

Отчет за изпълнение на годишната програма за националната туристическа реклама за периода 01 януари – 30 юни 2017 година

I. Описание на степента на изпълнение на заложените в програмата цели

1. Нарастване на приходи от международен туризъм в България

Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на БНБ за **януари-март 2017 г.** възлизат на над **731 млн. лв. (373,9 млн. евро)**. Ръстът спрямо периода януари-март 2016 г. е **18,3 %**.

- Стимулиране на развитието на екологичен, спа и уелнес, специализирани видове туризъм с висока добавена стойност на туристическите продукти;
- Привличане на по-платежоспособни туристи в България в съответствие с променената категорийна структура на хотелската база и разнообразяване на туристическото предлагане.

Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за периода **януари-март 2017 г.** са общо **525,1 млн. лв. (268,5 млн. евро)**. Ръстът спрямо периода януари-март 2016 г. е **36,0%**.

2. Нарастване на посещенията в България с цел туризъм

През периода **януари-април 2017 г.** България е посетена общо от **1 575 635 чуждестранни граждани** (без транзитно преминалите). Техният брой е с **16,7 % повече** спрямо същия период на 2016 г.

Увеличение има при посещенията с цел **почивка и ваканция** – реализирани са **837 863** посещения и **ръст от 12,6%**, и при посещенията с цел **гостуване** – **125 709** посещения и **ръст от 12,7%**. Посещенията с цел **бизнес** са **388 437**, като те се увеличават с **23,9%**. Посещенията с **други** туристически цели са **223 626**.

Посещенията с цел почивка и ваканция формират 53,2% от всички туристически посещения.

Увеличение има при посещенията от Гърция – 274 827 посещения и ръст от 20,8%, Румъния – 221 850 посещения и ръст от 16,8%, Македония – 191 940 посещения и ръст от 2,8%, Турция – 190 503 посещения и ръст от 7,5%, Сърбия – 113 902 посещения и ръст от 0,3%, Великобритания – 61 734 посещения и ръст от 26,1%, Германия – 54 995 посещения и ръст от 38,1%, Израел – 42 900 посещения и ръст от 36,8%, Русия – 39 410 посещения и ръст от 9,1% и др.

3. Разширяване позициите на България на целевите пазари чрез диверсификация на предлагания продукт /комбинирани пътувания и специализиран туризъм/.

Организиране на журналистически турове с тематична насоченост към специализиран туризъм, дискусии и презентации с тематична насоченост по време на международни изложения, конференции и срещи, участие в специализирани международни туристически борси в страната и чужбина.

4. Разнообразяване на предлаганите продукти с цел целогодишно използване на туристическия потенциал на страната – популяризиране на възможностите за алтернативен туризъм в България, както и на комбинираните форми на туризъм с цел удължаване на сезона и използване на потенциала на България за предоставяне на разнообразен туристически продукт.

5. Насърчаване развитието на устойчиви форми на туризъм – провеждане на активна комуникационна кампания, насочена към целеви пазари, включително и на вътрешния пазар.

6. Ангажимент на държавата за провеждане на национална реклама, съгласувана с браншовите организации и големите туроператори, работещи на целеви пазари за България - организират се съвместни турове и събития; посланията, визиите и участието на туристическите изложения на съответните пазари се съгласуват с браншовите организации и големите туроператори, работещи на целеви за България пазари.

7. Таргетирани послания на различните пазари и различните целеви групи туристи.

В изпълнение на Годишната програма за национална туристическа реклама и залегналите в нея цели, свързани с популяризирането на България като атрактивна туристическа дестинация на международните и вътрешния пазари, са осъществени дейностите, описани в програмата.

II. Продукти/услуги, предоставяни по програмата-описание на постигнатите резултати и изпълнените дейности за тяхното предоставяне

1. Експониране на българския туристически продукт чрез участие с национални и информационни щандове на международни туристически борси и туристически изложения в България:

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

1.1 Участия на международни туристически и специализирани изложения на основни и перспективни пазари, с цел имиджово представяне на страната, повишаване информираността на посетителите относно разнообразните възможности за туризъм, осъществяване на контакти с чуждестранни туроператори и агенции за включване на България в програмите им за 2017/2018 г. или за тяхното обогатяване. Представянето се осъществява на регионален / продуктов принцип в зависимост от предлагането на съзложителите – туристически фирми, организации и общински администрации, заявили участие на българските щандове.

Водещото послание, на което бе подчинено представянето на България на международните туристически изложения е „България – Открий и Сподели”. Всички рекламни щандове на България следват идейния проект и са с единна визия и послание. Акцент в тези участия беше представянето на България с национален щанд на най-значимите туристически изложения в света, а именно, в Берлин и Москва през месец март 2017 година.

Национален щанд	Период на провеждане	Площ през 2017 г.	Съзложители на щанд България	Съпътстващи събития
------------------------	-----------------------------	--------------------------	-------------------------------------	----------------------------

ITB – Берлин, Германия	08-12.03.2017 г.	456 кв.м.	- 6 общини (София, Елена, Любимец, Русе, Приморско и Варна); - 17 туристически фирми/организации	- Get-together среща с немски журналисти и представители на медиите - Анимационната програма включваше дегустация на български вина и традиционни български специалитети, представяне на традиционни фолклорни танци, работен кът за изработване на мартенички и интерактивна зона за визуална реалност
INTOURMARKET – Москва, Русия	11-13.03.2017 г.	200 кв.м.	- 3 общини (Варна, Бургас, Несебър); - 2 туристически фирми/организации	- Кръгла маса на 11 март 2017 г. на тема „Здраве и отдих – съвременни тенденции в развитието на туристическите услуги“ Анимационната програма бе разделена на три части: българска шевица и бродерия, дегустация на български сладка и танцова група, която изпълняваха традиционни български танци.
MITT – Москва, Русия	14-16.03.2017 г.	450 кв.м.	- 4 общини (Варна, Приморско, Несебър и Созопол); - 26 туристически фирми/организации	Анимационната програма бе разделена на три части: българска шевица и бродерия, дегустация на български сладка и танцова група, която изпълняваха традиционни български танци.
UITT – Киев, Украйна	29-31.03.2017 г.	100 кв.м.	- 1 община (Варна); - 9 туристически фирми/организации	Анимационната програма беше разделена в няколко части: дегустация на български сладка, плетене на мартенички и дегустация на български вина и

1.1.1. На ITB – Берлин с цел представяне на съвременните тенденции в българския туризъм бе проведена get-together среща с немски журналисти и представители на медии. Резултатът бе позитивни отзиви от присъствалите немски журналисти.

➤ България се включи в инициативи по Дунавската стратегия в рамките на международното туристическо изложение ITB – Берлин, като взе участие с рекламен щанд в Дунавски салон, който се проведе в представителството на федерална провинция Баден-Вюртенберг, на 09 март 2017 г. В рамките на салона бе организиран форум на тема "Устойчиво развитие на Дунавския регион";

➤ От пазар Германия по предварителни данни се очертава ръст на туристи в България през Лято 2017 г. По информация от водещите германски туроператори ранните записвания се движат в диапазона 22-45% ръст спрямо 2016 г.;

➤ Активната работа с немските туроператори ще продължи в течение на цялата 2017 г. под формата на рекламни участия на Министерството на туризма при представянето на летните каталози за 2018 г. на големи туроператори – TUI, DER TURISTIK, THOMAS COOK.

1.1.2. На изложението INTOURMARKET – Москва, с цел продължаване на сътрудничеството и засилване на обмена на туристи между двете страни и утвърждаване на страната ни като привлекателно и спокойно място за почивка за руските туристи, бе организирана и проведена кръгла маса в Москва – 11 март 2017 г. на тема „Здраве и отдих – съвременни тенденции в развитието на туристическите услуги“. Резултатът е набелязване на конкретни мерки и действия за насърчаване на партньорството в областта на културния, патриотичния, поклонническия и оздравителния туризъм и регионалното сътрудничество.

➤ На пазар Русия продължава активната съвместна работа с Асоциацията на туроператорите в Русия. Договорено беше организирането и провеждането на **два уебинара на 18 май 2017 г. и на 02 ноември 2017 г., дигитална Академия, публикуване на информация в специалния брой на онлайн изданието Вестник АТОР**, изцяло посветен на България, публикуване на банери за България, ежемесечна аналитична справка за състоянието на туристическия пазар и мястото на България в него и др.;

- 80% от посещенията на руски граждани в България са ваканционни пътувания и три четвърти от тях са с цел почивка на море. Пътуванията на руските граждани до България са били предприети със самолет (около 90%), а предпочитаните видове средства за подслон и места за настаняване са хотелите, най-вече 4/5-звездни хотели, които са били избрани от почти всеки втори посетител. Пътуванията до България се резервират чрез туристическа агенция, а всички останали канали за резервации (включително интернет) имат само второстепенна роля. Туристическата агенция е също така и най-често използваният източник на информация (преди предприемане на пътуване). Въпреки това, също използвани са приятелите и роднините и интернет;

- Руските туристи в България са по-млади хора и хора на средна възраст, но фокусът е върху по-ниската възрастова група, до 34 години, принадлежащи към групите с по-високи средни и високи доходи и със средни и високи нива на образование. Делът на

семействата с деца е 24%. Социално - демографската структура на руските туристи в България е сходна с тази на руските туристи в Турция;

- Очакван ръст за Лято 2017 е до 10% от пазар Русия

1.1.3. На изложението UITT – Киев, Украйна България участва с представителен щанд на площ от 100 кв.м, като в рамките на националното участие се презентираха традиционните и нови туристически продукти, които се предлагат на украинския пазар с цел укрепване и разширяване позициите на страната като туристическа дестинация.

➤ Нашите анализи открояват няколко налагащи се тенденции на потребителското търсене:

- Съотношение качество – цена. Туристите стават все по-малко лоялни към дадена дестинация или продукт, като са изцяло водени от “най-добрата сделка”;
- нараства делът на индивидуалните пътувания;
- запазва се тенденцията към пътувания, които са за по-кратък период и по-често, което се дължи на нарастването на дела на low-cost/low fare carriers;
- търсене на уникални преживявания, потапяне в местната култура и близост до природата са приоритет особено сред по-възрастните;
- нарастващо значение имат програми за здравословен начин на живот.

1.1.4. За периода януари – юни 2017 г. бяха организирани и успешно проведени следните международни туристически изложения: EMITT – Истанбул, Турция East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition, ITF SlovakiaTour, FESPO – Цюрих, Швейцария, IMTM – Тел Авив, Израел, Reisen Hamburg, Хамбург, Германия, TTR – Букурещ, Румъния, Holiday World – Прага, Чехия, f.re.e – Мюнхен, Германия, IFT – Белград, Република Сърбия, TRAVEL/UTAZAS – Будапеща, Унгария, Salon Mondial du Tourisme – Париж, Франция, Salon Mondial du Tourisme - Париж, Франция, Отдых без границ – Санкт Петербург, Русия, Leisure – Минск, Беларус, AITF – Баку, Азербайджан, Tourism, Leisure & Hotels – Кишинев, Молдова, Лето – Екатеринбург, Русия, SITT/Турсиб, Новосибирск, Русия, KITF Алмати, Казахстан, Arabian Travel Market – Дубай, ОАЕ, IMEX – Франкфурт, Германия и др.

С цел увеличаване на базата данни от налични контакти на блогъри и журналисти, пишещи за туризъм, за първи път бе организирано участие на Министерство на туризма на Blogger Gathering и представяне на дестинация България пред над 150 блогъра, пишещи за пътувания, лайфстайл и туризъм на 4 февруари 2017 г. Резултатът е осъществени срещи с над 50 блогъри.

На организирани от Министерството на туризма национални и международни туристически форуми се популяризира Международната година на устойчив туризъм за развитие, Пловдив – европейска столица на културата 2019, София – европейска столица на спорта – 2018, Варна – европейска младежка столица 2017.

Министерството на туризма получи специален диплом за активно участие и презентиране в рамките на Международното туристическо изложение „INTOURMARKET-2017“ в Москва, Русия. Отличие бе получено и за участието на страната в XXIII-то Международното туристическо изложение UITT – Киев, Украйна, в XXI-то Международното туристическо изложение EMITT – Истанбул, Турция, а така също и в TTR – Букурещ, Румъния, Отдых – Баку, Азербайджан, T.L.H. – Кишинев, Молдова, AITF – Баку, Азербайджан и KITF – Алмати, Казахстан

1.2 Участия на национални туристически форуми - общи и със специализиран характер, както и организиране на паралелна програма-дискусии, презентации и съпътстваща реклама.

➤ Участие на 34-тата Международна туристическа борса ВАКАНЦИЯ/СПА ЕКСПО в периода 15-17 февруари в столичния Интер Експо център, която се проведе под патронажа на Министерството на туризма. В рамките на 34-тата Международна туристическа борса ВАКАНЦИЯ/СПА ЕКСПО се проведе **кръгла маса на тема „Дигитализация на туристическите дейности“**, в която участие взеха **представители на единна интерактивна платформа и мобилно приложение – ILoveBulgaria**. С цел преодоляване на сезонността и популяризиране на дестинация България бяха организирани две дискусии с участие на изявени експерти и при генериран широк интерес: *„Как нискотарифните авиокомпани променят туристическото търсене и предлагане“* и *„Краткосрочните пътувания – предпоставка за туризъм в четири сезона“*. Резултатът е обменени добри практики и опит, както и подобряване на диалога между МТ и българския туристически бизнес, промотиране на нови туристически продукти за краткосрочни пътувания, чрез които се постига целогодишно посещение на дестинация България;

➤ Участие на изложението „Културен туризъм“ – Велико Търново – 06-08 април 2017 г. Освен представителен щанд на площ от 40 кв.м., Министерството на туризма проведе Кръгла маса по актуални въпроси, свързани с развитието на дигитализацията на туристическите дейности;

➤ Участие в туристическа борса „Вашата ваканция“ в периода 20-21.04.2017 г. в град Бургас в изложбен център „Флора“ Бургас. Акцентът тази година бе ролята на общините в развитието на туристическия продукт, възможностите за вътрешен туризъм, кадрите в туризма;

➤ Участие на Министерството на туризма в най-голямото събитие за дигитална икономика и технологии Webit.Festival Europe, в периода 25-26.04.2017 г. с фото-корнер и промотиране на мобилното приложение ILoveBulgaria.

➤ Участие на изложението Уикенд туризъм“, което е едно от най-значимите събития в сферата на туризма в Дунавския регион. 13-тото издание се проведе в периода 11-13 май 2017 г. в гр. Русе. Тази година форумът бе съпътстван от Фестивал на туристическите анимации. Министерството на туризма е традиционен съорганизатор на проявата и участва с рекламен щанд, който представи възможностите на страната като атрактивна целогодишна дестинация. На щанда се представиха и българските EDEN дестинации - Белоградчик, Луковит, Враца, Силистра, Каварна, природен парк „Странджа“, Кърджали, Казанлък, Белица, Сандански, Сапарева баня и Кюстендил.

➤ Участва в осмото издание на „София диша 2017“ - фестивалът за градска култура на 24 и 25 юни 2017 г. Възможностите за туризъм у нас бяха представени на информационен щанд от 16 кв. м. и през двата дни на събитието. Фестивалът за градска култура „София диша“ е част от Календара на културните събития на Столична община.

2. Представяне на продукти или услуги пред чуждестранни туроператори и агенти *Дейности за предоставяне на продукта/услугата*

2.1. Акции по насърчаване на продажбите, в това число съвместно с водещи туроператори на целеви пазари, съвместни участия в презентации, е-маркетинг и организиране на експедиентски турове.

- Организиране на форум в Букурещ, Румъния на 30.03.2017 г. с тема „Дълга ваканция или кратки пътувания – добре дошли в България през цялата година“. По време на форума бяха обсъдени теми от взаимен интерес в областта на двустранните отношения, като по-конкретно бяха засегнати въпроси като: възможности за развитие на кратки пътуванията тип city breaks и дълъг уикенд, предлагането на още по-атрактивни туроператорски пакети за румънски и български туристи с активното съдействие на туроператорските асоциации и туристическите компании; развитие на сътрудничеството в областта на културно-историческия туризъм чрез създаване на съвместни проекти и разширяване на позициите на целеви за България и Румъния, пазари. Във форума участие взеха представители на Министерството на туризма на Република България и новосъздаденото Министерство на туризма на Румъния, български туристически организации и туристически фирми, кметове и представители на общински администрации, ръководители на регионални туристически администрации, румънски туроператори, български и румънски висши учебни заведения и др.;
- Интернет платформата „ILoveBulgaria“. С цел популяризиране на новото мобилно приложение бе организирано участие на представители на фирмата, разработила мобилното предложение ILoveBulgaria на щандовете на МТ в рамките на участия на международни туристически изложения. Изработени бяха нови рекламни сувенири – магнити, гривни, сърца и т.н. за разпространение по време на събития и туристически борси. Разработен е и проект между ILoveBulgaria и Viber, като е създаден chatbot, който дава предложения за туристически обекти в близост до локацията на туристите, използващи приложенията;
- С цел подобряване на представянето на България на туристически изложения и въвеждане на иновативни методи за презентация, на 21.03.2017 г. бе инициирана среща с представители на Националното сдружение на малкия и средния бизнес в туризма, разработили проекти за иновативно холограмно представяне на дестинации;
- Партньорство между Министерството на туризма и БДЖ за организиране на атрактивни пътувания с влак на Лазаров ден до Кюстендил и на Цветница до Черепишкия манастир. В композицията, теглена от парния ретро локомотив „Баба Меца“, се включиха общо над 1000 туристи. Министерството на туризма и БДЖ се договориха да увеличат броя на атракционните пътувания и да продължат да работят съвместно за тяхното популяризиране;
- Изпълнение на проект „Комуникационна кампания за популяризиране на ЕДЕН дестинациите от България – П“, който се финансира по програма COSME 2014-2020 на Европейската комисия. Във връзка с изпълнение на една от дейностите бяха проведени 3 опознавателни пътувания за участници от България, Румъния и Германия, избрани на база извършен анализ за идентифициране на ключови маркетингови фигури. В туровете се включиха по двама представители от съответните пазари. В периода 27-30.03.2017 г. и 03-06.04.2017 г. се проведеха инфотуровете за български и двама румънски участници по маршрут София – Кюстендил – Мелник – Сандански – Белица – Сапарева баня – София. Блогърите от Германия посетиха София, Враца, Белоградчик и Луковит в периода от 10 до 13 април 2017 г.;
- Участие в инвестиционно и търговско изложение Китай – Централна и Източна Европа в гр. Нинбо, Китай, в периода 8-12 юни 2017 г. в инвестиционно и търговско изложение Китай – Централна и Източна Европа в гр. Нинбо, Китай в периода 8-12 юни 2017 г. (China-Central Eastern European Countries Tourism Cooperation and Exchange Conference). Изложението се организира от Министерството на търговията на Китай,

правителството на провинция Джъдзян и местните власти в гр. Нинбо в изпълнение на документите, приети на срещата на ръководителите на страните във формат 16+1 в Суджоу през ноември, 2015 г. Представител на Министерството на туризма направи презентация пред китайски туроператори, медии и високопоставени служители на Китайската туристическа администрация.

3.1 Осъществяване на рекламна кампания в печатни и телевизионни медии на основни генериращи пазари за запазване позициите на България и насърчаване записванията за страната. Периодите на кампанията са съобразени със спецификата и времето за вземане на решение за почивка на съответните потребители.

- Реклама на туристическа дестинация България по време на Световната купа по сноуборд в гр. Банско в периода 03-05 февруари 2017 г.;
- С цел повишаване рекламния обхват и използване на нов рекламоносител бе реализирана реклама на дестинация България в немско дипломатическо списание (Diplomatisches Magazin) – в изданието за месец март 2017 г. Резултатът е рекламна статия за България в месечното списание с тираж от 12 000 копия и абонати – посолства, консулства, дипломати;
- Реализирана реклама на дестинация България в републиканското казахстанско списание Достык Дружба. Тиражът на списанието е 3 000 копия и излиза 6 пъти в годината.

4. Събиране, обработване, оформяне и предоставяне на необходима информация за обслужване на индивидуални чуждестранни и български туристи от Национален туристически информационен център на министерството.

Дейности за предоставяне на продукта/услугата

Националният туристически информационен център със седалище пл. „Света Неделя” 1 осъществява дейността си в рамките на Програмата за национална туристическа реклама, като предоставя разнообразна информация на туристите, посещаващи България и в частност град София. В него, наред с печатните материали, рекламиращи България като целогодишна туристическа дестинация на чуждестранните туристи се предоставя и информация както за град София, така и за възможностите, които предоставя България като място за отдых и туризъм.

Посетителите на информационния център за периода януари-юни 2017 г. са предимно чуждестранни туристи желаещи да се запознаят подробно с възможностите за различни видове туризъм на територията на страната. Сред тях преобладават туристите, които сами организират своето пътуване и в тази връзка имат нужда от: подробна и актуална информация за съответните дестинации и забележителности; разписанията на автобуси и влакове; възможностите за посещение на културни или спортни мероприятия; възможности за практикуване на определен вид туризъм като планински преходи, информация за планините в България и др.

За периода януари-юни 2017 г. НТИЦ е посетен и от много български граждани. Повечето от тях търсят подробна информация за дестинациите и забележителностите на територията на България, които планират да посетят. Интерес за много българи са рекламните материали в информационния център. С тях те искат да промотират страната сред свои приятели и роднини, които им гостуват, или пък живеят в чужбина. Особено голям интерес представляват картите на страната.

За периода януари – юни 2017-та година НТИЦ е бил посетен от над 4 000 души.

Сред чуждестранните туристи посетили информационния център през годината най – значителен е броят на:

1. Италианци, холандци, руснаци, испанци, германци
2. Белгийци, французи, британци, японци
3. Корейци, китайци, турци, американци

През годината НТИЦ отговаря на многобройни писма, изпратени от държавни учреждения; общини; браншови асоциации; туристически фирми и сдружения; граждани и им предоставя рекламни материали съобразно наличностите. От информационния център се изпращат десетки писма с рекламно-информационни материали в отговор на запитвания от страна на чуждестранни туристи и туроператори. По електронната поща и по телефона се предоставя информация на потенциални туристи и представители на туристически фирми и организации от страната и чужбина, във връзка с проявен от тях интерес.

III. Източници на информация

За целите на настоящия отчет са използвани данни от НСИ, БНБ, Google Analytics

IV. Описание на факторите и причините, оказали въздействие върху не постигането на планираните/заявените целеви стойности

Стойностите по целеви показатели за периода 01.01.2017 г. - 30.06.2017 г. са изпълнени.

V. Отговорност за изпълнение на програмата

Дирекция „Маркетинг, реклама и информация в туризма“