

НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ
МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА

ПРОТОКОЛ

**ОТ ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ (НСТ),
проведено на 13.12.2022 г., София Хотел Балкан, гр. София**

Поканени: 50 члена на НСТ, вкл. председател и заместник-председател и 5 наблюдатели

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

1. **Д-р Илин Димитров**, 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. **Ирина Щонова**, заместник-министър на икономиката и индустрията;
5. **Александър Свраков**, заместник-министър на финансите;
6. **Десислава Георгиева**, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството;
7. **Иван Мотев**, началник на отдел „Национален визов център“, дирекция „Консулски отношения“, Министерство на външните работи (упълномощен заместник на Велислава Петрова, заместник-министър);
8. **Доц. д-р Пламен Славов**, заместник-министър на културата;
9. **Д-р Александър Златанов**, заместник-министър на здравеопазването;
10. **Николай Найденов**, заместник-министър на транспорта и съобщенията;
11. **Атанас Мазнев**, заместник-министър на електронното управление;
12. **Проф. д-н Албена Чавдарова**, заместник-министър на образованието и науката;
13. **Проф. д-р Емил Мингов**, заместник-министър на труда и социалната политика;
14. **Ст. комисар Борислав Муеров**, заместник - директор на Главна Дирекция „Национална полиция“, Министерство на вътрешните работи (упълномощен заместник на Венцислав Катинев, заместник-министър);
15. **Иван Кожухаров**, директор на ИА „ВК и ВПД“, Министерство на отбраната (упълномощен заместник на Катерина Граматикова, заместник-министър);
16. **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 (упълномощен заместник на доц. Петър Георгиев, заместник-министър);
17. **Стоил Алипиев**, председател на Комисия за защита на потребителите;
18. **Д-р Любомир Кулински**, директор на дирекция „Контрол на храните“ в ЦУ на Българската агенция по безопасност на храните (упълномощен заместник на д-р Иван Шиков, изпълнителен директор);
19. **Зоя Габровска**, зам. изпълнител директор на Националната агенция по приходите;
Спас Шишков, директор на дирекция „Оперативни дейности“ в ГДФК, Националната агенция по приходите;
20. **инж. Изет Шабан**, кмет на община Ардино и зам.-председател на УС на Организация за управление на туристически район „Родопи“;
21. **Соня Георгиева**, представител на Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район;

22. **Соня Енилова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Бургаски Черноморски туристически район;
23. **Инж. Любозар Фратев**, председател на Организация за управление на Тракийски туристически район и **Радост Иванова**, изпълнителен директор на Организация за управление на Тракийски туристически район;
24. **Нора Пеева**, представител на Организация за управление на Дунавски туристически район (упълномощен заместник на Пенчо Милков, председател на УС);
25. **Мирослав Кюпов**, представител на Организация за управление на Рило-Пирински туристически район (упълномощен заместник на Илко Стоянов, председател на УС);
26. **Теодора Станчева**, представител на УС на Организация за управление на Старопланински туристически район (упълномощен заместник на д-р инж. Даниел Панов, председател на УС);
27. **Сребра Касева**, представител на Организация за управление на туристически район „Долината на розите“ (упълномощен заместник на Галина Стоянова, председател на УС);
28. **Антон Пенев**, представител на Организация за управление на Софийски туристически район
29. **Д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на УС на Националния борд по туризъм;
Д-р Полина Карастоянова, изпълнителен директор на НБТ;
30. **Димитрина Горанова**, председател на УС на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти -АБТТА; **Д-р Даниела Стоева**, член на УС на АБТТА;
31. **Светлана Атанасова**, председател на УС на Българската асоциация на туристическите агенции;
32. **Георги Щерев**, председател на УС на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация;
33. **Марияна Добрева**, зам. председател на УС на Български съюз по балнеология и СПА туризъм (упълномощен заместник на д-р Сийка Кацарова); **Цветина Иванова**, главен секретар;
34. **Иванка Попова**, представител на Асоциация на къщите за гости в България (упълномощен заместник на Вероника Кънева, председател);
35. **Борис Павлов**, председател на Асоциация за туристически имоти и иновации;
36. **Васка Георгиева**, представител на Националната асоциация Хотел, Ресторант, Кафетерия — ХоРеКа (упълномощен представител на Михаил Абаджиев, председател);
37. **Ангел Манолов**, председател на Национална асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
38. **Пантелей Мемцов**, председател на „Регионална туристическа асоциация Родопи“;
39. **Доц. д-р Димчо Тодоров**, председател на Българска асоциация на експертите в туризма;
40. **Георги Дучев**, председател на Българска асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели; **Ива Георгиева**, член на УС;
41. **Ричард Алибегов**, съпредседател на „Сдружение Българска асоциация на заведенията“;
Павлин Петров, съпредседател на СЗБ;
42. **Емил Коларов**, председател на „Сдружение на заведенията в България“;
43. **Кирил Кирилов**, изп. директор на „Златни пясъци“ АД;
44. **Ангел Манолов**, председател на Националната асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
45. **Георги Щерев**, представител на Национално представени работодателски организации в Р България;

46. **Боран Хаджиев**, кмет на община Чепеларе и представител на Национално сдружение на общините в Република България; **Кремена Цветкова**, началник отдел „ПР, комуникации и издания на НСОРБ“ на Национално сдружение на общините в Република България.

Присъстващи наблюдатели:

1. **Калоян Стойчев**, съветник към политическия кабинет на заместник министър - председателя по управление на европейските средства;
2. **Юлия Ковачева**, заместник-министър на правосъдието; **Диана Иванова**, младши експерт в дирекция „Съвет по законодателство“;
3. **Доц. д-р Десислава Вараджакова**, представител на БАН.

Гости:

1. **Проф. д-р Мариела Модева**, заместник-министър на туризма;
2. **Тодор Варгов**, директор на дирекция „Програмиране и управление на проекти“, МТ;
3. **Ани Хараламбиева**, директор на дирекция „Маркетинг и реклама“, МТ;
4. **Албена Методиева**, началник на отдел, дирекция „Маркетинг и реклама“, МТ;
5. **Ивета Пешева**, директор на дирекция „Връзки с обществеността и протокол“, МТ;

Отсъстващи членове и наблюдатели:

1. **Стефан Савов**, заместник-министър на иновациите и растежа;
2. **Георги Събев**, заместник-министър на земеделието;
3. **Мария Бояджийска**, заместник-министър на околната среда и водите;
4. **Стоян Мемцов**, представител Сдружение за правна помощ на потребителите;
5. **Цвета Тимева**, секретар по регионално развитие и **Диляна Чергиланова**, главен експерт към секретаря по регионално развитие, туризъм и екология, Администрация на Президента на Република България;
6. **Цветелина Попова**, заместник-министър на енергетиката;
7. **Венцислав Кръстев**, председател на Сдружение Туризъм;
8. **Йоана Лалова**, Национално сдружение на българските превозвачи.

Секретариат на НСТ:

1. **Венелина Червенкова**, началник на отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“;
2. **Десислава Михалкова**, главен експерт в отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“;
3. **Станислав Стойков**, старши експерт в отдел „Развитие на отделните видове туризъм“, дирекция „Туристическа политика“.

Заседанието се проведе при следния дневен ред:

1. Откриване на заседанието - д-р Илин Димитров;
2. Анализ на сезон Лято 2022 г. и прогноза за сезон Зима 2022/2023 г.;
3. Представяне на Годишната програма за Национална туристическа реклама 2023 г.;
4. Обсъждане;
5. Разни.

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

Откриване на заседанието:

г. 1. Откриване на заседанието

Заседанието на Националния съвет по туризъм (НСТ) беше открито от **г-жа Ирена Георгиева**, *заместник-министър на туризма и заместник-председател на НСТ*, която благодари за участието и интереса на всички присъстващи. Г-жа Георгиева информира, че освен членовете на НСТ присъстват и наблюдателите и съобщи, че има уникален кворум, като от 48 члена с право на глас, утвърдени със Заповед на министъра на туризма, в началото на заседанието присъстват 40. Тя допълни, че такъв кворум не се е случвал през годините на работа на НСТ, в които тя е участвала. Тя посочи, че предложението за дневен ред е представено предварително и попита дали има предложение за други теми, които да бъдат включени в дневния ред. Г-жа Георгиева допълни, че точките от дневния ред са три, като в точка „Разни“ могат да бъдат поставени актуални въпроси. Заместник-министър Георгиева предложи членовете на НСТ да утвърдят така предложения дневен ред и заседанието на НСТ да започне своята работа. След като не постъпиха предложения, г-жа Георгиева посочи, че дневния ред се приема и даде думата на министъра на туризма – д-р Илин Димитров да открие заседанието.

Д-р Илин Димитров, *министър на туризма*, благодари на заместник-министър Георгиева и се обърна към присъстващите – членове и наблюдатели, гости, представители на институциите, като посочи, че за него е удоволствие да председателства заседанието, особено при такъв „исторически висок“ кворум. Д-р Димитров допълни, че това се случва и с туризма, който се възстановява, като за това съдим не само по статистическите данни, но и от впечатленията от посетените международни борси. Д-р Димитров продължи, че туризма се завръща с бърза скорост и от нашите действия или бездействия зависи къде ще се намираме, дали ще бъдем в първия или в последния вагон на влака. Той посочи, че има доста въпроси, които да се споделят и ще направи кратък отчет на свършеното през последните пет месеца - накъде е насочена дейността на министерството, равносметка за отминалия летен сезон, очаквания към предстоящия зимен сезон, след което ще премине и към точката за националната реклама.

Д-р Димитров посочи, че служебното правителство е встъпило в длъжност на 02.08.2022 г. като основната идея е била да се продължат политиките от предходния кабинет. Той допълни, че тези политики са били добри и са били препотвърдени в едно коалиционно споразумение. Министърът посочи, че в момента е невъзможно осъществяване на по-дългосрочни политики и се надява да се намери формула за стабилно управление поне за няколко години, така че туризма да се придвижи в правилната посока, а не през всеки 6 месеца да оценяваме и да се надяваме политиките да бъдат продължени.

Д-р Димитров посочи, че основното предизвикателство, с което се е сблъскал е била отчетността по програмата за украинските бежанци, където е имало много софтуерни проблеми. Той благодари на екипа на МТ, защото скоростта на плащане се е удвоила и министерството е успяло да навакса почти всички забавени плащания, и допълни че остава м. ноември, който трябва да бъде платен, и има 5% останали спорни плащания. При тях има няколко варианта, по които те не могат да бъдат осъществени. Търси се компромисно решение и една по една се проверяват всички жалби, подадени от хотелиерите.

Д-р Димитров продължи, че втората задача, по която е работено са забавените категоризации на обекти, което е било сериозен проблем. Той поздрави екипа на г-н Владимир Петров (Дирекция „Концесиониране, наемна и регулаторна дейност в туризма“), като допълни, че са направени 1226 проверки и категоризации за 5 месеца с два екипа. В момента категоризациите, които се очакват са под 70.

Министър Димитров посочи, че мерки за обезпечаване на сектор „Туризм“ при силна Ковид-19 вълна за щастие е нямало. Една от първите му срещи е била с министъра на здравеопазването, за да се коментира точно този въпрос. Всички мерки са били отменени веднага, карантината е била намалена и имаме малка „победа“, т.к. сме успели да командироваме 12 медици и линейки на места със сериозен недостиг – Златни пясъци, Приморско и Слънчев бряг. Той допълни, че голямата му надежда е свързана с изграждане на по-модерни центрове, които са свързани със здравеопазване, защото не можем да правим модерен туризъм без здравеопазване.

Следващата точка от работата на министър Димитров е била обезпечаване протичането на летния сезон, проверки на място и срещи с бранша. Той допълни, че са извършени 413 проверки на плажове и сме се опитали всячески да дисциплинираме концесионери и наематели, т.к. плажовете са лицето ни пред света – хубави и чисти плажове означават хубав туризъм. Голямата ни борба е била да убедим концесионери и наематели, че Синия флаг е важен и те са поели ангажимент догодина да се удвоят плажовете със Син флаг – от 19 в момента да станат около 40, което отново е заявка за международната сцена. Има наложени 114 предупреждения, но не са разваляни наеми и концесии, защото идеята е била да се дисциплинира сектора. Министърът допълни, че за първи път МТ работи съвместно с МВР, за което той благодари и допълни, че за пръв път МВР е извършило Анализ на рисковите места от инциденти с фатален край по плажовете. Ще бъдат консултирани и допълнителни мерки за намаляване на риска от удавяния.

Д-р Илин Димитров посочи, че Министерство на туризма е било много активно по отношение на международните контакти, като в момента тече рекламна кампания в 21 държави, активирани са много партньорства – UNWTO, WTTC, МТ е взело участие във всички международни форуми. Д-р Димитров благодари на заместник-министрите си за всеотдайността. Министърът посочи, че за пръв път е проведено участие в Полша с рекламна цел и са проведени двустранни срещи. В резултат вече имаме няколко директни линии от Полша към Варна и Бургас. Предстоят две подобни изложения и В2В срещи (road shows) в Германия и Израел. В Министерството са реализирани над 100 отделни събития, които са отразени в медиите и оценени от сектора. Планирано е, поради депортирането на туристическото ни аташе в Москва да се открие и представителство в Истанбул. Процесите са финализирани като до няколко дни трябва да бъде известно и лицето, което ще бъде изпратено там.

Относно зимния сезон д-р Димитров информира, че са направени много срещи с летищата. Летище София се възстановява с темповете, с които се възстановява летище Истанбул. Заостотта през м. октомври т.г. спрямо 2019 г. е била 99%. Той допълни, че е имало проблеми със сигурността, но са предприети мерки този проблем да бъде решен.

Министър Димитров посочи, че рекламната ни кампания е агресивна. Той допълни, че ако народните представители подкрепят проекторешение, ще бъде приет закон, който ще промени Закона за обществените поръчки (ЗОП), така че да може да се рекламира директно от министерството в социалните медии (Facebook, Instagram, Twitter). Г-н Димитров продължи, че

вече работим с шест рекламни канала и имаме Discord канал, където може да се дискутират много събития, да се обменя информация.

Относно краткосрочните политики, д-р Димитров посочи, че е сложил на масата проблем, който от много години е бил коментиран, а именно обединението на бранша. Това е предизвикало емоции и коментари. Проведени са две срещи, водени от проф. д-р Модева, като и двете са приключили със смесен резултат, но вече имаме мнението на бранша. Направени са протоколи и бъдещото правителство, с политическа подкрепа може да вземе решение дали да обединява бранша или не. Министър Димитров посочи, че темата се дискутира от 20 години и ще се изрази неакадемично, че министерството е „хванало горещия картоф“ и го е сложило на масата.

Министър Димитров продължи, че МТ е сформирало работна група за създаване на модел на Гаранционен фонд и благодари на г-жа И. Георгиева за активната ѝ роля в този процес. Той допълни, че до два дни се очаква доклад на актьорите и след нова година можем да бъдем свидетели на създаването на Гаранционен фонд за туроператори.

Д-р Илин Димитров посочи, че е сформирана работна група за обсъждане на проекта на Правилник за туристическа маркировка. Тази задача също е свършена и Правилника е публикуван за обществено обсъждане на страницата на министерството и прикани присъстващите да изразят мнението си. Той допълни, че Правилника е много искан от редица браншови организации.

Министър Димитров информира, че е сформирана и Междуведомствена работна група с участието на представители на МТ, Министерство на културата, Министерство на земеделието и Министерство на регионалното развитие и благоустройството по въпроси, свързани с популяризирането на българския туризъм, култура и земеделие у нас и в чужбина. Той допълни, че групата работи добре и идеята е да се уеднаквят всички протоколни подаръци, като те да показват културно-историческото ни наследство, да имаме хубави вина с хубави етикети, да имаме цялостен подход към нашата реклама. Министър Димитров допълни, че в по-смелите ни мечти, което е коментирано с представителите на бизнеса, той би се радвал да има Агенция към Министерския съвет, която да работи изцяло за имиджа на България и въобще за Бранд „България“ – как да изглеждаме на изложенията, какви да бъдат рекламните ни материали, цветовете на държавата, шрифтовете. Д-р Димитров посочи, че това е сериозна работа, която изисква държавнически подход.

Министър Димитров информира членовете на НСТ, че е изготвено предложение за промяна на изискванията за образование на управителите на високо-категорийни обекти, което ще бъде изпратено до браншовите организации, за да се дискутира. Идеята е да се завишат изискванията за ценз за пет-звездни хотели, така че да се стимулират повече студенти да учат специалност „Туризъм“ и повече ученици. Той обобщи, че няма как да правим качествен туризъм с необразовани кадри.

Д-р Димитров съобщи за още една малка, но важна победа – партиите са се обединили около предложението, което МТ подкрепя от самото начало, ДДС в туризма да бъде 9% за всички - туроператори и ресторанти. Предложението е внесено за второ четене в комисия и всички са гласували „За“, което е показателно, че туризма не трябва да бъде политизиран, а да бъде национална кауза. Според д-р Димитров 9% ДДС са „изсветляваща“ бизнеса мярка, която дава сигурност и стабилност.

Министър Димитров посочи, че на 12.12.2022 г. винопроизводството е включено в списъка на нематериално културно наследство. Очакванията на д-р Димитров за зимния сезон

са позитивни. Очаква се между 5% и 7% по-силен сезон от миналогодишния, който е бил рекорден. Като положителен ход министърът определи удължаването на мярката за тавана на тока, което ще даде сигурност на хотелиерите, за да посрещнат сезона по-спокойно. Зимният сезон се открива на 17.12.2022 г. в Банско, а в останалите курорти ще бъде открит малко-по-късно. Очаква се сезона да е добър, а интереса е значителен. Представители на министерството са посетили 14 държави, които са основни емитивни пазари, така че да се покаже, че имаме готовност да посрещнем гости.

Д-р Димитров даде думата на г-жа Ирена Георгиева, за да направи кратка презентация за отчет на летния сезон и очакванията за зимния сезон и впоследствие на проф. д-р Модева, за да представи какви са маркетинговите ни стратегии.

Заместник-министър И. Георгиева информира, че ще представи много богата гама от статистически данни, създадени от дирекция „Туристическа политика“ и отдела за статистически анализи и прогнози, като се надява да привлече вниманието на присъстващите с данните, които предоставяме за техен собствен статистически анализ.

Г-жа Георгиева отбеляза, че изпълняваната туристическа политика, маркетинговите активности и предприетите мерки за подпомагане на туристическия бизнес, 8 схеми за държавна помощ, които МТ администрира през изминалите 2 години са спомогнали за бързото възстановяване на туризма ни, като това се вижда от данните за изминалия летен сезон. Данните показват ръст от близо 20% спрямо летен сезон 2021 г. Общият брой регистрации на български и чуждестранни туристи в местата за настаняване с 10 и повече легла е над 4,3 млн., като в тази цифра не се включват украинските граждани, дори тези, които сами заплащат престоя си. Заместник-министърът посочи, че общото възстановяване на туристопотока е над 93%, ако приемем летен сезон 2019 г. за 100%. Тя допълни, че в данните не са включени туристи за 1 ден без нощувки, туристи нощували в собствени имоти, при познати и др. На фона на възстановяването на европейския туризъм България показва, че е една от страните с най-голям ръст и най-голяма бързина на възстановяването на туризма спрямо предепидемичната 2019 г.

Г-жа Георгиева отбеляза, че вътрешния туризъм е с много важно значение, като през летния сезон на 2021 г. пътуванията на български граждани в страната са преминали 2 млн. и през летния сезон на 2022 г. се отбелязва ръст от 7% спрямо много силния за вътрешния туризъм летен сезон на 2021 г.

Министър Димитров допълни, че след като броя на българите, които да взискателни туристи, се увеличава, това означава, че нашия продукт е добър и цифрите го доказват.

Заместник-министър Георгиева допълни, че има възможност за всякакъв избор – ценови и като равнища спрямо категорията на настаняване.

По отношение на входящия туризъм, общият брой отчетени регистрации във входящия туризъм на чуждестранни туристи в местата за настаняване с 10 или повече легла е над 2 млн., отново без да се включват украинските граждани. Говорим за регистрации, защото се водим от данните от Единната система за туристическа информация. Увеличението спрямо летен сезон 2021 г. е с над 500 хил. Тя допълни, че въпреки това, очакваме най-рано 2024 – 2025 г. входящия туризъм да достигне равнището на летен сезон 2019 г. като един от факторите за това забавяне е войната в Украйна.

Г-жа Георгиева отбеляза, че през летен сезон 2022 г. са отчетени 697 хил. регистрации на румънски туристи в местата за настаняване и по този начин румънския пазар печели първенството. Тя допълни, че представената графика показва какво е участието и на туристи от другите важни за България пазари – Германия, Обединеното кралство, Полша, Чехия, Израел.

Диаграмата за целите на пътуване на туристите, дошли у нас за летен сезон 2022 г., респективно показва разпределението им по дестинации. По данни на ГКПП, 71% от чуждестранните туристи (без транзит) са декларирали като цел на посещението си почивка или екскурзия. На второ място по значение е бизнес-туризма, като малко над 13% от чуждестранните туристи са пристигнали в рамките на командировки, за участие в семинари, конференции и конгреси. По-общият извод, който г-жа Георгиева направи, въз основа на представените данни е, че чуждестранните туристи проявяват интерес към голямото разнообразие от туристически продукти, които предлага България, но от друга страна по-рядко посещават дестинации, извън Черноморието и София. Обичайно чуждестранните туристи практикуват морски, културен, СПА, винено-кулинарен туризъм по Черноморието, а предизвикателството е да има повече дестинации във вътрешността на страната, които да привлекат чуждестранните гости.

Заместник-министър Георгиева представи и резултатите от летния сезон на 2022 г. от гледна точка на водещите пазари. Интересът на румънските туристи е почти по равно разпределен между северното и южното Черноморие, докато интереса на туристите от Полша е фокусиран в южното Черноморие. На пазар Германия интереса отново е относително разпределен между Варна и Несебър като центрове на северното и южното Черноморие. Интересът на британските туристи в много голяма степен е доминиран от южното Черноморие – Несебър и района му.

По отношение на общините, г-жа Георгиева представи интереса на българските туристи – данните показват, че областите с излаз на море са фокусирали интереса на 45% от посетителите.

Предпочитанията на туристите по отношение на категорията хотели, в които отсядат, за българския пазар показва почти еднакво отношение към хотелите с категория 3 и 4 звезди (29% от четиризвездните и 26% за тризвездните хотели). За чуждестранните туристи интерес към 4-звездните хотели е над половината (56%), което е свързано с характеристиките на услугите.

Г-жа Георгиева представи и възрастовата структура на туристите по избрани пазари, като посочи, че интерес към почивка в България имат всички възрастови групи, но с най-голям дял са туристите на възраст между 30 и 44 години.

По отношение на прогнозите за зимния сезон 2022/2023 г., г-жа Георгиева посочи, че въз основа на данните, с които разполагаме, очакванията ни са за силен сезон за вътрешния туризъм, като традиционно българските туристи извършват около 1 млн. пътувания с отсядане в места за настаняване с 10 и повече легла през зимния сезон, ако изключим периода на пандемията.

По общини, където са ситуирани зимните ни курорти, прогнозата е следната: За община Банско прогнозата е за общ ръст от около 12% за зимния сезон 2022/2023 г. спрямо зимен сезон 2021/2022 г. Г-жа Георгиева информира, че като цяло хотелите в к.к. Пампорово очакват посилен зимен сезон от този 2021/2022 г. с ръст около 15%, а в к.к. Боровец, по информация от по-големите хотели, сезонът се очертава да бъде добър с оглед предварителните записвания. Част от хотелите очакват да достигнат нивата на зимен сезон 2018/2019 г., като очакванията са най-силния месец да е февруари. Тя допълни, че по отношение на пазарите интерес има както от вътрешния пазар, така и от пазари Великобритания, Румъния, Израел, Северна Македония, Сърбия, Гърция.

Г-жа Георгиева обърна внимание на възможностите, които дава дигитализацията в областта на туристическата статистика. Тя посочи, че представеното до тук затвърждава възприятието, че информацията е стратегически най-важния инструмент за развитието на един

толкова конкурентен сектор, какъвто е туризма. Представянето на актуални и лесно-достъпни данни в реално време е важно за всички заинтересовани страни в тази динамично развиваща се среда. Тя информира, че МТ е започнало публикуването в дигитален формат на подходящо синтезирана информация, която да отговори на нуждите на туристическия бизнес за по-добро планиране и позициониране на предлаганите продукти и услуги. Вече е осъществен процеса на дигитализиране при събирането на данни чрез създаване на комуникационни канали за подаване на данни към ЕСТИ. Системата обработва данни от всяко място за настаняване и по този начин чрез нея се дигитализира и процесът на обработка на данни. Тя допълни, че данните на ЕСТИ се използват за целите на туристическата политика, на маркетинга и рекламата. Процесът на визуализация на данните в туризма е започнал чрез изготвянето на справки в ЕСТИ, като наскоро е започнал и нов етап на този процес 5, т. нар. „инфографики“, т.к. е идентифицирано, че начина за представяне на данните до момента е бил неудобен за ползвателите – потребителите и бизнеса. Чрез инфографиките се осигурява по-широк кръг от данни от системата ЕСТИ, съобразен и с изискванията на ЕС. Г-жа Георгиева обясни механизма на работа с инфографиките, като посочи че по различни филтри могат да се намират комбинация от данни от полза за бизнеса – за анализи и прогнози. Тя насърчи присъстващите да се запознаят с инфографиките и да ги пробват на страницата на МТ.

Г-жа Георгиева посочи, че след инфографиките, идва и дигиталната статистическа карта, която е тяхно надграждане и представя статистически данни в туризма по области и общини. В нея е вграден филтър, чрез който се избира необходимия показател. Чрез картата може да се проследи бързо и удобно процеса на възстановяване на туризма във всяка една област и да се направи сравнение между резултатите в туризма в различни области в страната. Тази карта е и отговор на желанието на бизнеса след създаването и внедряването на ЕСТИ, данните от нея да не служат само за статистика и данъчно отчитане на общините, но да могат да бъдат ползвани от ежедневния бизнес от всяка една от заинтересованите страни.

Г-жа Георгиева благодари за вниманието и даде думата за въпроси, мнения, предложения. Тя допълни, че екипа, който е създал тези възможности е в залата и членовете му могат да се вслушат във всяко от направените предложения от присъстващите. Г-жа Георгиева обобща, че не бива да се подценяват цифрите за един добър летен сезон и оптимизма ни за зимния сезон.

Д-р Даниела Стоева, АБТТА, благодари за дадената дума и посочи, че е впечатлена от представената информация и поздрави министъра и заместник-министрите. Д-р Стоева посочи, че сега научава, че тази информация я има на сайта на МТ и е добре тя да бъде популяризирана сред бранша, т.к. са чакали доста време и имат нужда от данни. Тя допълни, че данните ще им помогнат да планират кампании, продукти и цялостен бизнес-план. Г-жа Стоева зададе въпрос в какъв времеви порядък се актуализират тези данни и дали дава грешки, на което **г-жа Мая Никовска**, директор на дирекция „Туристическа политика“, отговори че актуализацията е на двуседмична база. Г-жа Никовска допълни, че е възможно да се даде и друг времеви порядък като разрез, като амбицията е сроковете да бъдат по-кратки, за да можем да бъдем максимално актуални спрямо динамиката на развитие. Грешката е в рамките на допустимата статистическа грешка и към момента не е доловен такъв проблем, като се извършва непрекъснат мониторинг на този процес.

Д-р И. Димитров благодари на г-жа Никовска и посочи, че има огромен дисбаланс между данните от НСИ и ЕСТИ – над 30%. Поради това е сформирана работна група, която ще направи опит да изравни данните, защото 30% е сериозно разминаване и трудно се правят

прогнози по тази тема. Министърът посочи че МТ издава бюлетин, подобен на списание, с обем около 50 страници на всеки 14 дни, в който е представена информация за всичко, което се е случило – детайлно и с хубав снимков материал. Д-р Димитров посочи, че вече са издадени 8 броя и насърчи присъстващите да се запознаят с него.

Доц. д-р Димчо Тодоров, *председател на Асоциация на експертите в туризма*, приветства екипа на МТ, който е извършил представената дейност и пожела да постави на вниманието на присъстващите въпрос за категоризацията. Доц. Тодоров посочи, че България е единствената страна в ЕС, която извършва монополно и държавно оценяване на нивата на предлагане и качество в хотелиерството. Доц. Тодоров изрази мнение, че това не е пътя и, че в ЕС чиновниците само контролират дейността. Обърна се към д-р Димитров и предложи с дребна поправка на закона да се допуснат и други фирми, и други категорийни системи, като да отпадне монопола на държавата. Доц. Тодоров посочи, че има редица отрицателни неща, които при разговор с хотелиери непрекъснато се повтарят, но никой не желае да заяви, защото категоризацията е инструмент за управление и дори подтискане на хотелиерското лоби или съсловие. Той апелира да бъде заложено държавата да зададе рамките и да контролира този процес, а не да навакса след една – две години.

Доц. Тодоров допълни, че хотелиерите са имали и други неприятности във връзка с изоставането поради факта, че това не е работа на държавата. Той продължи, че вярва, че д-р Димитров е присъствал на среща с министъра на туризма на Гърция, който при посещение у нас е обяснил как са направили това. Доц. Тодоров допълни, че след срещата е последвала КОВИД – кризата и той смята, че не е ясна причината, поради която държавата държи категоризацията в ръцете си. Той предложи да съдейства с всички сили и средства това да се случи и благодари за вниманието.

Д-р И. Димитров благодари на доц. Тодоров и отбеляза, тази тема не е от вчера и няма да бъде решена утре. Проблемите са свързани не само с категоризацията, а са дълъг списък и цитира присъстващ в залата кандидат за министър, който е казал, че „списъка на проблемите е дълъг от сградата на БСК до Президентството“. Той посочи, че служебния кабинет не води политики, а това е много сериозна политика. Това, което може да направи служебния кабинет е да инициират разговори и дискусии. Идеята за обединение на сектора, Единната браншова организация, е да се занимава с подобен тип неща. Министърът посочи, че отчита този проблем, който е със сериозна давност, но той трябва да има политическа подкрепа и обединение зад себе си. Той допълни, че темата е поставена като въпрос, записана е, коментирана е и в качеството си на кандидат-депутат доц. Тодоров би могъл да лобира по темата ако стане депутат, като е важно въпроса да бъде решен.

Доц. д-р Д. Тодоров заяви, че не е чул да се работи по този въпрос и доколкото присъства на всички съвещания на комисията, и дори в Парламента, като бивш кандидат-депутат и като бъдещ се надява да спомогне точно в тази насока да се развият нещата и не мисли, че са толкова сложни, но трябва да се постави начало.

Заместник-министър И. Георгиева посочи, че темата не е по т. 1 от дневния ред и предложи да залегне като отделна точка в заседание на НСТ, но в момента темата е друга и даде думата за други изказвания. **Доц. Тодоров** се съгласи и предложи темата да залегне като точка в друго заседание.

Г-н Емил Коларов, *председател на Сдружение на заведенията в България* посочи, че не е видял данни за руските туристи и попита дали е имало такива, на което **д-р И. Димитров** отговори, че руските туристи са били около 64 хил. Д-р Димитров поясни, че според

дефиницията „турист“ е всеки, който ношува поне 1 вечер и допълни, че това са основно собственици на имоти, които въпреки липсата на полети намират начин през Истанбул или други държави да стигнат до България.

Г-н Коларов попита къде се включват тези данни в графиките, на което г-жа Георгиева отговори, че се разглеждат основните пазари за летния сезон, а цифрата, цитирана от министър Димитров е за цялата година.

Г-жа И. Георгиева представи втората точка от дневния ред – предложение и представяне на Годишната програма за национална туристическа реклама през 2023 г. и даде думата на проф. д-р Мариела Модева.

Проф. д-р Мариела Модева, *заместник-министър на туризма*, приветства присъстващите и отбеляза, че фокусът на днешното заседание на НСТ е от една страна да се отчетат резултатите от летния сезон, но от друга страна е много важна тема приемането на Годишната програма за национална туристическа реклама. Проф. д-р Модева благодари на колегите от дирекция „Маркетинг и реклама“, и с обща концепция, която е изработена, ще бъде представен съкратен вариант и по-важните моменти, т.к. всички би трябвало да са получили пакета документи, който съдържа предложението и богатата база-данни, графики, информация, която да ни ориентира по числата и фактите. Подходено е по начин, който ни е бил предложен на много срещи, включително международни форуми и в страната - от бранша, от институциите. Първоначално министър Димитров е изпратил писмо, с което МТ приканва всички предварително да дадат своите предложения, за да се вземат предвид при изработване на финалния вариант. Той е много обемен, с много сегменти, поради което ще бъдат представени по-важните елементи и при въпроси, коментари и предложения те ще бъдат включени.

Проф. д-р Модева посочи, че на първо място, когато е застъпил екипа, са продължени тенденциите от началото на календарната година за една визия за България, като дестинация, която да бъде модерна, безопасна, целогодишна и естествено да предложи разнообразие на продукта в добро съотношение цена/качество. От друга страна е заложен стратегически подход, който да създава условия за интегрираност между всички елементи на маркетинга и рекламата, които да утвърждават България, и политиката на МТ е служело на тази мисия за популяризиране на страната ни, като предлагаща разнообразни форми на туризъм. Тя допълни, че както се е видяло от графиките, представени от г-жа Георгиева, все още България стои на международния пазар като дестинация главно за морски през лятото и зимен туризъм, т.е. по-скоро сезонна дестинация. Амбицията ни е да засилим изключително много този микс от подходи, който дава възможност да се утвърдим като целогодишна дестинация с множество специализирани видове туризъм, сред които приоритетни са културен, здравен, СПА, конгресен, за които разбира се България има ресурси. Проф. д-р Модева отбеляза и, че пост-ковид ситуацията, и войната в Украйна са изменили средата. Това е наложило да презентираме България, освен с всички ресурси и преимущества, и като мирна, сигурна европейска дестинация с модерен туристически продукт. Използван е пълния микс от маркетингови активности, като сме заложили на стратегически партньорства чрез планиране и осъществяване на засилени рекламни кампании, които са били насочени както към вътрешния, така и към международните пазари, защото вътрешния туризъм продължава да бъде изключително важен фактор за спасяване на сезоните не само през периода на Ковид, но и през годината на рестарт - 2022 г. Основните усилия са били насочени и към засилване на дигитализацията, и постигане на максимална ефективност и ефикасност, за да може когато провеждаме определени кампании винаги да отчитаме

резултатите и цената, на която сме ги постигнали. В този смисъл тези два фактора (ефективност и ефикасност) са водещи във всичките ни рекламни активности през периода. Проф. д-р Модева посочи, че ние имаме все още ограничения за реклама в дигитална среда, поради което сме продължили да популяризираме дестинация България чрез телевизии и в дигиталните им платформи. Водещи са съседните ни страни, Вишеградската четворка, Израел, Великобритания, Германия, които остават приоритетни и за следващия период. Тя допълни, че не сме пропуснати и в скандинавските страни, като там все още е необходимо да се вложат много повече усилия и като средства, както и за Великобритания, защото обективни и субективни фактори влияят на поведението на туристите от тези европейски региони. По отношение на телевизионните кампании през периода 2022 г., както и за летен сезон 2023 г. сме избрали качествено нов подход, който е насочен най – вече към максимално таргетиране и ангажиране на аудиторията. Основен фокус е обхвата на кампаниите („Reach“), при който сме заложили поне 20 плюс 1 %, което гарантира по – добра ефективност на кампаниите. На базата на натрупания опит, както и на актуалната статистика се констатира, че няма смисъл да инвестираме едно широко ветрило от национални бюджетни средства по начин, по който няма да се постигне необходимата аудитория и ефективност. Поради това сме направили съответната селекция, за да можем да се фокусираме върху целеви групи, главно на възраст между 18 и 60 години, както и винаги да отчитаме профила на туристите и спецификите на всеки отделен пазар. Не случайно са подбрани и клиповете, които са заварени като изработка и тепърва ще се изработва ново рекламно съдържание за следващата година. Тези клипове са били оценени много високо на международно ниво и са заели първо място за най – добър видео клип за популяризиране на туристическа дестинация. Също така и на най – големия форум в началото на годината „FITUR“ в Мадрид, Испания, на който сме участвали и ще участваме и през 2023 г., като са получени и номинации на редица международни и филмови фестивали. Проф. д-р Модева отбеляза, че във връзка с удължаване на крилата на сезона за периода зима 2022/2023 г., както и за подготовка на летен сезон 2023 г., сме си поставили за основна цел да популяризираме специализираните видове туризъм. В този период са били включени и редица клипове популяризиращи културния туризъм. Кампаниите, освен в страната за стимулиране на вътрешния туризъм, са насочени отново към съседните страни, Вишеградската четворка, Германия, Израел и предстоят в Гърция и Сърбия по – фокусирано и активно. Като постижение може да се отчете, че България за първи път е страна партньор на изложението в Полша през периода 24-26 ноември. Получена е и специална награда за най – представителен щанд на изложението „Филоксения“ в Солун, което се е състояло в периода 18-20 ноември 2022 г. Проф. д-р Модева информира, че независимо от всички кризи, не сме прекъсвали подготовката и участието си в над 25 международни туристически специализирани изложения и форуми, отново на основни и перспективни пазари на базата на статистически данни. За първи път е проведено и „road show“ в Полша с редица водещи срещи на високо ниво. Голяма част от това, което сме правили през годината е комбиниране на усилията за участие в различни изложения паралелно с политически срещи, което води до много високи резултати. Тя допълни, че желанието ни е да реализираме такова „road show“ в Германия и други страни. Вече имаме една добра формула на партньорство, като много полезни са и аташетата, които работят на място в Полша и в Германия.

По отношение на международните туристически изложения за следващата година МТ е планирало участие в близо 30 представителни щанда, които са неразделна част и от Годишната програма за национална туристическа реклама. Проф. д-р Модева обясни на какво се е базирал избора ни, т.к. винаги се задават два въпроса: Защо е направен този избор и на каква цена? В

случая, тя посочи, че сме се ръководили от наличието на интерес от страна на българските туристически фирми, асоциации, сдружения и общински администрации (продължаваме преференциалното условие за 50 % заплащане на стойността), и необходимостта от налагането на България, както на традиционни, така и на целеви перспективни пазари, както и на специализирани продуктови изложения. Тук отново амбицията ни е да утвърждаваме България, като целогодишна дестинация и със специализираните форми на туризъм, които по статистика все още отстъпват процентно на водещите видове туризъм – морски и планински. България отново планира да бъде партньор на изложението в Баку, което ще се проведе в периода 4 - 6 април 2023 г.

Част от този общ микс от усилия са опознавателните пътувания, като сме провели опознавателни турове с представители на водещи и специализирани медии, и не само традиционни, но и с блогъри, влогъри и инфлуенсъри, тъй като тези нови и модерни професии постигат много високо влияние над съответните аудитории, в сравнение с традиционните медии. Проф. д-р Модева отбеляза, че г-жа Габриел е дала пример с такава успешна статия на журналист, който сме поканили и е бил включен в опознавателните турове. Той е написал прекрасна статия за българското Черноморие във в. "Le monde". Заместник-министър Модева посочи, че в момента МТ продължава да работи в тази насока и подготвя за следващата година, на базата на процедура по реда на Закона за обществените поръчки, опознавателни обиколки на експедиенти, представители на медии, блогъри, влогъри, инфлуенсъри, като е заложена обосновка при избора на участници, както и медия клипинг. Това е направено, за да може да се отговори на въпроса „Когато влагаме средства и провеждаме тези експедиентски турове, как оценяваме резултата и как контролираме това, което сме вложили като възвръщаемост под формата на статии, продукцията на участниците в туровете и разбира се медия клипинг, като обратна връзка?“. Проф. д-р Модева посочи, че ще се радва МТ да получи още предложения, като вече са съобразени получените такива. МТ много силно е активирало присъствието в социалните мрежи, онлайн присъствието в мета- мрежите, „Tik Tok“, „You Tube“, „LinkedIn“, както и „Discord“ канала. В момента се провежда и нова процедура по ЗОП за избор на изпълнител за онлайн реклама и реклама в социалните медии в страната и приоритетни пазари. В тази връзка проф. Модева отбеляза и популярния туит на Илън Мъск, който е постигнал много висок резултат за популяризиране на белоградчишките скали.

Проф. Модева напомни, че сме в ситуация, при която в момента няма бюджет за 2023 г. Единствено има предложение на служебно правителство на настоящия МС за продължаване на действието на трите закона - за държавния бюджет, за държавното обществено осигуряване и националната здравноосигурителна каса за 2022 г. Тя отбеляза, че присъстващите са наясно, че ако не се приеме бюджет, всички планове и предложения, които сме заложили ще бъдат ограничени в рамките на една дванадесета от бюджета, предвиден за 2022 г. и в размер до 25 %, на тримесечна база от годишния размер на съответния показател за тази година.

Проф. Модева посочи, че г-жа Ирена Георгиева е казала много интересни и важни неща за дигитализацията и би добавила един проект, който е бил анонсиран пред медиите за национална единна дигитална карта в туризма. Това е проект, който отдавна под различна форма е бил предлаган и е време да бъде осъществен. Той е предвиден на модулен принцип и да бъде оформен и като проект, да се формулира един консорциум от партньорства чрез академичните среди, бранша и други заинтересовани страни, за да можем да имаме силно дигитално присъствие.

Проф. д-р Модева информира, че се предвижда създаването на електронен регистър за всички съ-изложители на български представителни щандове, както и електронно подписване и подаване на заявления. Проф. д-р Модева отбеляза, че има създадени междуведомствени работни групи и без интегриран подход и сътрудничество с колеги от други ведомства, в случая Министерство на електронното управление, МТ няма как да осъществи добрите си намерения.

Ключовите моменти по откритите процедури на ЗОП са свързани с Годишната програма за реклама и нейното изпълнение, защото за 2023 г. сме обявили поръчка с две обособени позиции, като основната цел е да се направи избор на изпълнител за реализиране на комуникационни кампании с две обособени позиции: за насърчаване на вътрешния туризъм, и за привличане на чуждестранни туристи от целеви и перспективни пазари, както и организиране и провеждане на тематични турове за журналисти, снимачни екипи, блогъри, влогъри, инфлуенсъри и експедиенти.

Проф. д-р Модева информира, че с оглед на динамичната ситуация и постоянни кризи, свързани с обективни и субективни фактори, през 2023 г. продължава мярката за преференциални такси от 50 % заплащане на стойността в български национални и информационни щандове.

Проф. д-р Модева акцентира върху важността на плана за провеждането на обществени поръчки, свързани с маркетинга и рекламата за 2023 година. Важен акцент са интегрираните комуникационни кампании от „destination marketing agencies“ т.е. други рекламни агенции, като в медиапланирането вече се включва пакет от задачи – анализ на пазара, определяне на рекламните цели, приоритетните медии, с които да работим, и стойността на показателите за ефективност, както и планирането на етапите на кампаниите във времето и бюджета. При възможност и съобразявайки се със закона ще бъдат включени и съвместни акции с туроператори, туристически агенции, авиокомпани и др. с цел подпомагане за по – силно присъствие в специфичните пазари, като се отчитат конкретните им потребности.

Проф. д-р Модева сподели, че на вътрешния пазар Бранд „България“ е една голяма инициатива, подкрепена на най – високо ниво и от институциите и от бранша, за да може България да се наложи с единен образ, една идентичност – разпознаваемост. Това е наложило възлагането на една авторитетна немска фирма да извърши маркетингово проучване за оценка на преживяването в дестинация България, като получените резултати са ориентир в каква посока да продължим нашите рекламни и маркетингови дейности.

Проф. д-р Модева маркира новите етапи в подготовката на нови печатни, видео-дигитални, рекламно-информационни издания с дефинирани целеви групи, както и за различните видове туризъм. Продължава сътрудничеството с партньори от средите на спорта и изкуството. Продължават и дигиталните кампании на целеви и перспективни пазари, които в момента вървят като бонус към договорите ни с телевизии, но МТ се надява да има промяна в законодателството.

Проф. д-р Модева отбеляза, че промотирането се осъществява в он-лайн канали. В тази връзка имаме и друга поръчка, която е планирана за реклама в търсещи машини и социални мрежи за създаване на съдържание, управление и поддръжка, работа с инфлуенсъри и др., което също е част от маркетинговия микс за по – модерните подходи в тази сфера.

Относно бранд „България“, това не е просто PR акция и една медийна кампания, а по тази тема е работено много сериозно, като концепция с интегрираните усилия и на национални и международните партньори. Реално управлението на туризма в България в публичен план се провежда на три нива - на ниво държава - от министъра, на ниво региони - от областните

управители и на местно ниво - от кметовете на общини и общинските съвети. Тя отбеляза, че е имало изключително добра комуникация и сътрудничество с областните управи, кметовете и общинските съвети, както и с Националното сдружение на общините в Република България. МТ смята да задълбочи тези връзки, тъй като много добри идеи идват точно от там. Проф. д-р Модева подчерта и специално ролята на Организациите за управление на туристическите райони, чиято основна задача е всъщност да предлагат регионална реклама и по-адекватни подходи.

В заключение, проф. д-р Модева благодари още веднъж на колегите от другите институции, защото вярва, че единствено съвместните инициативи, интегрирания подход, добрата координация и сътрудничество могат да ни помогнат да утвърждаваме бранд „България“ чрез рекламата и маркетинга, като една интересна, желана, мирна европейска дестинация за четири сезона, показвайки целия потенциал на който сме способни, както за традиционните, така и за специализираните видове туризъм, и благодари за вниманието.

Г-жа И. Георгиева отбеляза, че втората точка е основна за заседанието на НСТ и даде думата за дискусия.

Д-р Полина Карастоянова, *Национален Борд по Туризъм (НБТ)*, благодари за дадената и дума и приветства всички присъстващи и благодари на всички колеги, от които са получили много писма, имейли и поздравления за номинацията на д-р Мартин Захариев, който е в състава на правителството на проф. Габровски и е кандидат за министър на туризма на Република България. Д-р П. Карастоянова посочи, че публичните и институционални знаци на подкрепа за тях са много ценни и добави, че д-р Захариев е единствения кандидат за МТ, който получава такава сериозна секторна подкрепа. Тя посочи, че представителите на НБТ искат да поставят важен въпрос – „Каква е целта и какъв е смисъла на формата НСТ?“. Така, както те го разбират от времето, в което той е конструиран – това е един консултативен орган за формулиране на политики и възможност да се обсъдят важните промени, реформи, инструменти, с които сектор „Туризъм“, във взаимодействие с всички останали сектори, там където има обвързани компетенции, да може да се развива устойчиво и успешно. Когато се погледне дневния ред и се върнем назад в последните провеждани заседания на НСТ ще се види една висока степен на оперативна информация, която се комуникира, и почти нулева възможност за един стратегически разговор. Д-р Карастоянова отбеляза, че трябва да бъдем достатъчно коректни и да кажем, че в изминалите трудни години – по време на Ковид-пандемията и по време на тази необичайна година вследствие на войната в Украйна, МТ и колегите от МТ са се справили професионално с допълнително възложените им ангажименти, които всъщност не са им работа. Също така, трябва да се каже, че когато предишното правителство е натоварило МТ с тези абсолютно неуместни и несвойствени дейности – да администрира и организира процеса с украинските бежанци в България, е нямало министър, който да противостои на това, а е трябвало да се направи, защото функциите и правомощията на МТ са съвсем различни. Има органи и държавни институции, които следва да се занимават с тази проблематика. Д-р Карастоянова поздрави заместник-министрите за направените презентации, но допълни, че формата на НСТ не е подходящ да се запознава с техниките на работа. НБТ предлага, заради уникалната възможност не само да се съберат представители на туристическия бранш, но и заради възможността да участват представители на всички министерства и водещи институции в България, които по един или друг начин взаимодействат с туризма, в рамките на НСТ да им бъде дадена възможност да участват много активно и да дадат техния принос към темите, които са важни за туризма. Д-р Карастоянова се обърна към министър Димитров като посочи, че той

многократно казва, че не формулира политики, но според нея никъде в Конституцията на Република България няма текст, който да прави разлика между качеството на министрите и дори министрите в служебния кабинет са натоварени с функциите и правомощията на всеки редовен министър.

Д-р Карастоянова изрази мнение, че времето в което едно служебно правителство управлява е много ценно от гледна точка на формиране на консенсус по определени политики и стратегически реформи, и такива, ако са били постигнати, е можело сега да бъдат внесени в Комисията по туризъм в НС. По този начин е можело туристическия сектор и МТ да бъдат участници в работата и, така че тя да приема някакъв тип промени и законодателство, от което има нужда.

Д-р Карастоянова даде пример за стратегически промени, които са обсъждани с д-р Димитров, но не се е стигнало до ясна формулировка как да се процедира, е този за парите в туризма и ефективността от тяхното усвояване или реализация.

Д-р Карастоянова припомни, че министър Димитров е заявявал теза, която представители на туристическите организации от години лансират, а именно нуждата от промяна в мащаба и изобщо в концепцията за маркетинг и реклама, и средствата с които работи, като е посочил сумата от 100 мил. лева, която според НБТ, хотелиерската и ресторантьорска асоциация и туроператорите се доближава до нужната, а именно около 1 – 1.5 % от приходите, които сектора генерира в националната икономика и във фиска. В тази връзка д-р Карастоянова зададе въпрос как министъра на туризма ще получи одобрение за бюджет от министъра на финансите, ако не е налице предложение, което да показва как тези 100 мил. лева ще бъдат изразходвани и какви ще бъдат гаранциите за ефективност. Според нея гаранциите за ефективност са в инструментариума. Затова НБТ, в партньорство с МТ, преди няколко години по Програма „Добро управление“ със средства от ЕС са разработили анализ на шест европейски държави, който показва, че е необходимо България да не бъде единствената държава, която не работи с МТ или съответната структура за национален маркетинг и реклама. Д-р Карастоянова посочи, че те са познати като Destination Management Organization, Destination Marketing Organization или National Tourism Office – различни абривиатури за едно и също нещо. Такава структура към МТ, според нея, ще бъде гаранция за ефективността и експертизата, която ще бъде концентрирана, за да бъдат гарантирани тези бюджетни средства или по-скоро - ефективността от тяхното използване. В заключение, д-р Карастоянова апелира, ако се запази екипа на МТ, следващото заседание на НСТ да даде възможност за „брейнсторминг“ на високо ниво, защото за тях е особено ценно да чуят какво мислят представителите на отделните министерства за стратегическите реформи и промени, към които трябва да вървим. Д-р Карастоянова посочи, че МТ е било създадено по изключителното настояване на организациите, но е било лишено в голяма степен от функции и правомощия, и счита, че е дошло време за преосмисляне на начина, по който МТ работи - за един по – голям мащаб, по – дълъг хоризонт и на един по – сериозен бюджет, което изисква да се постигне консенсус по всички тези теми и може да се постигне само заедно. НБТ е готов, ако д-р Илин Димитров продължи да бъде министър, на следващия НСТ да се адресират въпросите, които са важни от стратегическа гледна точка за напред. В заключение, д-р Карастоянова подчерта, че НБТ оценява и уважава работата на МТ, при все това че в тесните параметри, в които то е поставено, прави много повече, отколкото може да се очаква във всеки един смисъл на тази оценка и благодари за вниманието.

Д-р И. Димитров благодари за изказването на д-р Карастоянова и отбеляза, че за политики се говори в НС, а заседанието на НСТ е по – експертно. Относно политиките на служебния кабинет той посочи, че те се определят от министър-председателя и министрите, и те са взели решение, че няма да се водят дългосрочни политики, тъй като нормалното управление на един служебен кабинет е 3 месеца. В случая политическата ситуация е различна и се управлява по – дълго. Д-р Димитров потвърди, че ще се предприемат краткосрочни мерки, но тежки и структуроопределящи реформи няма да бъдат предприемани. По отношение на средствата за реклама и защитаването на бюджета д-р Димитров отбеляза, че смята, че има някакво неразбиране, защото МТ вече е представило два бюджета на Министерство на финансите. Единия е за двойно по – голяма сума в размер на 36 мил. лева, а другия е за 100 мил. лева, като те са структурирани и са описани. Д-р Димитров сподели, че е далеч от идеята да предлага каквото и да е, ако не е издържано в цялост, както и че приветства продължаването на диалога и приема предложението на д-р Карастоянова за „брейнсторминг“, защото в него се раждат идеите.

Д-р Димитров пожелава на държавата да се сформира редовно правителство с дълъг мандат, защото служебното правителство е с ограничен мандат и основната задача на МТ е била да изпълни мандатната си програма, а то я е изпълнило на 99%, а ако има възможност и оглавява МТ във втори служебен кабинет и предвид това, че тече заседание на НСТ и темата е реклама, да се говори за бранд „България“ и за позиционирането ни по света. Д-р Димитров отбеляза че с 18 мил. лева е непосилно да се прави национална реклама. Д-р Димитров сподели, че е имало срещи на високо ниво на проведеното изложение в Италия, на които е говорено за алтернативните форми на туризъм. Там се е оказало, че България е известна с две думи – плаж и слънце. От доста години и от предишни редовни кабинети, с участието на бранша, са правени опити за репозициониране, но истината е, че без средства не може да се постигне тази промяна. Той допълни, че тук идва ролята на браншовите организации, които би трябвало да са адвокати на такъв тип промяна. Основното нещо, което ще се види на българския пазар, поради факта, че сме в България и българския турист е най-достъпния, като рекламиране и баланс цена – качество е, че всички национални медии ще започнат предавания за туризъм. Има сключени договори за 52 предавания по БНР на девет езика. Също така, ще има и регионални предавания, така че да сме полезни максимално на сектора. Д-р Димитров допълни, че служебния кабинет продължава работа, но няма да се занимава със структуроопределящи реформи, защото за това трябва политическа подкрепа от дадена партия.

Г-н Мирослав Кюпов, *представител на Рило-Пиринския туристически район*, посочи, че абстрахирайки се от това, че още утре може да има нов министър на туризма, за целия бизнес е важно да има приемственост. Това, че политическата обстановка се сменя на 3-4 месеца или на 4 години не би трябвало да означава, че всичко започва от ден „първи“ и когато даден кабинет приключи следващия да започва наново с някакви реформи или каквото и да било. В качеството им на Организация за управление на туристическия район (ОУТР) и като община, която няма плаж и слънце, те се интересуват какви конкретни стъпки са заложили от МТ в маркетинговата стратегия за 2023 г., така че да накара туристи от европейските държави или българи да предпочетат райони като техния вместо Черноморието. Втория въпрос на г-н Кюпов беше докога създадените 9 ОУТР ще бъдат третирани като второкласно или третокласно непоискано дете на министерството, и докога МТ ще negliжира проблемите с тяхното финансиране. Г-н Кюпов посочи, че напълно осъзнава факта, че за да получи министерството нещо, то трябва да го получи от друго място, но смята, че ако се върви към стратегия „децентрализация“ и даване

на по-голяма оперативна възможност на общините и ОУТР да създават свои маркетингови стратегии и да намират свои канали за работа, и за привличане на туристи, то това трябва да бъде подкрепено от държавата, а за тях държавата в сферата на туризма е Министерство на туризма.

Д-р И. Димитров благодари за въпроса и отбеляза, че с г-н Кюпов мислят еднакво. Доколкото в момента няма нов бюджет, а се продължава работата със стария, както и изрази надежда скоро да има редовно избран министър на туризма, вярва че г-н Захариев ще допринесе ударно за дигитализацията, ако бъде избран да поеме тази битка. В проектобюджета, който не е бил внесен, специално за ОУТР са заложили 7,2 млн. лв. финансова подкрепа, защото без средства те няма как да работят. Това е факт и министър Димитров категорично подкрепя ОУТР. Като държавна структура те трябва да подават информация от място и в този им вид те работят много трудно и е почти невъзможно. Министър Димитров посочи, че относно рекламната ни кампания точно към местата извън море и плаж МТ е решило да насочи сериозен финансов ресурс от малкия ресурс, който е 18 мил. лв. За първи път България е взела участие на изложението в Лугано, което е за алтернативен туризъм точно с тази цел - да започне привличането на различен тип туристи. Д-р Димитров обърна внимание, че цялата ни рекламна кампания в частта алтернативен туризъм е засилена многократно. Имаме редица журналисти, които ще минат точно по местата, които са далеч от плажа и морето, като разбира се пренебрегваме и тях, защото там са големите инвестиции. Предаванията на БНР, които ще бъдат локални и местни ще бъдат насочени и за ОУТР. Министър Димитров изрази надежда да има добра инфраструктура, защото не е запознат на място как стои въпроса. Друго нещо върху, което се работи много активно, е въпросната дигитална карта. Целта е да се заснемат и представят в 3D голяма част от обектите, които са във вътрешността на страната, така че те да могат да бъдат посещавани. Д-р Димитров добави, че фокуса ни е да развием и алтернативните видове туризъм, защото те са устойчиви. Той даде пример с гр. Велинград, който има над 90 % събираемост на курортния данък и имат стабилни финансови показатели. Няма обезлюдяване на населеното място, заплатите, цените и инвестициите са добре и това се дължи именно на различния вид туризъм от сезонния.

Проф. д-р М. Модева взе отношения по повод зададените въпроси от д-р Карастоянова и отбеляза, че министър Димитров с споменал за проведени две срещи на работната група за единение на бранша, като посочи, че МТ е много внимателно в термините, защото многократно е подчертавало, че единението на бранша няма да се случи чрез административен натиск и една от основните теми е била да се мисли в посока създаването на национална организация, която да промотира България, като целогодишна дестинация много по – мощно, с по – голям бюджет. Проф. д-р Модева отбеляза, че е важно да има консолидиране на бранша, за да има МТ партньор. В повечето страни това е налице, а ние трябва да обясним, че нашите партньори са много на този етап. МТ е повдигнало този въпрос, като очаква подкрепа от участниците в работната група. По отношение на ОУТР, до момента те са конструирани и са получили средства само по проекти, имат стратегии за регионална реклама, както и експерти. Проф. д-р Модева посочи, че за МТ всъщност ОУТР са много важни, защото това са единствените регионални представители по линия на министерството. Те са много специфични, защото не са НПО, не са търговски структури, а са регистрирани по Закона за туризма. Два пъти са правени опити за отпускане на определена сума, която вече е спомената, за да може административно да се укрепят ОУТР, като първия път не сме срещнали подкрепа, а в момента не се разглежда нов бюджет за 2023 г. В тази връзка, по линия на общините могат да се продължат добри практики

за взаимна реклама, какъвто проект вече е имало МТ, и затова МТ се е обърнало към НСОРБ, ОУТР и кметовете за обратни предложения как и какво да се включи в общия рекламен микс от гледна точка на регионите, защото за МТ това е абсолютен приоритет. МТ не се е отказало да подчертава специализираните форми на туризъм. Проф. д-р Модева обърна внимание, че друг голям проблем освен сезонността е концентрацията на туристически потоци и деконцентрацията в регионите е много важна. МТ следи статистиката и данните за Пловдив са много обнадеждаващи. Тя допълни, че МТ знае тези проблеми, те са дискутирани, и МТ търси решения, като това ще се случи в диалог. Проф. д-р Модева приключи изказването си като отново посочи, че ОУТР не трябва да са формална структура – те наистина са необходими.

Д-р Д. Стоева, посочи, че НСТ си има определени теми и винаги има нужда от „брейнсторминг“, но в случая темата е Програмата за национална реклама за 2023г. В общ интерес е да се коментира в нейната конкретика, а не имагинерно да се говори за суми, с които в момента не разполагаме, а да се види с това, което разполагаме в момента, какво най - добро може да се направи, защото те като бизнеси имат полза от това България да стане по - разпознаваема дестинация и по този начин да се генерират приходи. Д-р Стоева отбеляза, че програмата се прави при няколко ограничителни условия и това не е за подценяване. Едното е бюджета, а другото е че в момента управлява служебен кабинет и много по - трудно се работи, когато липсва хоризонт, особено от гледна точка на стратегическото планиране. Третата ограничителна линия, която спъва нещата да се случват по начина, по който бизнеса иска, е условията на обществените поръчки. Д-р Стоева сподели, че за съжаление през годините е доказано, че това не е най - подходящия начин за инвестиране в маркетинга и рекламата. Д-р Стоева посочи, че много добри предложения не са реализирани, точно защото не се намира правната норма, под която те да бъдат реализирани и трябва да се съобразим. Тя поздрави МТ за направената крачка в посока по-съвременен подход и намаляване на излишното използване на хартия, а именно в бъдеще да се подават електронно заявления за участие в туристически изложения. По отношение на представения план отбеляза, че е за предстоящи обществени поръчки, предстоящи активности по отношение на рекламата.

Проф. д-р Модева отговори, че обществените поръчки вече са в ход.

Д-р Д. Стоева посочи, че това е първото ръководство на МТ, с което работят активно по отношение на специализираните форми на туризма, а не само на морския и зимния-ски туризъм. Тя не омаловажава формите на масов туризъм, които остават основен източник на приходи, но смята, че трябва много по-генерално да се смени фокуса, не приоритетите, а фокуса на кампанията, така че по-висококачествения туристически продукт и този, който привлича по различен начин към една дестинация да допринесе към това и да се промени категорията на потребителите по отношение на масовия туристически продукт по нашето Черноморие. Д-р Стоева посочи, че от тук можем да вземем и добрите практики на Кипър, която наскоро е излязла с нова стратегия за туризъм, именно в този фокус, както и на Хърватска. Тя предлага да се задълбочи работата с културните институти в чужбина, защото културата и туризма вървят ръка за ръка и не случайно е имало общо министерство преди години (Министерство на културата и туризма) и да има конкретни маркетингови кампании, които да са свързани с културните такива, защото основните вестители на една дестинация са културата и спорта, а ние не ги използваме пълноценно.

Инж. Любозар Фратев, *председател на Организация за управление на Тракийски туристически район*, приветства присъстващите и отбеляза, че действително рекламата е в основата на търговията, в случая на техния бизнес. Той посочи, че са дали своите предложения

и те са включени в Програмата за национална туристическа реклама, за което благодари. Инж. Фратев отбеляза, че работата на МТ в този служебен мандат си е проличала по отличния отчет и по добрите намерения за зимния сезон. Инж. Фратев благодари за подкрепата на Министерство на културата и Министерство на земеделието за активната подкрепа за техни събития, както и на МТ за моралната подкрепа и патронаж. Той отправи коментар към Министерство на транспорта за летище Пловдив и важноста от достъпна транспортна инфраструктура, защото каквато и реклама да се направи и каквито и добри намерения да имаме без транспортна инфраструктура няма да има никакъв ефект. Също така зададе въпрос касаещ летище Пловдив – дали ще има държавна подкрепа или ще се бъде дадено на концесия, защото става въпрос за достъпността към цяла южна България. Инж. Фратев сподели, че чудесната инициатива на министър Димитров, която все още няма реални резултати и трябва да се набележат мерки от МТ, е идеята за туристически ваучери. Инж. Фратев предложи да се акцентира върху популяризирането на туристическите ваучери, както и да се увеличат средствата за тях, защото урока от пандемията е, че вътрешния туризъм е спасил туристическия сектор.

Г-н Николай Найденов, заместник-министър на транспорта и съобщенията, изрази мнение, че създаването на МТ е едно от най – положителните неща през последните години и се надява да продължава да го има и занапред, и не всеки да го променя, както намери за добре. Г-н Найденов категорично споделя, че туризъм е въпрос на национална политика и консенсус и се надява, че в бъдеще това ще бъде сериозен фокус, който липсва към настоящия момент в политическото лидерство. Той посочи, че колегите, които присъстват на заседанието са подпомагали всяка нужда на МТ. По всички въпроси на туризъм, които са били насочени към МТС е получено максимално съдействие от тяхна страна. Г-н Найденов отбеляза, че транспорта и туризъм са взаимосвързани, но липсва консенсус по отношение на националната политика. Последното десетилетие всички са заявявали, че инфраструктурните проекти са приоритет, а се вижда на какъв етап са към настоящия момент, като изпълнение. Предстоят проекти и следващото десетилетие и европейските фондове категорично подпомагат развитието на инфраструктурата. Той се надява националната ни политика да бъде основана на това, защото държавния бюджет ще бъде въпрос и функция на тези изпълнения. Подобрението на инфраструктурата е прерогатив на МРРБ, а МТС осигурява транспортната политика. Конкретно за летище Пловдив – не е останало без развитие, но то е олицетворение на последните няколко политически кризи, защото всеки път се е взимало коренно различно решение за неговото развитие. Към настоящия момент има проблеми, свързани със собствеността на летището и няма взето решение за отдаването му на концесия. Също така МТС никога не е спирало да работи в посока развитие на Тракийския регион и той е един от най – успешните към настоящия момент. Преди няколко седмици в Истанбул са се подписали документи, които ще доведат до регулярни линии по отношение на летището с Истанбул. В заключение г-н Найденов сподели, че ако не се сменя ръководството на летището през 3 месеца, може да се представи адекватен план за развитието в тази посока.

Г-н Георги Щерев поздрави екипа на МТ за огромната работа, която е свършило този сезон, имайки предвид несвойствените ангажименти, които е имало и подкрепя изказването на д-р Карастоянова в тази посока. Той допълни, че МТ е понесло само негативи от тази несвойствена дейност, т.к. не е получило бюджет, а без бюджет нищо не може да се направи. По отношение на програмата г-н Щерев апелира да има по-тясна работа с големите немски туроператори, защото на всички е ясно, че ще даде плод 2024 г., имайки предвид, че за 2023 г.

полетите са планирани. Ако не се обърне внимание на това, ваканционния морски туризъм ще остане със сезон от 60 дни. Г-н Щерев заяви, че не е съгласен с тезата, че сезона е много добър в националните ни курорти. Според него определено няма добър сезон в националните ни курорти, защото не е сигурен дали някой ще се похвали с 5 - 7 % печалба тази година. Също така е факт, че разходите се увеличават драстично, а приходите не могат да се коригират на този етап повече от 5-7%. Г-н Щерев предложи за 2023 г. да се заложат планове за планирани полети, защото по този начин ще се изградят доказателства, които изисква немския пазар, а и с оглед подобряване на нашия имидж, който не е много добър в момента по чисто административни причини. Той се надява това наистина да се промени, защото не си представя морски туризъм с 60 – 70 дни сезон, колкото е в момента. Г-н Щерев смята, че именно НСТ е мястото, където трябва да се водят сериозни разговори в присъствието на институциите, защото след като се обсъждат все още базисни неща за развитието на туризма означава, че той не е приоритет на държавата. Също така липсва и разговор за сезонните кадри, статута на курортите, които са теми за НСТ.

Д-р И. Димитров благодари за изказването на г-н Щерев и посочи, че пазар Германия е във фокуса, защото имаме три пъти по – малко туристи отколкото са били през 2019 г. Предишният министър, г-н Христо Проданов, е стартирал кампания, която да покаже, че България е сигурна дестинация, но туристите са били само 250 хил. през лятото. Планирана е работа в тази посока, доста по – агресивно, отделен е сериозен финансов ресурс, защото немските туристи уплътняват крилата на сезона. Проблем са чартърните полети и в Европа към момента има много сериозен недостиг на пилоти, стюардеси и за съжаление не е оптимист за следващия сезон, защото седалките са вече договорени. Д-р Димитров сподели, че това, което може да се направи на този етап, е по-активна кампания „road show“ с големите туроператори, както и с авиопревозвачите. Наясно е, че без седалки не можем да привлечем туристи и в тази връзка са водени разговори с „Lufthansa“ и „Eurowings“, като те са много скептични за следващия сезон. Пускат само един-два самолета допълнително. Според д-р Димитров държавата трябва да покаже, че е заинтересована от този пазар и МТ го показва всячески. Д-р Димитров увери присъстващите, че въпреки, че ще ни трябва да си възвърнем репутацията на този пазар няма да спрем да бъдем активни и още в края на м. януари 2023 г. ще замине първата група в 7 града за „road show“ с всички големи туроператори. След това следват срещи с всички големи авиопревозвачите. Министър Димитров благодари на туристическите организации и посочи, че всяко предложение на бизнеса, което е могло да бъде изпълнено е взимано предвид и като пример за това посочи предложението на инж. Фратев, което е включено в програмата за реклама. Д-р Димитров увери, че МТ винаги се е допитвало и работи активно с бранша, но за да има промяна, от значение е сътрудничеството и с няколко други ведомства и затова те присъстват в НСТ. Той посочи, че промените изискват време, но немския пазар няма да бъде забравен и negliжиран и счита, че пазар, който е намалял три пъти, при една добра стратегия може да се възстанови поне на половина.

Г-н Г. Щерев уточни, че 2023 г. вече е изпусната и трябва да се вземат мерки за 2024 г., защото се опасява, че следващата година е възможно също да няма положителни резултати въпреки сериозния финансов ресурс, насочен към немския пазар, което ще остави морския туризъм без рекламен сезон и без крила по отношение на немските туристи.

Г-жа И. Георгиева призова за разговори по програмата и посочи, че другите теми могат да бъдат разгледани в точка „Разни“. Тя уточни, че досега не е имало практика да се гласува програмата за реклама и според нея не трябва да се гласува и сега, но тя ще бъде допълнена и

обогатена с всички предложения и мнения, които бъдат споделени от присъстващите, защото тя не вижда противоречия с това, което е предложено и се разглежда, ако не възникнат такива и до края.

Г-н Калоян Стойчев, съветник към политическия кабинет на заместник министър - председателя по управление на европейските средства, поздрави МТ за изключителната работа по несвойствената задача да администрира помощите за бежанците от Украйна през лятото. Въз основа на опита му на човек с поглед върху процеса, той знае колко е трудно да се администрират много финансови потоци от различни европейски програми и като цяло осчетоводяването на всички тези разходи, поради което поздравява МТ. Г-н Стойчев посочи, че не е експерт по туризъм, а по стратегическо планиране и по темата „реклама“ има няколко предложения. Той посочи, че си е представял по по-различен начин представянето на тази програма, като за него по-полезно би било да се онагледят с конкретни примери в презентацията брандинга и рекламата, която ще се използват в рамките на следващата година. Било е споменато, че ще се използват видеа, които са спечелили награди, което също е било добре да се представи, за да се добие представа как страната ще бъде представена на различните пазари, вкл. и по различните медии (социални медии, телевизия, интернет видеа). Било е споменато, че се правят стъпки за единна визия за български маркетинг и брандинг на различните български дестинации, което е доста любопитно и поздравява тази инициатива. Той предложи да се разкаже с няколко думи какво точно се визира – дали се възобновява тази инициатива от преди няколко години за ново българско лого или става въпрос за друга насока като цяло. Според него би било полезно да има малко повече илюстрация на разбивките на бюджета за реклама по дестинации, по медии – т.е. каква част от бюджета ще отива за социални медии, каква за телевизия, каква за интернет, за да може това също да бъде дискутирано. Относно разбивката по дестинации, това би било полезно в контекста на дискусиата за това по какъв начин в рамките на следващата година МТ смята евентуално да увеличи туристопотока от съществуващи дестинации, които идват в България, но също така и пробиване на нови дестинации. В тази връзка е любопитно, че се е споменало за предстояща визита на България в Баку, защото от участието му в различни семинари по морето и в частност с представители на Азербайджан, които са били очаровани от к.к. Албена и българското Черноморие са споделили, че в тяхната страна никой не знае за България, като туристическа дестинация. Г-н Стойчев сподели, че според него ще е полезно да се види какви стъпки ще бъдат предприети за пробиването на нови пазари, както и на нови демографски групи. В изнесения вече доклад е било споменато, че основните групи туристи са между 30 и 44 години и в този контекст е хубаво да се знаят различните бюджети за различните медии за реклама, защото това има връзка точно с различните демографски групи, които са изложени на различни видове реклама в различна степен. В заключение г-н Стойчев поздрави МТ за това, че се планира да се увеличи рекламата, и че фокуса е към по – иновативни методи, като инфлуенсъри, социални медии и т.н., но трябва да се подходи целесъобразно с въпросните иновативни методи и да се оптимизира т. нар. „reach“.

Г-н Антон Пенев, представител на Организацията за управление на Софийски туристически район, поздрави екипа на МТ и в частност д-р Димитров, защото като част от администрацията на Столична община е наясно колко трудно се управляват подобен род проекти. Г-н Панев сподели, че има няколко предложения конкретно по самата програмата и отбеляза, че в София един от основните видове туризъм, който се развива, е конгресния и в тази

връзка е забелязал липсата на едно от най – стойностните изложения според него, а именно „ИВТМ“ в Барселона.

Д-р И. Димитров отбеляза, че само преди няколко дни наша делегация се е върнала от въпросното изложение.

Г-н Антон Пенев обърна внимание, че Столична община е член на City Destination Alliance и са спечелили домакинство за провеждане на генералната асамблея и годишната конференция на тази асоциация през м. април 2023 г. В тази връзка той покани всички присъстващи организации и ОУТР да я посетят, предложи да влезне в Годишната програма за реклама като търси и подкрепа от МТ. Г-н Пенев сподели, че в Столична община са готови да предоставят експертна помощ за ЕСТИ, ако МТ има нужда.

Г-н Емил Коларов, *председател на „Сдружение на заведенията в България“*, сподели, че е набелязал няколко точки, които според тях са свързани с туризма въпреки, че касаят в основната си част работата на заведенията и съответно хотелите. Първият проблем е относно кадрите. Той допълни, че е имало целенасочен тормоз през последните 3 години върху неговия бранш от всички институции. Това пряко се е отразило на качествените кадри в туризма и рефлектира пряко върху качеството на продукта, който се предлага във всички туристически обекти. В тази връзка въпроса му е какви мерки се предприемат по отношение на кадрите в туризма и дали има някакви предвидени облекчения за наемане на чуждестранни кадри. Г-н Коларов отправи въпрос и към МВР за зачестилите масови проверки, които според него не се извършват правилно и отблъскват всички клиенти – основно чужденци. Г-н Коларов посочи, че е редно да има проверки и контрол от всички институции, но той не трябва да нарушава права на клиентите и не трябва да е отблъскващ. Призова да се направи и преглед на записите. Г-н Коларов обърна внимание на проблема за авторските и сродни права, касаещ Министерство на културата, някои браншови организации и организации за събиране на таксите за тези права. За тях е недопустимо да има картелно споразумение между част от браншовите организации и министерството на културата. Г-н Коларов посочи, че трябва да се вземат мерки, защото това вреди на туристическия бранш – на хотелите, ресторантите и заведенията.

Г-н Коларов също сподели, че успешния сезон миналата година на вътрешния туризъм се дължи на положените съвместни усилия от всички в бранш, но не бива да се забравя, че една от причините за него е и налагането на сериозни ограничения свързани с мерките срещу Ковид.

Г-жа И. Георгиева посочи, че зададените въпроси са важни и апелира и представители на представените в НСТ министерства да отговорят. Тя попита дали има други изказвания по програмата за национална туристическа реклама. След като се установи, че няма желаещи за изказване, г-жа Георгиева посочи, че програмата се приема, като ще се вземат предвид допълненията и съображенията изказани от проведената дискусията, след което обяви преминаването към трета точка от дневния ред - точка „Разни“.

Д-р И. Димитров информира присъстващите, че в Германия над 45 % от помощите за COVID – 19 са дадени за сектор туризъм и в момента там имат най – голямата липса на кадри досега. Данните са получени от тяхната агенция, с която МТ поддържа контакт, през немската камара. В България ситуацията не е по – различна и това, което маже да направи МТ е да свика заседание на Междудомствения съвет по кадрите в туризма, на което да се набележат няколко стъпки, които да бъдат стартирани в бърз порядък - и за образование и за облекчен режим, ако има нужда от такъв, съобразявайки се с законоустановените регулации. Д-р Димитров отбеляза, че в първия му работен месец е била организирана среща с министъра на образованието, който е поел ангажимент за прецизиране на стажовете за ученици. На Междудомствения съвет по

кадрите ще бъде отчетено и становището на и Асоциацията на училищата, в които се изучава туризъм, които са над 50. Д-р Димитров увери присъстващите, че каквото зависи от МТ и е в неговите възможности ще бъде направено. Във възможностите на МТ е да засили контактите между бизнеса и средните училища по туризъм, както и да отправи към институциите въпросите поставени от туристическия бранш и да се постарее те да бъдат решени. Министър Димитров посочи, че без кадри няма качество, а без качество няма туризъм.

Проф. д-р Емил Мингов, заместник-министър на труда и социалната политика, приветства присъстващите и адмирава представеното до момента от МТ как да бъде рекламирана България, за да може да се увеличи туристическия поток, но това което е ключово за развитието на туризма е качеството на туристическия продукт от гледна точка на лицата, които работят в сектора. Това според него е много важен въпрос и подкрепя изказването на д-р Димитров за специална дискусия, насочена към задоволяването на туристическия бранш с кадри, като е много важен въпроса за тяхната трайна заетост. Кадрите от чужбина, които се наемат за сезонна работа, не могат да решат този въпрос. Едновременно с това в България има над 180 хиляди младежи, които не работят и не учат. Това е огромен резерв и МТСП предприемат редица мерки по отношение на активирането на тези лица, за да могат да се насочат към пазара на труда, включително и в сферата на туризма. Според проф. Мингов стои и въпроса какво може да се очаква от представителите на работодателските организации в туризма за тези младежи, които ще бъдат активирани да работят, защото не е тайна, че има много добри практики по отношение на наемането им – например липсата на трудови договори. Той попита каква е причината да се наемат без трудови договори толкова лица.

Г-н Е. Коларов попита проф. Мингов дали има конкретни данни по темата с липсата на трудови договори. Също така не е съгласен да наемат неквалифицирани кадри да извършват дейност, за която се изисква квалификация, както и да ги обучават на място в процеса на работа. По отношение на липсата на трудови договори, трябва да се проведе проучване сред самите работещи, защото те самите не желаят да имат такива поради най-различни причини. Той посочи, че е непрофесионално да се поставят всички заведения под общ знаменател и поиска да му бъдат предоставени конкретни данни.

Проф. д-р Емил Мингов заяви, че въпросните данни са резултат на проверки и ще бъдат предоставени. Той посочи, че има достатъчно средства и програми за обучение на кадри в България и на специално заседание да се обсъди как трябва да бъдат задоволени нуждите от кадри в туризма. МТСП може да предложи варианти, по които може да се работи съвместно за трайно решаване на проблема с кадрите.

Г-жа И. Георгиева отбеляза, че темата е болезнена, защото засяга човешкия ресурс и очевидно има необходимост от специално заседание, на което да бъде конкретно разисквана тази тема. Тя помоли данните за липса на трудови договори да бъдат предоставени на МТ, за да могат колегите да изразят впечатления и опита от работата в областта на човешките ресурси. 180 хил. безработни младежи е притеснителна цифра.

Д-р И. Димитров сподели, че регионалната комисия на Световната организация по туризъм ще заседава в гр. София през м. май и темата ще бъде за кадрите – обучение и умения. Една от целите ни ще бъде да привлечем академията на UNWTO да отвори клон в България и да обучава кадри. Д-р Димитров помоли ако има средства за обучение да се подготвим и на следващото заседание на Междуведомствения съвет по кадрите в туризма от МТСП да разяснят за какви и колко средства за обучение на кадри става въпрос.

Проф. д-р Е. Мингов отбеляза, че в има предвидени средства за обучение в Националния план по заетостта, както и в Плана за възстановяване и устойчивост – първо за активиране и след това за обучение. Трябва да се разисква и начина, по който да бъде представено привлекателно за лицата, които ще бъдат обучавани, за да искат те да се обучат.

Г-н Е. Коларов уточни, че през последните 3 години браншът е работил общо не повече от 12 месеца и това със сигурност не е привлекателно за хората и нищо не е могло да привлече хората да работят в бранша, който е работил с най-големи ограничения - бил затварян пръв и отварян последен. Това е довело до отказване на квалифицирани кадри от сектора и това според него е по вина на държавата и сега тя е длъжна да направи така, че да обучи и подготви кадри за туристическия бранш.

Г-жа Димитрина Горанова, *председател на УС на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти - АБТТА*, сподели, че темата за кадрите в туризма трябва да се постави генерално и ще засегне проблема от по – различна призма спрямо гледната точка на г-н Коларов, като не отрича казаното от него. Според г-жа Горанова проблемите са още по – големи и наслагването тепърва предстои. Освен последствията от COVID – 19 е налице и проблема с демографската криза и той все повече ще се усеща не само в туризма, а и в икономиката като цяло. Г-жа Горанова отбеляза, че проф. Мингов много точно е казал – привлекателно, но с какво да се привлекат кадрите? Не става въпрос за пари и в тази връзка подкрепя примера на д-р Димитров за Германия като допълни, че там дори при удвояване на заплатите на служителите, те просто напускат, защото самия бранш не е привлекателен. Не става въпрос и за образование, защото е присъствала на борса в Софийския университет по специалност „Туризм“ и интереса е бил нулев. Интересът на студентите се е изразявал в това да си проведат задължителния стаж, за да си получат дипломата. Според нея, едно от възможните решения е рекламирането на работата в сектор туризм, като се направи посредством национална кампания каквато е имало в сферата на земеделието. Г-жа Горанова посочи, че ако туризма е приоритет на държавата, ресурсното обезпечаване на сектора също трябва да е приоритет. От друга страна туризма е сектора, който може да се автоматизира най-малко и вероятно заради това по много от програмите за възстановяване и развитие, туризма дори не е допустим сектор. В заключение г-жа Горанова благодари за свършената работа от екипа на МТ и в частност на д-р Димитров за мотивирането на екипа.

Д-р И. Димитров благодари за изказването на г- жа Горанова и поясни, че националния бранд включва и работещите в сектора. Той посочи, че е подел кампания за това, как се говори за туризма, защото това е ключово и даде пример с негативни изказвания в медиите, като те са 157 на брой само за месец август и повече от половината са на хора от бранша. Д-р Димитров отбеляза, че начина по – който се говори за сектора трябва да е изключително позитивен, за да сме привлекателни и всеки, който се изказва в медийното пространство да знае, че е „бренд по туризм“ и се надява медийните изказвания да са премерени. Никой 18-годишен не би решил да работи в сектора, ако непрекъснато чува негативни коментари за бранша. В работен порядък няма нищо против критика, защото чрез нея се раждат идеите, а в конфликтите се раждат действията, но извън тези стени не можем да говорим лошо за туризма.

Г-жа И. Георгиева благодари за изказването на д-р Димитров и отбеляза, че е останал недовършен въпрос зададен от г-н Коларов към г-н Муеров, като представител на Националната полиция.

Ст. комисар Борислав Муеров, *заместник - директор на Главна Дирекция „Национална полиция“*, *Министерство на вътрешните работи*, приветства присъстващите и

попита дали въпроса е относно зачестилите проверки по питейните заведения, на което г-н Коларов уточни, че въпросът му е за начина на извършване на проверките - влизане на въоръжена полиция в тоалетни, сервизни помещения и нарушаване на правата на клиентите.

Ст. комисар Муеров отбеляза, че към настоящия момент няма достоверна информация за провеждане на проверки, които нарушават правата на гражданите. Въоръжена полицейска проверка е възможна само при наличие на достоверна оперативна информация за наличие на престъпление или че в дадено заведение има лица, които употребяват наркотични вещества. Всички други рутинни проверки се провеждат много инкогнито, естествено с други държавни институции, и според него те не пораждаат смущения в посетителите. Ст. комисар Муеров сподели, че ако бранша съдейства, чрез съдействието на частните охранителни фирми или звената за самоохрана, ще се постигнат по – леки проверки. Той напомни, че по време на празниците МВР – респективно Главна дирекция „Национална полиция“ винаги излиза с брифинг и упоменава, какви ще са направленията на проверките и посочи, че ако има някакви нарушения, всеки може да подаде сигнал.

Г-н Е. Коларов заяви, че от тяхна страна биха оказали всякаква подкрепа, но що се касае до охранителните фирми, МВР трябва да води разговори с тях, защото те са отделни структури, с които имат договори за извършване на определена услуга и не могат да контролират тяхната дейност. Г-н Коларов сподели, че може да предостави видеоклипове, на които се вижда какво е отношението на органите на реда към нормалните посетители на заведенията.

Ст. комисар Б. Муеров отбеляза, че всеки е добре дошъл и ако има такива нарушения, каквито е споделил г-н Коларов, трябва да се подаде сигнал и ще бъде извършена проверка.

Г-н М. Кюпов, посочи че смята, че относно кадрите за да има продуктивно и работещо решение трябва да се работи в екип и да има единение между бизнеса и институциите. Едно от решенията е да се организира дуално обучение, което да засяга не само ресторантьори и хотелиери, а всички засегнати в сферата на туризма. Според него няма пречка МОН да работи активно по линия дуално обучение в съответните университети и средни училища, а МТСП да бъде медиатор между бизнеса и МОН за необходимите кадри. Също така МТСП през бюрата по труда или чрез европейско финансиране да се осигури заплащане на младите хора, които от учебната скамейка директно влизат да работят в сектора до момента, в който туристическия бранш се почувства уверен, че тези хора са достатъчно добре обучени. Също така отбеляза, че бизнеса има нужда от достатъчно много кадри, особено след последните три години на Ковид, и не е съгласен с изразено мнение, че в сектор „Туризм“ се заплаща минимална работна заплата. Изрази мнение, че според него държавата е отговорна за това да не може бизнеса да си позволи по – високи възнаграждения, включително и политическото предложение да се вдигне минималната работна заплата без да се обоснове. Според него ако МТ обедини действията си с МОН и МТСП ще са налице абсолютно всички механизми за създаване на кадрови потенциал, през училищата, и финансово подпомагане, а не държавата да вменява, че това е отговорност на бизнеса. Бизнеса плаща достатъчно през данъци, през осигуровки, през това, че генерира почти 13 % от БВП.

Доц. д-р Д. Тодоров отбеляза, че от наблюдението му, като академичен преподавател положението с кадрите в туризма е много тревожно и трябва да се направи среща между МОН, МТСП и бизнес, на която много сериозно да се дискутира темата. Доц. д-р Тодоров сподели, че кадрите се ориентират там, където получават по – добро заплащане и към тях има по – добро отношение. Също така обърна внимание, че не е получил от МТ отговор на въпроса си за

категоризацията и във връзка с нея да се организира среща с всички заинтересовани страни, на която темата да бъде дискутирана.

Г-жа И. Георгиева отбеляза, че поставения въпрос е много всеобхватен и има различни мнения по темата с категоризацията, както и че Министерство на финансите също има отношение по нея. От тази гледна точка е съгласна с доц. д-р Тодоров, че това е въпрос на среща в по – широк формат.

Доц. д-р Д. Тодоров предложи да си инициира такава среща, за да се започне от някъде дебат по темата.

Г-жа И. Георгиева сподели, че в качеството си на заместник-министър на туризма и в чийто ресор е темата категоризация, поема ангажимента да се направи такава среща, но тя да се проведе през 2023 г.

Д-р П. Карастоянова отбеляза, че разговора в точка „Разни“ по видим и обективен начин е показал истинските въпроси от дневния ред на туристическата индустрия. Чули са се изключително интересни мнения, като г-н Пенев от СО, говорейки за конгресния туризъм е пропуснал или не е имал възможност да допълни, че ние сме единствената държава, която не разполага със специализиран фонд за насърчаване на конгресния туризъм - за кандидатстване на международни събития. Такава концепция съществува и е изготвена от Българското конгресно бюро, като партньор на СО и СО я е представила на МТ, но не е придвижена като решение. Също така г- н Стойчев е поставил много интересен въпрос за това каква е всъщност концепцията за рекламата на България, защото те не знаят. Д-р Карастоянова отбеляза и, че когато се говори за проблематиката, свързана с транспорта, трябва да се обърне внимание не само на летище Пловдив, а и на летище Балчик, защото то също е много важно, като потенциална инфраструктура за кацане на граждански и чартърни полети. Д-р Карастоянова даде пример, че когато има силен вятър пътниците от северното Черноморие кацат в Бургас, като това е известно на всички и не бива да се губи такова ценно летище, като Балчик и от гледна точка на българската авиация. Също така темата с кадрите и образованието в туризма е много важна, както и повдигнатия въпрос от г-н Коларов по отношение на заплащането на авторски права, което е узаконено безобразие и може да се промени само с министерски подпис, като не е необходима законодателна инициатива. Според д-р Карастоянова, това което в точка „Разни“ са повдигнали малък кръг от теми, които всъщност представляват истинския дневен ред на туризма и предложи на следващия НСТ да има подготвени предложения за решения за да има конкретни резултати. Това е било нагледния пример за необходимостта от реформиране не само в начина на институционално управление на МТ, но и реформиране на начина на мислене и на действие. Д-р Карастоянова благодари на ръководството и екипа на МТ.

Г-н Н. Найденов, *заместник-министър на транспорта и съобщенията*, отбеляза, че явно е назрял момента за множество срещи по темата „Туризъм“. В каква последователност и как ще се моделират зависи от МТ, като МТС винаги е било партньор и ще окаже нужното съдействие в тази посока, защото съвместните усилия и постигането на консенсус ще доведат да положителни резултати. Той посочи, че по тема Азербайджан, тема Дубай и др. получават липса на търговски интерес. За да доведат усилията до положителен резултат по всяко едно време няма заинтересована страна в България, която да не иска да имаме положителни резултати и положителен имидж. В тази връзка трябва и да се внимава и да се помисли в две посоки. Едната е качеството на услугата, а другата да не се постига досегашния ефект на отблъскване на туристите.

Г-жа И. Георгиева благодари на г-н Найденов и подчерта, че всички институции са важни, защото туризма е хоризонтален сектор и зависи в голяма степен от различни институции и администрации.

Г-н Александър Свраков, заместник-министър на финансите, приветства присъстващите и заяви, че ще започне от това как се прави бюджет - отзад напред, като първо се планират приходите и след това се разпределят между отделните дейности. Приходите на Република България за текущата 2022г. към 31.12.2022 г. най – вероятно ще възлязат около 42 милиарда лева., като става въпрос само за данъчни постъпления и за осигуровки, без теглените кредити и парите, които идват по линия на Европейския съюз и т.н. Националната агенция за приходите и Агенция „Митници“ осигуряват въпросната сума в бюджета. Г-н Свраков посочи, че ще върне присъстващите 10 години назад, когато е влязло съобщение на Европейската комисия, в което се казва, че ежегодно в ЕС се губят данъчни постъпления равни на размера на бюджетите на здравните системи на всички държави-членки. През 2012г. сивата икономика в България е 35 % и се нареждаме заедно с Румъния, като отличници. Г-н Свраков напомни, че 10 години назад Асоциацията на индустриалния капитал в България ежегодно прави проучване, посветено на изсветляването на икономиката в България. То показва, че през 2022г. сивата икономика в България е около 25 %, т.е. ако се говори че 15 % от бизнеса в България е от туризъм означава, не малка част от сивата икономика е в сектор туризъм и в тази връзка попита къде е отговорността на бизнеса към държавата. Г-н Свраков даде конкретен пример за реакция на собственик на заведение при разболяване на членове на персонала му от Ковид. Той посочи, също че не е съгласен с направената констатация, че Азербайджан не е запознат с туристическите възможности в България, и даде конкретни примери. По отношение на думите му за сивата икономика, г-н Свраков информира, че през месец октомври се е извършила повсеместна проверка на хотели, в които е имало настанени бежанци от Украйна и тя е показала, че при заявени 100 души да нощуват в един хотел са намерени 24 човека. Това отново показва отношението на бизнеса към държавата. По отношение на кадрите в туризма г-н Свраков даде пример с ИТ – сектора, в който всички големи чужди фирми организират в университетите школи за изучаване на определени езици, които те финансират и според него тук отговорността на бизнеса е да си създаде сам кадри. Също така и относно дуалното обучение попита къде е бизнеса.

Доц. д-р Д. Тодоров взе отношение по зададения въпрос за кадрите от г-н Свраков и даде пример, че след 5 годишно обучение и работа в даден университет няма нормативен документ, които да регламентира вече обучените кадри да остане определено време на работа и той може и след месец да напусне, а в Германия има такава регламентация.

Г-н А. Свраков даде пример, че има данъчно облекчение за обучение на кадри и попита каква част от бизнеса го ползва. Той допълни, че могат да се сключат договори и да се обвърже платеното обучение на кадрите с неустойки при неизпълнение.

Г-н Е. Коларов посочи, че според него нямат право да ползват дадения пример от г-н Свраков.

Г-н А. Свраков разясни, че обвързването става през данъчното облекчение, защото то се дава при положение, че има сключен договор за работа, а ако не започне работа данъчното облекчение се връща с лихвите. Също така косвеното облагане в туризма е по – малко.

Г-н Е. Коларов попита дали г-н Свраков визира ДДС и че най – високите осигуровки са в туризма.

Г-н А. Свраков изрази мнение, че данъчно осигурителната тежест в България не е толкова висока, колкото в някои други държави.

Г-н Е. Коларов посочи, че би искал да покаже на практика какви са разходите на туристическо предприятие в края на месеца.

Г-жа И. Георгиева констатира, че от провелата се дискусия е станало ясно, че туристическия бранш има нужда от пряк диалог с Министерство на финансите.

Г-н А. Свраков заяви, че ще помага с каквото може.

Проф. д-р М. Модева в заключение благодари за участието и конструктивния диалог, за направените предложения с акцент върху реалистичността и ефективността. Годишната програма за реклама се приема с цел да има визия и комплексна представа в каква посока се върви. Отделно е функцията на националната стратегия за развитие на туризма с хоризонт 2030 г. и на реалните възможности на бюджета. Проф.д-р Модева уточни, че всички предложения, коментари и идеи ще бъдат взети предвид и изрази готовност този диалог да продължи, защото добри резултати могат да се постигнат именно чрез интегриран подход и добра координация между институциите и бранша. Проф.д-р Модева допълни, че фокуса на МТ са ефективността и ефикасността, т.е. вложените средства да водят до резултати, които да се усещат и да се виждат от повече хора. Добре е, че сме получили добра обратна връзка от рекламата в доста страни. В заключение тя благодари и посочи, че би искала да пожелае на всички светли празници и до нови срещи.

Д-р И. Димитров благодари на всички участници за сериозното присъствие и големия кворум. Станало е ясно, че има много неща, които да се дискутират и да се доизкажат и в тази връзка по – честите срещи ще доведат до изчистване на много въпроси чрез работещи решения. Д-р Димитров изрази и своите благодарности към членовете на Министерски съвет и екипа на Министерство на туризма.

Г-жа И. Георгиева, заместник-министър на туризма благодари на участниците и закри заседанието на НСТ. Пожела весели и пълноценни празнични дни и покани присъстващите на Годишните награди в туризма.