

НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ

МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА

ПРОТОКОЛ

ОТ ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ (НСТ),

ПРОВЕДЕНО НА 28.10.2021 г. – онлайн в ZOOM

Поканени: 47 члена на НСТ, вкл. председател и заместник-председател и 4 наблюдатели

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

1. **Д-р Стела Балтова**, министър на туризма и председател на НСТ;
2. **Ирена Георгиева**, заместник-министър на туризма и заместник-председател на НСТ;
3. **Мая Никовска**, директор на дирекция „Туристическа политика” и секретар на НСТ;
4. **Георги Събев**, заместник-министър на земеделието, храните и горите;
5. **Данаил Танев**, началник на Отдел „Спорт за всички и спортно-туристическа дейност“, Дирекция „Спорт за всички и спорт за учащи“, Министерство на младежта и спорта;
6. **Ралица Гроздева**, зам.-изпълнителен директор на ИА „Военни клубове и военно почивно дело“, Министерство на отбраната
7. **Димитър Маргаритов**, председател на Комисията за защита на потребителите;
8. **д-р Костадин Коев**, председател на УС на Организация за управление на туристически район „Родопи”
Георги Пампоров, изпълнителен директор на Организация за управление на туристически район „Родопи”
9. **Соня Георгиева**, представител на Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район;
Гергана Капнилова, представител на Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район;
Тихомир Патарински, Община Варна;
10. **Соня Енилова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Бургаски Черноморски туристически район;
Радосвета Стюард, член на Организация за управление на Бургаски Черноморски туристически район;
11. **Радост Иванова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Тракийски туристически район;

12. **Сашка Върчкова**, зам.-кмет на Община Банско и представител на Организация за управление на Рило-Пирински туристически район;
Таня Станчева, Община Банско
13. **Пенчо Милков**, представител на Организация за управление на Дунавски туристически район;
14. **Сребра Касева**, представител на Организация за управление на туристически район „Долината на розите“;
Сия Атанасова, Община Казанлък;
15. **Иво Маринов**, изпълнителен директор на Организация за управление на Софийски туристически район
16. **Даниел Панов**, председател на УС на Организация за управление на Старопланински туристически район;
Борислав Йорданов, управител на „Царевград Търнов“ ЕООД;
17. **Д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на УС на Националния борд по туризъм;
18. **Малин Бистрин**, зам.-председател на УС на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация;
19. **Димитрина Горанова**, председател на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти;
Д-р Даниела Стоева, член на АБТТА
20. **Светлана Атанасова**, председател на Българската асоциация на туристическите агенции;
21. **Венцислав Кръстев**, председател на Сдружение Туризъм;
22. **Сийка Кацарова**, председател на Български съюз по балнеология и СПА туризъм;
23. **Пантелей Мемцов**, председател на „Регионална туристическа асоциация Родопи“;
24. **Дотко Дотков**, търговски представител на Златни пясъци АД;
25. **Ива Иванова**, експерт „Връзки с обществеността“, представител на Национално сдружение на общините в Република България;
Кремена Цветкова, представител на Национално сдружение на общините в Република България;
26. **Румен Георгиев**, Сдружение за правна помощ на потребителите

Присъстващи наблюдатели:

1. **Нели Братоева**, директор на „Почивно дело“ към БАН;

Гости:

1. **Мария Белколева**, заместник-министър на туризма
2. **Веселин Желатов**, Директор на Дирекция „Програми и проекти в туризма“, МТ;
3. **Ани Хараламбиева**, Директор на Дирекция „Маркетинг, реклама и информация в туризма“, МТ;
4. **Албена Методиева**, Началник на отдел Изложения, Събития и Информация, ДМРИТ;
5. **Ивета Пешева**, Директор на дирекция „Връзки с обществеността и протокол“, МТ;
6. **Илияна Попова**, Директор на дирекция „Туризм и икономически дейности“, Община Петрич;
7. **Любомир Попйорданов**, Сдружение "Планини и хора - асоциация на планинските водачи
8. **Калин Сутев**, ДТС Туристик (DER Toutistik, Luxair), член на Асоциация на инкаминг агенциите;
9. **Илия Илиев**, член на УС на Асоциация на инкаминг агенциите;
10. **Пламен Кацаров**, Балканхолидейз, член на Асоциация на инкаминг агенциите;

Отсъстващи членове и наблюдатели:

1. **Цвета Тимева**, секретар по регионално развитие, Администрация на президента;
2. **Георги Самандов**, заместник-министър на енергетиката;
3. **Иван Демерджиев**, заместник-министър на правосъдието;
4. **Проф. д-р Дарина Тодорова**, секция „Регионална и секторна икономика“, Българска академия на науките;
5. **Красимир Киряков**, заместник-министър на икономиката;
6. **Людмила Петкова**, заместник-министър на финансите;
7. **Иван Шишков**, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството;
8. **доц. д-р Пламен Славов**, заместник-министър на културата;
9. **д-р Александър Златанов**, заместник-министър на здравеопазването;
10. **Емилия Тончева**, заместник-министър на околната среда и водите;
11. **Христина Велинова**, заместник-министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията;
12. **Проф. д.ф.н. Генка Петрова-Рашкова**, заместник-министър на образованието и науката;
13. **Лазар Лазаров**, заместник-министър на труда и социалната политика;

14. **Венцислав Катинов**, заместник-министър на вътрешните работи;
15. **Валентин Гичев**, заместник-министър на младежта и спорта;
16. **Александър Петков**, заместник-министър на отбраната;
17. **Зарица Динкова**, заместник-министър на външните работи;
18. **Доц. д-р Деян Стратев**, изпълнителен директор на Българската агенция по безопасност на храните;
19. **Георги Дучев**, председател на Българска асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели;
20. **Ричард Алибегов**, съпредседател на „Сдружение Българска асоциация на заведенията“;
21. **Емил Коларов**, председател на „Сдружение на заведенията в България“;
22. **Вероника Кънева**, председател Асоциация на къщите за гости в България;
23. **Михаил Абаджиев**, председател на Националната асоциация Хотел, Ресторант, Кафетерия — ХоРеКа;
24. **Станмир Станков**, председател на Националната асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
25. **Димчо Тодоров**, председател на Българска асоциация на експертите в туризма
26. **Йоана Лалова**, Национално сдружение на българските превозвачи;
27. **Стоян Мемцов**, адвокат в АК Пловдив, представител на Сдружение за правна помощ на потребителите;
28. **Николай Ангелов**, кмет на община Балчик и представител на Националното сдружение на общините в Република България (титуляр).

Секретариат на НСТ:

1. **Венелина Червенкова**, началник на отдел „Стратегическо планиране и продуктова политика в туризма“, дирекция „Туристическа политика“;
2. **Ваня Пеевска**, държавен експерт в отдел Статистически анализи и прогнози в туризма, дирекция“, дирекция „Туристическа политика“;
3. **Елвира Иванова**, младши експерт в отдел „Статистически анализи и прогнози в туризма, дирекция“, „Туристическа политика“;

Заседанието се проведе при следния дневен ред:

- т. 1. Откриване на заседанието - д-р Стела Балтова, министър на туризма.
- т. 2. Анализ на сезон Лято 2021 г. и прогноза за сезон Зима 2021/2022 г.
- т. 3. Представяне на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2022 г.
- т. 4. Обсъждане.
- Т.5. Разни.
- т. 6. Представяне на Петрич - „Многолик и непознат“

Поканата, дневния ред и материалите към него са изпратени на всички членове на НСТ по електронна поща от секретариата на НСТ в определения срок преди датата на заседанието.

Откриване на заседанието:

т. 1. Откриване на заседанието - д-р Стела Балтова, министър на туризма:

Д-р Стела Балтова, *министър на туризма*, благодари на всички членове на Националния съвет за присъствието в заседанието, което се провежда в онлайн среда и дава възможност да се покаже, че е възможно дистанционно управлението на такъв тип събитие. Изказа благодарност от името на целия екип на Министерството на туризма на всички, че са се включили в заседанието и изрази мнение, че COVID-19 е променил необратимо туризма и трябва да се адаптираме към новото нормално. Даде думата на г-жа Ирена Георгиева, която да информира за достатъчната наличност на кворума, необходим за провеждането на заседание Националния съвет по туризъм (НСТ).

Г-жа Ирена Георгиева информира, че за да е законно заседанието по правилник трябва да има участващи 23 пълноправни членове на НСТ. С радост изрази, че са обявили участие и виртуално онлайн присъстват 26 члена на НСТ. В работата на НСТ участва и един наблюдател, представител на „Почивно дело“ към БАН, както и представи поканените гости от Асоциацията на инкаминг агенциите. Обяви, че заседанието е законно и може да започне своята работа. Обърна внимание, че поради епидемичната обстановка Министерството на туризма не успя да отвърне на поканата на виртуалните домакини от Петрич, като им даде възможност да поздравят членовете на НСТ и даде думата на г-жа Илияна Попова, която да направи кратко приветствие от името на Община Петрич.

Г-жа Илияна Попова - Директор на Дирекция „Туризъм и икономически дейности“, Община Петрич, приветства всички участници. Поясни, че предвид голямата отговорност и роля при провеждането на държавната политика, в комбинация с НСТ за нея е чест да

приветства всички от името на кмета на Община Петрич Димитър Бръчков, който сърдечно поздравява и поднася искрените си извинения, че не може да присъства. Обърна внимание, че на 28.10.2021 г. Петрич отбелязва своето освобождение. Изказа съжаление, че срещата не успя да се проведе на живо и участниците не са успели да станат част от нещо непознато и многолико. Деня е специален за Община Петрич, защото Петрич се освобождава 34 г. покъсно от Княжество България. 40 години Комунистически режим е ограничил достъпа на българския турист до красотите и потенциала на този край. Разказа исторически факти за района. Информира, че днес те желаят да покажат красотата и потенциала на този район. Изрази увереност, че това начинание не изглежда самотно след подадената ръка от Министерството на туризма и на всички присъстващи на тази среща. Изказа сърдечни благодарности към присъстващите и увери, че са добре дошли в най-южното кътче на България. Информира, че в Античен град „Хераклея Синтика“ само преди ден е открита нова археологическа находка, след което благодари за вниманието, пожела спорна работа и успех във вземането на важните решения в тази сложна действителност.

Г-жа Ирена Георгиева изказа благодарност към г-жа И. Попова за приветствието и участието ѝ в заседанието. Обърна внимание, че предварително е изпратен Дневния ред за работа на заседанието, като го представи отново. Обърна внимание, че по всяка точка е предвиден часови график, като призова за концентрация и оперативно участие в обсъждането.

По т. 2 даде думата на министъра на туризма д-р Стела Балтова, която да направи анализ на изминалия летен сезон и да очертае прогноза за сезон Зима 2021/2022 г.

т. 2. Анализ на сезон Лято 2021 г. и прогноза за сезон Зима 2021/2022 г.

Д-р Стела Балтова обърна внимание, че може би света бе подготвен за тази пандемия, тъй като много платформи се бяха развили през последните над 10 г. Вече се работи и дистанционно в различните части на света. За Министерството на туризма е от изключително значение всички държавни и местни институции да работят в синхрон. Благодарни на всички за извършеното до сега, за партньорството с всяка бизнес организация, за всяка бизнес единица, тъй като това е изключително важно за целия сектор. Паралелно с това, обърна внимание, че има и много институции, организации, много структури от различни сектори, контролни органи, местна власт, както и регионални организации, международни организации, които са заинтересованите страни и от които зависи развитието на сектор Туризмъ. Екипа на временното правителство от МТ разчита на експертната на бизнеса, за да може България да бъде една сигурна дестинация, както за работещите в

сектора, така и за българските и чуждестранните посетители, които избират и ще продължат да избират България за своята ваканция. Обърна внимание, че с приближаването на зимния сезон е важно да се припомни на първо място сигурността на туристите, като не трябва да се спира да се търсят възможности за справяне с този безпрецедентен период. Поясни, че туризма трябва да се развива и в крилата на сезона, включително и чрез дигитални форми. Увери, че всички дейности на МТ, в т.ч. и маркетинговата политика и произтичащите от нея действия са насочени към налагане на положителен имидж на дестинация България като безопасна, сигурна и предпочитана туристическа дестинация, която предлага висококачествен туристически продукт, паралелно с това е устойчива, разнообразна и привлекателна както за българските, така и за чуждестранните туристи. Съгласно Дневния ред на НСТ, запозна участниците с някои от основните резултати на изминалия летен сезон, след което премина към Националната програма за Годишна програма за реклама, която според нея е една от най-основните политики на МТ. През изминалия сезон се случиха много неща, като обърна внимание, че възстановяването на туристическия бизнес и неговата жизнеспособност е положително. Според нея през 2021 г. туристическия сектор се е развивал в много по-трудна среда в сравнение с предходната 2020 г. Паралелно с това данните показват, че през най-силната част на летен сезон 2021 г. са работили над 3000 места за настаняване с 10 и повече легла, което съпоставено с най-силната част на летен сезон 2019 г. са работили 3400 места за настаняване с 10 и повече легла, което показва, че по-голямата част от обичайно работещите места за настаняване през летния сезон 2021 г. са посрещали туристи. Обърна внимание, че местата за настаняване с под 10 легла не се включва в статистиката на НСИ, като техния брой е значително по-голям.

Броя на туристите в местата за настаняване през Летен сезон 2021 е около 4,4 млн. По данни на ЕСТИ ръстът на туристите за летен сезон 2021 г. е около 60%, но окончателните данни на НСИ ще бъдат публикувани през ноември 2021 г. Прогнозата е, че данните на НСИ като ръст няма да се отличават съществено спрямо тези на ЕСТИ. Според министър Балтова вътрешният туризъм се възстанови, като причините за това бяха ограниченията, които имаше при пътуване за различни дестинации и отбеляза приноса на туристическия бизнес, който насочи своето внимание към българските посетители. Обобща, че Летен сезон 2021 г. приключи с много повече туристи, спрямо предходната година. Водещи дестинации за вътрешен туризъм са Община Несебър – 327 хил. български туриста, Община Варна – 212 хил. български туриста, Община Приморско – 151 хил. български туриста, Община Созопол – 133 хил. български туриста, Община Велинград – 131 хил. български туриста, Община Банско – 93 хил. български туриста, Община Царево – 91 хил. български туриста, като обърна

внимание, че ръстът на различните български дестинации е различен. В Община Несебър е постигнат ръст над 30% на българските туристи през летен сезон 2021 г., а в община Приморско – над 25%, в сравнение с 2020 г. Общините Велинград, Хисаря и Разлог, като важни СПА дестинации отчитат ръст над 45% на българските туристи за летен сезон 2021 г. Отчита се възстановяване и на културния и бизнес туризма. Обърна внимание, че всички могат да работят при спазване на правилата от въведения „зелен сертификат“. Наблюдава се около 75% ръст на българските туристи в Община Пловдив и Община Велико Търново – около 58%.

Министър Балтова запозна участниците в Съвета и с още една закономерност, по отношение на потребителите на туристическите услуги през изминалия сезон. Най-много от българските туристи през летен сезон 2021 г. са на възраст между 30 и 44 г. – около 35%. Относително висок дял от българските туристи са и във възрастовата група между 45 и 59 г. – около 28%. На база данните може да се заключи, че значителен дял от българските семейства с малки деца избягват да пътуват в условията на Пандемия, което обяснява ниския дял на децата в графиката. Българите туристи над 60 г. по принцип по-рядко пътуват, а в условията на Пандемия са още по-предпазливи. Затова делът на българските туристи над 60 г. от всички български туристи е сравнително нисък – около 11%. По отношение на избора на място за настаняване имаме български туристи, които предпочитат да отседат в места за настаняване 4 звезди – 28% и в места за настаняване 3 звезди – 27% по неокончателни данни от ЕСТИ за летен сезон 2021 г. Наблюдавайки тези данни може да се заключи, че през сезон Лято 2021 г. се отчита пълно възстановяване на туристопотока от някои други дестинации: пълно възстановяване на туристопотока от Румъния, дори и над равнището от летен сезон 2019 г. Една от важните причини затова е, че румънските туристи пътуват предимно с личните си автомобили, поради което рискът от заразяване при пътуване е сведен до минимум. Министър Балтова обърна внимание, че в края на м. май 2021 г., с усилията на Министерството на туризма, България успя да постигне споразумение между здравните власти на нашата и Румънската страна в началото на силния сезон за румънците, която позволи те да започнат да посещават България. Традиционно румънските туристи почиват по Северното Черноморие, но през изминалия летен сезон 2021 г. най-висок е бил интересът към община Несебър с над 244 хил. румънски туриста и ръст над 2 пъти. Значително подобрене на резултатите през летен сезон 2021 г. се отбелязва и в община Варна – над 207 хил. румънски туриста и ръст над 55%, както и Община Балчик. От важно значение е и фактът, че започна възстановяването на посещенията с цел културен туризъм от Румъния. Например Община Велико Търново е посрещнала близо 8800 туриста от Румъния в периода

от средата на м. юни до средата на м. септември 2021 г., докато за летния сезон през 2020 г. те са над 3500.

Д-р Стела Балтова обърна внимание и на друг важен пазар през това лято – Полша, които по нейни думи е интересен, важен и на базата на направените проучвания от Министерството на туризма, той ще продължи да се развива. Информира участниците, че преди няколко дни е провела онлайн среща с design maker и водещи SIO за България на Полския пазар. Позитивите са много добри за предстоящия Летен сезон 2022 г. Полските туристи са почти 150 хил. за летен сезон 2021 г., като ръстът им спрямо летен сезон 2020 г. е над 80% по предварителни данни. Въпреки това резултатите все още не могат да достигнат равнището от летен сезон 2019 г., когато полските туристи само в местата за настаняване с 10 и повече легла са били над 294 хил. Полските туристи се насочват най-вече към Община Несебър, които през летен сезон 2020 г. са били 46 хил., а през летен сезон 2021 г. вече са над 76 хил. Интерес има и към община Варна, която посрещна над 40 хил. полски туриста за летен сезон 2021 г. и ръст над 2 пъти спрямо летен сезон 2020 г. Туристопотока от Полша извън общините Несебър и Варна е доста скромнен.

Министър Балтова представи и друг много интересен пазар, който традиционно е много добър, но през 2021 г. възвърна своята жизнеспособност в определени граници – пазар Германия. Изрази увереност, че с предприетите маркетингови активности от страна на Министерството на туризма и тези, които се предвиждат за в бъдеще той ще се възстанови, като очаква далеч по-добри резултати през следващия летен сезон. На пазар Германия през изминалото лято се работеше много тясно с design makers, като в края на юни 2021 г. за първи път бе организиран експедиентски тур, в който са участвали над 120 представители на туроператори и SIO на различни компании, включително и авиокомпаниите от Германия, изтъкна че допълнително са направени и публикации съвместно, включително и с Германско-Българската търговска камара. Уточни, че са проведени и интервюта, обсъждания с представители на медиите (журналистически турове). По данни на ЕСТИ за летен сезон 2021 г. немските туристи са над 141 хил., докато за летен сезон 2020 г. те са били едва около 70 хил. Въпреки това, министър Балтова обърна внимание, че резултатите не могат да се съпоставят с летен сезон 2019 г., когато в местата за настаняване са пренощували над 407 хил. немски туриста. Основната дестинация, към която немските туристи имат интерес е Община Варна, Община Несебър и общините Балчик, Поморие, Созопол, Пловдив, Столична община и др.

Министър Балтова представи и пазар Чехия, като информира, че той е бил изненада през зимен сезон 2020/21 г. Изрази надежда, тези резултати да се повторят и през

предстоящия зимен сезон. За летен сезон 2021 г. у нас са почивали над 88 хил. чешки туристи, като резултатите са много по-добри спрямо летен сезон 2020 г., когато чешките туристи бяха едва 34 хил., но все още не може да се достигне равнището от 2019 г., когато чешките туристи в местата за настаняване с 10 и повече легла бяха 119 хил. Водещи дестинации за чешки туристи за летен сезон 2021 г. са Община Несебър – над 46 хил. и ръст над 2,5 пъти, Община Приморско – над 12 хил. и ръст над 3 пъти, Община Варна – над 11 хил. и ръст близо 3 пъти, общините Царево, Поморие, Созопол и др. Информира, че МТ смята да работи в посока привличане на чешки туристи за културно-исторически туризъм.

Подчерта важността и на друг добър пазар за България през тази година - пазар Украйна. Д-р Стела Балтова информира, че за този пазар през лято 2021 г. бяха предприети редица дейности, включително бе осъществено директно посещение на българското Черноморие от председателя на Държавна агенция по туризъм в края на м. юли с участие на представители на туристическия бизнес. Данните показват, че близо 100 хил. украински туристи са пренощували в местата за настаняване за летен сезон 2021 г. За сравнение през летен сезон 2020 г. украинските туристи са били едва малко над 40 хил., а през летен сезон 2019 г. – 124 хил., но без да се отчитат по-малките места за настаняване с до 10 легла. Водещи дестинации за украински туристи в България през летен сезон 2021 г. са Община Несебър – над 44 хил., Община Варна – над 16 хил., Столична община, Община Балчик и др. Резултатите от пазар Украйна във всички водещи общини са несъпоставимо по-високи спрямо летен сезон 2020 г. Сподели с участниците, че летен сезон 2021 г. започна много трудно, като обърна внимание и че през м. юни заетостта на леглата във водещите курорти беше едва в рамките на 20% - 33%. Отбеляза, че много от хотелите не отвориха. През юли 2021 г. заетостта на леглата се подобри, като в к.к. Златни пясъци и в к.к. Слънчев бряг надхвърли 60%. През август 2021 г. заетостта на леглата в к.к. Слънчев бряг и к.к. Златни пясъци надхвърли 80%, като към момента не са публикувани данни за септември. Отбеляза, че към момента няма публикувани данни за м. септември 2021 г. Отбеляза, че през изминалия летен сезон се е наблюдавала и още една добра тенденция, която е свързана с приходите от входящ туризъм, като отбеляза, че те все още са далеч от приходите от 2019 г. Най-много приходи от входящ туризъм през изминалия летен сезон са отчетени през август – около 479 млн. евро по данни от БНБ.

Министър Балтова представи фигура на индекс на оборота от туроператорска и туристическа агентска дейност и други сходни дейности, сравнен по тримесечие за 2019, 2020 и 2021 г., като обърна внимание, че окончателните данни са до второто тримесечие. Данните показват, че най – неблагоприятно бе положението през второто тримесечие на 2020

г, когато индекса на оборота в туроператорска и тур. агентска дейност беше спаднал до 7,8% при база 2015 г. – 100%. През второто тримесечие на 2021 г. същия индекс достигна 52,8%, а за третото тримесечие на 2021 г. по предварителни прогнози се очакват по-добри резултати, но те все още не са обявени от НСИ. Информира, че при наличието на данни от НСИ ще информира туристическия бизнес.

В заключение **д-р Стела Балтова** обобщи, че показателите на българския туристически бизнес съответстват и на данните на Европейско ниво за влиянието на кризата, предизвикана от COVID-19, засегнала сериозно икономиката на ЕС. Въздействието ѝ варира в различните сектори и според големината на предприятията. Отбеляза спад на икономиката на ЕС от 6,3 % за миналата година, като през 2021 г. се наблюдава леко покачване, като информира, че за второто тримесечие в България се наблюдава ръст от 9% на БВП. През 2020 г. 60 % от МСП са отчетели спад в оборота, като обърна внимание, че през 2021 г. се наблюдава подобрене, но въпреки това много средни предприятия са преминали от категорията на малки в микро предприятия. Анализа, който ще бъде изготвен през началото на 2022 г. ще открие различна структурна характеристика не само на сектор Туризм, но и на останалите както релевантни, така и като цяло. Отбеляза, че спадът в работните места през 2020 г. е бил 1,7, което е 1,4 млн. работни места. През 2021 г. се очаква да настъпи възстановяване, като по предварителни прогнози 45 % от дружествата ще намалят инвестициите си до края на годината.

Министър Балтова отбеляза, че бъдещото развитие на туризма изисква устойчивост, която да си кореспондира с целите на Зелената сделка и кръговата икономика. Усилията трябва да се насочат към създаване на условия за достъпен и по-устойчив транспорт, по-добра свързаност, интелигентно управление на туристическите потоци въз основа на анализи и надеждна информация, разнообразяване на предлагането на туристически услуги и разширяване на възможностите извън сезона.

Запозна участниците и с тенденциите, които Министерството на туризма очаква през зимен сезон 2021/22 г., като отбеляза, че Министерството продължава взаимодействието с всички представители на туристическия сектор и в последните срещи, най-вече с представителите на зимните курорти. Отбеляза, че има няколко проведени срещи, като на 29 октомври предстои още една с представителите на зимните курорти. Отбеляза, че очакванията на МТ са предпазливи, предвид че се намираме в четвърта вълна на Коронавирус в страната, но има и надежда за повече късни резервации. Прогнозата на МТ е, че ще има известен брой пътувания на българи с цел ски и СПА туризъм, като дестинациите с развит културен туризъм също ще привличат туристи. Очаква се интересът на българските туристи

през предстоящия зимен сезон да е насочен към общините Банско, Самоков, Смолян и Чепеларе, Варна, Велинград, Хисаря, Разлог, Пловдив, Сандански, Троян, Велико Търново, Бургас и много други. Обърна внимание, че към момента има записвания от традиционни наши пазари - Северна Македония, Сърбия, Румъния, Турция, Русия, Великобритания, но с непотвърдени резервации и с опция за отказ. Информира, че Указанията - версия 14 са готови, като ще бъдат публикувани на институционалната страница на МТ, на туристическия портал на bulgariatravel.org и на coronavirus.bg, като допълни, че ще бъдат изпратени на всички дипломатически мисии по света. Очаква и съгласуване на Здравния протокол, като обърна внимание, че на срещите които МТ има с туроператори се очаква през зимния сезон да има едно постоянство за туристите, които посещават нашите зимни курорти. Очакванията са пристигналите чуждестранни туристи да почиват предимно в ски курортите ни или да отседнат в София, където се очакват туристи от Германия, Полша и др. предимно с цел бизнес или комбинация от бизнес и културен туризъм. В ски курортите се надяваме да могат да пристигнат туристи от съседни държави. Информира, че има още средства, които ще бъдат използвани за Програмата „Отново заедно“ за туристическия сектор, които се очаква да бъдат разходвани през зимната ваканция на учениците. Изрази надежда, че тези средства ще стигнат и до ски учителите и ски училищата. Пожела един благоприятен и съвместен зимен сезон, като благодари за вниманието.

т. 3. Представяне на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2022 г.

Г-жа Ирена Георгиева благодари на д-р Стела Балтова за представения анализ за изминалия летен сезон и очакванията за зимен сезон 2021/22 г. Информира, че въпросите могат да бъдат зададени след представянето на следващата т. от Дневния ред, по която тя ще представи Годишната програма за Национална туристическа реклама през 2022 г. Г-жа Георгиева представи презентацията, като започна с пъстра карта на България, която съчетава специализирани видове туризъм, на които набляга Националната туристическа програма за реклама на МТ през 2022 г. Представи целите на програмата, като започна с основната цел, по която се работи активно през последната година - представяне на България като сигурна, гостоприемна дестинация, използвайки съвременни комуникационни канали. Обърна внимание, че чрез рекламните дейности ще бъде осъществена таргетирана реклама, обхващаща целеви аудитории по географски принцип, поведение и интереси, периоди и социално-демографско таргетиране. Ще се наблегне на популяризиране на специализирани форми на туризъм, които са характерни за туристическите райони в страната. МТ цели разширяване крилата на активните летен и зимен сезон, и позициониране на България като целогодишна дестинация, чрез устойчиви форми на туризъм. Ще се търси постигане на

синергия при взаимодействието с туристически бизнес, браншовите асоциации и организации, общински администрации, медии и други, ангажирани със сектора страни на национално и международно ниво. Информира, че съдържанието вече е познато на участниците от имейла, които са получили предварително и по който са предоставили своите становища. Г-жа Ирена Георгиева представи основните моменти от съдържанието, като информира, че е попълнено като са взети предвид и получените предложения. Направи кратък ситуационен анализ като започна с темпа на ваксинация в туристическите дестинации, който е основен фактор за международни туристически пътувания, резервации за самолетни пътувания. Представи графика, на която е показано, че по-голямата част от пътуващите европейци се избират туристически дестинации по нивото на ваксинацията в тях. Представи и друга графика, която показва спада в туристическите райони през 2021, 2020 и 2019 г., които в световен мащаб са около 65 % спад, като Европа се намира около това равнище в рамките на около 63 % спад на туристическите пътувания.

Г-жа Ирена Георгиева обърна внимание, че туризмът без самолетен транспорт е немислим, като представи графика на спада в полетите от графиката на Европейския летищен трафик за 2021 г. Въз основа на пристигащите и заминаващите полети, възстановяването при Турция към нивата през 2019 г. е най-напреднало според данните до април. Представи и ситуационния анализ на тенденциите в туристическия сектор. Пътуванията с цел туризъм се адаптират към въздействието на COVID-19, особено по отношение на ограниченията. Забелязват се тенденции в световен мащаб, които са от особено значение при развитието на туризма в отделните дестинации, сред които:

- Увеличаване на вътрешните пътувания и пътувания до съседни страни и близки дестинации;
- Процентът на ваксиниране, както в собствената страна, така и в целевата туристическа дестинация, се превръща във все по-решаващ фактор за предпочитанията и възможностите за туристически пътувания, което води със себе си предположението, че страните в по-напреднал етап на ваксинация ще се възстановяват по-бързо от страните с по-нисък дял на ваксинираните;
- Все повече дестинации включват стратегии за популяризиране на местни знания, традиции и културно наследство;
- Преход към зелена икономика на пътуванията и туризма като ключов ресурс за напредък в областта на политиката „Зелена трансформация“ на водещите световни икономики, с което се цели постигането на по-голяма устойчивост;

- Внедряване на цифрови решения в съответствие с новите тенденции в туристическия сектор за по-диференциран, персонализиран и безопасен туристически продукт, което ще допринесе за генериране на повече възможности за отделните дестинации;
- Насърчаване на създаването на качествено дигитално съдържание с акцент върху културното наследство и автентичността на дестинациите, които се популяризират;
- Развитие на градския туризъм с акцент върху устойчивостта, иновациите и приобщаването, което ще допринесе за подобряване на икономическите възможности и насърчаване на културните връзки.

Г-жа И. Георгиева направи и кратко въведение в основните моменти при изпълнение на Годишната Програма за реклама (ГПР) за 2021 г. В периода 2014-2018 г. след създаването на самостоятелно Министерство на туризма се отчита особено висок ръст от 26,8 % в броя на чуждестранните туристи, избрали България като място за почивка. През 2019 г. бяха постигнати 9 311 681 посещения и приходи от входящ туризъм - над 3,7 млрд. евро. През 2020 г. обаче ситуацията коренно се промени. През 2021 г. започна постепенно възстановяване на туристопотока от много държави. Вътрешният туризъм започва да се възстановява след 13 май 2020 г., като по-значително това се случва през 2021 г. По неокончателни данни пренощувалите българи за периода 1 януари – 10 август 2021 г. са над 2,7 млн., като за сравнение през същия период на 2020 г. те са били над 1,8 млн. Отбелязва основните дейности изпълнени през ГПР за 2021 г., като обърна внимание, че са били концентрирани върху вътрешния туризъм – обновен бе официалния туристически портал www.bulgariatravel.org, унифициране на социалните мрежи през април 2020 г. и старта на редица активности в мрежата до момента представянето на основните социални медии; създадена бе и Facebook групата Преоткрый България (има над 10 000 члена към момента), както и такава на новосъздаденото през февруари 2021 г. туристическо представителство във Варшава, Полша. Също така са осъществени различните инициативи с привличане на популярни личности, актьори, фотографи, блогъри и др. в социалните мрежи, които спомагат за разширяване на аудиторията в социалните медии. Официални хаштагове на Bulgaria Travel в социалните мрежи са: #ПреоткрыйБългария #DiscoverBulgaria #FindYourStory, за да се популяризира България. Кампанийни хаштагове за представяне на България като безопасна дестинация: #SafeTravels #ТвоетоБезопасноЛято #YourSafeSummer и др. комуникационни кампании във водещи български медии за сезон Зима 2020/2021 г. и Зима 2021/2022 г. Кампаниите се провеждат във водещи български телевизионни, радио, онлайн и печатни медии, както и чрез външна реклама, участие в редица събития, форуми, конференции и други. В периода ноември 2020 г. - март 2021 г. е реализирана рекламна

кампания за сезон Зима 2020/2021 г. През септември тази година стартира кампания за сезон Зима 2021/2022 г., за популяризиране на културния туризъм, зимния туристически продукт, СПА и уелнес. Като основни моменти при изпълнението на ГПР 2021 г. г-жа И.Георгиева посочи осъществяването на активна външна реклама в цялата страна посредством разполагане на рекламни визии на билбордове, в софийското метро и градски транспорт за популяризиране на зимния туристически за сезон Зима 2020/2021 г. През лятото на 2020 г. МТ стартираха интегрирани комуникационни кампании с хоризонт от 1 година на 18 приоритетни пазара: Гърция, Сърбия, Северна Македония, Румъния, Турция, Германия, Полша, Чехия, Словакия, Унгария, Русия, Украйна, Молдова, Дания, Норвегия, Финландия, Швеция и Израел. Отбеляза, че в получените предложения е посочено МТ да се фокусира върху по-малко, но по-значими за България като туристическа дестинация пазари. Обърна внимание, че България бе промотирана и на приоритетни пазари, като основно се е наблегнало на съседните пазари, които се планират и през сезон 2021/22 г. Използвани са международни кампании в телевизионните и дигитални канали на Eurosport 1 и Eurosport 2 в рамките на Световната купа по ски алпийски дисциплини, която се проведе в Банско през зимата на 2021 г. По отношение на промотиране на дестинация България на приоритетни пазари отбеляза, че бе проведена много активна кампания на пазар Германия – комуникация с журналисти, публикуване на прессъобщения в печатни издания, рекламни дейности, публикуване на информация и интервюта и участия във виртуални събития, онлайн рекламна кампания.

На приоритетен пазар Полша освен откриването на представителството в Полша е проведена кампания с националния превозвач Lot Polish Airlines за популяризиране на летния сезон 2021 г. По отношение на сътрудничеството на МТ с АТОР информира, че ще продължат съвместните инициативи. Допълнително са проведени кампании във Facebook и Instagram както в Германия, така и в Полша и Румъния през летен сезон 2021 г. Реализирани бяха редица партньорства, сред които с Българска федерация по волейбол (БФВ), Българска федерация по тенис (БФТ), ЕВРОВИЗИЯ, Българска федерация по ски за провеждането на Световна купа по ски алпийски дисциплини в Банско, участие в Годишен конгрес на Български съюз по балнеология и СПА туризъм (БСБСПА), Годишните награди на Българската хотелиерска и ресторантьорска организация (БХРА), Варненска туристическа камара (ВТК), Празници на изкуствата Апология и други, на които се рекламира и популяризира България като атрактивна дестинация.

Г-жа Ирена Георгиева обобщава, че акцента е насърчаване и развитие на вътрешния туризъм и входящ туризъм от близки дестинации. Насърчаването на вътрешния туризъм и

входящия туристопоток от съседните и генериращи пазари продължава да бъде приоритет на Министерство на туризма и в Годишната програма за национална туристическа реклама. С оглед тенденциите и нагласите, промотирането на дестинация България в онлайн канали заема водещо място в маркетинг стратегията на Министерство на туризма, като бяха реализирани редица дейности със същата цел. В маркетинг дейностите за 2022 г. са планирани промотирането на България като безопасна, сигурна и предпочитана туристическа дестинация, предлагаща устойчив, разнообразен и висококачествен туристически продукт през цялата година. Освен основните туристически продукти, ще бъдат промотирани и специализирани видове туризъм.

Основен фокус в рекламата е дигиталния маркетинг и социални мрежи; профилирани, глобални и национални медии; PR комуникация на национално и международно ниво; участие в национални и международни прояви с висок обществен интерес; организация на туристически изложения, съобразно обстановката и ограниченията за пътуване и провеждане на борсите, като се предвижда участие и на нови, при наличие на интерес от страна на туристическия сектор; опознавателни пътувания за медии, блогъри, влогъри, инфлуенсъри и представители на туристически фирми от традиционни и перспективни пазари. Информира, че е налице ново потребителско поведение, което търси съпричастност, много повече внимание и обгрижване, като подчерта, че МТ ще използва всички тези тънкости в дигиталния маркетинг и реклама. По отношение на каналите телевизията продължава да бъде водещият комуникационен канал за достигане до широка аудитория с цел информиране, изграждане на имидж и ангажиране на потребителите и ще бъде използвана като такъв канал заедно с радиото и онлайн медийте. Обърна внимание, че Ковид-19 повиши значението на външната реклама, която ще бъде използвана като визуален начин да се рекламира туристическа дестинация България. Подчерта значението на изложенията, които са силно дискутирани и в изпратените предложения, като е предложено участието на колкото се може повече изложения. Даде пример с предложение от к.к. Албена за участие на 9 туристически изложения на пазар Германия, като изрази мнение, че този пазар според нея е достатъчно застъпен, като МТ участва на 5 изложения там. През 2022 г. са планирани 21 информационни и 5 национални щанда, според приложения списък в Приложение 4, неразделна част от Годишната програма за национална туристическа реклама за 2022 г. Отбеляза, че участието на допълнителни международни туристически изложения ще се осъществява при заявен интерес от страна на туристическия сектор (пр. минимум трима заявили участие на българския щанд) и в зависимост от епидемиологичната обстановка в дадената страна. И през 2022 г. Министерство на туризма ще продължи добрата практика за насърчаване на

българския туристически сектор при представяне на международни туристически изложения и прояви чрез определяне на преференциални такси за туристически фирми – съизложители на български щандове, а именно 50 % намаление на определените такси за участие. Планирани са засилена, масирана и целенасочена PR комуникация, активно рекламиране на туристическия продукт и от части на имиджа на бранд България, PR дейности, целенасочени познавателни активни дейности, които трябва да се осъществяват дори на ежедневна база независимо от рекламните кампании в дадения момент, както и ще се наблегне на организиране на журналистически и опознавателни турове за представители на туристически фирми, медии, блогъри, влогъри и инфлуенсъри.

По отношение на аналитичната дейност г-жа И. Георгиева информира, че МТ планира тя да бъде сериозно застъпена през 2022 г., като се планира анализ на медийната среда, очаквана оценка на ефективността на националния маркетинг за периода 2019-2021 г., изследване на профил на туриста от традиционни и перспективни пазари, анализ на рекламната и PR политика на конкурентните за страната ни туристически дестинации и изследване на разпознаваемостта на бранд България. Отправи призив към туристическия бизнес да дадат предложения от техния опит по отношение на анализите.

Обърна внимание и на Организацията за управление на туристическите райони, които имат специално място в програмата през 2022 г. Туристическото райониране на България е предпоставка за развитие на конкурентоспособен туризъм и изхождайки от това ясно разбиране са планирани дейности и за популяризирането на съответните райони. Г-жа Георгиева накратко представи акцентите и новите подходи през 2022 г. Предвид новите тенденции и нагласи в туристическата индустрия, през 2022 г. основни акценти в маркетинг дейностите на Министерство на туризма ще бъдат: Насърчаване на вътрешния туризъм и входящия туристопоток от съседните и генериращи пазари; Дигитална реклама ще съпътства всяка рекламна кампания на национално и международно ниво; Кросмедиен таргетиран подход – избор на комуникационни канали, формати и аудитория; Гъвкавост спрямо ситуацията с COVID-19 и променящите се мерки и ограничения за пътуване и PR комуникация. Отбеляза, че за изготвянето на Националната туристическа реклама е приложен различен подход от страна на МТ, а именно консултация с туристическия сектор, като за първи път предварително е изпратена обобщена информация за програмата, като са събрани предложения и коментари от страна на участниците, за което им благодари. Поясни, че 15 организации, общини и курорти са излъчили своите предложения, като сред основните са: предложения за пазари, на които МТ да насочи рекламните дейности: Германия, Австрия, Великобритания, Русия, Франция, Полша, Чехия, Украйна, Скандинавски страни - Дания,

Швеция и Норвегия, Турция, Нидерландия, Белгия, Румъния, Унгария, Сърбия, Северна Македония, Израел, Бенелюкс (над 20); разработване на мобилно приложение, като следва да се идентифицират специфичните функции и добавена стойност; активно сътрудничество с представителите на туристическия сектор с цел взаимодействие и постигане на синергичен ефект при представянето на страната ни като сигурна, безопасна и привлекателна целогодишна туристическа дестинация; споделяне на информация относно рекламните периоди с цел синхронизиране на промоционалните дейности; участие на допълнителните международни туристически изложения; предложения за откриването на още туристически представителства; организиране на опознавателни турове за експедиенти и представители на медии, блогъри и инфлуенсъри и организиране на Road Show, кръгли маси, презентации, работни закуски и други събития на целеви пазари. Обясни, че конкретните предложения са обобщени в таблица с кратък коментар от страна на Министерството на туризма, в подкрепа. Благодарни за вниманието и даде думата за обсъждане.

т. 4. Обсъждане

Г-н Любомир Попйорданов, председател на Сдружение "Планини и хора - асоциация на планинските водачи, изрази желание да се говори повече за специализираните видове туризъм, които според него са бъдещето, тъй като туристите са в по-малки групи на по-голямо разстояние, имат необходимост от специално внимание, повече природа и т.н., което те дефинират като приключенски туризъм, еко туризъм, с наблюдение на птици и т.н. Не приема статистиката, че само в София са приемани чуждестранни туристи и изрази недоволство, че не са показани и другите дестинации в страната. Според него трябва да се каже в кои посоки българският туризъм може да расте, да подпомага устойчивото развитие на регионите. Приключенския и винения туризъм в тази насока са продукти, които трябва да получат специално внимание. Очаква те да се включат в годишната програма за реклама, както и да види статистика извън големите градове, насочени към планините и курортите през зимата.

Г-жа Ирена Георгиева благодари на г-н Л. Попйорданов, като обясни, че ЕСТИ ще даде много по детайлна картина по отношение на туристическите посещения в страната и отбеляза, че презентацията на д-р Стела Балтова е показала основни данни, като информира, че МТ не подценява нито по-малките места за настаняване, нито по-малките общини. По отношение на специализираните форми на туризъм, г-жа Ирена Георгиева сподели, че както спомена и в Годишната програма за реклама е именно ориентацията към специализираните видове туризъм, без да бъдат пренебрегвани популярните морски и планински.

Г-н Л. Попйорданов допълни още, че би искал България да спре с пластмасата, като това ще е един добър маркетингов подход за реклама на дестинацията, както и да бъдат върнати българското вино и храна в туристическите обекти.

Министър Стела Балтова благодари на г-н Попйорданов, че обръща внимание на марката България. Увери, че се обсъжда и ще се работи в тази посока.

Димитрина Горанова, председател на АБТТА изрази задоволство към направената Програма и включването на техните предложения в нея. Отбеляза, че в представените статистическите данни информацията е до април, а те се очаквали да видят до м. септември. Изрази желание за повече актуална статистическа информация, която да се предоставя на туристическия бизнес. По отношение на изпратените документи отбеляза, че за бюджета са предвидени 4-5 хил. лв. по-малко в сравнение с предходната година и повдигна въпроса дали се предвижда някакво действие с МФ за увеличаване на този бюджет. В представената програма са набелязани общите цели, по които ще се работи, но липсва конкретика, времеви график и бюджет. Обърна внимание, че за ТО е много важно да знаят къде, какво и как се прави, за да могат и те да се включат с подобна кампания. Попита в какъв срок би могъл да се изработи конкретиката на този план и дали ще им бъде предоставен. Предложи периодично да се организират BrainStorm групи между експертите на МТ и хора от туристическия бизнес, които да съставят заедно различни акции и кампании.

Д-р Стела Балтова информира, по отношение на данните, които са представени от НСИ, че към момента за м. септември все още не са публикувани. По отношение на бюджета, той не е по-малък от миналогодишния, като обръна внимание, че бюджетът в държавата се изготвя на базата на 3 години. Този бюджет вече е бил заложен тогава. Тези 4 мил. лв. са били допълнително предоставени. Сподели с участниците, че освен този бюджет МТ е поискало още близо 180 мил. лв., като те са мотивирани с писмо и изрази надежда да се получи един много по-сериозен финансов ресурс за подпомагане на бизнеса и на туристическата политика и маркетинг. Тази година за първи път МТ започна да маркетинга дестинация България чрез 9-те ОУТР, които с промените в Закона за туризма (ЗТ) ще могат да са по-самостоятелни, с отделен бюджет и ще участват по-активно в проекти. Заложен е бюджет, който да подпомогне техните маркетингови кампании. По отношение на конкретиката на маркетинговата програма информира, че те ще могат да бъдат разписани когато бюджета е наличен, но към момента информира, че някои от активностите за сезон 2021/22 г. и изложенията през 2022 г. вече се финансират.

Сийка Кацарава, председател на БУБСПА, поздрави за представената информация, удовлетворена е, че са обхванати актуалните предложения, което и дава увереност за по-добри резултати през следващата година. Засегна проблема с темпа на ваксинация, които е

основния показател за избор на дестинация през следващата година по нейна информация. Предложи да се изготви дефиниция за „здравния туризъм“, която включва СПА, Уелнес и таласотерапевтичен в България, както и медицински, който в момента е формата, която дава възможност на всички развиващи го европейски държави да увеличават приходите си, като обърне внимание, че България не прави изключение. По време на пандемия курортите, които предлагат този вид туризъм показаха, че може да има устойчив продукт, като допълни, че в тези курорти се предлага българска кухня и даде пример с Разлог и т.н. Здравният туризъм допринесе за ребрандирането на имиджа на България, може да се предлага в цялата страна, като се надгражда съществуващия продукт. Месец октомври 2021 г. е дал добър пример, че хотелите, които имат работещи Медикъл, СПА и Уелнес хотели има туристи. Пробива в Немските здравни каси дава основание, че инвестициите в този туризъм на немския пазар ще доведат до по-добър ефект, като за миналата година по нейно мнение има около 500 и 1000 души, които са си използвали здравните осигуровки в българските курорти, като информира, че и тя е била пациент на Албена. По отношение на ITB Berlin, информира че ще бъде в хибридна форма, като изрази подкрепата си по отношение на предложението на Албена да има повече участия на пазар Германия. По отношение на пазар Израел изказа благодарност, че предложението им е включено и изрази надежда България да бъде изключена от тъмно-червената зона. Пожела успех, като изрази подкрепа към новия бюджет.

Министър Стела Балтова информира, че към момента активно работи работна група по разработената стратегия за здравен туризъм, като изрази надеждата си тя да изведе нови решения в тази среда.

Г-жа Ива Иванова, НСОРБ благодари за възможността да се участва и информира, че са изпратили становище до МТ с предложения на българските общини. Подкрепя искането от АБТТА за конкретизация на бюджета, разчет и график, като общините да бъдат част. Програмата е структурирана като отчет за предходен период, като информира, че сдружението изразява готовност да участва с всичко необходимо като информационни срещи и събирането на информация, с която да подпомогнат максимално работата на МТ. Г-жа И. Иванова обърна внимание, че в представената програма липсва информация за планираните конкретни маркетингови дейности – печатната реклама дали ще се актуализира, дигиталната реклама, какво се предвижда в нея, къде е мястото на общините и Туристическите информационни центрове, които са лицето на градовете. В становището си са предложили конкретни механизми за координация между МТ и общините, както и прецеизиране на реалния потенциал на туристическите ресурси заложиени в маркетинговите стратегии. Обърна внимание, че има много малки, но развиващи се с туристически потенциал общини и дестинации, както и малки населени места, които остават настрана. Апелират за включване

на такива дестинации и в анализите, както и да бъдат направени работни дискусии и специализирани обучения за експерти в различни направления свързани с техните ангажименти по ЗТ, както и за бъдещи такива с предстоящите промени на ОУТР. Отново изрази сътрудничество за бъдещи съвместни дейности. Благодарни и пожела здраве.

Д-р Стела Балтова благодари за предложенията и информира, че те са получени, а част от тях дори са реализирани. Обърна внимание, че на bulgariatravel.org е направена специална рубрика с Културен календар, където се информира за културни събития. Даде думата на Ани Хараламбиева, Директор на Дирекция „Маркетинг, реклама и информация в туризма“.

Ани Хараламбиева благодари за отправените предложения, като информира, че те са подкрепени от МТ. По отношение на въпроса за печатни материали информира, че ще продължат да се актуализират, като по отношение на взаимодействието им с общините поясни, че разчитат на тях, като изказа своята благодарност за изразената готовност и очаква съвместна работа.

Министър Балтова даде думата и на г-жа Мария Белколева, заместник-министър на туризма, която е ангажирана с ОУТР и е в активна комуникация с тях.

Г-жа Мария Белколева, заместник-министър на туризма, благодари и изказа радостта си да участва. Допълни, че туристическата реклама има за цел да провокира туристите да посетят определена дестинация. Нейното лично мнение е, че най-силният инструмент е впечатлението, което се оставя в туриста. 2022 г. провокира да се правят нови продукти с индивидуален подход към туристите. Изрази готовността си да комуникира с тях. Отделяйки от бюджет 2022 г. да промотират 9-те ОУТР показва желанието на МТ за един нов модел за предлагане на туристите. Изрази подкрепа към участниците и всички дестинации. Сподели, че индивидуалния подход към туриста, рекламата, подхода „от уста на уста“ е най-доброто, което може да се предложи и пожела здраве и успех на участниците.

Г-н Георги Събев, заместник-министър на земеделието, храните и горите, поздрави за отлично свършената работа в тези трудни времена. Във връзка с предходното заседание на НСТ е поставил въпроса за включването на кулинарно-винения туризъм и с радост е установил, че вече се работи в тази посока и има изготвена брошура за винения туризъм в България, но не бива да се подценяват местните храни, както и растенията. Даде примери с други държави, които ценят кулинарния туризъм и отправи предложение към Ани Хараламбиева да се изготвят материали, чрез които се показва кулинарното разнообразие и богатство на страната. Информира за защитените продукти в страната, които имат право да използват единни европейски значения, които се опитва да популяризира. Изрази желанието си да се засили присъствието на кулинарния аспект. Сподели за програмата на МЗХГ за

местни и регионални туристически продукти и изрази желание за сътрудничество с МТ в тази насока и в обмяната на добри практики, чрез които да се засили бранда на България. Пожела здраве и успех на всички.

Министър Балтова информира за активността на МТ в тази насока за популяризиране на националната кухня, която бе осъществена през изминалото лято. Отбеляза, че по време на изложенията се правят дегустации, в които могат да участват точно такива продукти. По отношението на тяхната програма предложи на заместник-министър Събев да се направи съвместна среща, на която да бъдат коментирани към кои продукти е насочено МТ и това, което МЗХГ промотират.

Д-р Мартин Захариев, НБТ изрази надежда към екипа на МТ да продължи да бъде и в следващото правителство, като поднесе адмирации към свършената работа. Предлага се промени в ЗТ да се обособи методика, по която да се формира бюджета за реклама на МТ. Даде примери за сметка за бюджета, който може да се формира на базата на 10 лв. на входящ турист и МТ да спре да зависи от Министерството на финансите. Изказа критика, че туризмът отсъства и в Плана за възстановяване и устойчивост. Изрази задоволството си към новия подход на МТ да промотира ОУТР. Отправи призив да се помисли как може да се формират финансови резултати на база изтекла година, върху които да се генерира бюджета на Министерството.

Министър Балтова обърна внимание, че са предоставени икономически мотиви, с които МТ е поискала от МФ допълнителни средства и те доказват, че туризма генерира печалба в полза на държавата. Напомни, че бюджета се сформира на 3 годишна база и каквато и методика да бъде създадена трябва да има и методика за Националния бюджет. Убедена е, че няма да спре да настоява за туризма да има далеч повече средства. Очаква тяхната подкрепа след сформирването на новото Народно събрание да се убедят тези, от които зависи това, да има повече средства. За новите потребители и новото потребителско търсене според нея ще бъдат създадени нови стандарти за туристическа дигитална среда и трябва да има нови подходи. Съгласна е, че Стратегия 2030 г. следва да бъде различна и това е една от първите цели, които новото правителство трябва да си постави. Съгласи се и с подхода на д-р М. Захариев, който ще се има предвид за бъдещата работа.

Г-н Венцислав Кръстев, председател на Сдружение Туризм, отбеляза, че в статистиката не е отчетен спадът на чартърните полети, който е почти 70 %. Обърна внимание, че гръбнакът на вътрешния туризъм се създава именно от организирания туризъм. Даде пример с насочването на туристи към Турция и отбеляза, че сега е момента да се предприемат действия и да се възползваме от създалата се геополитическа ситуация в другите страни. Обърна внимание, че усилията могат да бъдат насочени към определени

туроператори, които се колебаят дали да предлагат дестинация България, като изрази готовност да се осъществи контакт и срещи.

Министър Балтова информира, че МТ е в процес на изготвяне на мащабен ситуационен анализ, който ще съдържа данни и за новите полети и спада на чартърните полети до момента. По отношение на Турция е предвидено да се направи онлайн среща с техни представителства. Информира, че се радва на обратната връзка от тяхна страна.

Г-н Георги Пампоров, ОУТР Родопи изрази благодарността си от името членовете на организацията, които преди две седмици са провели своето годишно общо събрание и приветстват факта, че вече се работи по Концепцията за туристическо райониране, която временно е била забравена. Тъй като се разглеждат анализ и програми за туризма допълни, че винаги може да се желае нещо повече, като даде предложение анализите да се сведат до общини, което може да се случи, чрез осигуряване на този административен капацитет на ОУТР. Обърна внимание, че за в бъдеще ще се набляга на ваксинация.

Д-р Стела Балтова уточни по отношение на анализа, който МТ предвижда да бъде видим и по-конкретен и за общините. Информира, че в МТ до 26.10.2021 г. ваксинираните и преболедувалите са 72 %. Информира, че предстои среща с представители на зимните курорти, на която ще се реши дали ще има „зелен сертификат“. Информира, че е направено проучване в другите страни като даде примери с Франция и Австрия.

Г-н Венцислав Кръстев допълни, че във Франция има специално приложение, което проверява дали хората имат зелен сертификат и не се налага хората да представят документа на телефона си.

т. 5. Разни

Министър Балтова обяви началото на шестите Годишни награди в туризма, което ще покаже аплодисментите, които заслужава туристическия сектор. То е едно признание за прилагането на добри практики и усилената работа в сферата на туризма през последните почти 12 месеца, които бяха период на предизвикателства, които бяха изпълнени с много надежда и много усилия, преминавайки през редица прекеждия. Трябва да се споделят добрите примери, очаква бизнесът да бъде оценен в тези трудни времена. Именно в тези предизвикателни и изпълнени с прекеждия времена е важно да бъдат показани и отличени добрите примери в сектора и да бъде оценен бизнесът, който въпреки всички трудности продължава да работи.

Тазгодишното издание на конкурса се провежда по миналогодишните правила, които са съобразени с всички промени в работата на отрасъла, наложени от разпространението на

COVID-19. Надпреварата ще се проведе в 10 категории, от които 4 професионални, 4 художествени и 1 специално предназначена за българските общини. Традиционно се запазва голямата награда, която е в категория „Изборът на българите“.

Ще се използва същата платформа - tourismawards.bg, като информира, че формулярът за участие е опростен и разработен под формата на анкета, която се попълва и изпраща директно през сайта, където са описани подробно и всички условия, на които е необходимо да отговарят участниците. Срокът, в който всички желаещи могат да изпратят предложенията си, е до 13:00 ч. на 11 ноември 2021 година. Претендентите, които отговарят на критериите, ще бъдат обявени на сайта на наградите и за тях ще започне онлайн гласуването на 13 ноември 2021 година. В художествените категории – за публикации на тема туризъм, всяка медия може да участва само с един материал или свой представител в една категория. При получаване на повече от едно предложение от дадена медия в една категория ще бъде излъчен един участник спрямо критериите и методологията на конкурса. Медиите – печатни, телевизии или радиа, които имат и онлайн сайтове, могат да участват и в категорията „Журналистически материал на тема туризъм в България в онлайн медия“ с материал, който е бил поместен на сайта, но той трябва да е различен от материала, с който кандидатстват за основната си категория.

Онлайн вот ще определи носителите на награди във всяка категория. Всеки може да гласува еднократно за един участник в рамките на една категория (отчита се едно гласуване от всеки IP адрес), като може да се подкрепи кандидат от всяка категория. Онлайн гласуването ще приключи на 22.11.2021 г. в 00:00 часа.

Експертите ще следят внимателно да не се допуска манипулиране и нерегламентирано генериране на гласове. И тази година контролът ще бъде завишен, като са предвидени допълнителни мерки, с които да се минимизират възможности за промяна на електронния вот. Опити за намеса ще бъдат своевременно отчитани и ще повлияят негативно за класирането на съответния кандидат.

т. 6. Представяне на Петрич - „Многолик и непознат“

Министър Балтова даде думата на г-жа Илиана Попова, Директор на Дирекция Туризъм в Община Петрич, която да представи възможностите за туризъм в Петрич, като потенциална туристическа дестинация.

г-жа Илиана Попова, Директор на Дирекция Туризм в Община Петрич, поздрави всички за съвместната работа, благодари за възможността да покани участниците в Петрич макар и виртуално, като представи видеоклим на Петрич – Многолик и непознат.

Министър Балтова благодари на всички от името на екипа на МТ за посветеността при реализацията на политиките. Пожела здраве и успешен зимен сезон, като призова за отговорност.

Министър Стела Балтова изрази своята благодарност към всички участници, които успяха да се включат в онлайн изданието на Националния съвет по туризъм.