морския плаж. Оферираното роялти е в размер на 4,45 на сто.
- На друг плаж в същата община - **"Нов плаж "Свети Влас"**, фирмата "Венид Бийч" ООД е предложил цена за 1 бр. чадър в размер на 8 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 8 лв. в зоната за платени плажни принадлежности на морския плаж. Предложеното роялти е в размер на 4,452 на сто.
- Определен е концесионер и на морски плаж **"Дюни-юг"**, община Созопол - "ГБС-ТУРС" ЕАД. Концесионерът се задължава да предлага цена за 1 бр. чадър в размер на 7 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 7 лв. в зоната за платени плажни принадлежности на морския

плаж. Фирмата е предложила и да отдели средства, предвидени за инвестиции за реализиране на идеен проект за подобряване на пешеходния достъп до морския плаж за целия срок на договора за концесия, в размер на 15 000 лв. и по 500 лв. допълнително за всяка година за срока на договора за концесия. Оферираното роялти за тази морска ивица е в размер на 1,1 на сто.

- Определените концесионери са длъжни да предлагат оферираните от тях цени за 1 бр. чадър и 1 бр. шезлонг за целия срок на договора за концесия, като ще бъдат системно контролирани от Министерството на туризма. В случай на нарушения може да се прекрати техния договор. Шестте концесии ще са за срок от 20 години.
- За останалите две процедури за отдаване на морски плажове на концесия, които са в ход - "Бургас-север" и "Поморие-централен", са подадени жалби пред Комисията за защита на конкуренцията. Въпреки че законът позволява процедурите да бъдат завършени, е взето решение да се изчака до официално становище от страна на КЗП, за да се разсеят каквито и да е съмнения.
- Проведените процедури показват, че е възможно намаляване на цените на плажните принадлежности, но трябва да се продължи да се работи в посока повишаване интереса към плажовете, обявени за концесия, за да се повиши конкурентостта между кандидатите. В тази посока са направените предложения за промени в Закона за устройството на Черноморското крайбрежие, които бяха одобрени от МС на 28 декември 2016 г.
- С оглед успешното протичане на предстоящия летния сезон за 2017 година и предвид необходимостта от обезпечаване на морските плажове със задължителни дейности с цел осигуряване на безопасни условия за ползването им по предназначение, е предвидено да се проведат процедури за отдаване под наем на **23 броя морски плажове** на основание чл. 7, ал. 5 и чл. 8, ал. 1, т. 5 от ЗУЧК във връзка с чл. 16, ал.2 и чл. 19, ал. 1 ЗДС.
- През отчетния период са завършили 10 процедури за отдаване под наем на морски плажове:
 - Избраният наемател на морски плаж **"Слънчев бряг-север"** ще заплаща годишно на държавата 1 650 000 лв. с ДДС. За сравнение, размерът на годишно концесионно плащане по прекратената концесия за морския плаж за 2016 г. е било в размер на 902 761, 10

лв. с ДДС. Фирмата, която ще го стопанисва през следващите 5 години е "Булимпекс" АД. Предложената цена за 1 бр. чадър е в размер на 8 лв., същата цена е и за 1 бр. шезлонг. До сега на този плаж те са се отдавали срещу 10 лв. за 1 бр.

- Конкурсът за отдаване под наем на морски плаж **"Несебър-юг"** е спечелен от "Ауто Фактор" ЕООД. Фирмата е предложила да заплати 432 000 лв. с включен ДДС годишен наем на държавата. Размерът на годишно концесионно плащане по прекратената концесия за морския плаж към 2016 г. е било 224 990, 50 лв. с ДДС. Предложена е и единична цена за плажните принадлежности, като тя ще е 8 лв. за 1 бр. чадър и 8 лв. за 1 бр. шезлонг. Справката от минали проверки на ивицата показва, че се запазват нивата от миналата година.
- Процедурите за отдаване под наем на морските плажове "Слънчев бряг-север" и "Несебър юг" са проведени под условие. Новите наематели на плажните ивици ще започнат стопанисването им, след като държавата ги изझे от вече бившите им концесионери, които към момента отказват да предадат изключителна държавна собственост доброволно.
- Определеният за наемател на морски плаж **"Дюни"** - "ДЮНИ" АД, е предложил цена за 1 бр. чадър в размер на 8 лв. и цена за 1 бр. шезлонг в размер на 8 лв. Годишната такса за наем на морската ивица е в размер на 165 600 лв. с ДДС.
- "Приморско клуб" ЕАД е новият наемател на морски плаж **"Младост ММЦ"**. Неговото предложение за цена на 1 бр. чадър е в размер на 5 лв., цената на 1 бр. шезлонг също е в размер на 5,00 лв. Наемателят ще заплаща годишно 121 440 лв. с ДДС.
- **Булсевън ЕООД** ще стопанисва плажа **"Крайморие"**. Те са предложили наемна цена от 54 056 лв. с ДДС. Цена за 1 бр. чадър и 1 бр. шезлонг на този плаж през следващия сезон ще бъде 3.50 лв.
- Св. Св. Константин и Елена холдинг АД са спечелили търга за отдаване на морски плаж **"Сахара 1"**. Те са предложили наемна цена от 28 800 лв. с ДДС. Сумата нараства близо 2 пъти - до сега е била 15 135 лв. с ДДС. Цена за чадър и шезлонг ще бъде по 10 лв.
- Морски плаж **"Сахара 2"** ще се стопанисва от "Делфин Груп" ЕООД. Те са предложили 35 685 лв. с включен ДДС. До сега заплащаната сума е била 19 100 лв.

- **Морски плаж „Бургас-централен“** ще се стопанисва от **„Булгариен Директ Райзен“ ООД**, като наемната такса, която ще заплащат е в размер на 324 000 лв. с ДДС. Цената за чадър е 5,00 лв., а за шезлонг – 7,00 лв.
 - **„Опалмос“ ЕООД** е избраният наемател на морски плаж **„Иканталяка 1“**. Той ще заплаща наемна такса от 18 000 лв. с ДДС. Предложената цена за чадър и шезлонг е по 7,00 лв.
 - **Морски плаж „Мечата дупка 2“** е с наемател **„КДВМ“ ЕООД**. Фирмата е предложила наемна такса от 25 438,80 с ДДС, а цената за чадър и шезлонг ще бъде по 6,00 лв.
 - Морските плажове се отдават под наем за 5 години, като всички наематели се ангажират да предоставят плажните принадлежности на посочените от тях цени с включен ДДС за целия срок на договора. Ще бъде извършван системен контрол от Министерството на туризма, като договорите им могат да бъдат прекратени при констатирани нарушения.
- Предстои обявяването на процедури за отдаване под наем на още 3 плажа, които трябва да приключат до 31 март 2017 г., когато съгласно ЗУЧК е крайният срок министърът на туризма да издаде заповед за определяне на неохраняемите плажове.
 - Стартирала е работа междуведомствена работна група назначена със заповед № Т- РД - 16 - 294 от 24.10.2016 г. на министъра на туризма със задача да разработи и предложи изменения и допълнения на Наредбата за водноспасителната дейност и обезопасяването на водните площи, приета с постановление №182 на МС от 1996 г. (обн., ДВ, бр. 31 от 19.04.2016 г.).
 - **По отношение на приходите, са събрани над 10 500 000 лв. от концесии на плажове.**
 - **По отношение на приходите от наеми на плажове, са събрани общо 3 609 067 лв.**
 - Следствие на сключените нови 25 договори за наем от МТ, сключени в периода м. юни/юли 2016 г. приходите са се увеличили с 951,3 хил. лв. с вкл. ДДС;
 - **Наложени са около 216 хил. лв. неустойки за нарушения на плажовете, като вече са събрани над 83 хил. лв. от тях.**

РЕКЛАМА НА БЪЛГАРИЯ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ И БЪЛГАРСКИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

През периода ноември 2014 – януари 2017 г. България се позиционира като добре позната и предпочитана целогодишна туристическа дестинация с ясно разпознаваема идентичност и съхранено културно наследство и природа. Основен фокус в рекламата на страната през този период бе нейното културно-историческо наследство, като основно средство, което да я открие и чрез, което да се изгради много по-разпознаваем образ на международния туристически пазар.

Променен бе подходът на рекламиране на страната, като всички дейности бяха много по-навременно планирани и изпълнявани. Възприе се практиката Националната програма за реклама на България да бъде обсъждана заедно с бранша в рамките на Националния съвет по туризъм 6 месеца преди началото на годината, в която се изпълнява. Това позволи през зимата да се рекламира лятото, а през лятото – зимата. Нещо, което правят всички развити държави. Благодарение на това активната реклама на страната бе реализирана в периодите, в които туристите от големите генериращи пазари за страната планират своята почивка.

Основен приоритет бе избирането на маркетингови средства, които да доведат до максимални резултати с минимални средства. На тази основа бе заложено основно на партньорство с големите туроператори, опериращи на важните туристически пазари за България, дигитален маркетинг и провеждане на експедиентски и журналистически турове. Паралелно с това страната присъства на всички големи и важни международни туристически изложения.

Този подход бе запазен и в Програмата за национална реклама за 2017 г., която към датата на публикуване на отчета на Министерството на туризма е в процес на изпълнение. Нейна основа цел е развитие на българския туризъм, постигнато чрез микс от маркетинг активности, представящи туристическите продукти на международния и българския пазар с фокус върху дигиталната комуникация. Целите са увеличаване разпознаваемостта на България, увеличаване на обема на входящия туристопоток и вътрешния туризъм, постигане на висока добавена стойност на туристическите продукти и траен позитивен имидж на страната като

„близка“ и лесно достъпна туристическа дестинация, предлагаща усещане за сигурност и надеждност.

Маркетинговите и комуникационни цели са: разширяване на позициите на целеви пазари чрез диверсификация на предлагания продукт /комбинирани пътувания и специализиран туризъм/; привличане на интерес и по-голям туристопоток от стратегически нови и бързоразвиващи се перспективни пазари; популяризиране на туристическите райони в страната и характерните за тях туристически продукти; нарастване на посещенията в България с цел туризъм в неактивния сезон и увеличаване дела на вътрешния пазар, като те ще бъдат постигнати чрез следните инструменти и активности: създаване на единна нова визия във всички канали за комуникация; експедиентски, журналистически и тематични турове за представители на медии и блогъри от целеви пазари и представители на големи туроператори от целеви пазари и пазари с потенциал; участие в нови международни форуми и изложения; организиране на B2B срещи и форуми, презентации, дискуссионни панели, кръгли маси и пресконференции на международно и местно ниво, съвместни презентации с бизнеса на дестинация България на съседни пазари, съвместни рекламни кампании с големи туроператори, съвместни PR дейности с посолствата и туристическите представителства, кампании по разработването на съвместните туристически продукти на Балканите със съседни държави; привличане на големи събития, конференции и срещи с международна значимост, партньорство по време на големи международни спортни събития, участие и подкрепа на публични, медийни и бизнес събития; актуализация и оптимизиране на функционалността на туристическия портал, създаване на уеб базирани системи за популяризиране на туристическите продукти, създаване на мобилни приложения, кампании в социалните мрежи, Google Adwords, съвместен e-marketing с чуждестранни туроператори; изработка на нови тематични видеоклипове и филми, излъчване на рекламни филми в представителства на големи туроператори; публикации в специализирани туристически издания, в масови издания, ориентирани предимно към целевата аудитория, бордни издания на авиокомпаниите.

Благодарение на по-доброто планиране, към датата на публикуване на настоящия отчет вече са осигурени средства и са гарантирани локациите на изложенията през месеците януари, февруари и март 2017 г.–

Vakantiebeurs – Утрехт, Холандия, Ferien Messe Wien - Виена, Австрия, МАТКА – Хелзинки, Финландия, СМТ – Щутгарт, Германия, FITUR – Мадрид, Испания, EMITT – Истанбул, Турция, FESPO - Цюрих, Швейцария, Reisen Hamburg, Хамбург, Германия, f.re.e - Мюнхен, Германия, IMTM – Тел Авив, Израел, IFT - Белград, Сърбия, Holiday World – Прага, Чехия, ITB – Берлин, Германия, INTOURMARKET – Москва, Русия, MITT – Москва, Русия, UITT – Киев, Украйна.

1. Дейности на ключови пазари

Пазар България

- През първите две години от дейността на Министерството на туризма бе поставен основен фокус върху българите като най-важния туристически пазар и бяха реализирани редица инициативи, които да насърчат повече пътувания на български граждани в тяхната страна.
- **Министерството на туризма, съвместно с общините, проведеха билборд кампания за насърчаване на вътрешния туризъм.** Кампанията обхвана редица по-големи общини и рекламира възможностите за туризъм по региони. Рекламните визии бяха разположени на централни локации, като на територията на една община се рекламираха възможностите за туризъм в друга – така знакови културно-исторически забележителности от един регион бяха представени в друг. Визиите бяха с подчертано културно-исторически фокус и отразяваха редица емблематични забележителности. **Министерството на туризма се ангажира с изработването на над 40 билборда, а общините предоставиха безплатно рекламno пространство на ключови локации, където рекламните визии бяха изложени за период от близо 6 месеца.** В кампанията се включиха: Разград, Русе, Силистра, Хасково, Видин, Велико Търново, Бургас, Кърджали, Габрово, Монтана, Перник, и други. Стартирана е подготовка на втори етап от рекламната кампания.
- **Реализирана бе мащабна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм, финансирана по ОП „Регионално развитие“.** Осъществената рекламна кампания включваше редица компоненти – телевизионни предавания, рубрики, клипове, публикации в медиите, външна и интернет реклама. Кампанията достигна до над 2 млн. души и допринесе за диверсификацията на пътуванията по сезони и за повишаване

информираността за България като целогодишна туристическа дестинация. В кампанията бяха използвани само националните телевизии, а в интернет са постигнати над 7 млн. импресии.

- **Министерството на туризма взе активно участие във всички национални туристически борси за 2015-2016 г.:** ВАКАНЦИЯ СПА - София; Вашата ваканция – Бургас; Уикенд туризъм - Русе; Международно туристическо изложение: „Културен туризъм“ - гр. В. Търново, „Планините на България - гостоприемство в четири сезон“ - к.к. Пампорово; Фестивал „Дни на регионални традиционни, занаятчийски и туристически продукти в Черноморски басейн“; „Черноморски икономически форум“; Събор на народното творчество и животновъдство „Рожен“; Фестивал на фолклорната носия Жеравна; участие на МТ в арт фестивала Аполония в гр. Созопол; 3-ти годишен конгрес на БСБСПА в периода 27-28 септември 2016 г. в Св. Св. Константин и Елена, Фестивал-изложение „Зелени дни“ в гр. София; Go2Balkans - София; Фестивалът на открито „София диша“ 2016. Министерство на туризма организира участието на най-голямото изложение в страната ни „ВАКАНЦИЯ СПА 2017“ – София и са стартирани процедури за участие в други предстоящи форуми и събития в страната.
- **Участвахме в национални туристически форуми:** Провеждане на среща с представители на общини и туристически информационни центрове по поречието на р. Дунав на тема „Национален туристически маркетинг - приоритети, дейности и перспективи“ и „Място на Дунавския регион в националния туристически маркетинг и възможности за партньорство", Фолклорен конкурс „Рожен 2015", който се проведе в рамките на традиционния Събор на народното творчество и животновъдство „Рожен", Фестивал „Бъдеще с традиции" в град Кърджали на 05 септември 2015г.

Реализиране и подпомагане на международни събития в България

- България беше домакин на двадесет и третото издание на най-престижния световен конкурс за вино **Concours Mondial de Bruxelles 2016**, който се състоя в Пловдив. Конкурсът се проведе за първи път в България с 8750 проби вина от 51 държави. Concours Mondial de Bruxelles е най-престижният независим винен конкурс в света, единственият пътуващ конкурс в Европа и единственият международен конкурс, в който се прави допълнителна проверка на наградените вина, за да се гарантира

последователност при качеството. Сред градовете-домакини на Concours Mondial досега са били Лисабон, Маастрихт, Валенсия, Палермо, Люксембург, Гимараеш, Братислава, Йезоло и др. За представяне на номинацията на България, като домакин на двадесет и третото издание на най-престижния световен конкурс за вино Concours Mondial de Bruxelles 2016 в град Венеция, Италия бе създаден рекламен клип за представяне на дестинация България.

- Осъществена е реклама по време на **Европейско първенство по волейбол за мъже 2015**, Световната купа по ски алпийски дисциплини – жени, Банско 2015 г. / 28 февруари-1 март 2015 г./ и **европейски купи по ски алпийски дисциплини Пампорово и Боровец – 08-12 февруари 2016 г.**
- Проведена е рекламна активност по време на **Рали Сливен 2016 г. и Рали България 2016 г.**
- Министерството на туризма оказва активно съдействие при организация и осъществяване на рекламни дейности при провеждане на **Детска Евровизия 2015.**
- Подготвя се организация на рекламна кампания на туристическа дестинация "България" в рамките Световна Купа по Сноуборд в гр. Банско в периода **03-05 февруари 2017 г.** Българската федерация по ски ще бъде домакин на спортния форум - Световна купа по сноуборд в две отделни дисциплини - паралелни (гигантски слалом и слалом) и сноубордкрос в Банско.

Пазар Великобритания

- Подготвен е договор за online реклама на туристическа дестинация България по световно известният телевизионен канал CNN и TRAVEL CHANNEL с изключително преференциални условия за страната ни.
- Осъществено беше стратегическо партньорство с **ТУИ Великобритания** чрез промотиране на страната ни в туристическите им офиси, каталози и основните им канали за комуникация
- Ежегодно Министерството на туризма участва в **WTM – едно от най-големите в света международни туристически изложения.** Световното събитие за професионалисти в туристическия бранш привлича над 49 000 участници всяка година.

- През 2015 г. общият брой туристически посещения от Великобритания е над 244 хил. За първите единадесет месеца на 2016 г. общият брой туристически посещения от Великобритания в България е над 264 хил. Ръстът спрямо същия период на миналата година е над 11%.

Пазар Германия

- За периода от две години на пазар Германия бяха осъществени и продължават да се осъществяват редица дейности.
- **Организиран бяха участия на международни туристически изложения** като СМТ Щутгарт, Reisen Хамбург, f.re.e Мюнхен, ITB Берлин, IMEX Франкфурт на Майн, Touristik&Caravaning Лайпциг. Изложения като СМТ Щутгарт, Reisen Хамбург, f.re.e Мюнхен са насочени към крайния потребител и са посетени от над 400 000 посетители.
- Министерството на туризма организира и националното представяне на България на международното туристическо изложение **ITB' Берлин**, Германия. ITB – Берлин е най-голямото и престижно събитие за туристическата индустрия от цял свят с над 10 000 изложители и 110 000 професионалисти от близо 190 страни. Изложението е водеща B2B – платформа за всички туристически изложения в световен мащаб. Всяка година на българския национален щанд участие взимат над 46 туристически фирми и общински администрации. Предлагащите продукти по време на изложението са море, културно-познавателен туризъм, спа и уелнес туризъм и обиколни пътувания. По време на изложението се организира и официална пресконференция като акцентът през 2016 беше “Bulgaria is the place to be”.
- Министерството на туризма организира и участието на България на специализираното изложение за конгресен и корпоративен туризъм **IMEX в гр. Франкфурт на Майн**, където се предлагат и организират крупни фирмени събития, обучения и тимбилдинги, даващи възможност за завишаване на ефективността на туристическата услуга и съответно на реализираната добавена стойност.
- Международното туристическо изложение **Touristik & Caravaning**, което ежегодно се провежда в Лайпциг през втората половина на месец ноември бележи началото на записванията за предстоящия летен сезон, е най-голямото и значимо туристическо изложение в източните

германски провинции, където България се радва на повишен интерес. Изложението е предназначено както за масовата публика, така и за професионалистите в бранша. Посетителите през петте дни на изложението са били над 67 000, а изложителите 1000 от 38 страни. Изложбената площ е 70 000 кв.м.

- **Министерството взе активно участие в работата на Международната организация на националните туристически представителства – Corps touristique (СТ) – във Франкфурт на Майн.** Организирани бяха конференции, презентации, кръгли маси, road shows, дискусии пред специализирана публика и експедиенти от немските туроператори, туристически бюра и туристически агенти, мениджмънт на международни туристически изложения и панаири.
- Участвахме в международен културен проект на **Софийската опера и балет, представящ тетралогията „Пръстенът на нибелунга“** във фестивалния театър на Фюсен, Германия в периода 12-17 септември 2015 г.
- Взехме участие в **FESTIVAL OF LIGHTS**, Берлин, Германия в периода от 7 до 16 октомври 2016 г. с лиценз за използване на марката и името Фестивал на светлините за собствени комуникационни и маркетингови цели на институцията: печатна реклама, връзки с обществеността, информационен бюлетин, начална страница, социални медии - (срок на правата до 31.12.2016 г.), официален партньор в редакционните статии на арт проекта „Пазар на културите“ в рамките на всички комуникационни средства на фестивала, поставяне на туристическото лого във вестника, флаера и сайта на фестивала, публикации в рамките на социалните медии.
- Според националната статистика, през 2015 г. посещенията на немски туристи са 622 751. За първите 11 месеца от 2016 г. общият брой туристически посещения от Германия е над 812 хил. Ръст от 32,6% спрямо същия период на 2015 г.

Пазар Русия

- **Русия е много важен генериращ пазар за българския туризъм** и Министерството на туризма полага постоянни грижи, за да може той да върне водещите си позиции в България, особено по отношение на летния туризъм.

- Веднага след създаването на Министерството на туризма в **Москва заработи и самостоятелно национално туристическо представителство на България в Руската федерация към българското посолство**. Висока оценка за неговата работа бе и приемането му за асоцииран член на Асоциацията на туроператорите в Русия (АТОР) и награждаването му със специалния диплом на АТОР „За лоялност към руския пазар“.
- **За изминалите две години от създаването на Министерството на туризма като самостоятелна администрация България участва в над 44 панаира, изложения и международни срещи в Русия**, на които се представи като туристическа дестинация с щандове, пресконференции, презентации, експозиции. **Преди всичко това бе националното присъствие на международните специализирани борси в Русия Intourmarket и MITT в Москва с българо-руски b2b форум, „Лето“ и „Expotravel“ в Екатеринбург /където в през 2016 г. бе и страна – партньор/, „Отдых без границ“ в Санкт Петербург и „SITT“ в Новосибирск**. България бе представена на руския пазар и с 32 национални участия в изложения и Дни на България в Москва и регионите на Руската федерация с представяне на възможностите за туризъм в България, като в тези събития взеха участие над 200 български компании. **Щандове страната ни имаше и на международните туристически изложения в руската столица „Отдых“, „Фестивал пътешествий“, „Лыжный салон“ (с който бе стартирана рекламната кампания за новия зимен сезон), както и „Visit Russia“ в Ярославл**. България се включи и в международните туристически срещи „Чемодан“ в Централния дом на журналистите, в регионалния форум в Свердловска област за организирания детски отиди, в празника на Москва на площад „Пушкин“, в среща за юбилея на Славянския фонд на Русия и др.
- В периода бе активизиран диалога на политическо ниво, като бяха организирани 5 работни посещения на министъра на туризма, и над 10 работни посещения на български делегации в гр. Москва, които съдействаха за развитие на контактите с Русия в областта на туризма.
- Организирани бяха 2 официални посещения на руски делегации в България.
- **Организирано бе посещение на Олег Сафонов, ръководител на Федералната агенция по туризъм, в България с цел участие в българо-**

руската междуправителствена комисия за търговско-икономическо и научно-техническо сътрудничество и двустранната работна група по туризъм. Визита на ръководител на руския туризъм от такъв ранг не е имало повече от 5 години.

- **В рамките на междуправителствената комисия се състоя и VII заседание на двустранната Българо-руска работна група по туризъм.** На нея бе направена презентация на възможностите за морска ваканция, балнеолечение и оздравителни програми, организиран детски отдих и др., които България може да предложи на руските туристи.
- **Сериозна стъпка в развитието на тези отношения бе подписването в София на 27 януари 2016 г. на Протокол от заседанието на Работната група за сътрудничество между България и Русия в сферата на туризма.**
- **С този документ двете страни изразиха волята си да увеличат взаимния туристопоток.** Документът бе парафиран от министъра на туризма на Република България Николина Ангелкова и ръководителя на Федералната агенция по туризъм на Русия Олег Сафонов.
- **Много положителен резултат за насърчаване на взаимния туристопоток бе проведената през ноември 2015 г. българо-руска кръгла маса в София,** в която се включиха представители на над 100 институции, организации, туристически компании и журналисти. **Форумът имаше голям отзвук** и показа, че туристическият бизнес от двете страни може да си сътрудничи много по-добре, а броят на руските туристи към България реално да се увеличи.
- **През февруари 2016 г. в Москва се състоя руско-българска кръгла маса с участието на над 100 туристически фирми и браншови организации от двете страни.** Те обсъдиха конкретни мерки за увеличаване на туристопотока през 2016 г. **В рамките на тази визита се състоя изслушване на министъра на туризма Николина Ангелкова в руската Държавна Дума,** която представи възможностите на България като целогодишна туристическа дестинация. За първи път от 27 години български министър говори пред руския парламент.
- **През месец януари 2017 г. министър Ангелкова бе на посещение в Русия по покана на ръководителя на Федералната агенция по туризъм Олег Сафонов.** Това бе първата му среща с представител на чужда държава за 2017 г. Олег Сафонов подчерта, че България заема важно

място сред водещите туристически дестинации, към които руските туристи проявяват интерес. Той отчете добрата и последователна работа в сферата на туризма с българското Министерство на туризма, оцени усилията на българското правителство по отношение на гарантиране сигурността на руските туристи у нас. Двамата се договориха да работят още по-активно за развитие на отношенията между България и Русия с цел увеличение на броя на руските туристи през идващото лято, като набелязаха и конкретни действия – организиране в края на февруари или началото на март на българо-руска кръгла маса по въпросите на туризма между България и Русия, на която да присъстват представители на туристическия бранш и местните власти от двете страни; продължение на работата за развитие на детския туризъм и детските лагери, на съвместната дейност по програмите, свързани с развитието на културно-познавателния туризъм, балнеолечението и СПА, историко-познавателния туризъм, поклонническите пътувания и др., като се разработят нови конкретни маршрути за руските туристи.

- **Бяха проведени десетки двустранни срещи, презентации на страната и участия във форуми.** Част от тях бяха с представители на Федералната агенция по туризъм, Министерството на културата на Руската федерация, Руската агенция за подпомагане на малкия и средния бизнес, департамента „Национална политика, междурегионални връзки и туризъм“ в Правителството на Москва, Руския съюз на туриндустрията, Федералната търговско-промишлена палата, Българо-руската търговско-промишлена палата и др.
- **Разширено бе сътрудничеството в туризма не само с федералния център, но и с администрациите и бизнеса от руските региони –** Московска област, Алтайския край и Република Алтай, Република Татарстан, областите Владимирска, Оренбургска, Тулска, Калужска, Липецка, Тамбовска, Уляновска, Тверска, Курска, Ярославска, Рязанска, Самарска, както и с техните търговско-промишлени палати. Добри са връзките на страната и с Екатеринбург, Новосибирск, Самара, Казан, Липецк, Саратов, Тамбов, Курск, Мичуринск.
- **Насърчавани бяха деловите и приятелските отношения между градовете, браншовите асоциации, търговските сдружения, църковните управи, учебните заведения.** Поддържаха се активни

контакти не само с АТОР, но и с други руски отраслови организации – Руския съюз на туриндустрията, Московската асоциация на предприемачите, Асоциацията на националните туристически офиси в Русия, Международния еногастрономичен център, Новосибирската асоциация на туристическите организации, Уралската асоциация на туроператорите, Новосибирската асоциация на туроператорите и пр.

- **Редица икономически прояви в Москва бяха също повод да бъдат показани възможностите ни като туристически маршрут за четири сезона.** Това бяха международната конференция „Гайдаровски форум - Русия и светът: устойчивото развитие“, „Болгарский дом“, „Салон недвижимости Болгарии“, изложбата „Българско машиностроене“, семинарът „Нови изисквания за регистриране на чужди представителства в Русия“, както и деловите мисии на България в Владимир, Калининград, Калуга, Курск, Орел, Тамбов, Твер, Ярославл и др. България бе представена като прекрасно и конкурентно място за лятна почивка в пресцентъра на Правителството на Московска област, а също и възможностите на страната ни в здравния туризъм на две кръгли маси, организирани от Съюза на журналистите на гр. Москва.
- **От 1 февруари 2016 да започна да функционира единен телефонен номер към Министерството на туризма,** на който руските туристи могат да получават актуална информация за възможностите за туризъм в България на цената на един градски разговор. Номерът е 0700 20 991 и се ползва без проблеми от руските граждани. На него те могат да потърсят съдействие и при евентуално възникнали проблеми. Целта е този номер да даде допълнителна сигурност на туристите.
- **България бе специално представена на четири големи регионални туристически форуми в Санкт Петербург, Екатеринбург, Казан и Самара** със самостоятелен щанд и презентации на направлението пред турагенти и туроператори от регионите.
- **Благодарение на активното партньорство с българското транспортно министерство бе постигнато съгласие с руските въздухоплавателни власти за разширяване на крилата на сезона за чартърните полети,** като в периода от втората половина на април до 30 октомври те да се извършват без предварително съгласуване. **Досега това важеше само за активния летен сезон, което създаваше сериозни трудности за чартърните оператори и можеше да доведе до отказ на част от**

планираните полети на летищата Варна и Бургас. Промяната доведе до удължаване на активния летен сезон и имаше съществен принос за отчетените ръстове през лято 2016 г.

- **Предстои в руската столица да се организира и панаир на българската култура и традиции**, на който отново ще страната ни ще бъде представена като целогодишна туристическа дестинация. **Планират се и журналистически турове из България за руски медии, както и експедиентски обиколки за руския бизнес.** Продължава да се работи и по програмата за поклонническия туризъм.
- **През тези две години бяха проведени повече от 10 редовни срещи на водещи руски туроператори и представителите на български туроператори** в Русия с ръководството на посолството ни в Москва и националното представителство по туризъм на Министерството на туризма. Отделно бяха организирани над 100 срещи с български туроператори и над 150 – с руски.
- За визовия център в Москва бяха изготвени поне 1000 информационно-рекламни пакета, над 600 бяха те за офисите на руските туроператори и турагенти и повече от 100 - за индивидуални туристи.
- **Плодотворни са контактите на българското туристическо представителство и с руски висши училища**, в които се преподава туризъм. Сред тях са Руският нов университет (Москва), Московският държавен институт по туристическа индустрия, Уралският международен университет, Новосибирският държавен университет по икономика и управление, Руският университет на дружбата между народите (Москва), Руската международна академия по туризъм, Академията по туризъм и международни отношения в Екатеринбург, Финансовия университет при правителството на Руската федерация и др. Участвахме в техни събития също с щандове, презентации или анализи. Продължава изпълнението на проекта с две московски училища с надслов „Русия и България: диалог на културите“ за промотирането на България като туристическа дестинация. Над 200 руски студенти през 2016 г. проведоха своя стаж в българските черноморски курорти.
- Със съдействието на министерството на туризма и националното туристическо представителство в РФ бяха организирани в България две Международни студентски научно-практически конференции с

участието на студенти от Московския държавен институт по туризъм „Сенскевич“ и Нов български университет, подготвени съвместни студентски проекти за провеждане на Дни на София и Варна в Москва и Дни на Москва в София и Варна.

- **Увеличен бе интересът на руснаците към културно-исторически и познавателни пътувания**, като съвместно с Федералната агенция по туризъм и Руската православна църква се работи по програмата „По българским дорогам памяти“, програмата за поклоннически пътувания и др.
- **По линия на религиозния туризъм бе направена презентация в Поклонническият център на Москва по съвместната програма за поклоннически пътувания в България** и съвместно бяха подготвяни редовни информационни материали за сайта му, насочени към крайните потребители, и няколко блока материали за светите места в България и поклонническите маршрути в страната за печатното му издание „Православный паломник“.
- **Много активно се работи и със специализираните руски медии** - чрез Съюза на журналистите на Русия, Съюза на журналистите от Москва, Съюза на журналистите от Подмосковието, от Новосибирск и с други творчески структури.
- Периодично се разпространява информация за руските журналисти и информационни бюлетини за представители на бизнеса и други ангажирани страни.
- **Организираните рекламни пътувания на руски журналисти в България** съвместно с общините /Велинград, Варна, Бургас, Несебър, Хисаря и др/.
- **Увеличено бе търсенето на почивка в България от уралския туристически пазар, където страната стана едно от основните туристически направления за туристите от региона за летния туристически сезон.** Възстановено бе българско консулство в Екатеринбург. България бе страна партньор на Международните туристически изложения „Лето-2016“ и „Експотревел-2016“ в Екатеринбург и активно присъства в анализите на Уралската туристическа асоциация. Уралските авиолинии също увеличиха полетите си към България.
- **По данни на НСИ в периода януари – ноември 2016 г. България е посетена от 571 142 хил. руски туристи**, което е увеличение с 20% в

сравнение със същия период на 2015 г. Броят на руските туристи, посетили страната с цел „почивка и ваканция“ през посочения период от 2016 г. е 28,9%, **което отрежда на Русия четвърто място** сред водещите пазари.

- **Руските туристи в България за лято 2016 са били над 469 хил. – четвърта позиция** сред водещите пазари, което е ръст от 30% спрямо сезон лято 2015. Според направените разчети те са оставили в българската икономика около половин милиард лева.
- **По данни на Министерство на външните работи за периода** от януари до ноември 2016 г. са издадени **331 508 визи за руски граждани**.
- **България за първи път получи наградата за най-добра дестинация за семейна почивка за руските туристи.** Отличието се дава от руското издание на списание National Geographic Traveler. Конкурсът National Geographic Traveler Awards 2016 се провежда за шести път и отличава най-добрите туристически направления сред най-популярните в Русия видове почивка за 2016 г. България заема първо място сред най-предпочитаните дестинации за семейна почивка при руснаците, като изпреварва Хърватия, Гърция, Черна гора, Русия. Общо в конкурса участваха повече от 60 страни и руски региони.

Пазар Франция

- Министерството на туризма подкрепи организираната изложба „Епопея на тракийските царе - археологически открития в България" в музея Лувър, гр. Париж. Проведен бе туристически панаир „България - култура и традиции" 2015 г. на площад Palais Royale, гр. Париж.
- Ежегодно България участва в международно туристическо изложение **Salon Mondial du tourisme в гр. Париж**. Salon Mondial du Tourisme е международно туристическо събитие което се провежда от повече над 40 години. Изложението е отворено за професионалисти и за масовата публика и посетителите са над 100 000 всяка година.
- Ежегодно страната се представя и на международното туристическо изложение **International French Travel Market (IFTM) Top Resa**. Изложението се нарежда сред най-големите туристически борси с професионална насоченост в Западна Европа. През 2016 г., на площ от 27 000 кв.м участие са взели над 1200 организации на 348 щанда. Събитието се отразява от над 1000 журналисти и представители на медии.

Изложението е посетено от над 29 480 професионалисти в бранша през последната година на своето провеждане.

- България е сред познатите и предпочитани дестинации за Лято'2016 за френските туристи. За периода юни – септември 2016 страната ни е посетена от над 126 хил. френски туристи, което е ръст от 17.9 % спрямо същия период.

Пазар Индия

- Традиционно страната ни участва на международно туристическо изложение **SATTE**, което е предназначено за професионалисти. През 2016 г изложението бе посетено от повече от 11 529 души.
- За първите 11 месеца на 2016 г. България общият брой посещения на индийски туристи у нас е над 9 320, като се отбелязва ръст от 27% спрямо предходната година.

Пазар Китай

- **Министерството на туризма участва в Инвестиционния форум във формат 16+1, домакин, на който бе Министерството на търговията на Китай от 08 до 12 юни 2016 г.** България рекламира възможностите си за целогодишен туризъм на международна конференция със специална презентация и клип за страната ни.
- Министерството ежегодно организира - **China International Travel Mart**. То е най-голямото събитие в сферата на туризма в Азия и е отворено за професионалисти и масова публика, като броят на изложителите с рекламни щандове надхвърля 2 500, разположени на площ от близо 60 000 кв.м. През послендата година, освен със собствен информационен щанд, България взе участие и на общия щанд на Туристическия координационен център между страните от Централна и Източна Европа и Китай. Изложението се провежда всяка година в различен град (в гр. Шанхай или гр. Кунмин).
- Общият брой посещения на китайски туристи у нас е над 17 хил. за периода януари- ноември 2016 г. Това е ръст от 23,7%

Пазар Япония

- Традиционно участие на страна ни на международно туристическо изложение **JATA TOURISM EXPO**. Това е най-значимото туристическо изложение в Япония, което се организира от Японската асоциация на

туристическите агенции (JATA). През 2016 г. борсата бе посетена от рекорден брой посетители – 185 800, над 1 160 изложители са представители своите програми, продукти и оферти на посетителите на изложението.

- **На 20 октомври 2016 г. бе открит на информационния туристически център на България в Токио.** Туристическият център е разположен в центъра на японската столица, а на церемонията за официалното му откриване присъстваха повече от 90 души, сред които депутати от Долната камара на японския парламент, представители на министерства, бизнеса и туристическите среди, посланици и др.
- Япония е в топ 50 на генериращите пазари, като общият брой посещения на японски туристи у нас е за първите 11 месеца от 2016 г. е 12 561, което е 14,7% увеличение спрямо същия период на 2015 г.

Пазар Виетнам

- Проведен бе Бизнес форум „България и Виетнам – дестинации за туристи от двете страни“. В дискусиата за възможностите на двете страни като туристически маршрути и партньори в сектора се включиха близо 50 представители на 28 български туроператора и 11 виетнамски компании.

2. Участие на международни туристически изложения

- Представихме България на международни туристически изложения с национален щанд - Берлин, Москва, Киев и Лондон през 2015 г. и 2016 г.
- През 2015 г. България бе представена на 38 международни туристически изложения с информационен щанд - **Утрехт, Виена, Хелзинки, Щутгарт, Братислава, Париж, Мадрид, Хановер, Лондон, Прага, Тел Авив, Милано, Белград, Будапеща, Париж, Букурещ, Минск, Кишинев, Санкт Петербург, Франкфурт, Солун, Истанбул, Киев, Делхи, Цюрих, Хамбург, Мюнхен, Прага, Баку, Токио, Барселона, Лайпциг Москва, Токио, Париж, Познан, Тенерифе, Пестум, Барселона**, като броят съизложители за 2015 г. възлиза на 362 фирми.
- През 2016 г. страната ни е взела участие на **42 международни туристически изложения с информационен щанд**, като общият брой на съизложителите възлиза на **287**.

- Извършена е подготовка, организация и комуникация с организаторите и фирмите съизложители по провеждането на предстоящите международни туристически изложения през първата половина на 2017 г.

3. Партньорство с големите туроператори

DER Touristik

- DER TOURISTIK е един от най-големите туроператори в Германия с твърдо заемано от години първо място на туристическия пазар в България с марката си ITS и с важно значение за успеха на летния сезон.
- За периода от две години беше организирано рекламno участие при представянето на летния каталог на **DER TOURISTIK**. Германските туроператори публикуват летните си каталози и програми за следващата година още през септември на предходната година, като през месец ноември стартират промоционалните кампании за следващия летен сезон. По време на събитията участие взимат над 2500 туроператора.
- Участвахме с рекламна страница в каталога **DER TOUR Europas Osten на туроператора DER TOURISTIK**. Каталогът Der Tour-Europas Osten съдържа реномирани хотели и дестинации в България и се отпечатва и разпространява по хилядите туристически бюра, агенции и офиси за представяне пред своите клиенти в Германия в завидния брой от 350 000 екземпляра.
- Бе проведена реклама на България чрез използване на пространство в централни офиси на DER TOURISTIK в градовете Кьолн, Лайпциг, Франкфурт, Щутгарт и Берлин. Предложението включва наем на площ с представителни и рекламни цели в туристически бюра с добра локация, с излаз към търговската и пешеходна зона, висока посещаемост, доказали се като най-силни продавачи сред агентите, собственост на DER TOURISTIK в горепосочените градове. Кампанията се осъществи в рамките на три месеца за зимния сезон, допълнена от следните активности:
 - Pop-in прозорец на лог-ин страницата на DER TOURISTIK в интранет.
 - Информационни флаери с важни факти и информация за България.
 - Разполагане на плакати с актуални предложения на витрината на туристическите агенции.
 - Щендери за брошури формат A5, разположени в офисите.

- Плакати размер A1, разположени в офисите на туристически агенции.
- Радио рекламна кампания в сътрудничество с DER TOURISTIK – достигане до аудитория от над 449,000 слушатели на ден чрез излъчване на рекламни спотове от 2.5 минути два пъти в петък и неделя в праймтайма.

TUI Германия

- Бе проведена реклама на България чрез използване на пространство в централни офиси на TUI Германия. Предложението включва наем на площ с рекламни и представителни цели в офисно пространство в 280 туристически бюра с отлични локации в цяла Германия. Кампанията се осъществява в рамките на три месеца и е насочена към ранно записване на летния сезон на 2017 г. и за подсилване на ефекта от дейността, извършвана в офисите на TUI Германия, компанията ще съдейства и с допълнителна маркетингова кампания, състояща се от:
 - Тийзър на българската landingpage
 - Изпращане на newsletters
 - Реклама в TUI newsnet (интранет страница за всички)
 - Поставяне на постери с изображения и/или актуални оферти в офисите на TUI агенциите в Германия

TUI Великобритания

- Бе проведена реклама на България чрез използване на пространство в офиса на SHG (TUI Ski, Lakes & Mountains) в SnowDome в Тамуърт, Англия за период от три месеца в периода май-юли месец 2016 г., като за подсилване на ефекта от дейността извършвана в офиса Crystal Retail Shop, част от групата на TUI, компанията ще съдейства безвъзмездно със следните допълнителни активности:
 - Разполагане на промоционални материали, плакати, предложения за почивки и за реклама на България.
 - Маркетинг кампания, състояща се от:
 - Pay per click маркетинг в онлайн търсачки във Великобритания
 - Рекламни материали в други офиси на Crystal Ski
 - Журналистически тур за 5 журналиста от Великобритания

Balkan Holidays

- Проведена беше реклама на България чрез използване на пространство в централния офис на Balkan Holidays в центъра на град Лондон за период от три месеца. За подсилване на ефекта от дейността извършвана в централния офис на Болкан Холидейз, компанията ще съдейства безвъзмездно със следните допълнителни активности:
 - **Search Network PPC** – Използване на ключови думи в Google и Bing.
 - **Display Network & Retargeting** – излъчване на реклами в Google и Facebook
 - **Партньорски маркетинг** – разполагане на банери и съдържание в тематични блогове за пътуване, списания и други уебсайтове, свързани с пътувания и техните социални медийни платформи.
 - **Имейл маркетинг** – изпращане на бюлетин до имейл базата данни на Balkan Holidays.
 - **Ваучери за £ 500** - Клиентите попълват въпросник с шанс да спечелят ваучер за £ 500 за ски ваканция в България. Целта на тази инициатива е да се достигне до възможно най-широк кръг от хора, като се промотира България като дестинация в Google, Bing, Facebook, Twitter, Instagram, мейлинг листа на Болкан Холидейз и в партньорските им сайтове.

Thomas Cook

- Проведена беше рекламна кампания чрез онлайн банери на пазари Германия и Великобритания в период от 1 месец за пазар Великобритания и два месеца за пазар Германия за сезон лято 2015 г. Предложението на Томас Кук включва:
 - Онлайн реклама на туристическа дестинация България на следните уебсайтове, Neckermann Reisen и thomascook.com;
 - На Neckermann Reisen следва да бъде поставен онлайн банер – door page “last minute”, “door page family”, импресии 21,00;
 - На thomascook.com, следва да бъде поставен онлайн банер „mixed MPU“ и „skyscraper“.
 - За периода от две години беше организирано рекламно участие при представянето на летния каталог на **Thomas Cook**.

4. Реализирани кампании и инициативи в процес на реализация

- Проведена бе рекламна **кампания по паневропейските телевизионни канали (Eurosport, Discovery Channel, Euronews, National Geographic Channel)**. Кампанията бе в 3 вълни на излъчване на рекламни клипове с продължителност по около 8 седмици всяка със средно по три излъчвания дневно. Клиповете, които бяха излъчени по четирите канала бяха с продължителност 30 сек. в два варианта – един имиджов спот и един с акцент върху културно-историческия туризъм. Те са на немски, френски, английски, руски, испански и български език. Клиповете са излъчвани в праймтайма на телевизиите, вечер и в сутрешните емисии. В периода март – май 2015 г. рекламните клипове на България по четирите паневропейски телевизии са били излъчени 673 пъти, като са достигнали близо 190 млн. гледания. Сред резултатите от рекламната кампания бе и избирането на страната ни на първо място сред най-желаните дестинации за туризъм в Европа за зрителите на Discovery Channel.
- В рамките на сключените договори бе договорено като бонус и посещение на снимачни екипи за заснемане, производство и излъчване на репортажи, които са част от целогодишната кампания, която министерството провежда.
- Екип на Euronews посети страната ни и заснеме репортаж за арт фестивала в Созопол – Аполония.
- Екип на Eurosport засне пет репортажа (Sport Trips) за възможностите за практикуване на различни спортове у нас.
- National Geographic направиха клип с тематична насоченост към природните забележителности, с които страната ни разполага, който също бе излъчен в рамките на кампанията.
- За разнообразяване на маркетинговия микс бяха договорени като бонус статични и pre-roll банери на официалните портали на телевизионните канали.
- Излъчванията на имиджовите клипове на България бяха финансирани по проект „Провеждане на целогодишна рекламна кампания на България по водещи паневропейски телевизионни канали“, финансиран по ОП „Регионално развитие“ 2007 – 2013 г. Неговото изпълнение през годините е било забавено, като в началото на 2015 година екипът на

Министерството на туризма ускори всички процедури, за да реализира проекта и за да не допусне загуба на европейското финансиране.

- Четирите паневропейски медии на практика обхващат почти цялата територия на Европа, също държави от Близкия Изток, Африка и Азия. Покритието на Eurosport е 15 млн. зрители на ден в 54 страни. Euronews се излъчва в 156 страни и достига до 419 млн. домакинства чрез кабелни и цифрови платформи. Discovery Channel обхваща до 97 милиона домакинства само в Европа, Средния изток и Азия. National Geographic Channel има аудитория от 458 млн. домакинства в 173 страни в света. Според анализите и проучванията именно европейските държави са сред основните целеви и генериращи пазари за българския туризъм.
- **В рамките на реализираната кампания „Скрито пред очите ти“** (описана в точка 1), реализирана в периода януари – септември 2015 година, беше създадено и излъчено телевизионно предаване, насочено към ефективно създаване и утвърждаване на позитивен имидж за страната и за насърчаване на вътрешния туризъм.
- Също така беше създадена и излъчена телевизионна рубрика за насърчаване на вътрешния туризъм, която се излъчваше в националните ефирни телевизии.
- Заснети бяха 50 клипа и излъчени ежедневно по три пъти на ден в националните ефирни телевизии.
- Публикувани бяха 100 информационни материала, специализирани статии/пътеписи и др. материали в специализирани списания и национални печатни издания.
- Реализирана беше интернет реклама чрез публикуване на над 1200 бр. рекламни банера. Бяха изготвени и монтирани 80 тематични билборда, разположени на възлови места в 6-те големи града на България (София, Пловдив, Варна, Бургас, Русе и Стара Загора) и по републиканската пътна мрежа, в рамките на 6 месеца.
- Кампанията бе отличена **на официална церемония в Хамбург, Германия на Световния фестивал за реклама в туризма - 17th WorldMediaFestival/Tourism. На него България бе удостоена със сребърна награда в категория Film за двата имиджови телевизионна клипа от кампанията “Скрито пред очите ти”.**

- Кампанията участва и в 13-те награди за отлични постижения и иновации в туризма, организирани от Световната организация по туризъм към ООН.
- **С институционалната подкрепа на Министерството бе разработена и пусната за свободно ползване интернет платформата „I Love Bulgaria“.** Тя може да бъде свалена под формата на мобилно приложение през всеки смарт телефон. (За потребителите на Android през Google Play, а за тези на iPhone - през App Store.)
- В нея фигурира пълният списък на 100-те национални туристически обекта.
- В ход е поставянето на специални табели на всеки от 100-те обекта, които съдържат уникална холограма - т.нар. QR код, който може да се сканира с мобилно устройство. Така туристът получава информация за атракцията, която е посетил, но паралелно с това печели бонус точки, срещу които получава и поощрителни награди.
- В световен мащаб опитът показва, че това мотивира много повече хората да пътуват и проворкира по-голям интерес, особено към по-малки населени места.
- Платформата, както и информацията за всеки от обектите включени в нея, е достъпна на 12 езика към днешна дата, и позволява информацията за обектите да бъде предоставяна на неограничен брой езици - в дългосрочен план. Информацията на различни езици се въвежда от операторите и достига до потребителите на приложението в реално време.
- За целите на по-доброто планиране на националните маркетингови дейности е много важно, че всеки потребител, който изтегли приложението, се регистрира в системата. По този начин Министерството на туризма получава информация, туристите от кои важни за нас туристически пазари, какво търсят и кои обекти посещават.
- В системата могат да бъдат включвани хотели, ресторанти и всякаква съпътстващи услуги. Така всеки турист ще може да получава предложения не само кои обекти да посети, но и къде да се настани, къде да се храни, от къде да си купи сувенир и т.н. Реално всички елементи на туристическия ни продукт, обединено на едно място.

- Платформата е международна, а България е първата държава, в която платформата действа с толкова много компоненти.
- **В рамките на изпълнявания от МТ проект „Комуникационна кампания за популяризиране на дестинациите ЕДЕН¹ в България – второ издание“** бяха изработени десет рекламни видео клипа, които да популяризират българските ЕДЕН дестинации. Проектът се реализира с европейско финансиране от програма COSME 2014-2020 г.
- Кратките промоционални видеа са с продължителност до една минута и половина, по един за всяка от ЕДЕН дестинациите: Луковит, Враца, Каварна, Казанлък, Кърджали, Кюстендил, Сапарева баня, Природен парк Странджа и Сандански. Направен е и един общ имиджов клип, с продължителност малко над 3 минути за всички 12 дестинации, включени в проекта.
- Видеата са създадени по начин, представящ дестинациите за българските и чуждестранни туристи. Те включват и някои от интересните събития и туристическите обекти на тяхната територия.
- Клиповете ще бъдат сред показваните материали на предстоящите международни туристически изложения, на които България ще участва през 2017 г. Ще бъде използвано и онлайн пространството, а видеата могат да бъдат излъчвани и при бъдещи рекламни кампании на България, както и от съответните дестинации за реализиране целите на регионалния им маркетинг.
- Материалите са издадени и в тираж от 2 000 броя на DVD носители, във версия на български и английски език. Предвижда се те да се разпространяват на място на туристически борси, форуми и др. събития, на които България участва.
- **Подготвено е провеждането на 60 тура за повече от 420 чуждестранни журналисти и туроператори от генериращи и перспективни пазари.** Провеждането на информационните пътувания е насочено към представители на водещи печатни и електронни медии и блогъри със специализирани туристически рубрики и/или предавания. Ще се

¹ EDEN е акроним на European Destinations of Excellence (най-добри европейски дестинации) и представлява инициатива, която популяризира моделите на устойчиво развитие на туризма на територията на целия Европейски съюз.

включат представители на водещи медии и туроператори от над 50 важни за страната ни пазари. Сред тях са Великобритания, Ирландия, Франция, Скандинавските държави, Русия, Украйна, Беларус, Молдова, Германия, Австрия, Чехия, Полша, Словакия, Словения, Унгария, Италия, Испания, Португалия, Румъния, Турция, Гърция, Албания, Босна и Херцеговина, Черна гора, Македония, Сърбия, Китай, Япония, Индия, Израел, и др. Данните на официалната статистика показват, че за миналата година от всички тях в България са били над 6,5 млн. чуждестранни туристи. Всеки от туровете е съобразен със спецификата на търсенето от съответния пазар, като ще бъде представено многообразието на страната ни.

- **Проведени са турове за представители на медии и туроператорски фирми от Русия и Румъния.** Сред целите на туровете е представянето и налагането на страната ни като дестинация, предлагаща разнообразни форми на специализиран качествен и устойчив туризъм. Темите, които бяха застъпени в тура са: **културно-историческия туризъм, поклонническите пътувания и религиозния туризъм, балнеолечебен и оздравителен туризъм, морски туризъм и детски отдих, гурме и вино.**
- **Проведени са турове за журналисти и туроператори от Япония и Китай.** В групата бяха включени представители на едни от най-големите туроператори в азиатските страни, които издават и книжни информационни гидове, а също и популярни блогъри.
- **Сключено е рамково споразумение между Министерството на туризма и Общинска фондация „Пловдив 2019“ за съвместна дейност и сътрудничество в подкрепа на домакинството на града като „Европейска столица на културата 2019 г.“.** Фондацията организира и ръководи цялостно проекта, а министерството ще подпомага популяризирането му, акцентирайки на Пловдив и България като дестинация с хилядолетна история и разнообразни възможности за туризъм.
- Целта на двустранното партньорство е да повиши интереса към Пловдив като туристически маршрут и към реализацията на „Европейска столица на културата 2019“, което е с огромна международна и национална значимост. Министерството и общината обединяват усилията си за

ефективен маркетинг при промотирането на България и Пловдив като атрактивни дестинации с богато културно-историческо наследство.

- По силата на това партньорство логото на Пловдив като европейска културна столица ще присъства в дизайна и оформлението на българските национални и информационни рекламни щандове на международни изложения, организирани от Министерството на туризма, които са специализирани за такъв тип туризъм или има интерес от съответния туристически пазар към тях.
- Рекламно-информационните материали, подготвяни от министерството, ще включват данни и визия за Пловдив като европейска столица на културата в тематични събития и изложения. Проектът ще присъства и при изготвянето на презентации за специализирани форуми, конгреси, експозиции и други прояви. Банери с препратки, линкове и информация ще фигурират и в социалните мрежи на министерството. Целта е да се оптимизират усилията на институциите, за да се гарантират най-добри резултати за българския туризъм.
- **Министерството на туризма организира национален конкурс за „Проект за нова концепция за графична визия на туристическото лого на България“,** със съдействието на Националната художествена академия (НХА) и Съюза на българските художници (СБХ). Общонационалният конкурс целеше да доразвие бранд стратегията на България и да реализира необходимата устойчивост при изпълнение на европейския проект за разработване на стратегия за бранд България, приключил през 2013 г. Сред основните изисквания за изработване на проект за лого на България бяха предложенията да са съобразени със слогана „Открий и сподели“ и „A Discovery to Share“. Деветчленното професионално жури от доказани имена в дизайна и изобразителното изкуство избра седем графични визии, които продължиха в следващия етап от националния конкурс за ново туристическо лого на страната. Финалистите бяха селектирани от общо 183 получени предложения след двудневно обсъждане. Седемте одобрени кандидатури бяха изложени в продължение на една седмица в сградата на Министерството на туризма и имаше възможност да бъдат разгледани от всички желаещи, които искаха да се запознаят с новите предложения за национално туристическо лого. Общественото жури за избор на ново туристическо

лого на България не излъчи финален победител в конкурса. Към момента се подготвя провеждането на нов конкурс, който да надгради резултатите от последния и да доведе до избор на ново туристическо лого на България.

- **Работи се за доразвиване на официалния интернет портал www.bulgariatravel.org**, като се залага освен обновяване на 9-те му езикови версии и още две допълнителни езикови версии, разработване на електронни материали: електронни досиета и визуализации за туристически атракции и обекти, туристически маршрути и др.

ДВУСТРАННО И МНОГОСТРАННО СЪТРУДНИЧЕСТВО

1. Дунавска стратегия

Министерството на туризма е съкоординатор по Приоритетна област 3 (ПО 3) на Стратегията на ЕС за Дунавски регион. Стратегията е одобрена от ЕС в Брюксел на 24 юни 2011 г. В нея участват 14 страни, в това число и България.

Във връзка с изпълнението на функциите си на съкоординатор по Приоритетна област 3 (ПО 3) на Дунавската стратегия, за отчетния период, Министерството на туризма е изпълнило следното:

- Инициира и организира **дунавската среща „Устойчив туризъм чрез сътрудничество с европейски фондове и инвестиции“**. В нея участие взеха Талеб Рифай, генерален секретар на Световната организация по туризъм към ООН, Валтер Дефаа, генерален директор на ГД „Регионална и градска политика“ към ЕК, Даниел Кайеха, генерален директор на ГД „Вътрешен пазар, предприемачество и малки и средни предприятия“ към ЕК, министри, заместник-министри и представители на администрациите на ведомствата, които имат отношение към стратегията на ЕС за Дунавския регион, както и високопоставени лица от международни и национални организации в сферата на туризма. Форум на подобно ниво с такива участници бе организиран за първи път.
- В рамките на дунавската среща бе подписано **Писмо за намерение между Министерството на туризма на Република България и**

Световната организация по туризъм за създаване на мрежа от обсерватории за устойчив туризъм (INSTO).

- Министерството на туризма бе домакин на **„Плаващата дунавска конференция 2015“**. Конференцията бе в периода 15-17 юни по маршрут Русе-Тулча-Джурджу. Участие взеха представители на администрациите на ведомствата от страните, които имат отношение към стратегията на ЕС за Дунавския регион.
- Завърши изпълнението на проект за техническа помощ за съкоординаторите по приоритетна област 3 на Дунавската стратегия по Споразумение за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ № 2011CE160AT090 от 2011 г.
- Участие в Четвърти годишен форум по Дунавската стратегия, проведен в периода 29-30.10.2015 г. в гр. Улм, Германия, в т.ч. подготовка на два семинара, съвместно с румънския съкоординатор, проведени в рамките на Годишния форум.
- Участие в работа на 11-та среща на Насочващата група по ПО 3 на Дунавската стратегия на 30.10.2015 г., проведена паралелно с Годишния форум в Улм, Германия.
- Участие в 5-ти Годишен форум по Дунавската стратегия, проведен в периода 3 – 4.11.2016 г. в гр. Братислава, Словакия.
- Участие в работа на 12-та среща на Направляващата група по ПО 3 в гр. Русе, България на 16.06.2016 г.
- Участие в работа на 13-та среща на Направляващата група в гр. Букурещ, Румъния, България на 23.11.2016 г.
- Участие на Министерството на туризма, като съорганизатор на 4-та Дунавска конференция по култура в гр. Русе в периода 24 - 25.11.2016 г.
- Подготовка на проектно предложение за подкрепа на координаторите по ПО 3 на Стратегията на ЕС за Дунавския регион за периода 2017-2019 г. по Програма „Дунав“ 2014 – 2020 г. Проектът е одобрен и през м. февруари 2017 започва неговото изпълнение за срок от 3 години.
- Участие в международни срещи/семинари във връзка с изпълнението на Дунавската стратегия - стартиращ форум по програма „Дунав“ 2014-2020 г. на 23.09.2015 г. в гр. Будапеща, Унгария; среща на Дунавската мрежа в гр. Брюксел, Кралство Белгия на 16.10.2015 г.;

среща на координаторите по приоритетни области на Дунавската стратегия и в семинар за използване на техническа помощ на 14 и 15.01.2016 г. в гр. Брюксел; среща на координаторите по Приоритетни области на Дунавската стратегия на 08.03.2016 г. в Братислава, Словакия; среща на Националните координатори и координаторите по приоритетни области на 23.05.2016 г. в Братислава, Словакия;

- Създаване и координация функционирането на Съвместен технически секретариат по Приоритетна област 3 на Дунавската стратегия в гр. Русе.
- Организиране и провеждане на международна конференция в областта на туризма и сигурността в гр. Русе на 17.06.2016 г. с участието на министъра на туризма, европейски комисар по регионално развитие г-жа Корина Крецу, заместник министър-председателя и министър на регионалното развитие и публичната администрация г-н Василе Дънку, представители на местни, регионални власти от дунавския регион, частния сектор и НПО.

2. Световна организация по туризъм (COT)

Световна организация по туризъм е специализирана агенция на Организацията на обединените нации и водеща международна организация в областта на туризма. В рамките на COT страната ни е част от Регионална комисия Европа. През отчетния период Министерството на туризма участва в редица програми, събития и срещи.

- **България беше избрана за вицепрезидент на 21-вата Генерална асамблея на COT през м. септември 2015 г. в гр. Меделин, Колумбия.**
- В периода ноември 2014 - януари 2017 г. министерството участва в сесиите на 101, 102, 103, 104 и 105 **Изпълнителен съвет на Световната организация по туризъм към ООН.** През м. юни 2016 Министерството подаде официална кандидатурата за подновяване на членството на България в изпълнителния съвет на COT 2018-2021. В периода ноември 2014 – 2017 г. участие на представители на Министерството на туризма е осъществено в 57, 58, 59, 60, 61 срещи на Регионална комисия Европа към COT. Министерството на туризма официално се кандидатира за вицепрезидент на Регионална комисия Европа 2018 – 2021, като гласуването ще се проведе в рамките на 22 Генерална асамблея на COT

през октомври 2017 г. в Китай. Представител на министерството участва в работна група за създаването на конвенция за етиката в туризма на СОТ.

- България бе домакин на най-мощното събитие в календара на СОТ за 2016 г. - **Конгресът на световните цивилизации и модерния туризъм. Форумът се проведе в периода 29 ноември – 1 декември в София, като чуждестранните участници имаха възможност да посетят и Пловдив, Казанлък и др.**
- **Самото провеждане на конгреса е признание за България не само като домакин на това мащабно събитие, но и възможност лидерите в световния туризъм да се убедят на място какво може да предложи страната ни като туристическа дестинация.**
- **Конгресът на световните цивилизации и модерния туризъм се проведе при активното участие от началото до края на генералния секретар на СОТ доктор Талеб Рифай.**
- **В конгреса се включиха и над 40 държавни делегации, над 20 министри, заместник-министри и ръководители на туризма от цял свят, личности като йорданската принцеса Дана Фирас, която ръководи неправителствения Петра интернешънъл тръст, световноизвестният египтолог д-р Захи Хауас, водещият от CNN Макс Фостър, генералният секретар на Организацията за черноморско икономическо сътрудничество Майкъл Христидес, експерти от Йордания, Турция, Малта, Китай, Гърция, Румъния, Азербайджан, Ирак, Кения, Молдова, Сърбия, Замбия, Гана, Зимбабве и др.**
- **Над 35 лекторите от цял свят споделиха опит и визия за развитие на световния туризъм.** Сред тях бяха водещи професори по иновации в услугите и анализи в туризма.
- **Специално видеопослание към участниците изпрати Кармену Велла – еврокомисар по околна среда, морско дело и рибарство.**
- **Участниците приеха проект на декларация с основните послания от форума.** Тя бе предоставена на делегатите за коментари и допълнения, след което **бе утвърдена като Декларацията от София.**
- **В документа се подчертава, че туризмът е един от водещите глобални социално-икономически сектори, създаващ възможности за ръст, за опазване на културното наследство и ефективно използване на природните ресурси.** Посочено е също, че отрасълът е сред приоритетните сфери за устойчиво развитие на света с хоризонт 2030 г.

- За форума бе изработено и безвъзмездно предоставено рекламно видео от Nu Boyana Film Studios, акцентиращо на древната история на България и тракийската култура.
- Министерството на туризма е включено в програмата на Световната организация по туризъм „По пътя на коприната“ и участва в срещите на министрите на страните членки на програмата „По пътя на коприната“. През отчетния период страната участва в Международната конференция за номадски туризъм и устойчивите градове „По пътя на коприната“ в Улан Батор, Монголия – 2016 г. и в Седмата Международна среща за туризъм по пътя на коприната и Първа Среща на министрите на страните от икономическата зона по пътя на коприната в Сиан, КНР в периода 18-20 юни 2015 г. Министерството на туризма кандидатства за домакин на среща на работната група "Западен път на коприната", която е част от инициативата "По пътя на коприната".
- Друго важно представяне на страната ни бе в първа Световна конференция на туризма за развитие (18-21 май 2016 г.) в Пекин, Китайска народна република.
- **На 18-ти януари 2017 г. министърът на туризма участва в официална церемония по обявяване на 2017 г. за Международна година на устойчивия туризъм за развитие**, на която присъстваха високопоставени представители на администрации и представители от бранша от цял свят. Събитието бе проведено под егидата на Световната организация по туризъм към ООН.

3. Европейска туристическа комисия

Европейската туристическа комисия (ЕТК) е организация с нестопанска цел със седалище в Брюксел, създадена през 1948 г. В нея членуват 35 национални туристически организации. Нейна основна дейност е да рекламира и стимулира туризма в Европа като цяло и в частност във всяка отделна страна. Република България е член на организацията от 1993 г.

- През отчетния период представител на Министерството на туризма бе избран за член на Борда на директорите на Европейската туристическа комисия с двугодишен мандат (2014-2015 вкл.).

- В периода ноември 2014-2017 г. взехме участие в 76-та Среща на Борда на директорите и 89-то Общо събрание на Европейската туристическа комисия в Рига, Латвия (21-22 април 2015г.), в 77-ма Среща на Борда на директорите на Европейската туристическа комисия в гр. Брюксел, Белгия (22-23 юни 2015г.), в 78-ма Среща на Борда на Директорите и 90-то Общо събрание на Европейска туристическа комисия в гр. Белград, Сърбия (07-09 октомври 2015г.), в 91-то Общо събрание на Европейската туристическа комисия в Протарас, Кипър (11-14.05.2016г.).
- Участвахме и в работата на работните групи по маркетинг и анализи и прогнози.

4. Организация за Черноморско икономическо сътрудничество (ОЧИС)

Организацията за Черноморско икономическо сътрудничество (ОЧИС) е международна регионална икономическа организация на страните от Черноморския регион.

- Министърът на туризма и представители на министерството участваха през 2016 г. в Конференцията на министрите с ресори култура и туризъм в Сочи, Руска федерация.
- Министерството на туризма активно се включи в редовните заседания на работната група по туризъм през октомври 2015 г. в Истанбул, Турция и през юни 2016 г. в Сочи, Руска Федерация.
- **През юни 2016 г., в резултат на усилията и дейността в областта на туризма, Република България беше избрана за държава- координатор на работната група за сътрудничество в туризма за периода 01.07.2016 – 30.06.2018 г.** Поемането на координирането на дейностите на работна група „Сътрудничество в туризма“ към ОЧИС е в отговор на поставените приоритети за активно взаимодействие с международни организации като Световната организация по туризъм, Европейската комисия, Европейския парламент и други. Периодът на нашето активно участие като страна-координатор съвпада с обявяването на 2017 г. за „Година на устойчивия туризъм“ от ООН и инициативата на Европейския парламент 2018 г. да бъде обявена за „Европейска година на туризма и културното развитие“.
- През ноември 2016 г. в Истанбул, Турция, Министерството на туризма участва като координатор на работната група по туризъм. Изготвен бе

„План за действие на работна група „Сътрудничество в туризма“ за периода 01.07.2016 г. – 30.06.2018 г., в който Република България е държава-координатор. Документът бе одобрен от страните-членки на ОЧИС на заседанието на работната група.

5. Европейски туристически форум

Европейският туристически форум се провежда ежегодно през втората половина на годината в страната, която председателства ЕС. Министерството на туризма присъства на този форум на ниво заместник-министър. Там се разглеждат актуални за развитието на европейския туризъм въпроси, свързани с визовите проблеми, единната европейска политика по отношение на туризма и неговото развитие, данъчните облекчения, иновативни и креативни форми на туризъм, устойчивост и предвидимост на европейския туризъм, дигитализация и др. Министерството на туризма взе участие и на форумите през 2015 г. в Люксембург, а през 2016г. – в Братислава, Словакия.

6. Двустранни и многостранни министерски срещи

В рамките на периода ноември 2014-2017 г. са проведени редица двустранни и многостранни срещи на ниво министър в страната и извън границите на Република България. Сред по-значимите са:

- На 12.10.2015 г. в София се състоя среща с Кеннет Хаят, заместник секретар по търговията на САЩ.
- В началото на 2016 г. беше осъществено работно посещение на ръководителя на Федералната агенция по туризъм на Руската федерация Олег Сафонов по покана на българския министър на туризма.
- На 12.09.2016 г. се състоя среща с Василе Дънку, зам.министър-председател и министър на регионалното развитие и публичната администрация на Румъния.
- На 02.02.2016г бе проведена среща с Беким Незири, министър на икономиката на Република Македония.
- На 14.06.2016 г. бе проведена среща с Бранимир Гвозденович, министър на устойчивото развитие и туризма на Черна гора.
- По време на международното изложение ФИТУР, в периода 20-23.01.2016 г бяха проведени срещи с: Мишел Дюрио, директор на дирекция за бизнес и глобална икономиката към Министерството на

външните работи на Франция; Махир Юнал, министър на културата и туризма на Турция; с генералния секретар на СОТ Талеб Рифай; с Рафаел Гайего, председател на Конференцията на туроператорите в Испания; с министъра на индустрията, енергетиката и туризма на Кралство Испания Хосе Мануел Сория Лопес; среща с министъра на туризма на Малта Едуард Замит Луис; с министъра на туризма на Египет Хишам Заазу.

- В рамките на 21 Генерална асамблея на СОТ в Меделин, Колумбия, в периода 12 – 16.09.2015 г., бяха проведени срещи с Ли Дзиндзао, председател на Националната Китайската Туристическа Администрация, с Карла Шлехтова, министър на регионалното развитие на Чешката Република; с Дарко Лоренцин, министър на туризма на Република Хърватска; с Антонио Перес де Лима, министър на икономиката на Португалската Република.
- При работно посещение в Берлин, Федерална Република Германия (08-12.03.2016г.) бяха проведени работни срещи с генералния секретар на СОТ Талеб Рифай; с Чарлс Гаетан Ксавие-Лук Дювал, вицепремиер и министър на туризма и далекосъобщенията на Мавриций; с министъра на икономическото развитие и технологиите на Словакия Здравко Почивалшек; с Гюнтер Хорцетцки, държавен секретар в Министерство на икономиката, енергетиката, индустрията, средните предприятия и занаятите на провинция Северен Рейн-Вестфалия.
- Проведени бяха реципрочни бизнес форуми България – Италия на 29.06.2015 г. в София и Италия – България на 14.03.2016 г в Рим. Бяха осъществени и срещи на ниво министър на същите дати.
- В рамките на работното посещение в гр. Брюксел, Кралство Белгия (4-7-ми април 2016г.) бяха проведени срещи с еврокомисаря по Регионална политика Корина Крецу, генералния директор на ГД „Регионална политика“ Валтер Дефаа и др.
- В рамките на третото съвместно заседание на правителствата на България и Гърция на 01.08.2016 г. се проведе среща с министъра на туризма на Република България и г-н Георгиус Статакис, министър на икономиката, развитието и туризма на Гръцката Република. По време на заседанието, в присъствието на премиерите на двете страни, бе подписан документ „Съвместна програма между Министерството на туризма на Република България и Министерството на икономиката, развитието и туризма на Гърция за периода 2016-2018 в сферата на туризма“

- В периода 05-07 октомври 2016 г., по покана на министъра на туризма на Република България, бе реализирано посещение на принца на Саудитска Арабия Султан бин Салман Ал Сауд в София.
- Участие в конференция на Световния икономически форум в гр. Петра, Йордания на тема „Оптимизиране на туристическата индустрия“ в периода 20-23.05.2015 г. В рамките на форума бе осъществена среща на ниво министър с министъра на туризма и античното наследство на Хашемитско Кралство Йордания г-н Найеф Ал Файез.
- На 24.11.2015 г. бе проведена среща с министъра на туризма на Индия Махеш Шарма;
- Осъществено бе участие на ниво министър в Третия форум за интеркултурен диалог в гр. Баку, Азербайджан в периода 18-19.05.2015 г. В рамките му бе проведена среща с Абулфас Гаряев, министър на културата и туризма на Азербайджан.
- Среща с г-н Бранимир Гвозденович, министър на устойчивото развитие и туризма на Черна гора по време на работно посещение в Херцег нови.
- България бе домакин на „Среща на кметове на столиците на страните-членки на ПСЮИЕ“, по линия на Председателството на Република България за периода 01.07.2015 – 30.06.2016 г;
- През отчетния период се състояха 16 сесии на Междуправителствени комисии за икономическо сътрудничество с Азербайджан, Беларус 2015 и 2016 г., Иран, Казахстан, Китай, Република Корея, Молдова 2015 и 2016 г., Албания, Монголия, Пакистан, Руска федерация, Словакия, Армения, Туркменистан.
- На 11.01.2017 г. се състоя среща с ръководителя на Федералната агенция по туризъм на Русия Олег Сафонов в Москва.
- На 17.01.2017 г. се състоя среща с крал Фелипе VI в двореца "Ел Пардо".

7. Работа с ръководители на дипломатически мисии, акредитирани в Република България:

- Регулярно бяха организирани работни закуски от министъра на туризма с ръководителите на дипломатическите мисии, по време на които беше представяна политиката на министерството.
- Преди старта на всеки летен и зимен активен сезон бяха провеждани редовни работни срещи на между Министерството на туризма и

Министерството на вътрешните работи с дипломати по въпросите на сигурността в туризма.

- Съвместно с Министерството на външните работи бяха организирани посещения на ръководителите на дипломатически мисии и придружаващите ги лица в различни дестинации в България с цел запознаване с икономическия, туристическия, природния и културно-историческия потенциал на региона. Посещенията се състояха през м. юни 2015 г. в гр. Хасково-Кърджали-Перперикон, м. юни 2016 г. в гр. Габрово, Етъра-Боженци и през м. октомври 2016 г. в гр. Средец-Дебелт-Странджа.
- Проведен бе Международния кулинарен фестивал „България посреща вкусовете на света“ със съдействието на над 20 посолства. Инициативата, която се провежда в партньорство с Министерството на туризма, е продължение на миналогодишната онлайн кампания „Мислиш си, че познаваш България“, зад която застанаха посолствата на Държавата Израел, Полша, Хърватия и още 17 други държави.
- Редовно бяха провеждани двустранни срещи на министъра на туризма с посланици с цел обсъждане двустранното сътрудничество в сферата на туризма

8. Подписани двустранни споразумения

- 2015, 4 март, подписано в София - Протокол за разширяване на сътрудничеството между Министерството на туризма на Република България и Министерството на културата и туризма на Република Азербайджан в областта на туризма.
- 2015, 28 април, подписан в Крайова - Протокол за намерение между Министерството на туризма на Република България и Министерството на икономиката, търговията и туризма на Румъния
- 2015, 19 юни в Китай - Меморандум за разбирателство в областта на туризма между Министерство на туризма на Република България и Националната администрация по туризъм на Китайската народна република.
- 2015, 14 септември, подписан в Колумбия - Споразумение за сътрудничество в областта на туризма между Министерството на туризма на Република България и Министерството на икономиката на Португалската република.

- 2015, 03 ноември, подписан в Лисабон - Протокол за сътрудничество в областта на обучението по туризъм между Министерството на туризма на Република България и Министерството на икономиката на Португалската република
- 2016, 22 февруари в София, България - подписан Меморандум за разбирателство в областта на туризма между Министерството на туризма на Република България и Министерството на енергетиката, търговията, индустрията и туризма на Република Кипър.
- 2016, 20 май в Пекин, Китай - Меморандум за разбирателство в областта на туризма между Министерството на туризма на Република България и Министерството на туризма на Република Аржентина.
- 2016, 14 юни в Херцег Нови подписано Споразумение в областта на туризма между Правителството на Република България и Правителството на Черна гора. Предстои утвърждаване.
- 2016, 05 октомври Подписан Меморандум за разбирателство за сътрудничество в областта на туризма между Министерството на туризма на Република България и Саудитската комисия за туризъм и национално наследство на Кралство Саудитска Арабия.

ПУБЛИЧНО-ЧАСТНО ПАРТНЬОРСТВО

- **Подписано бе споразумение за сътрудничество с “Ню Бояна” за изготвяне на два рекламни клипа** - единият с продължителност 2 минути, а вторият 30 секунди, и безвъзмездно предоставяне на правата на министерството за използването им. Заснетия рекламен клип е с участието на звезди като Силвестър Сталоун, Салма Хайек, Ейдриън Броуди, Антонио Бандерас, Джейсън Стейтъм, в които те представят лично отношение към България. Представянето му пред медиите бе на 11 октомври 2015 г. На събитието присъства и Ярив Лернер, изпълнителен директор на “Ню Бояна филм”, с чиято помощ е заснета продукцията. Ефектът от клипа е значителен, двуминутното видео и 30 секундния спот стигнаха до над 1,3 млн. души само във фейсбук. Двуминутния клип бе представен по време на представянето на филма „Съдилището” за чуждестранен Оскар.

- През м. май 2015 г. беше подписано споразумение за публично частно партньорство между Бизнес Асоциация Япония и Югоизточна Европа и Министерството на туризма. В резултат на подписаното споразумение, през октомври 2016 г. беше открит в гр. Токио, Япония туристически информационен център на България. Финансирането и издръжката на центъра е изцяло за сметка на японската страна. Министерството на туризма се ангажира да предоставя редовно актуални рекламни и информационни материали за България.
- През м. юни 2015 г. бе подписано споразумение за публично частно партньорство между ID Global Company, Саудитска Арабия и Министерството на туризма. В резултат на подписаното споразумение беше открит в гр. Джеда, Саудитска Арабия туристически информационен център на България.
- В гр. София на 21.11.2016 г. бе подписано и Споразумение за партньорство с Българска търговска камара в Сан Франциско – неправителствена организация, регистрирана в САЩ. Споразумението предвижда взаимодействие в рамките на международни целеви пазари по отношение на рекламиране на България като целогодишна туристическа дестинация, с оглед изпълнението на проект „Международен конгрес на световните цивилизации и модерния туризъм“.
- На 16 януари 2017 г. в София бе подписано Споразумение за сътрудничество между Министерството на туризма и CAN Worldwide Ltd. Shanghai за откриване на Български туристически информационен център в Шанхай, Китай.

НАСЪРЧАВАНЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ

1. Разработване на инвестиционната карта

Насърчаването и увеличаването на инвестициите в туристическия сектор бе сред основните приоритети в работата на министерството през отчетния период. Още с приемането на Устройствения правилник на Министерството на туризма (обн. ДВ. бр.108 от 30 Декември 2014г.) бе създадена дирекция „Международно сътрудничество и инвестиции в

областта на туризма“, като един от фокусите в работата ѝ беше именно подпомагане на потенциалните инвеститори в страната и съдействие при реализиране на проекти за устойчиво и балансирано развитие на туризма на национално, регионално и местно ниво, включително за изграждане и развитие на инфраструктурата, свързана с туризма

Министерството на туризма стартира инициатива за разработване на **Картата на инвестиционните проекти в туризма**, предвиждаща обобщаване на инвестиционни проектни предложения в сектора, подадени пред българските държавни и местни власти. Основна цел на тази инициатива е да бъдат популяризирани и предлагани на вниманието на заинтересовани лица възможностите за инвестиции в сектора. Страната ни притежава разнообразен туристически потенциал, природно културно наследство, което позволява развитие на различни видове туризъм - планински, еко и селски, културен, спа и други, което напълно съответства на политиката на Министерството на туризма за развитие не само на традиционните туристически продукти, но и на специализираните такива. Този потенциал следва да бъде развиван и надграждан чрез целево промотиране на атрактивни инвестиционни проекти. Картата е хармонизирана с Концепцията за туристическо райониране, приета със заповед на министъра на туризма №Т-РД-16-103/11.03.2015 г. на основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма.

През 2015 г. започна набиране на проектни инвестиционни предложения от общините, като такива бяха изпратени от около 100 общини. В началото на 2016 г. в инициативата бяха включени и областните управители, като в резултат на това **предложенията се увеличиха на 350 броя.**

След провеждане на процедура за избор на изпълнител по обществена поръчка с предмет **„Изготвяне на карта на инвестиционните проекти в туризма в България“** по реда на ЗОП бе избрано дружество-изпълнител, с което е подписан договор за извършване на услуги съобразно предмета на ОП.

Картата ще е достъпна като брошура, както и в интерактивен вариант и ще бъде представена пред инвеститори у нас и в чужбина. Предвижда се тя да бъде разработена в 4 езикови версии, с опция за нейното актуализиране съобразно развитието на проектните предложения.

През отчетния период бяха проведени редица срещи с потенциални инвеститори, с цел представяне на възможностите за осъществяване на проекти в областта на туризма.

НАБЕЛЯЗВАНЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ С ХОРИЗОНТ НА ТЯХНОТО РЕШАВАНЕ

1. Работна група за разработване на предложения за насърчаване на планинския туризъм

Със заповед на министъра на туризма № Т-РД-16-153/30.05.16 г., изм. със Заповед Т-РД-16-190/08.07.2016 г. е сформирана работна група за изготвяне на предложения за текстове в проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма за насърчаване развитието на планинския туризъм в България по устойчив и екологосъобразен начин, включително за предлагане на мерки за насърчаване развитието на ски туризма в страната. Работната група е завършила своята работа с предложение, който да залегне в проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма.

Предложените текстове са публикувани за обществено обсъждане във вида, изготвен и приет от работната група.

2. Работна група за разработване на регламент за къмпингуването

Със заповед на министъра на туризма № Т-РД-16-43/12.04.16 г., изм. със заповед Т-РД-16-106/09.05.2016 г. е сформирана работна група за разработване на регламент за къмпингуването, включително дефиниране на понятието „къмпингуване“, като част от предвидените изменения в Закона за туризма. Осъществени са 9 срещи на работната група за обсъждане и съгласуване на предложените текстове. Работната група приключи своята работа на 22.11.2016 г. с предложение на текстове, които да залегнат в проекта на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма.

Предложените текстове са публикувани за обществено обсъждане във вида, изготвен и приет от работната група.

3. Работна група за разработване на доброволен етикет за качеството

В ход е процедура по разработване и въвеждане на доброволен етикет за качество с разписани критерии, които ще трябва да стимулират предлагането на повече услуги в хотелите и ресторантите. Елемент за неговото получаване ще бъде предлагането на традиционни български продукти, произведени по БДС и браншови стандарти за качество.

Подписан бе Меморандум за сътрудничество между Българската хотелска и ресторантьорска асоциация (БХРА) и девет браншови организации на български производители на храни и напитки. Инициативата за подписването на Меморандума е на Министерство на туризма съвместно с Министерство на земеделието и храните. Меморандумът е първа стъпка в предвиденото въвеждане на доброволен етикет за качество.

Със заповед Т-РД-16-239/25.08.2016г. на министъра на туризма е създадена работна група с представители на туристическия бранш за разработване на доброволен етикет за качество на предоставяните услуги в туризма, както и механизми за прилагането му. Проведено е първо заседание на работната група, на което са обсъдени изискванията към доброволния Етикет за качество както и вижданията на членовете на РГ за насоката при създаването на доброволната сертификация. Събират се предложения за конкретни области за въвеждането на доброволен етикет за качество.

4. Работна група за разработване на единна визия на магазините за сувенири разположени в идеалната градска част на София

Със заповед Т-РД-16-199/19.07.2016 г. на министъра на туризма е създадена работна група за разработване на единна визия на магазините за сувенири разположени в идеалната градска част на София. Целта на работната група е да се създаде единна визия на магазините за сувенири, разглеждане възможността за приложимост на единната визия и в други областни градове, идентифициране на необходимите законодателни инициативи във връзка с обезпечаване реализирането на направените предложения. Работната група работи в тясно взаимодействие с Дирекция „Архитектура и градоустройство“ при Столична Община.

На проведените 3 заседания на работната група бяха обсъдени въпроси, касаещи визията и разположението на настоящите магазини за

сувенири, както и проблеми и предложения, свързани с предлагания асортимент в тези магазини. Взето е решение визията на сувенирните магазини да бъде зададена като проект към студенти по архитектура, който да бъде разработен в рамките на един семестър. От представителите на Асоциацията на екскурзоводите в България са посочени главните туристически маршрути в София и точките, в които се пресичат, които ще послужат за намиране на подходяща локация за сувенирните магазини.

5. Утвърждаване ролята на Националния съвет по туризъм

Съгласно чл. 7, ал. 1 на Закона за туризма Националният съвет по туризъм се създава като консултативен орган към министъра на туризма. Състои се от председател, зам. председател, членове и наблюдатели. Организационно-техническата дейността му се подпомага от секретариат.

Националният съвет по туризъм подпомага министъра на туризма при формирането и провеждането на държавната политика в туризма; подпомага координацията на националната политика в областта на туризма; обсъжда концепции и програми за устойчиво развитие на туризма в страната и изразява становища по тях; прави предложения до министъра на туризма за създаване, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, свързани с развитието на туризма; разглежда въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма; обсъжда подготовката за туристическите сезони и анализира резултатите от тях; обсъжда резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи; разглежда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги и разглежда и други въпроси от значение за развитието на туризма. Съветът изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с маркетинга и рекламата на България като туристическа дестинация.

През изминалите две години са проведени 5 заседания на НСТ – 2 през 2015 г. и 3 през 2016 г. С тяхното провеждане НСТ се утвърди като работещ орган, чиито решения се обсъждаха и приемаха с активното участие и партньорство на туристическия бранш.

По време на първото заседание на НСТ, проведено на 20.01.2015 г. са разгледани следните въпроси: проект на Годишна програма за Национална туристическа реклама 2015 г.; съществуващи и перспективни целеви пазари; примерни културно-исторически маршрути; възможностите за промотиране и подкрепа на национални събития и форуми; проекта за концепция за туристическо райониране на страната; отчет за изпълнение на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2014 г.

Второто заседание на НСТ бе проведено на 23.07.2015 г. На него беше обсъден проектът на Годишна програма за Национална туристическа реклама за 2016 г., както и бяха представени оценка на туристически сезон Зима 2014/2015 г. и актуална информация за сезон Лято 2015 г., доклад за актуалния статус на разработваните и изготвени от Министерството на туризма проекти на подзаконови нормативни актове по Закона за туризма, доклад за дейността на Комисия за защита на потребителите през летен туристически сезон 2015 г. (планирани проверки, резултати, екипи, отворени потребителски офиси и др.) и доклад за дейността на работната група за статута на националните курорти, концесиите на плажовете и промените в Закона за туризма.

Третото заседание на НСТ се проведе на 29.02.2016 г. като по време на него беше представен отчет за изпълнение на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2015 г., обсъден беше проектът на Закон за изменение и допълнение на Закона за туризма, дадена беше информация за актуалния статус на разработваните и изготвени от Министерството на туризма проекти на подзаконови нормативни актове по Закона за туризма, както и оценка на туристическите пътувания през 2015 г., актуална информация за сезон Зима 2015/16 и прогноза за сезон Лято 2016 г.

Следващото заседание на НСТ е проведено на 01.07.2016 г. На него беше представен проектът на Годишна програма за национална туристическа реклама 2017 г., както и доклад за предстоящите задачи и дейност на Междуведомствения съвет за кадрите в туризма, доклад за дейността на Комисия за защита на потребителите през летен туристически сезон 2016 г. и доклад за дейността на Българска агенция по безопасност на храните през летен туристически сезон 2016 г.

Годишната програма за национална туристическа реклама през 2017 г. беше приета от членовете на НСТ и в последствие утвърдена със заповед №Т-РД-14-49/29.07.2016 г. на министъра на туризма.

Последното заседание за 2016 г. през отчетния период се проведе на 28.10.2016 г. По време на него беше представена оценка на туристическите пътувания през 2016 г., резултати от сезон Лято 2016 г. и прогноза за сезон Зима 2016/2017 г., като освен това бяха изслушани и доклад за дейността на Комисия за защита на потребителите през летен туристически сезон 2016 г. и готовност за зимен туристически сезон 2016/2017г., доклад за дейността на Национална агенция за приходите през летен туристически сезон 2016 г. и готовност за зимен туристически сезон 2016/2017г., доклад за дейността на Министерство на вътрешните работи през летен туристически сезон 2016 г. и готовност за зимен туристически сезон 2016/2017г. и доклад за дейността на Българската агенция по безопасност на храните през летен туристически сезон 2016 г.

6. Учредяване на Междуведомствен съвет за кадрите в туризма към министъра на туризма

Във връзка с правомощията на министъра на туризма да подпомага дейността на компетентните органи за провеждане на държавната политика в областта на обучението и повишаване квалификацията на кадрите в туризма, се създаде Междуведомствен съвет за кадрите в туризма със заповед № Т-РД-16-26 / 22.02.2016 г. Основната задача на съвета е насочена към набелязване на оперативни мерки за по-ефективното провеждане на политиките, касаещи развитието на кадрите в синхрон с нуждите на бизнеса от туристическия сектор. Съвета е съставен от 45 члена, представители на министерства, други държавни институции, висши учебни заведения, неправителствени организации и туристическия бранш, определени поименно със Заповед № Т-РД-16-44 / 14.04.2016 г., изменена и допълнена със Заповед № Т-РД-16-204 / 22.07.2016 г. и със Заповед № Т-РД-16-333 / 15.12.2016 г.

Основните задачи на Съвета са насочени към обсъждане на:

- общите проблеми на кадрите в туристическата индустрия,
- събиране и анализиране на информация за провеждане на политика относно подготовката и реализацията им,
- свободното им движение и равнището на доходите в сектора,

- набелязване на оперативни мерки и други необходими действия, вкл. законодателни инициативи, за осигуряване на необходимата координация между институциите и всички фактори, влияещи върху тази проблемна сфера.

Съветът е разделен на четири подгрупи с различна тематика с цел по-добра оперативност и ефективност на работата:

Работна група № 1 Програми за обучение по туризъм в средните училища и във висшите учебни заведения в съответствие с търсенето на пазара на труда;

Работна група № 2 Възможности за провеждане на стажове, дуално обучение, както и повишаване на опита, квалификацията и ключовите умения на заетите в сектор туризъм;

Работна група № 3 Трудова миграция и възможности за наемане на чуждестранни работници/ стажанти;

Работна група № 4 Кариерно развитие на кадрите в туризма. Социални аспекти.

До момента Съветът е провел 3 общи заседания и 4 заседания на работните му групи и 1 специализирано заседание с конкретна насоченост. Набелязани са основните проблеми в сектора и са реализирани конкретни законови мерки за тяхното решаване:

- Необходимост от ситуационен анализ относно състоянието и възможностите за реализация на кадри в туризма
- Предприемане на стъпки за приоритизиране на специалност „Туризъм“, която към момента не попада в списъка, определен с Постановление № 64 от 25 март 2016 г. за условията и реда за утвърждаване на броя на приеманите за обучение студенти и докторанти в държавните висши училища и за приемане на списък на приоритетните професионални направления
- Създаване на модел на партньорство между представителите на туристическия бизнес и образователните институции
- Аргументиране на адекватна практика за прием и обучение на ученици по специалности в сферата на туризма в средните професионални училища и като цяло в средното образование
- Създаване на прагматичен модел за практикуване на платен стаж на студентите по туризъм, влизащ в учебната програма, в това число и на студенти от други страни /ЕС и трети страни/

- Прилагане на работещ механизъм за наемане на кадри от трети страни
- Необходимост от извършване на преглед на длъжностите по Национална класификация на професиите и длъжностите в Република България – 2011 г. (НКПД) и на професиите по Списъка на професиите за професионално образование и обучение към Закона за професионалното образование и обучение.
- Идентифициране на механизми за обвързване на учебните планове между средно образование и висше образование, както и включването на потребители на кадри в сферата на туризма в процеса на обучение, както в средното образование, така и във висшето образование;
- Обсъждане на възможностите за организиране на специализирани национални трудови борси за туризма, с цел организиране на среща между представители на бизнеса като работодатели и студенти и хора, търсещи професионална изява за надграждане на кариерата.

В резултат на задълбоченото междуведомствено сътрудничество бяха приети промени в Закона за трудовата миграция насочени към туристическия сектор. Законът и Правилникът за прилагането му бяха разгледани на третото заседание на Междуведомственият съвет за кадрите. В него се указва точната процедура за наемане на работници от трети страни и удовлетворяване на сезонната необходимост от тях в сферата на туризма.

Чрез участието на заместник-министър на туризма в Националния съвет по трудова миграция и трудова мобилност туризмът като отрасъл е включен в Списъка на икономическите сектори, включващи дейности, изпълнението на които зависи от смяната на сезоните, утвърден със Заповед № РД01-47 / 17.01.2017 г. на министъра на труда и социалната политика. С този акт туристическият бранш може да се възползва от преференциалните условия за наемане на персонал от трети страни. Междуведомственият съвет за кадрите е **естествената среда** за тези решения, както и за обновяване на списъка на страните, с които държавата би могла да съгласува спогодби.

През януари 2017 г. се проведе едно специализирано заседание с ограничен кръг от членове по компетентност. Целта на заседанието е

извършване на преглед на длъжностите по Национална класификация на професиите и длъжностите в Република България – 2011 г. (НКПД) и на професиите по Списъка на професиите за професионално образование и обучение към Закона за професионалното образование и обучение и привеждането им в съответствие със Закона за туризма и с практиката в туристическия сектор. Предложението за промени на двата списъка ще бъде предложено на Междуведомствения съвет за кадрите за утвърждаване и представяне на министъра на туризма.

7. Актуализиране на стратегия за устойчиво развитие на туризма в България

През 2015 г. е разработена Пътна карта за изпълнение на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в периода 2014-2030 г.

Изготвени са секторни анализи по специализирани видове туристически продукти – морски, планински, културен, здравен, еко и селски, голф, винен, конгресен и фестивален, които са в основата на разработените мерки за развитието на отделните видове туристически продукти в краткосрочен и дългосрочен план.

През м. ноември 2015 г. Министерство на туризма е изпратило чрез Министерски съвет проектен фиш за оказване на техническа помощ от ДЖАСПЪРС на Министерство на туризма за преглед и актуализиране на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014 – 2030 г. /Стратегията/. През м. декември 2015 г. ДЖАСПЪРС предостави на МТ проект на техническа спецификация, изготвена от ДЖАСПЪРС за избор на консултант, който да актуализира Стратегията.

В резултат на проведена обществена поръчка е сключен договор № Т-РД-29-156/29.08.16 г. с избран изпълнител за извършване на "Актуализиране на Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ 2014- 2030г. и изготвяне на План за действие към нея". Основните дейности, свързани с изпълнение предмета на включват: Изготвяне на цялостен актуален ситуационен анализ на туристическото развитие в България, в т.ч. и на основните видове туризъм, които се практикуват в страната; Актуализиране на стратегическата рамка на Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г.; Разработване на план за действие и на механизъм за изпълнение,

наблюдение и оценка на актуализираната; Провеждане на обществени консултации по проекта за актуализираната стратегия.; Изготвяне на окончателен проект за актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г.

В ход е изпълнение на договора. Към момента се изготвя цялостен актуален ситуационен анализ на туристическото развитие в България и се изготвя проект на визия, мисия, стратегически цели, приоритети, приоритетни видове продукти, териториални стратегически цели, план за действие и мониторинг и оценка на документа.

ПРОГРАМИ И ПРОЕКТИ В ТУРИЗМА

1. Реализиране и мониторинг на проекти, изпълнявани от Министерството на туризма по програми на Европейския съюз от програмен период 2007-2013 г.

1.1. Успешно е финализирана Средносрочната рамкова инвестиционна програма на МТ, като конкретен бенефициент по **Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г.** Общата стойност на всички 12 проекта, попадащи в рамките на Средносрочната програма възлиза на 45 855 719 лв.

1.2. В периода от м. ноември 2014 г. до м. декември 2015 г., Министерството на туризма приключи успешно изпълнението на три проекта, в рамките на Средносрочна рамкова инвестиционна програма (СРИП) по Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., на обща стойност около 17 млн. лв. Проектите са насочени към:

- Провеждане на активна комуникационна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм в Република България;
- Провеждане на активна целогодишна рекламна кампания на България по водещи паневропейски телевизионни канали (Eurosport, Euronews, Discovery Channel, National Geographic).
- Провеждане на интегрирани комуникационни кампании за България на целевите пазари Германия, Русия, Румъния, Украйна, Полша и Швеция, включващи телевизионна, печатна, интернет и външна реклама,

журналистически турове, пресконференции и други информационни събития в рамките на кампаниите.

1.3. В периода от м. ноември 2014 г. до м. декември 2015 г., успешно е финализиран проект за укрепване на капацитета на Министерството, като конкретен бенефициент по схема за предоставяне на безвъзмездна помощ BG161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване“, финансиран по **Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г.**

1.4. През отчетния период, успешно е финализиран проект „Компетентна и ефективна държавна администрация, участваща активно в процеса на формиране и провеждане на националните и европейски политики в областта на туризма“ на стойност 39 243 лв. по **Оперативна програма „Административен капацитет“ 2007-2013 г.**

2. Планиране, разработване, изпълнение и мониторинг на проекти, изпълнявани от Министерството на туризма по програми на Европейския съюз от програмния период 2014-2020 г.

През отчетния период, Министерството на туризма съсредоточи значителни усилия за оползотворяване на възможностите, които европейските фондове предоставят през програмния период 2014-2020 г. В тази връзка е реализирано следното:

2.1. През настоящия програмния период 2014-2020 г., **Министерство на туризма е включено като конкретен бенефициент** по процедура „Предоставяне на институционална подкрепа на Министерството на туризма за дейности, свързани с повишаване на капацитета на МСП в областта на туризма“ по Инвестиционен приоритет 2.2: „Капацитет за растеж на МСП“ на **Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014 – 2020 г.** Подкрепата е в посока създаване и функциониране на Организации за управление на туристическите райони, регламентирани в Закона за туризма, включително дейности, насочени към: изграждане на капацитет в предприятията за по-улеснен достъп и присъствие на националния и международните пазари; за изграждане на единна система за туристическа информация на национално ниво, като платформа за взаимодействие между туристическия бизнес, туристическите организации и институции; подкрепа за въвеждане на ИКТ

и предоставяне на ИКТ услуги; провеждане на пазарни проучвания, анализи и прогнози; разработване на продукти, маркетингови и инвестиционни концепции, стратегии, планове и др.; организиране на бизнес форуми в страната и чужбина, предоставяне на подкрепа за участие в събития и изложения (регионални, национални и международни).

В тази връзка, Министерството разработи Средносрочна рамкова програма, в която предложи на Управляващия орган на оперативната програма проекти, съответстващи на обхвата на допустимост на процедурата.

На заседание на Комитета за наблюдение по програмата, проведено на 20 май 2016 г. са одобрени методологията и критериите за подбор на операции по процедура за директно предоставяне на безвъзмездна финансова помощ „Предоставяне на институционална подкрепа на Министерството на туризма за дейности, свързани с повишаване капацитета на МСП в областта на туризма“. Процедурата за директно предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за МТ е включена в Индикативната годишна работна програма на ОПИК за 2017 г.

2.2. Министерството реализира дейности по проекти, в процес на изпълнение:

- Проект „Комуникационна кампания за популяризиране на дестинациите ЕДЕН в България – второ издание“, по програма COSME 2014-2020г., на стойност 135 124 лв. Проектът е подаден през 2015 г., като на 18 януари 2016 година е подписан договорът за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ. Срокът на изпълнение е 18 месеца.

2.3. Министерството на туризма разработи и кандидатства с 16 проектни предложения, на конкурентен принцип и като конкретен бенефициент, по 9 различни програми и инициативи, финансирани със средства от ЕС (самостоятелно или в партньорство с други организации и институции на национално и международно ниво). Общата стойност на подадените проекти възлиза на 22 086 027,00 лв. Във всички са предвидени дейности по развитие и популяризиране на възможностите за туризъм на територията на целевия за конкретния проект район, и за формиране на

съвместни туристически продукти със съседни и далечни пазари. Към отчетния период, статусът на подадените проекти е следният:

7 от подадените проекти са одобрени за финансиране:

- Проект „Комуникационна кампания за популяризиране на дестинациите ЕДЕН в България – второ издание“, по програма COSME 2014-2020, на стойност 135 124 лв., който е в процес на изпълнение.
- Проект за техническа помощ за изпълнение на функциите на Министерство на туризма като съкоординатор на Приоритетна ос 3 на Дунавската стратегия през 2016 г. на стойност 123 765 лв., който е приключил към момента.
- Проект за техническа помощ за подкрепа на съкоординаторите на Приоритетна ос 3 на Дунавската стратегия за периода 2017-2019, на стойност 656 228 лв., подаден през месец октомври 2016 година, в рамките на Програма „Дунав“ 2014-2020 г. Очаква се сключване на договор за безвъзмездна финансова помощ.
- Проект „Съвместни инициативи за промоция на трансграничния регион България - Турция като атрактивна туристическа дестинация“, на стойност 207 445 лв., подаден в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество България – Турция 2014-2020 г. Очаква се сключване на договор за безвъзмездна финансова помощ.
- Проект „Дунавска културна платформа – креативни места на 21 в.“ с обща стойност 3 279 690 лв., подаден в рамките на Програма „Дунав“ 2014-2020 г. Очаква се сключване на договор за безвъзмездна финансова помощ.
- Проект „Еко туризъм по Дунав“, на стойност 1 439 034 лв. е подаден през месец март 2016 г., в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество Румъния-България 2014-2020 г. Очаква се сключване на договор за безвъзмездна финансова помощ.
- Проект „Най-добри европейски ЕДЕН дестинации – селекция 2016“ на стойност 92 628 лв. е подаден през месец септември 2016 г., в рамките на Програма за конкурентоспособност на малките и средни предприятия COSME (2014-2020г.). Очаква се сключване на договор за безвъзмездна финансова помощ.

2 от подадените проекти са одобрени за финансиране в резервен списък, както следва:

- Проект „Съвместна маркетингова стратегия за туризъм в трансграничния район Румъния – България“ е с общ бюджет 1 324 377 лв., подаден в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество Румъния-България 2014-2020 г. Одобен, но на този етап за него няма осигурено финансиране.
- Проект „Верният път да откриеш богатството на Балканите“, на стойност 262 855 лв., подаден в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество България – Сърбия 2014-2020 г. Той е одобен, но поради изчерпване на финансовия ресурс е включен в резервния списък.

2 от проектните предложения са на етап оценка, както следва:

- Проект „Иновативни инструменти за съхранение и промотиране на културното и природно наследство в трансграничния регион“, на стойност 2 603 484 лв. е подаден през месец април 2016 година, в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество Гърция – България 2014-2020 г.
- Проект „Чисто и зелено“, на стойност 2 904 263 лв. е подаден през месец април 2016 година, в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество Гърция – България 2014-2020 година.

Към настоящия момент 5 от разработените предложения не са предложени за финансиране, както следва:

- Проект „Дунавска обсерватория за устойчив туризъм“, подаден по програма „Дунав“ 2014-2020, на обща стойност 3 813 869 лв. Партньорите по него планират да кандидатстват повторно по следващата процедура за набиране на проектни предложения през 2017 г.
- Проект „Насърчаване на качествената заетост чрез промотиране на устойчив туристически крайбрежен и морски модел „Син туризъм“ е на стойност 977 622 лв. Подаден е през месец юни 2016 година, в рамките на покана на Главна дирекция „Растеж“ към Еврейската комисия. Партньорите по него планират да кандидатстват повторно при следващата процедура за набиране на проектни предложения.

- Проект „Зелени хотели – зелени плажове в България“, на стойност 3 485 876 лв., подаден през месец октомври 2015 година, в рамките на Програма LIFE.
- Проект „Опитайте вкуса на българо-сръбските региони - гастро уикенди в уникален гастро-ено регион“, на стойност 390 272 лв., подаден през месец януари 2016 година, в рамките на Програмата за ТГС България – Сърбия 2014-2020 г. Планиран за следваща процедура за набиране на проектни предложения.
- Проект „Център за дигитализация и представяне на културното и природно наследство в долините на Струма, Нишава и Ерма - Виртуален музей“, на стойност 389 497 лв., подаден през месец януари 2016 година, в рамките на Програмата за ТГС България – Сърбия 2014-2020 г.

3. Осъществяване на ефективна координация между институциите и интегриране на туризма в свързаните с него секторни политики чрез участие на представители на министерството в над 50 заседания на комисии/работни групи/съвещателни и консултативни органи/комитети за наблюдение по оперативните програми за периода 2014-2020 г. и по програмите за териториално сътрудничество. Това участие позволи туризмът да бъде интегриран правилно в програмите, при стриктно отчитане на конкретните липси и потребности на туристическия бранш в страната.

5. Подкрепа на местни и регионални органи на изпълнителната власт, неправителствени организации и други заинтересовани страни при идентифициране, разработване и участие с проектни предложения по програми на ЕС и национални програми.

5.1. През отчетния период, са разгледани и издадени над 20 бр. писма за подкрепа на различни организации и институции, относно участието им в различни процедури за набиране на проектни предложения, организирани на международно ниво (Програма „Интеррег Европа“, Програма „Балкани-Средиземно море“; Програма Интеррег V Гърция-България и др.) с проекти, насочени към развитие на туризма.

5.2. Разработено, публикувано и текущо актуализирано е Ръководство за финансиране от Европейския съюз за периода 2014-2020 г., насочено към туристическия бизнес. Това ръководство има за цел да подпомогне

участниците в туристическото предлагане чрез повишаване на тяхната информираност относно възможностите за финансиране на действия за подобряване на произвеждания от тях продукт и на неговата реализация, чрез използване на средства от европейските фондове и програми.

5.3. Създаден е механизъм за текущо информиране на всички заинтересовани от туризма лица относно възможностите за финансиране, които се предоставят по различните европейски програми и инициативи, в т.ч. е създадена рубрика на институционалната интернет страница на Министерството за публикуване на актуални покани за набиране на проектни предложения.

НАСЪРЧАВАНЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИТЕ ФОРМИ НА ТУРИЗЪМ

1. Концепция за туристическо райониране на страната

На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма и със заповед на министъра на туризма № Т-РД-16-103 от 11.03.2015 г., бе утвърдена Концепция за туристическо райониране на България.

Съгласно чл. 15, ал. 1 на Закона за туризма, обособяването на туристически райони в страната се прави с цел формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама.

Туристическото райониране е предпоставка за развитие на конкурентоспособен туризъм, провеждане на регионализирана туристическа политика, съобразена с териториалните особености и спецификата на различните части от страната и осъществяване на ефективен регионален маркетинг, който да направи туристическите райони разпознаваеми за потенциалните туристи и успешно да ги промотира, както на вътрешния, така и на международния пазар. По-конкретно, очакваните ползи от създаването на туристическите райони включват:

- Запълване на съществуващата липса в маркетинга и управлението на дестинациите между местното ниво (община) и националното ниво (Министерство на туризма);
- Обединение на ресурсите и съгласувани действия за развитие на комплексен, разнообразен и конкурентоспособен туристически продукт -

чрез регионално взаимодействие, което е предпоставка за предлагане на атрактивен и качествен продукт;

- Регионализация на националния маркетинг - България да се рекламира като хомогенно цяло, използвайки възможностите на туристическите райони, всеки с характерни ресурси и възможности за практикуване на различни видове туризъм. Така може да се отговори по-добре на очакванията, изискванията и интересите на различните пазарни сегменти;

- По-ефективно достигане до потенциалните туристически пазари, особено далечните - чрез представяне на достатъчно големи по обхват райони, които са разпознаваеми на картата и познати не само за българите, но и за чужденците.

Окончателната схема на туристическо райониране на България е съобразена с резултатите от проведено консултиране, приемливите искания, заявени от заинтересованите страни, при спазване на възприетите принципи на райониране и изрично поставените законови изисквания:

- Туристическите райони покриват цялата територия на страната и са съобразени с общинските административни граници;

- Територията на една община не може да бъде разделяна и не може да принадлежи едновременно към два различни туристически района.

Обособени са 9 туристически района, които са достатъчно големи, за да бъдат ясно разпознаваеми на туристическата карта и достатъчно малки, за да бъдат управлявани ефективно.

За всеки туристически район е определен център, който е подбран така, че да отговаря едновременно на няколко критерия:

- Централно географско положение и удобна транспортна достъпност в рамките на района;

- Възможност за административно взаимодействие – предлагат се предимно областни центрове;

- Достатъчно високо ниво на реално туристическо развитие – „силният“ център да поеме лидерска роля при управлението на целия район

На основание чл. 16, ал. 3 и 4 от Закона за туризма е издадена заповед № Т-РД-14-63 от 15.05.2015 г. за обявяване броя, наименованието, териториалния обхват на туристическите райони, с която са определени и седалищата на организациите за управление на туристическите райони. Заповедта е обнародвана в Държавен вестник, брой 56 от дата 24.07.2015 г.

Със Заповед на министъра на туризма № Т-РД-14-159 от 26.10. 2015г. е поправена очевидна фактическа грешка в заповед № Т-РД-14-63 от 15.05.2015г., като в т.2, буква „ж“ след думата Смолян се добавя „Сърница“ и се поставя запетая. Същата е обнародвана в Държавен вестник, брой 94 от дата 4.12.2015 г.

Центрове на туристическите райони, които са определени за седалища на организациите за тяхното управление, са както следва:

- гр. Русе на Дунавски туристически район;
- гр. Велико Търново на Старопланински туристически район;
- гр. София на Софийски туристически район;
- гр. Пловдив на Тракийски туристически район;
- гр. Казанлък на туристически район Долина на розите;
- гр. Благоевград на Рило-Пирински туристически район;
- гр. Смолян на Родопски туристически район
- гр. Варна на Варненски черноморски туристически район;
- гр. Бургас на Бургаски черноморски туристически район;

В Концепцията за всеки туристически район е предложена основна и разширена специализация. Основната специализация е комбинация от два вида туризъм, които в съчетание определят уникалността на районите. Разширената специализация включва освен основните и до 4 допълващи вида туризъм.

Обособяването на девет туристически района е предпоставка за развитието на конкурентоспособен туризъм, районите ще станат разпознаваеми за туристите и успешно ще се промотират, както на вътрешния, така и на международния пазар.

Съгласно чл. 17, ал.1 от Закона за туризма, туристическият район се управлява от организация за управление на туристическия район (ОУТР). ОУТР са доброволни организации и в тях могат да членуват туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, общински и областни администрации, научни организации, институти и училища в областта на туризма, сдружения на потребителите и други институции и организации. ОУТР са юридически лица, които се учредяват и регистрират по реда на Закона за туризма.

ОУТР се учредява от туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район и поне четири общини от територията на района.

Към момента в Министерство на туризма са подадени две заявления за създаване на Организация за управление на туристически район „Родопи“ и Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район.

В бр. 94 на държавен вестник е обнародвана Заповедта на министъра на туризма за откриване на процедура за учредяване на организация за управление на туристически район „Родопи“. Към днешна дата заявителите са в процес на изпълнение на следващите стъпки посочени в Закона за туризма за окончателното учредяване на ОУТР.

Подписана и изпратена за публикуване в Държавен вестник е и заповедта на министъра на туризма за откриване на процедура за учредяване на Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район.

2. Разработени бяха 8 културно-исторически дестинации, които обхващат територията на цялата страна.

Дестинациите обединяват над 150 обекта в повече от 70 населени места. По този начин туристите ще бъдат задържани по-дълго време в регионите, което ще генерира икономически растеж и повече работни места. Публикувани са техни интерактивни карти онлайн.

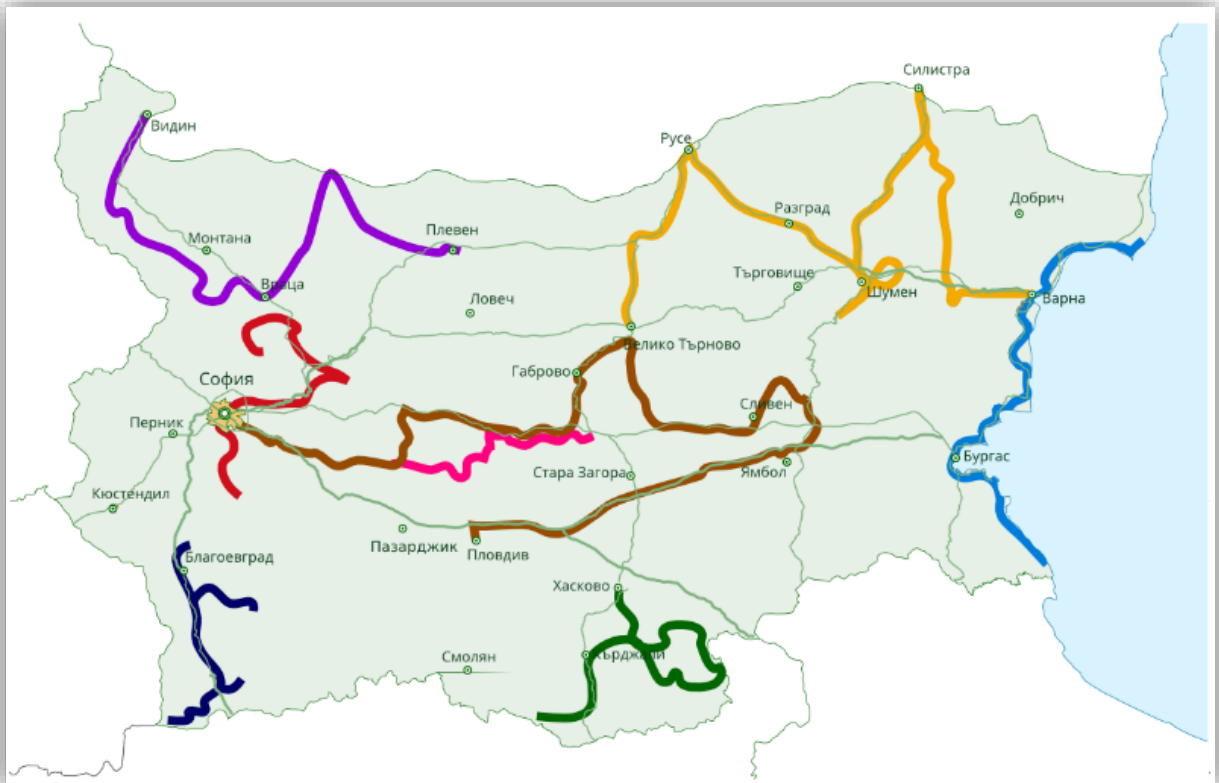
Разработените през 2015 г. културно-исторически дестинации са резултат от усилената работа на експерти на министерството, доказани специалисти от областта, местната власт и различни заинтересовани страни. В процеса на тяхното разработване се проведе среща с представители на местната власт за обсъждане на примерните варианти на дестинации, получиха се много становища и от други заинтересовани страни, в резултат, на което бяха направени редица конструктивни предложения, които бяха отразени във финалния вариант на културно-историческите дестинации.

С разработените културно-исторически дестинации се цели да се популяризира културно-историческото богатство, с което разполагаме, да се привлече по-голямо внимание към основни обекти и атракции на територията на страната и задържане на туристическите потоци за по-голям период на територията на България и в конкретните региони. Те са насочени както към вътрешния туристически пазар, така и към международния.

За да бъдат максимално полезни за туристите, бяха разработени и специални **интерактивни карти на културно-историческите дестинации**, които са достъпни през интернет сайта на Министерството на туризма.

Изготвят се и тематични рекламни материали, като беше изработен рекламен клип на тема „Долината на розите и тракийските царе“ с продължителност 3-5мин с 4K качество.

Карта на културно-историческите дестинации



3. Регистър на туристическите атракции

- **Разработения бе онлайн Регистър на туристическите атракции** с включена информация, изпратена от общините относно вида, статута, прилежащата инфраструктура и състоянието на туристическите атракции на тяхната територия., който обединява 3 435 обекта и за 1 година е регистрирал над 5 млн. посещения
- В ход е процедура по надграждане на Регистъра на туристическите атракции с онлайн регистър на фестивалите и други събития които генерират туристически интерес. Обработена е подадената от общините актуализирана информация, касаеща туристическите атракции на

територията на съответната община включително и актуализирана информация за фестивали.

4. Поставен бе основен фокус върху културния и СПА туризма

- Освен гореизброените мерки за насърчаване на културния туризъм, съществено значение за развитие на СПА туризма има и стартираната Национална програма за подпомагане на общините за ефективното управление на находищата на минерални води на тяхна територия и по-конкретно за представяне на възможностите за развитие на СПА туризма в България, чрез инвестиционната програма.
- Вследствие на стартиралата инвестиционна програма “Минерални води”, администрирана от Националния Доверителен Екофонд, 9 общини, управляващи ресурси - минерални води, са подали проектни документи за финансиране към приключване на срока за подаване на 16.12.2016 г. Това са Минерални бани (област Хасково), Полски Тръмбеш, Сапарева баня, Панагюрище, Бургас, Разлог, Берковица, Велинград и Септември. До края на януари 2017 г. ще приключи оценката на проектните предложения и ще започне изпълнението им.
- Ресурсът на фонда е 3,5 млн. лв. като безвъзмездната субсидия е в размер, равен на сбора от сумата, представляваща 50% от стойността на инвестиционния проект и сумата, представляваща разходите за покриване на лихвите по кредити за реализацията на проекта.
- Основни дейности са изграждането и поддръжката на разпределителна и довеждаща инфраструктура на територията на общините, което от своя страна ще стимулира и ефективното използване на находищата за развитие на балнео и СПА туризъм, спортни дейности, оранжерийно производство и отоплението на общински сгради с геотермална енергия.

5. Модул със степента на сложност на ски пистите в Република България

- За старта на зимен сезон 2016/2017 г. Министерството на туризма разработи и публикува интерактивен модул, който обединява на едно място информация за възможностите за практикуване на зимни спортове на територията на страната.

- Пилотно в модула са включени пистите на трите ни големи зимни курорта – Пампорово, Банско и Боровец. Те са нанесени на реални карти, с възможност за няколко техни визии.
- Модулът съдържа информация единствено за пистите, които вече са били категоризирани от създадената комисия, съгласно правилата на новосъздадената Наредбата за обезопасяването и информационната обезпеченост на ски пистите в Република България. Те са разделени на зелени, сини, червени и черни, съобразно степента им на сложност. Всяка от пистите е била проверена от експертите на министерството и външните специалисти, привлечени за нейната работа.
- За удобство на туристите са създадени връзки към официалните интернет страници на всеки от курортите с бързи бутони към камерите, които предават в реално време ситуацията на най-посещаваните им писти.
- Предвижда се модулът да продължи да се развива и допълва с информация.

ПУБЛИЧНОСТ

- **През отчетния период бяха организирани и реализирани над 100 срещи с представителите на бизнеса от регионите.** Обсъждани бяха проблемите и предизвикателствата пред сектора, като част от предложенията залегнаха в нормативните документи на министерството.
- **Създаден бе ежедневен информационен бюлетин на Министерството на туризма, обединяващ някои от по-значимите теми свързани с туризма в средствата за масово осведомяване, който се изпраща до повече от хиляда адресати – представители на туристическия сектор.**
- **Всяка седмица се изпращаше седмичен информационен бюлетин на Министерството на туризма, до представителите на туристическия сектор,** който включва информация за дейността на институция и възможностите за туризъм в страната. Предоставена бе възможност за обратна връзка и бяха публикувани материали изпратени от бизнеса и браншовите организации.

- **Ежеседмично бе изготвян и изпращан информационен бюлетин на английски език до чужди журналисти от цял свят.** В него бяха включвани всички новини и информации свързани с възможностите за туризъм в България и с дейността на институцията, които могат да предизвикат интерес сред чуждестранните издания.
- **Стартирана бе рубрика „Добрите практики“ в туризма, в която последователно бяха представяни инициативи и бизнес решения, които допринасят за развитието на туристическия сектор в България.** Създадена бе и възможност за обратна връзка, за да могат представителите на бизнеса да предлагат примери, които да бъдат включвани в нея.
- Осъществявани бяха регулярни срещи с представителите на средствата за масово осведомяване, като бяха изготвяни различни справки и информации по постъпили запитвания от тях.
- Учредени и проведени бяха първите **Годишни награди в туризма.** Конкурсът има за цел да открие представителите на бизнеса, местната власт и медиите, които допринасят за развитието на туристическия сектор на България.
- Конкурсът премина през два етапа на оценяване, като победителите бяха определени след онлайн гласуване, в който всеки можеше да даде своя глас на интернет платформата - www.tourismawards.bg.
- **Победителите в Годишните награди бяха отличени в 16 категории.** Разработена бе специална методология, съобразена със съответния набор от количествени и качествени показатели и измерители, съобразени с критериите на Световната организация по туризъм, съгласно която се подаваха кандидатури и се селектираха финалистите, достигнали до онлайн гласуването.
- На официалната церемония по награждаване на победителите присъстваха над 300 гости, сред които министри, кметове, ръководители на държавни предприятия и агенции, депутати, представители на бизнеса и неправителствения сектор, медии.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ДЕЙНОСТТА НА МИНИСТЕРСТВОТО НА ТУРИЗМА В ЦИФРИ И ГРАФИКИ

За периода януари-ноември 2016 г. общият брой туристически пътувания, осъществени от български и чуждестранни туристи в България са 11 350 627. Ръстът спрямо същия период на миналата година е 14,7%. Броят на посещенията на чуждестранни туристи в България е 7 855 145, като ръстът при тях е 16,1 %. Броят на българските туристи пренощували в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла е 3 495 482, като ръстът спрямо същия период на миналата година е 11,7 %.

Ръст се наблюдава на практика от всички водещи пазари. За първите 11 месеца от 2016 г. ръстът в туристопотока от Германия, Полша и Чехия и Нидерландия е над 30 %, от Русия - близо 20%, от Израел, Франция, Унгария, Австрия, Румъния - над 10%.

	Период януари-ноември 2016г.	Брой посещения	Разлика	Разлика в %
	ОБЩО	7 855 145	1 090 082	16,1
1	РУМЪНИЯ	1 029 410	104 439	11,3
2	ГЪРЦИЯ	979 584	75 889	8,4
3	ГЕРМАНИЯ	812 070	199 481	32,6
4	РУСИЯ	571 142	94 597	19,9
5	ТУРЦИЯ	519 833	40 388	8,4
6	МАКЕДОНИЯ	485 639	51 385	11,8
7	ПОЛША	361 176	103 495	40,2
8	СЪРБИЯ	344 584	27 119	8,5
9	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	264 525	26 628	11,2
10	УКРАИНА	256 229	22 381	9,6
11	ЧЕХИЯ	205 048	56 092	37,7
12	ИЗРАЕЛ	176 199	26 682	17,8
13	МОЛДОВА	172 964	13 566	8,5
14	ФРАНЦИЯ	161 067	23 272	16,9
15	АВСТРИЯ	159 339	24 003	17,7
16	ИТАЛИЯ	138 104	12 249	9,7
17	НИДЕРЛАНДИЯ	107 024	29 912	38,8
18	УНГАРИЯ	91 672	11 065	13,7

Настоящата година се очертава като рекордна в историята на българския туризъм. Очаква се общият брой посещения на чуждестранни туристи в България да е над 8,1 млн. Само за периода януари – ноември

посещения на чуждестранни туристи са 7 855 145, което е с 1 090 082 посещения повече спрямо същия период на 2015 г.



Изключително положителни са резултатите на пазар Германия, на който Министерство на туризма проведе изключително активна кампания за промотиране на българския туристически продукт. Общият брой посещения на немски туристи в България надхвърли 812 хил. за периода януари – ноември 2016 г. Ръстът спрямо същия период на 2009 г. (най-силното през разглеждания период без 2016 г.) е над 11 %, а спрямо същия период на миналата година 32,6% (близо 200 хил. посещения повече).



Нидерландия се очертава като перспективен пазар за България. Успешно беше преодолян спада от тази страна, като за първи път през разглеждания период броят на посещенията на холандски туристи надхвърли 105 хил.



За първите 11 месеца от 2016 г. туристопотока от Белгия нарастна с 18,3% и достигна равнищата от първото единадесетмесечие на 2014 г., което досега беше рекордно.



Продължава възходящия тенденция от гледна точка броя на посещенията на италиански туристи в България. Ръстът за първите 11

месеца на 2016 г. спрямо първите 11 месеца на 2015 г. е 9,7%. За сравнение ръстът за първото 11 месечие на 2015 г. спрямо първото 11 месечие на 2014 г. е бил едва 2.0%.



За първите път, в рамките на разглеждания период, посещенията от Полша надхвърлиха 350 хил. Ръстът спрямо същия период на 2015 г. е 40,2% (103 хил. посещения повече). През първите 11 месеца на 2016 г. туристическите посещения от Полша са с над 95 хил повече спрямо първото деветмесечие на 2009 г., което беше най-силното досега в разглеждания период.



В резултат на активните действия на Министерство на туризма беше преодоляна тенденцията, за спад на туристопотока от Чехия, която се наблюдава от 2009 г. с кратки прекъсвания. Броят на туристическите посещения от Чехия достигна 205 хил., което е рекордна стойност за разглеждания период.



След две поредни години на спад 2016 г. се очертава успешна на пазар Русия, като ръстът за единадесетмесечието спрямо същия период на миналата година е в рамките на 20% . Очакванията са че този ръст ще продължи и до края на годината и през следващата година, като всички предпоставки за това са налице. Важно значение има факта, че България успя да постигне ръст на фона на нисък изходящ туристопоток от Русия, сравнително нисък курс на рублата и увеличени възможности за почивка в Крим на руските туристи.



След две поредни години на спад започна процеса на възстановяване на туристопотока от Украйна. Перспективите за този пазар са благоприятни. Ръстът за първите 11 месеца на 2016 г. е 9,6 %.



Япония е перспективен пазар като Министерство на туризма полага големи усилия за популяризирането на българския туристически продукт в страната. В резултат за разглеждания период за първи път броят на посещенията на японски туристи у нас надмина 12 хил. Ръстът за първите 11 месеца от 2016 г. спрямо същия период на предходната година е 14,7%.



Прогноза за летен сезон 2017 г.

Наличните данни към втората половина на м. януари 2017 г. показват, че са налице всички предпоставки за благоприятен летен сезон 2017 г. и ръст на туристопотока спрямо миналия. Основания за оптимизъм дават следните обстоятелства:

1. Летният сезон на 2016 г. беше изключително силен за България. Страната стана все по-широко разпознаваема туристическа дестинация, като част от туристите, пристигнали през миналия летен се очаква да предпочетат отново да почиват в България и през настоящия.
2. Рекламната кампания на водещите ни пазари протича успешно. Към януари 2017 г. броят на заявените полети за летен сезон 2017 г. на летища Варна и Бургас от редица важни за нас пазари вече надхвърли броя на изпълнените полети на двете летища през летен сезон 2016 г. Големите туроператори също отчитат сериозен ръст на ранни записвания за почивка в България.
3. България запази имиджа си на дестинация, която може да обезпечи сигурността на туристите и комфортния им престой. През 2016 г. България успя да изгради положителен имидж на развиваща се туристическа дестинация с висок ръст на туристопотока, което привлича вниманието на туроператори и туристи.
4. Бяха положени усилия за развитието на комбиниран туристически продукт, а това със сигурност ще привлече интереса на по-голям брой туристи.

Пазари в Западна Европа

Германия

Миналият летен сезон беше много силен за пазар Германия, но високата активност на големите туроператори дава основание да се счита, че България ще задържи и дори ще надгради постигнатите резултати. Проведеното проучване относно актуалните записвания и резервации сред водещите немски туроператори, райзебюра, агенции и incoming-фирми, които генерират основния туристопоток, показва, че в момента търсенето на бранда България е с положителна тенденция, надгражда се постигнатото в предходната година и прогнозите за летния сезон 2017 г. са много оптимистични.

Изключително обнадеждаващ е фактът, че големите немски туроператори отчитат ръст на ранните записвания за България между 15% и 40%, а в отделни случаи и повече. На този етап на летища Варна и Бургас вече са планирани 5 276 полета, което е с 4% повече в сравнение с изпълнените през миналия летен сезон. През следващите няколко седмици може да се очаква значителен ръст на записванията за България успоредно с напредване на рекламната кампания.

Интересът към дестинацията България ще нараства и след приключване на водещите туристически изложения в началото на годината (CMT Stuttgart, Reisen-Hamburg, F.re.e. - München, ITB-Berlin, IMEX-Frankfurt), на които МТ се представя с национални рекламни-информационни щандове.

Великобритания

Вотът за напускане на ЕС създава несигурност дали няма да настъпят неочаквани пречки и усложнения при пътуванията на британски туристи в Европа. Затова очакванията са британските туристи да решат на по-късен етап къде ще почиват, но въпреки това дори и към настоящия момент се наблюдава значителен интерес към възможностите за почивка в България. Може да се очаква, че ако опасенията за трудности при пътуванията се разсеят, туристопотокът ще се задържи поне на равнищата от миналата година.

Други пазари в Западна Европа

За втора поредна година се очаква увеличение на туристопотока от Франция и Нидерландия, като имиджът на България като сигурна дестинация допринася за това. Само към края на януари 2017 г. на летища Варна и Бургас вече са планирани 435 полета от Нидерландия за летния сезон на 2017 г., което е с 57% повече спрямо изпълнените през летен сезон 2016 г., а ръстът на планираните полети от Франция е 58,3%.

Пазари от Централна Европа

Изминалият летен сезон беше изключително успешен от гледна точка на пазарите в Централна Европа, но прогнозата за тази година е още по-благоприятна. България вече се утвърди като конкурентоспособна дестинация на тези пазари, като дори още на този етап част от туристите

вече са заявили предпочитанията си да почиват в България. Ръстът на заявените полети на летища Варна и Бургас от Чехия вече е 33,2%, от Полша - близо 6%, от Словакия - 31%, от Унгария - близо 37%.

Скандинавски страни

На база данни от броя на заявените полети може да се очаква ръст на финландските и шведските туристи (очакваният ръст в броя на полетите на летища Варна и Бургас от Финландия е 9%, а от Швеция е 15%).

Пазари Източна Европа

Вече има интерес към възможностите за почивка в България, но записванията на пазари като Русия, Украйна и Беларус се осъществяват на по-късен етап. Засега има предпоставки известният ръст на туристопотока от Русия към България да продължи въпреки опасенията, че все още ниският курс на рублата (спрямо 2014 г.) ще изграе задържаща роля. Успехите на България на пазар Русия са безспорни, но в следващия сезон конкуренцията за руски туристи от страна на Турция и Гърция ще се засилва, както и ще са налице още по-добри предложения за почивка в Крим.

Обнадеждаващ е фактът, че въпреки сериозните намаления на цените в турските курорти се наблюдава над 10% ръст на ранните записвания на руски туристи за почивка през летния сезон в България. Това показва, че предприетите мерки от Министерството на туризма, свързани с инициативи за облекчаване на визовия режим, организиране на кръгли маси за пазар Русия, създаване на безплатна телефонна линия за руски туристи, участие в туристически изложения, инициативи за завръщане на руските детски и спортни лагери у нас са имали голям успех на пазар Русия. България провежда отрано активна кампания на пазар Русия, като безспорно това ще се отрази положително върху предстоящите записвания през февруари и март.

Все още е рано да се направи прогноза за туристопотока от Украйна и Беларус. Засега е налице интерес, но практическата му трансформация в резервации ще зависи от развитието на ситуацията през февруари и март.

Пазари на Балканите

Решението къде да изберат почивката си туристите от Балканските държави вземат на много по-късен етап, като ситуацията е доста

динамична. При запазване на настоящата ситуация известен ръст може да се очаква от Румъния, Сърбия и Македония. Има предпоставки за задържане на туристопотока от Гърция на равнищата от миналата година или дори за ръст, а от Турция прогнозата засега е за задържане на равнищата от миналата година, но със значителни възможности за промяна в положителна посока.

Вътрешен пазар

Прогнозата е, че вътрешният туризъм ще отбележи ръст предвид активната политика на Министерството на туризма за насърчаването му.