



Министерство на икономиката, енергетиката и туризма



Схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ
BG161PO001/3.3-01/2008

“Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване”

ПРОЕКТ

РАЗРАБОТВАНЕ НА СТРАТЕГИЯ ЗА БРАНД „БЪЛГАРИЯ“ И ВЪВЕЖДАНЕ НА ПРАКТИКА НА ИНТЕГРИРАН И ПОСЛЕДОВАТЕЛЕН БРАНД МЕНИДЖМЪНТ

Бенефициент: Министерство на икономиката, енергетиката и туризма

Стойност на проекта: 2 822 900 лева

Продължителност на проекта: 24 месеца

Краен срок за изпълнение на проекта: м. Декември 2011г.

Обща цел на проекта: Повишаване на ефективността и влиянието на националните маркетингови дейности чрез изработването на бранд „България“ с цел асоцииране/възприемане на страната като атрактивна туристическа дестинация, предлагаща разнообразен и висококачествен туризъм.



КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ НА ПРОЕКТА:

- Асоцииране на България с определени ценности и положителни емоции и утвърждаването ѝ като привлекателна дестинация чрез разработване на стратегия за бранд "България", включително национални продукти и регионални под-брандове (визия, мисия, цели, ключови аудитории, концепция за графични символи) и изработване на лого, слоган и набор от символи на запазената марка "България", както и на съответните национални продукти под-брандове.
- Създаване на предпоставки за повишаване разпознаваемостта на регионите чрез разработване на брендинг стратегия на туристическите райони и пилотен бранд на поне един туристически район.

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ:

- МИЕТ, по-специално дирекции „Туристическа политика“ и „Маркетинг, информация и реклама“ – 25 души. Разработеният национален бранд и стратегията за регионалните брандове имат отношение към правилното маркетингово планиране, рекламна политика, комуникационна политика, както и по-общо – туристическа политика.
- Ключови партньори при определяне на туристическата политика и националния маркетинг – 40 души (членове на Националния съвет по туризъм, Държавно-консултативна комисия по въпросите на туризма, представители на важни институции, организации и фирми). Разработеният национален бранд и стратегията за регионалните брандове задават рамка за разработването на собствените им рекламни стратегии и комуникационни политики.
- Туристически сдружения – 63 организации с над 2500 члена. Националните, регионалните и местните туристически организации, които ще бъдат подпомогнати в промоцията на възможностите за ваканция и отдих в България, чрез разработения национален бранд, продуктите под-брандове и стратегията за регионалните брандове.
- Туристически информационни центрове – 65. Ще се създадат условия за функционирането на ТИЦ в национална мрежа, с уеднаквен национален бранд, продукти под-брандове и – поне за един туристически район – регионален бранд .
- Туристическите райони, респ. техните организации – около 8 в следващите години. Туристическите райони и техните организации ще разполагат със стратегия, методически насоки и конкретен пример за регионален брендинг.

КРАЙНИ БЕНЕФИЦИЕНТИ:

- Чуждестранни туроператори и туристически агенти, опериращи на важни за България пазари, включително и избраните за пряко въздействие 10 генериращи пазара.
- Български туроператори и туристически агенции – около 2000.
- Хотелиери, ресторантьори - около 22 000 туристически обекта.
- Общини – 264 и Областни управи – 28



ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОЕКТА:

- Разработена интегрирана система за бранд мениджмънт
- Анализ на конкурентни брандове, анализ на досегашния български опит в националното туристическо брендиране, препоръки към архитектурата и визията на бранда.
- Разработен проект на стратегия на бранд "България", вкл. архитектура на бранда, визия, мисия, генерални послания, цели, ключови аудитории, символи.
- Обсъждания, консултации, групови дискусии.
- Секторна и публична подкрепа за стратегията на бранда.
- Изработени варианти на продуктови под-брандове на запазената марка "България".
- Разработена брендинг стратегия за туристическите райони.
- Разработен поне един пилотен регионален бранд и свързаните с него творчески продукти.
- Проверена кохерентност между национален и регионален бранд.
- Проверена ефективност и ефикасност на регионалния бранд в туристическата практика.
- Създадени предпоставки за намаляване на регионалните различия, стимулиране на туристическото райониране и институционалното изграждане в него.
- Изпробвани национален бранд, продуктови под-брандове и поне един пилотен регионален бранд.
- Финализирани национален, продуктови и регионален брандове и свързаните с тях продукти.
- Наличие на готовност за прилагане в рекламни кампании по целеви пазари на цялостен туристически брендинг.
- Информирана публичност за целите, действията и резултатите на проекта.

ПРОЕКТЪТ ЩЕ СПОМОГНЕ ЗА:

- Асоцииране на България с определена "запазена марка" като привлекателна дестинация чрез разработване на стратегия за бранд "България" и изработване на лого, слоган и набор от символи на запазената марка "България", както и на съответните национални продуктови под-брандове.
- Създаване на предпоставки за повишаване на разпознаваемостта на регионите чрез разработване на брендинг стратегия на туристическите райони и пилотен бранд на поне един туристически район.



Този документ е създаден в рамките на проект „Разработване на стратегия за бранд „България“ и въвеждане на практика на интегриран и последователен бранд мениджмънт“, договор № BG161PO001/3.3-01/2008/001-08, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007 – 2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от бенефициента – Министерство на икономиката, енергетиката и туризма и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.



Координати за контакт:

Министерство на икономиката, енергетиката и туризма

гр. София 1052,

ул. „Славянска“ 8

Факс: 02 / 988 23 15

E-mail: tourism-oprr@mee.government.bg

www.mee.government.bg