

Приложение 11: Резюме на осъществени рекламни дейности

1. Популяризиране на българския туристически продукт чрез участие с национални и информационни щандове на международни туристически изложения в България и в чужбина

Участия в международни туристически и специализирани изложения на основни и перспективни пазари, с цел имиджово представяне на страната, повишаване информираността на туристите относно разнообразните възможности за туризъм, осъществяване на контакти с чуждестранни туроператори и агенции за включване на България в програмите им за 2025 г. или за тяхното обогатяване. Представянето се осъществява на регионален / продуктов принцип в зависимост от предлагането на съизложителите – туристически фирми, организации и общински администрации, заявили участие на българските щандове;

❖ За периода януари – декември 2024 г. бяха организирани и успешно проведени следните международни туристически изложения в присъствена форма (24 бр.), като общият брой съизложители, които представиха своите оферти, висококачествени продукти и услуги е над 250:

1. СМТ Щутгарт, Германия, 13-21.01.2024 г.;
2. МАТКА-Хелзинки, Финландия, 18-21.01.2024 г.;
3. FITUR – Мадрид, Испания, 24-28.01.2024 г.;
4. ЕМИТТ – Истанбул, Турция, 06-09.02.2024 г.;
5. f.re.e – Мюнхен, Германия, 14-18.02.2024 г.;
6. Tourism, Leisure & Hotels – Кишинев, Молдова, 16-18.02.2024 г.;
7. TTR – Букурещ, Румъния, 15-18.02.2024 г.;
8. IFT – Белград, Република Сърбия, 22-25.02.2024 г.;
9. Travel+ - Будапеща, Унгария, 22-25.02.2024 г.;
10. ITB – Берлин, Германия, 05-07.03.2024 г.;
11. Ferien Messe Wien – Виена, Австрия, 14-17.03.2024 г.;
12. International Tourism Trade Show – Вроцлав, Полша, 22-24.03.2024 г.;
13. Международен туристически панаир - Забже, Полша, 05-06.04.2024 г.;
14. NEW DEAL EUROPE - Лондон, Великобритания, 16.04.2024 г.;
15. Arabian Travel Market-Дубай, ОАЕ , 06-09.05.2024 г.;
16. IMEX – Франкфурт, Германия, 14-16.05.2024 г.;
17. Global BirdFair – Рутланд, Великобритания, 12-14.07.2024 г.;

18. Top Resa- Париж, Франция, 17-19.09.2024 г.;
 19. IGTM – International Golf Market- Лисабон, Португалия, 14-17.10.2024 г.;
 20. WTM – Лондон, Великобритания, 05-07.11.2024 г.;
 21. Philoxenia – Солун, Гърция, 14-16.11.2024 г.;
 22. ITTF Warsaw – Варшава, Полша, 21-23.11.2024 г.;
 23. TTR - Букурещ, Румъния, в периода 21-24.11.24 г.;
 24. Touristik & Caravaning International – Лайпциг, Германия, 20-24.11.2024 г.;
- *Стартирала е организацията и подготовката на изложенията през 2025 г.*

❖ **Участие на Министерство на туризма на 44 събития в България –**

1. TOP 100 Best Hotels in Bulgaria 2023, 18.01.2024 г. гр. София;
2. Бранд България 2024 - имиджът на страната ни в националната и международната комуникации“, 30.01. 2024 г.;
3. Ваканция и СПА Експо, 13-15.03.2024 г., гр. София;
4. „Взаимодействие в сферата на образованието, образователен туризъм и кадри в туризма“ гр. София, "Чудесата на България"- проектът "Бранд България";
5. Camping & Caravaning Expo, 12-14.04.2024 г., гр. София;
6. Национално състезание по професии, к.к. "Златни пясъци", 24-26.04.2024 г., к.к. Златни пясъци;
7. Планинско състезание "Байк и рън за Чепан", 27-28.04.2024 г., гр. Драгоман;
8. Фестивал „Вино и храна“, 27-28.04.2024 г., гр. Варна;
9. Кемпер изложение Бургас, 27-28.04.2024 г., гр. Бургас;
10. Фестивал на светлините LUNAR, 09-12.05.2024 г., гр. София;
11. Състезание по планинско бягане "Трън Ултра Рън", 11.05.2024 г., Община Трън.;
12. Изложение „Уикенд туризъм“ и съпътстващия го 17-ти фестивал на туристическите забавления и анимации, 16-18.05.2024 г., гр. Русе;
13. Гала на българската култура и музика "Gala der bulgarischen Kultur und Musik", 25.05.2024 г., гр. Виена, Австрия – благотворително събитие;
14. Национална конференция "Модерните маркетинг, реклама и комуникации - изборът на поколенията Y и Z“, 28.05.2024 г.;
15. Мастър клас за ученици на тема "Техники и прецизно рязане на зеленчуци и как да се използват", 06.06.2024 г., гр. Сопот;
16. "Чудесата на България - проект "Бранд България - докосни чудесата", 17.06.2024 г., гр. Монтана ;
17. Фестивал "Балканът пее и разказва", 15.06.2024 г., гр. Гурково;

18. Международен театрален фестивал „Варненско лято“, 15.06.2024 г., гр. Варна;
19. Международен фестивал на лавандулата, 21–23.06.2024 г., гр. Чирпан;
20. Шесто издание на Българските туристически награди, 14.06.2024 г., гр. Царево;
21. София Лайв фестивал, 21-23.06.2024 г., гр. София;
22. Европейско първенство по плажен хандбал за юноши и девойки до 16 години и квалификация за ЕВРО 2025 за мъже и жени, 04-15.07.2024 година гр. Варна;
23. Международен фестивал A to Jazz, 04-07.07.2024 г., гр. София;
24. Провеждане на Европейско първенство по волейбол за мъже под 18 г., 10-21.07.2024 г., гр. София и гр. Пловдив;
25. Колоездачно състезание „Тур дьо Франс“ 27-28.07.2024 г., гр. Велинград;
26. Джаз фестивал д-р „Емил Илиев“, 02-07.08.2024 г., к. к. Боровец
27. Фестивал „Опън Бузлуджа“, 08-11.08.2024 г., Бузлуджа, гр. Казанлък;
28. Празници на изкуствата „Аполония“, 28.08-07.09.2024 г., гр. Созопол;
29. Фестивал на фолклорната носия "Жеравна", 23-25.08.2024 г., с. Жеравна;
30. 71-вата Международна колоездачна обиколка на България за периода 24-29 август;
31. „Дунав Ултра“, под надслов „България – открий и сподели“, 30-31.08.2024 година, гр. Видин;
32. Международен фестивал на хвърчилата „Via Pontica“, 16.08– 01.09.2024 г.;
33. Къмпинг „Рок Фест Приморско“, 12-14.09.2024 г., гр. Приморско;
34. Световно отборно първенство по тенис за мъже „Купа Дейвис“ в периода 14-15.09.2024 г., гр. Пловдив и международен тенис турнир за жени, гр. Пазарджик;
35. Годишен конгрес на Български съюз по балнеология и СПА туризъм, 09-10.09. 2024, гр. Бургас;
36. Хотелски форум, 08-09.10.2024 г. в зала 3 на НДК, гр. София;
37. Международно туристическо изложение "Културен туризъм", 08-10.10.2024 г., гр. Велико Търново;
38. Черноморски туристически форум, 17-18.10.2024 г., гр. Варна;
39. Туризм Експо Варна, 24-25.10.2024 г., гр. Варна;
40. Международен ден на мавруда, 04-05.10.2024 г., гр. Велико Търново, 11-12.10.2024 г., гр. Варна, 18-19.10.2024 г., гр. София, 25-26.10.2024 г., гр. Пловдив;
41. Второ издание на кулинарното състезание „Биоресткър“ в периода 29-31 октомври 2024 година, гр. София;
42. Десета работна среща между бизнеса и български туристически дестинации, 30.10-01.11.2024 г., гр. Сандански;

43. Конференция „Международната свързаност – ключът за устойчив растеж на българския туризъм“ с институционалното партньорство на Министерството на туризма, която се проведе на 1 ноември 2024 г. в Гранд Хотел София;
44. Единадесетото издание на празника на Еленския бут, който се проведе в град Елена, в периода 08-10 ноември 2024 година.

II. Осъществяване на комуникационни кампании на основни целеви пазари с цел утвърждаване на позитивния имидж на България като дестинация и насърчаване на избора ѝ от целевите групи

❖ Провеждане на комуникационни кампании за насърчаване на входящия туристопоток от целеви и перспективни пазари, като фокусът беше онлайн реклама и реклама в социални мрежи;

Дигитална реклама в Google и META

В изпълнение на Годишната програма за национална туристическа реклама за 2024 г. и във връзка с изменение на чл. 6а, ал.(1) от Закона за туризма (ЗТ) Министерство на туризма организира провеждане на целогодишни рекламни кампании в дигиталните платформи Google и META на целеви и перспективни пазари.

През началото на 2024 г. стартираха кампании в дигиталните платформи Google и META, като данните за разходвани средства и постигната ефективност се публикуват ежемесечно на институционалния сайт на Министерство на туризма, както и на Портала за отворени данни, съгласно чл. 6а от ЗТ.

Резултатите от проведените кампании в последните месеци показват голяма ефективност, като за всяка една от платформите се наблюдава изключителен интерес от страна на потребителите. Метриките за ефективност (impressions, clicks, views, engagement и др.) се следят в реално време, като при необходимост се актуализират, пр. промяна на визия/съдържание.

В платформата META – Facebook, Instagram, на базата на предварителен анализ бяха таргетирани аудитории, както следва:

- Според географско разположение: вътрешен пазар и следните външни пазари: Великобритания, Германия, Франция, Италия, Испания, Гърция, Румъния, Сърбия, Република Северна Македония, Турция, Полша, Чехия, Унгария, Нидерландия, Финландия, Литва, Латвия, Естония, Азербайджан и др.

- Според възрастова група: 18 – 55, 55+;
- Според интереси: Ski & Winter Activities Relevant Interests. Cultural Tourism, Spa Tourism, Cities, Wine and Cuisine, Sea Tourism, Adventure Tourism.

За периода от началото на годината до 31.10.2024 г. се наблюдават следните данни:

- Reach: 34 542 547
- Link clicks: 519 097
- Impressions: 140 405 615

В платформата Google бяха извършени настройки на акаунта и търсачката (SEO оптимизация), обвързано и с оптимизация на официалния туристически портал Bulgariatravel.org, с цел достигане на по-голяма ефективност на рекламните послания.

Осъществени бяха и рекламни кампании в Google и в YouTube, като за периода от началото на годината до 31.10.2024 година се наблюдават следните показатели:

Display Ads: таргетираните страни са следните: Гърция, Румъния, Сърбия, Република Северна Македония, Турция, Полша, Чехия Унгария, Нидерландия, Италия, Испания, Франция, Великобритания, Германия, Финландия, Литва, Латвия, Естония, Азербайджан.

- Постигнати импресии за периода: 249 319 088;
- Общ брой кликове за периода: 3 907 265.

Youtube ads: таргетираните страни са следните: Гърция, Румъния, Сърбия, Република Северна Македония, Турция, Великобритания, Германия, Франция, Испания, Италия, Полша, Чехия, Литва, Латвия, Естония, Финландия, Азербайджан.

- Постигнати импресии за периода: 01.02.2024 – 31.10.2024;
- Общ брой гледания за периода: 30 484 031;
- Общ брой кликове за периода: 138 785.

Изборът на целеви пазари се осъществява на базата на статистическите данни и анализи, които служат за основа при разработването на Годишна програма за Национална туристическа реклама. Предварителното таргетиране е необходимо с оглед навременно планиране, създаване на рекламни формати, копирайтинг, настройки на рекламите в платформите и др.

Следва да бъде взето предвид, че кампаниите се осъществяват на над 15 пазара, на месечна база. Те комуникират различни видове туризъм, съобразени със съответния сезон, географски, демографски характеристики на целевите аудитории и спрямо интересите им. Заложените бюджети за всяка една от дигиталните платформи се актуализират след внимателен анализ и преглед на резултатите.

Всички рекламни материали са подчинени на единна творческа концепция за визуализация на основните елементи от бранд България на база на изграден профил на бранда и следват актуалните тенденции на съвременната комуникация в световната туристическа индустрия. Изработените криейтиви имат висока художествена стойност по отношение на качество на снимковия материал, цялостна концепция, както и оптимално възпроизвеждане в различните формати. Те са адаптирани за комуникация във всички дигитални платформи, в които Министерството на туризма осъществява рекламни кампании – META (Facebook, Instagram), Google (YouTube, GoogleAds, DisplayAds).

Фокусът в Националната програма за реклама е върху промотиране на България като целогодишна туристическа дестинация. Поставен е акцент не само върху масовия морски и ски туризъм, но фокусира и върху популяризирането на специализирани видове туризъм, които представят страната ни като сигурна и спокойна дестинация за пътуване, както и възможностите в България за климатолечение, балнео-климатолечение, за засилване на имунитета и подобряване здравния статус на населението, калолечение, еко туризъм, балнео и СПА, винено-кулинарни обиколки, културен туризъм, Slow tourism, алтернативен туризъм и др.

Целевата дестинация при осъществените рекламни кампании е официалният туристически портал www.bulgariatravel.org, който е функционално работещ уеб сайт под различните браузъри и устройства (мобилни телефони, таблети, лаптопи, десктоп компютри с малки и големи монитори и др.). В Google бяха извършени настройки на акаунта чрез SEO (off site и on site) оптимизация с цел достигане на по-голяма ефективност на рекламните послания, които допринесоха за покачването на портала на по-предни позиции в класацията на Google.com. Продължава работата по усъвършенстване, надграждане и развиване на социалните профили и позиционирането на портала.

❖ Реализирането на комуникационни активности и кампании на Министерство на туризма в официалните профили на туристическия портал на България Bulgaria Travel в онлайн платформи и онлайн търсачки, съгласно изменение на чл. 6а, ал.(1) Закона за туризма, включително Expedia и други платформи, е от значение за доброто позициониране на дестинация България и е свързано с поддържката на профилите на ежедневна база, за да се представят добре спрямо конкуренцията и по този начин да осигурят нужната видимост и да популяризират страната ни като спокойна, безопасна и атрактивна туристическа дестинация.

Кампания eSky

Кампанията “България: сезони на чудеса и незабравими моменти” стартира едновременно в четири европейски държави: Италия, Полша, Обединеното кралство и Германия за срок от 4 месеца. Тези страни са избрани поради техния голям потенциал за генериране на пътувания към България и силното им влияние върху туристическата индустрия.

Чрез тази кампания, Министерството на туризма има за цел да привлече чуждестранни посетители, които търсят нови приключения извън традиционните пикови месеци. Кампанията подчертава разнообразните предложения на страната, включително културни събития, природни забележителности и уникални преживявания, достъпни по всяко време на годината.

Партньорството включва създаването на ангажиращо съдържание, като статии, постове в социалните мрежи и визуални материали, показващи най-добрите места и дейности. Съдържанието ще бъде разпространено чрез различни маркетингови канали, включително дисплейни реклами на сайта на eSky, имейл бюлетини, социални медии и публикации в блогове. Екипите на eSky и Министерството на туризма ще работят заедно, за да разработят цялостна комуникационна стратегия и да определят ключовите послания, които трябва да бъдат предадени на целевата аудитория.

Резултати:

Постигнати импресии за периода на кампанията: 9 022 428

Кликове за периода на кампанията: 27 363

Общият брой на постигнатите импресии е увеличен със 180% над очакваното.

Броят на пътниците, купуващи полет + хотелски продукти до България, се е увеличил със 650% на годишна база на пазар Полша (където пакетният продукт е най-силен).

Results

Total impressions: **9 022 428**

Total clicks: **27 363**

Average CTR: **0,30%**

Flight pax PL: 2002

Packages pax PL: 1270 - **650% growth YoY**

Total pax PL: 3272

Total pax UK: 2028

Total pax DE: 984

Total pax IT: 234

Total pax number: 6518

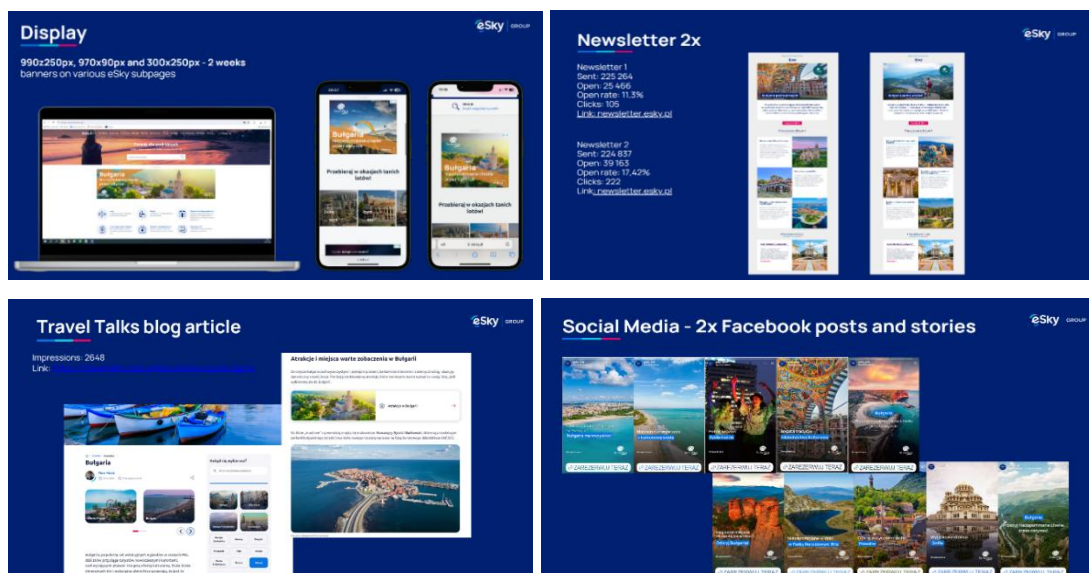
Пазар Полша

Дисплейни банери - Импресии: 1 429 365, Кликове: 2 615

Нюзлетър 1 - Open rate: 11,3%, Кликове: 105; Нюзлетър 2 - Open rate: 17,42%, Кликове: 222

Статия в Блог: <https://traveltalks.esky.pl/kierunki/europa/bulgaria> - Импресии: 2648

Social Media - 2x Facebook posts and stories (Пост 1: Импресии: 33 175, Кликове: 389; Пост 2: Импресии: 16 739, Кликове: 682; Стори 1: Импресии: 5 274, Кликове: 129; Стори 2: Импресии: 2 477, Кликове: 85)



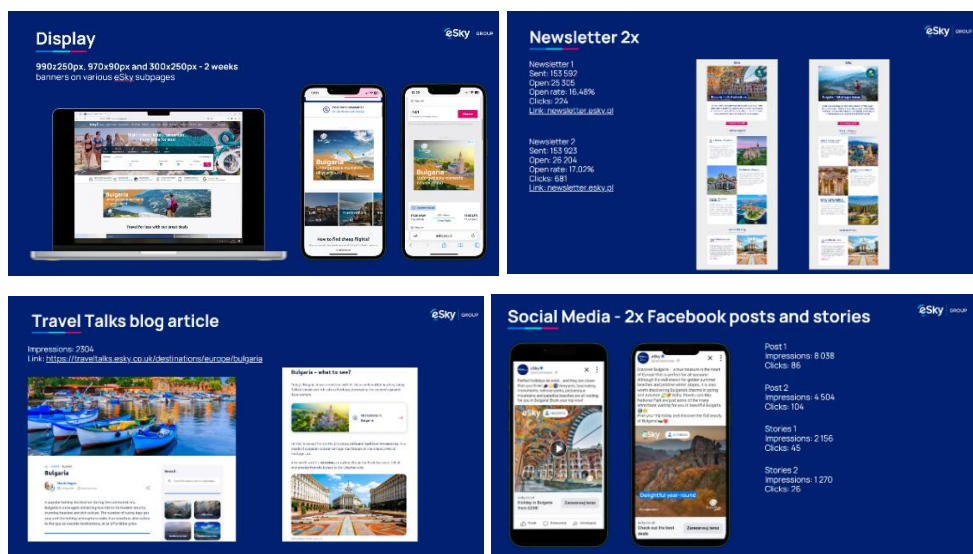
Пазар Великобритания

Дисплейни банери - Импресии: 489 530, Кликове: 507

Нюзлетър 1 - Open rate: 16,48%, Кликове: 224; Нюзлетър 2 - Open rate: 17,02%, Кликове: 681

Статия в Блог: <https://traveltalks.esky.pl/kierunki/europa/bulgaria> - Импресии: 2304

Social Media - 2x Facebook posts and stories (Пост 1: Импресии: 8 038, Кликове: 86; Пост 2: Импресии: 4 504, Кликове: 104; Стори 1: Импресии: 2 156, Кликове: 45; Стори 2: Импресии: 1 270, Кликове: 26)

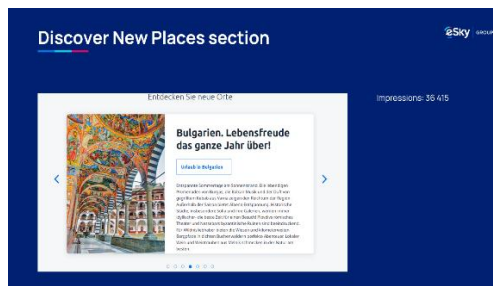
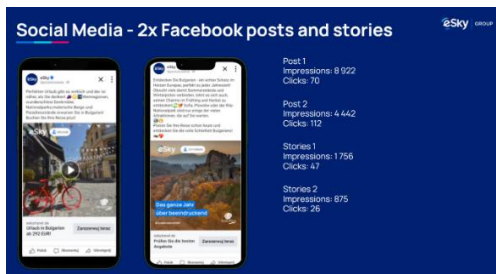


Пазар Германия

Дисплейни банери - Импресии: 286 798, Кликове: 193

Нюзлетър 1 - Open rate: 22,7%, Кликове: 155; Нюзлетър 2 - Open rate: 24,1%, Кликове: 213

Social Media - 2x Facebook posts and stories (Пост 1: Импресии: 8 922, Кликове: 70; Пост 2: Импресии: 4 442, Кликове: 112; Стори 1: Импресии: 1 756, Кликове: 47; Стори 2: Импресии: 875, Кликове: 26)

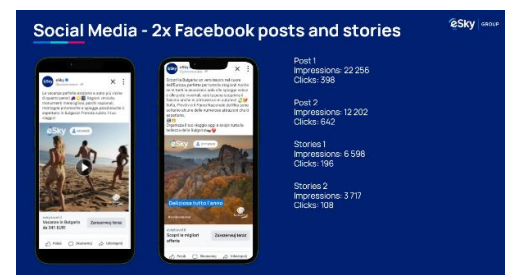


Пазар Италия

Дисплейни банери - Импресии: 292 914, Кликове: 296

Нюзлетър 1 - Open rate: 16,49%, Кликове: 222; Нюзлетър 2 - Open rate: 20,16%, Кликове: 270

Social Media - 2x Facebook posts and stories (Пост 1: Импресии: 22 256, Кликове: 398; Пост 2: Импресии: 12 202, Кликове: 642; Стори 1: Импресии: 6 598, Кликове: 196; Стори 2: Импресии: 3 717, Кликове: 108)



Платформата eSky Group е водещата платформа за пътувания в Централна и Източна Европа, с над 19 години опит и към днешна дата оперира на над 50 пазара на няколко континента. Генерира над 2,5 млн. търсения на дневна база, разполага с 3 международни хъба, като за цялата 2023 година достига 3,3 млн. потребители. eSky предлага услуги за полети на повече от 950 авиокомпани (редовни, нискотарифни и чартърни), хотелско настаняване в над 1,3 милиона обекта, комбинирана услуга Полет+Хотел, както и услуги като застраховки, коли под наем, трансфери и др.

Сред европейските пазари на eSky са Полша, Румъния, България, Гърция, Турция, Чехия, Словакия, Унгария, Австрия, Сърбия, Хърватия, Босна и Херцеговина, Ирландия, Великобритания, Франция, Испания, Португалия, Германия, Италия, Швейцария, Нидерландия, Белгия, Финландия, Дания, Швеция и Норвегия. В Южна Америка компанията е позната под името eDestinos. Сред пазарите, на които оперира, са Бразилия, Перу, Колумбия, Доминиканска република, Ел Салвадор, Панама, Никарагуа, Гватемала, Хондурас, Парагвай, Пуерто Рико, Коста Рика, Боливия, Аржентина, Чили. eSky оперира още в САЩ и Мексико, ЮАР, Австралия и Нова Зеландия.

Услугите на платформата могат да се използват и чрез мобилно приложение. То позволява на потребителите да търсят и резервират самолетни билети, хотелско настаняване, коли под наем, туристически застраховки. Към януари 2020 година приложението е свалено от над 3 млн. потребители и е носител на множество престижни награди.

Профилът на потребителите в платформата eSky е на лица на възраст между 25 – 50 г., жители на средни и големи градове, със средни и високи доходи, с интерес към пътуванията.

Сред медийните предимства на платформата са мултиканален подход, чрез използване на няколко медийни решения като дисплей, органично рекламиране, социални мрежи, PR материали, блог статии, имейл маркетинг, web/ app push известия, ретаргетинг/AdWords кампании, едновременни кампании за няколко пазара, таргетиране на аудитории по интереси, лесни за регулиране и настройване вътрешнофирмени решения между различните пазари и персонализирано планиране на кампании въз основа на потребителски данни.

III. Реализирани са рекламни кампании за насърчаване записванията за зимен сезон 2023/2024 и за Летен сезон 2024 г., реклама на специализирани видове туризъм и подготовка за сезон лято 2024 г. в чуждестранни телевизии и онлайн канали

Цели на телевизионната и дигитална рекламна кампания:

- ❖ Повишаване на осведомеността за България като безопасна, сигурна и спокойна дестинация;
- ❖ Популяризиране на българския зимен туристически продукт, съчетан със специализирани форми на туризъм, към които има повишен интерес, като културен, приключенски, балнеология и СПА, винен и кулинарен туризъм, Slow туризъм и други;
- ❖ Стимулиране на входящия туристически поток от съседни и приоритетни пазари;
- ❖ Надграждане и подобряване на успешно проведени кампании и постигане на по-голяма ефективност.

✓ **Комуникационни канали:** телевизия и дигитални канали – pre-roll, банери, статии и други формати в уебсайтовете на медиите.-Дигиталните формати водят към сайта <https://bulgariatravel.org>

✓ **Резултати:**

❖ Телевизионна рекламна кампания по турската национална телевизия TRT – Канал TRT 1.

В периода 06.12.2023 г. – 3.03.2024 г. на пазар Турция беше изпълнена телевизионна рекламна кампания по турската национална телевизия TRT – Канал TRT 1. В рамките на кампанията бяха реализирани 384 броя излъчвания на 30 сек. рекламен видео клип на тема зимен туризъм.

Резултати:

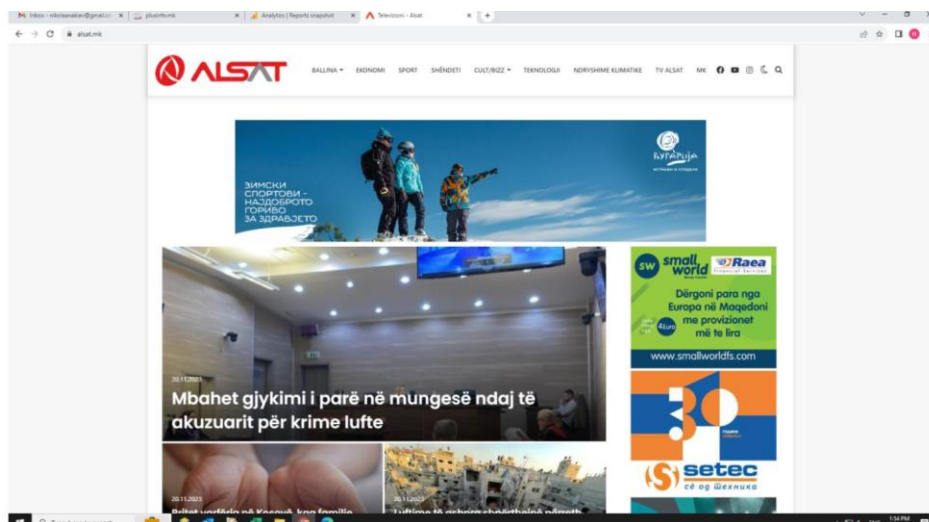
- **Телевизионно излъчване на спота:**
 - **Reach %+1** (обхват): 9 418 509
 - **GRP** (брутни рейтингови точки): 388

❖ Телевизионна и дигитална рекламна кампания по телевизия ALSAT-M, Северна Македония

В периода 3 месеца (ноември/януари/февруари 2023/2024 г.), г. на пазар Северна Македонија беше осъществена телевизионна рекламна кампания по телевизия **ALSAT-M**. В рамките на кампанията бяха реализирани 344 броя излъчвания на 30 -секунден рекламен видео клип, като 50% от тях бяха излъчени в Прайм Тайм, на тема „Зимен и СПА туризъм“. Като допълнителни рекламни дейности беше изпълнена дигитална реклама под формата на банер в мобилна и десктоп версия на сайта на медията.

Резултати:

- **Телевизионно излъчване на спота:**
 - **Reach %+1 (обхват):** 84,37%
 - **GRP (брутни рейтингови точки):** 2481,20%
- **Дигитална кампания:**
 - 10 000 импресии на ден, както и девет седмици Pre-roll банер реклама.импресии за периода на кампанията



❖ Телевизионна и дигитална рекламна кампания по телевизия SITEL, Северна Македонија

- В периода (ноември/януари/февруари 2023/2024 г.), на пазар Северна Македонија беше изпълнена телевизионна рекламна кампания по телевизия SITEL. В рамките на кампанията бяха реализирани 198 броя 30-секундни рекламни видео клипове, като 50% от тях бяха излъчени в Прайм Тайм, рекламен видео клип на тема „Зимен и СПА туризъм“. Като допълнителни рекламни дейности беше реализирана дигитална реклама под формата на банер в сайта на медията.

Резултати:

- **Телевизионно излъчване на спота:**
 - **Reach %+1 (обхват):** 20%

- **GRP** (брутни рейтингови точки): 978,36%
- **Дигитална кампания:**
 - **Банер:** 229 988 импресии, клика, честота на кликвания CTR%: 0,60



IV. Кампания по мултинационалниот телевизионен канал BBC и BBC.com – до края на 2024 г.

Периодът на кампанията по BBC News Channel е от 1 януари 2024 до 31 Декември 2024, а периодът на дигиталната кампания е от 01 декември 2023 до 31 декември 2024 г.

- Излъчване на 4 епизода по 23 минути на Wonders of Bulgaria – специална продукция на проф. Бетани Хюз, по BBC News Channel
- 1 х статия, написана от проф. Бетани Хюз, която ще бъде позиционирана на BBC.com - бонус
- 1350 бр. излъчвания на 30-секундни клипове с покритие Европа и Северна Америка и включени бонусни излъчвания
- 23,000,000 импресии в BBC.com по време на кампанията - бонус

Резултати: От междинен отчет през юни месец 2024

- **Телевизионна реклама:** до месец юни са излъчени 646 броя 30-секундни спотове, които са излъчени около контекстуално подходящи програми, включително и седмичното предаване *Travel Show*.

- **Дигитална реклама:** постигнати **12.2М** млн. импресии on BBC Travel и BBC ROS, включително и таргетиране на аудитория, за която най-добре представящият се CTR е 300x600 audience line (0.41%).

Кратко резюме от проведената кампания:

- Първи и втори епизод достигат 84 млн. аудитория/потребители по всички глобални канали на BBC News.
- Резултатите от проучванията (AdScore) показват, че аудиторията е по-вероятно да препоръчат България след като са видели рекламата в BBC (+117%).
- 78% от аудиторията е съгласна, че съдържанието е оказало силно въздействие и е накарало да искат да научат повече за България.

Информация за поредицата „Wonders of Bulgaria“:

- **Първи епизод** - Излъчен на 16 март 2024 година (Повторение на 24 август 2024 година)
- **Втори епизод** – Излъчен на 23 март 2024 година (Повторение на 31 август 2024 година)
- **Трети епизод** –Излъчен на 7 септември 2024 (Планирано е повторение на 7 декември 2024)
- **Четвърти епизод** – Излъчен на 14 септември 2024 (Планирано е повторение на 14 декември 2024)

Линкове към видеата, публикувани на BBC.com:

1. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jmxz0t/bulgaria-s-7-000-year-old-cave-paintings>
2. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jnbll0/uncovering-the-sunken-relics-of-an-ancient-city>
3. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jnv2c1/wonders-of-bulgaria-s-11th-century-bachkovo-monastery>
4. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jq87w8/bulgaria-s-valley-of-thracian-kings-and-damask-roses>
5. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jphx6z/varna-necropolis-world-s-oldest-gold-treasure>
6. <https://www.bbc.com/reel/video/p0jpptt2/inside-the-ancient-royal-tomb-found-by-accident>

Статия от проф. Бетани Хюз на сайта на BBC: <https://www.bbc.com/travel/article/20240903-a-mini-greece-by-the-sea-with-a-treasure-trove-just-off-the-shore>

HomeNewsUS ElectionSportBusinessInnovationCultureArtsTravelEarthVideoLive

A 'mini-Greece' by the sea with a treasure trove just off the shore

5 September 2024

ShareSave

Bettany Hughes



The BBC's Wonders of Bulgaria explores Sozopol, a bustling port city where incredible relics from Antiquity are being uncovered just a few metres below the water.

HomeNewsUS ElectionSportBusinessInnovationCultureArtsTravelEarthVideoLive

MEET THE EXPERT



Bettany Hughes is a multi-award-winning historian, author and broadcaster who has devoted the last 25 years to the vibrant and inclusive communication of the past. She has written and presented more than 50 TV and radio documentaries for broadcasters including the BBC, Channel 4, Netflix, Discovery, The History Channel, National Geographic and ITV. Bettany has been a Professor at the New College of Humanities and a Research Fellow at King's College London. She has been honoured with numerous awards including the Medlicott Medal for services to history, Europe's Cultural Heritage Prize and an OBE for services to history.

On a sunny, early spring day, it can be hard to imagine the dangers of sailing the Black Sea. But for both ancient and modern seafarers, this area can be treacherous, says Nayden Prahov, director of the Sozopol-based [Centre for Underwater Archaeology](#). "It's a risky sailing route, because of the southern winds on the Black Sea," Prahov tells me when I meet him on his dive boat Hristina, anchored among the blue and white fishing boats that line the harbour. "This is the first safe harbour between the Bosphorus and the Balkan Mountains."

HomeNewsUS ElectionSportBusinessInnovationCultureArtsTravelEarthVideoLive



Local archaeologists have found a glass perfume bottle from the Roman period (Credit: SandStone Global)

You don't have to look far to find that Mediterranean influence still alive and well among the cobbled streets and seafront tavernas of Sozopol today. Locals and visitors alike compete for the best harbour-side tables, laden with a fusion of Balkan and Greek cuisine: grilled fish, taramasalata, mussels and saganaki, and of course, the ever-reliable "Greek" salad.

More like this:

- [Unearthing Plovdiv, the modern heart of ancient Thrace](#)
- [Bulgaria's unlikely new digital nomad hub](#)
- [Europe's city of dawdlers and loafers](#)

Sozopol's Mediterranean character is not a fossilised relic of the long-lost ancient world that Prahov and his team are so busy uncovering. Remarkably, along with other Black Sea fishing villages that trace their origin back to Greek colonies, Sozopol

HomeNewsUS ElectionSportBusinessInnovationCultureArtsTravelEarthVideoLive



Sozopol's wide, sandy beaches have made it one of Bulgaria's most popular seaside resorts (Credit: Getty Images)

Delightfully, Porozhanova shares her first name with the infamous concubine of Perikles, the great ancient Athenian leader. "I'm named after my grandmother," she explains, "as she was named after hers, and my granddaughter is named after me. So we pass our names down within the family." To my fascination, she and her friends share a few words in Sozopolitan Greek, a unique dialect that most Greeks would struggle to understand.

WONDERS OF BULGARIA

Watch Wonders of Bulgaria on BBC News on 7, 8, 14 and 15 September 2024

Saturday: 01:30, 07:30 GMT

Sunday: 14:30, 21:30 GMT

HomeNewsUS ElectionSportBusinessInnovationCultureArtsTravelEarthVideoLive



FIND YOUR WELLNESS STORY

[bulgariawell.org](#)

BULGARIA

A DISCOVERY TO SHARE

V. Рекламна кампания в телевизионния канал Channel Four Television Corporation

Channel 4 е британски безплатен обществен телевизионен канал, притежаван и управляван от държавната телевизионна корпорация Channel Four.

Период на кампанията: 3 месеца (февруари/март/април 2024 г.)

Брой ТВ спотове: излъчване на общо 287 броя 30-секундни рекламни видео клипове.

Излъчване на 2 епизода на Wonders of Bulgaria – специална продукция на проф. Бетани Хюз, по Channel 4

Ползи при провеждане на телевизионна рекламна кампания на пазар Великобритания:

15

- Повишаване на осведомеността за България като безопасна, сигурна и спокойна дестинация.

- Популяризиране на българския зимен туристически продукт, съчетан със специализирани форми на туризъм – културен туризъм, приключенски туризъм, винен и кулинарен туризъм и др.

VI. Изграждане на комуникационни кампании за насърчаване на вътрешния туризъм, включително извън активните месеци на летния и зимен сезон

През цялата 2024 г. се реализират целогодишни рекламни кампании за насърчаване на вътрешния туризъм по водещи български медии, като: Българска Национална Телевизия – БНТ 1 и БНТ 2, Нова телевизия, бТВ, телевизия „Туризъм“, Дарик Радио, Радио Фокус, БГ Радио, Радио 1, Радио Енерджи, Фреш, ФМ+, Зирок, Мелъди и Радио Класика и в техните онлайн медии и социални канали. Кампаниите се реализират посредством излъчвания, както на конвенционални 30-секундни клипове и спотове, така и чрез нови рекламни формати, като специализирани рубрики с туристическа насоченост и промо анонси - „Морско синьо“ по радио Класика и радио Фреш, „Темата на Нова“, „До там и обратно“ с Ники Василковски, „Открий България“ с Ладислав Цветков, в Прогноза за времето.

V. Организиране на кръгли маси, презентации, пресконференции, акции по насърчаване на продажбите, бизнес събития и други

Роудшоу Германия

Road Shows във Франкфурт, Лайпциг, Хановер и Дюселдорф са организирани с подкрепата на Министерството на туризма и се проведеха от 11 до 14 ноември 2024 г.

Министерството на туризма подкрепя нови бизнес възможности за България на немския туристически пазар чрез серия от стратегически събития в Германия, които се проведеха от 11 до 14 ноември 2024 г. Четири ключови града – Франкфурт, Лайпциг, Хановер и Дюселдорф – бяха домакини на поредица от бизнес срещи и събития, събрани в рамките на инициативата Road Shows.

Основната цел на тези събития беше да се задълбочат връзките между български и немски туроператори, хотелиери и представители на туристическия бизнес. Всяко от събитията включваше двустранни срещи и индивидуални разговори, които да позволят на участниците да обменят идеи и да представят своите предложения с оглед на изграждането на нови партньорства и укрепването на сътрудничеството.

Тази инициатива е част от активната стратегия на Министерството на туризма за утвърждаване на България като предпочитана туристическа дестинация за германските туристи. Кампанията продължава успешните международни инициативи на Министерството, започнали в края на 2022 г. с представяния в Полша, Германия, Израел и Великобритания. Поредицата от събития е съобразена с Годишната програма за Национална туристическа реклама за 2024 г., която цели засилване на стратегическите партньорства и насърчаване на посещенията в страната.

Министерството на туризма подкрепя тази инициатива на Алианс „Българско Черноморие“, която е в унисон с неговите приоритети за утвърждаване на България като предпочитана дестинация и за създаване на трайни бизнес отношения с чуждестранни партньори. Очакванията са Road Show събитията да доведат до значително разширяване на туристическите контакти и засилване на интереса към България сред немските туристи.



Министерството на туризма, в партньорство с „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД и Асоциацията на инкаминг агенциите в страната (AIA), осъществиха мащабно събитие по Българското Черноморие

Министерството на туризма, в партньорство с концесионера на Летище Бургас и Летище Варна – „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД и Асоциацията на инкаминг агенциите в страната (AIA), осъществиха мащабно събитие по Българското

Черноморие – „Изживей България“ / “Erlebe Bulgarien”. Събитието се проведе между 5 и 7 юни в к.к. Слънчев бряг, в него се включиха над 180 представители на туристическия бранш от Германия, Австрия и Швейцария. Целта на организаторите бе да се популяризира българският туристически продукт сред представители на трите държави, които са сред най-големите и значими пазари за развитието на туризма в страната.

В организацията на форума „Erlebe Bulgarien“/„Изживей България“ участва и най-популярната и авторитетна медия за туризъм в Германия – fvw | TravelTalk, която е и един от ключовите медийни партньори на Министерството на туризма за пазар Германия. С тяхно съдействие професионалисти от туристическия сектор имаха възможността да се запознаят подробно с предимствата, които Българското Черноморие предлага на своите гости: условията за отдых, културно-историческото наследство в региона, възможностите за СПА и уелнес, възможностите за практикуване на разнообразни спортове, както и с автентичната местна кухня, интерпретирана през модернистичните течения на световната кулинария.

В рамките на форума се проведеха множество срещи, както и специализирана конференция, модерирана от Клаус Хилдебрандт (главен редактор на fvw|TravelTalk) и Дирк Рогл (Travel Commerce), на която присъства и министърът на туризма – Евтим Милошев. Беше организиран уъркшоп за представителите на туристическите агенции, обиколки из няколко от най-красивите кътчета на Южното Черноморие, както и посещения и събития в някои от най-добрите хотели в региона.

Събитието е част от маркетинговата стратегия на Министерството на туризма, която има за цел да утвърди имиджа на България като дестинация с отлични възможности за летен туризъм. Министерството вярва, че съвместните усилия между държавния и частния сектор увеличават шансовете за привличане на повече туристи към Българското Черноморие, превръщайки страната в предпочитан избор за летен туризъм в Европа.

Министерство на туризма осъществява едногодишна комуникационна кампания в партньорство с платформата Bulgaria Wants You (BWY), собственост на ДИ ЕН ЕЙ МЕДИА АД. Целта на кампанията е позициониране на България като привлекателна дестинация за работа в туристическия сектор сред българската аудитория и българските общности в чужбина.

Параметри на кампанията:

1. Предмет: „Осъществяване на комуникационна кампания с цел позициониране на България като привлекателна дестинация за работа в туристическия сектор сред българската аудитория и българските общности в чужбина“.

2. Ред за възлагане: чл. 20, ал. 4, т. 3 от ЗОП.
3. Стойност на обществената поръчка: 48 000,00 лева без включен ДДС респ. до 57 600,00 лв. с включен ДДС.

Дейности:

1. Създаване на имиджово видео съдържание:

- Създаване на 3 имиджови видеа за Министерство на туризма - вкл. teaser + права;
- Създаване на 6 reels видеа в социалните мрежи - Facebook, LinkedIn, Instagram.

2. Медия / видимост:

- изготвяне на профил на Министерство на туризма в www.bulgariawantsyou.com;
- публикуване на 6 PR материала в секция "Новини" на Платформата; + reshare в социалните мрежи на Платформата /спонсориран/ - Facebook, LinkedIn, Instagram;
- Лого в презентацията на всички BWY събития за срока на договора;
- Лого на Стена на славата на всички BWY събития за срока на договора.

3. Участие в събития "Карiera и живот - защо в България?"

3.1 София – 14.06.2024 г.:

- приветствие на министъра на туризма от сцената /до 5 минути/;
- споменаване в сценария;
- две позиции с брандиран презентационен щанд;

3.2 Лондон - 20.10.2024 , Бергамо - 07.12.2024 г.:

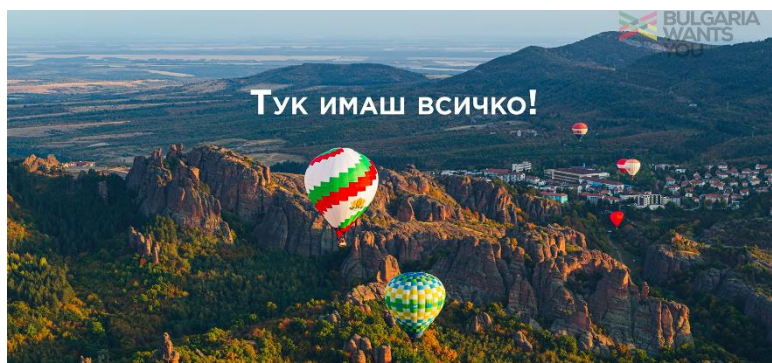
- излъчване на имиджово видео за Министерство на туризма;
- споменаване в сценария;
- презентационен щанд;

3.3 Пловдив - Март 2025 , Париж – Април, 2025:

- излъчване на имиджово видео за Министерство на туризма;
- споменаване в сценария.

Снимки от събитията в гр. София и Лондон с представилите се на щандовете на Министерство на туризма - Гранд Хотел Милениум София и Община Банско:





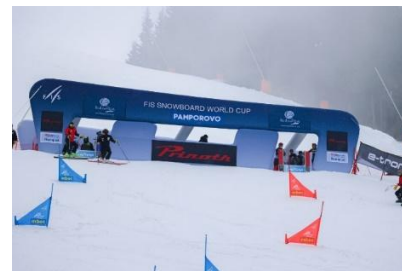
VI. Министерството на туризма работи активно за привличане на български и чуждестранни туристи при провеждане на спортни събития в страната

- ❖ В периода 20-21.01.2024 г. беше проведена рекламна кампания на туристическа дестинация България в рамките на провеждането на **Световната купа по сноуборд в зимния курортен комплекс Пампорово** с редица рекламни дейности и услуги.



- ❖ В периода 10-11.02.2024. г. беше проведена рекламна кампания на туристическа дестинация България в рамките на провеждането на **Световна купа по ски алпийски дисциплини – Банско**. На 10 и 11 февруари 2024 г. най-добрите алпийци в света премериха сили в Банско в две от най-атрактивните дисциплини – гигантски слалом и слалом. Българският ски курорт за втори път бещр домакин на тези две дисциплини при мъжете след 2012 г.

Министерство на туризма взе участиет в двете събития с мащабна рекламна кампания, промотираща туристическа дестинация България, чрез редица рекламни дейности, PR и медийно отразяване.



- ❖ Проведена рекламна кампания на дестинация България в рамките на провеждането на **Европейско първенство по плажен хандбал за юноши и девойки до 16 години и квалификация за ЕВРО 2025** за мъже и жени, което се проведе в гр. Варна, в периода 04-15 юли 2024 година.



- ❖ Проведена рекламна кампания на туристическа дестинация България в рамките на **Европейско първенство по волейбол за мъже под 18 г.**, което се проведе в периода 10-21 юли 2024 г., в гр. София и гр. Пловдив.

Министерството на туризма е официален партньор на Българската Федерация по Волейбол по време на европейския шампионат. Домакинството на първенства и турнири по волейбол от най-висок ранг предоставя изключителната възможност България да затвърди имиджа си като четири сезонна туристическа дестинация, като се акцентира върху един от най-популярните спортове в света. Сред рекламните активности се открояваше българското туристическо лого, което беше интегрирано в бранда на спортното събитие, както и присъствие в дигитална среда – постове, публикувани в социалните медии.



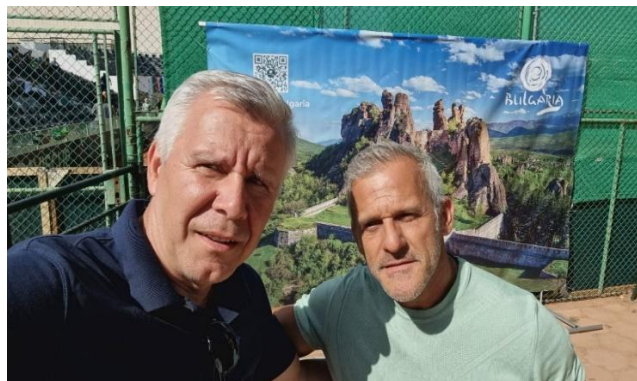
Bulgaria Travel
#DiscoverBulgaria #FindYourStory #BulgariaTravel #Bulgaria #ПреоткрийтеБългария
👉 последвайте ни в социалните мрежи, за да следите всичко най-интересно от предстоящите двубои - (@volleyBULofficial)
#FollowTeamBUL 🇵🇵 🇵🇵 🇵🇵

CEV U18 EuroVolley 2024 Men			
DAY 3: RESULTS			
UKR 0 - 3 POR	ESP 3 - 1 EST		
FIN 1 - 3 POL	GRE 1 - 3 CZE		
AUT 0 - 3 BUL	ROU 1 - 3 ITA		
TUR 0 - 3 FRA	SLO 3 - 1 BEL		

Reach за периода 03-22.07.2024 г. е:

- Facebook: над 1 800 000 потребители;
- Instagram: над 315 400 потребители

❖ Проведена рекламна кампания в рамките на **Световно отборно първенство по тенис за мъже „Купа Дейвис“**, който се проведе в периода 14-15.09.2024 г. в гр. Пловдив и международен тенис-турнир за жени, проведен в периода 15-22.09.2024 г. в гр. Пазарджик.



В тазгодишното издание на спортното събитие участие взеха 159 страни. България беше в Световна група II на турнира, като мачът с Ел Салвадор бе излъчен в онлайн платформата на Международната федерация по тенис (ITF) и достигна до потребители от целия свят. Спортното събитието беше посетено от над 3000 зрители.

VII. Популяризиране на специализирани видове туризъм и организиране на експедиентски и журналистически турове, включително чрез промотиране на тематични туристически маршрути

„Популяризиране на туристическа дестинация България чрез организиране и провеждане на тематични турове за журналисти, снимачни екипи, блогъри, влогъри, популярни личности и експедиенти от целеви и перспективни пазари“.

Целта на опознавателните пътувания е да запознаят на място участниците (журналисти, снимачни екипи, блогъри, влогъри, популярни личности и експедиенти от

целеве и перспективни пазари) с туристическите ресурси, атракции и възможности за туризъм, а те да споделят тази информация със своите читатели/последователни и/или клиенти. От маркетингова гледна точка източникът и привлекателността на информация и съобщения може да има огромно влияние върху вероятността потенциалният широк кръг от потребители/читатели да го приемат. Споделеният личен опит, достоверността в някои случаи и пристрастия към източника имат изключително значение за приемането на споделената информация и разпространението върху потенциалната аудитория.

Проведени са опознавателни пътувания с представители от следните пазари:

Испания: Опознавателен тур за снимачен екип от TVE от предаването Aquí la Tierra

Тема: Еко, природен, културен туризъм

Период: 20-22 март 2024



Участници: Снимачен екип от TVE от предаването Aquí la Tierra – редактор, репортер и двама души технически екип (камера и озвучаване).

<https://www.rtve.es/play/videos/aqui-la-tierra/>

Aquí la Tierra е телевизионно шоу, излъчвано от Испанската обществена телевизия TVE и копродуцирано от продуцентската компания „Catorce Comunicación“. Aquí la Tierra предлага съвсем нов и забавен поглед към нашата планета. Основните теми са: гастрономия и традиционни сладкиши, селскостопански храни, местни занаяти, представяне на местни породи и видове животни, природа, климатология, екология, география, архитектура, метеорология и всичко останало, свързано с традиционните устойчиви практики, занаятчийски процеси и оригинални обичаи, които отличават всяка област, подчертавайки какво прави конкретното място уникално и специално.

Аудитория: Предаването е в ефир от почти девет години и получава над 10% дял от аудиторията, с над 1 милион зрители дневно.

Дни на излъчване: Понеделник до петък, 20:30-21:00 ч.; Неделя, 20:30-21:00 ч.;

Aquí la Tierra в социалните медии:

<https://www.facebook.com/aquilatierra> - 108K последователи

<https://twitter.com/aquilatierratve> - 69K последователи

Румъния:

Опознавателен тур за журналисти и травъл блогъри от Румъния

Тема: Винен, кулинарен, културен, природен и СПА туризъм в Северозападна България

Период: 7-10 май 2024 г.



Списък с участници:

1. Лиана Александра Стате - <https://www.instagram.com/lianaalexandra> - 106к последователи в Инстаграм – създател на дигитално съдържание, фокусира се върху луксозни пътувания, мода и лайфстайл. Представя СПА и 5-звездни хотели на своята аудитория. Обича да посещава нови места и да общува с различни култури. В този сегмент - „луксозният туризъм“ се наблюдава завишен интерес към по-рустикален, приключенски и природен туризъм, които са част от програмата;
2. Едуард Тоне – собственик на Tuktuk.ro (травъл медия) и ChiliPepper.ro (сайт за гастрономи), 20к посещения на месец; Журналистът е с разнообразен професионален опит и отлична репутация в Румъния. И двата сайта са с дългогодишно присъствие в румънското онлайн пространство и фокусът винаги им е бил туризъм и храна. Вярната публика на тези сайтове предполага качествен материал и по-информационни публикации.
3. Флорентина Мусат – главен редактор на списание Авантаж (Avantajе) – Лайфстайл списание с печатно и дигитално издание. Във Facebook списанието споделя собствени материали и постове пред 560к последователи. Списанието е авторитетно в контекста на лайфстайл и покрива различни теми. От поканените, Авантаж имат достъп до най-разнородната публика, аудиторията им е предимно дами, в по-зряла възраст, образовани, с бизнес или на средна и висока позиция на работните си места.
4. Антони Михай Фаника – Мениджър Бизнес Развитие дестинация България, туристическа агенция CIS Tour - <https://www.cistour.ro/>. Туроператор, който директно може да насочи част

от туристическия поток към региона. Агенцията предлага много програми за България и иска да разшири продуктите си и с този регион. Макар и да има по-нисък рийч спрямо инфлуенсърите и журналистите, голяма сила на туроператорите е, че туристите, които посещават сайта и социалните канали на агенцията генерират маркетинг за страната от уста на уста.

5. Мария Миндрут - <https://www.paralela45.ro> – Специалист дестинация България, туристическа агенция Paralela 45 – Подобно на Антони Фаника, Мария директно може да насочи туристически поток към региона, към който се фокусираме. Паралела 45 е един от най-големите туроператори в Румъния, оперира от 34 години на пазара. Втора туристическа агенция увеличава и засилва интереса към региона, а мащаба на Paralela 45 (над 250к последователи във фейсбук) може да помогне за изграждането на перманентен бизнес интерес от туроператорите да предлагат България като дестинация.

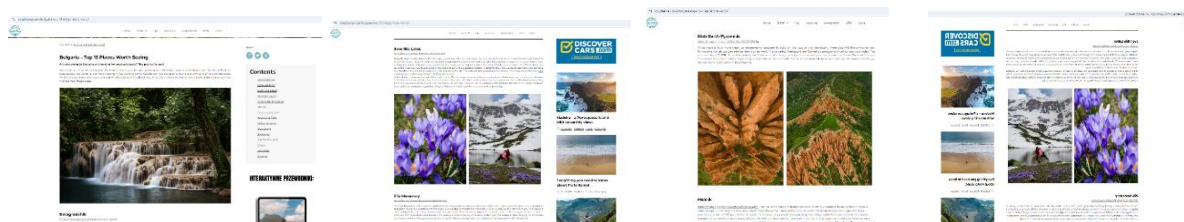
6 и 7. Нику и Николета Паскару – семейни инфлуенсъри и блогъри – 20к последователи в Инстаграм <https://www.instagram.com/calatoriiivisatori> - Публиката на Нику и Николета е значително по-тясна като покритие спрямо някой от другите, които сме поканили. Въпреки това, съдържанието, което публикуват получава много по-висока ангажираност. Лекото, семейно и интересно съдържание, което двамата публикуват ги прави идеални за популяризирането на Северозападна България пред румънската публика.

Полша:

Опознавателен тур за двойка блогъри coupleaway.com

Тема: Морски, еко, природен, културно-исторически, планински

Период: 6 май – 16 май 2024



Участници: Двойка травъл инфлуенсъри Юстина и Павел от Полша с голяма аудитория в социалните мрежи. Създават основно травъл съдържание за социалните си канали като дават съвети как да се пътува икономично, но в същото време да се посетят много красиви места, споделят красиви снимки и имат страст към фотографията. Кратките видеа и интересните истории, които излъчват имат средна гледаемост в Инстаграм около 200 000 пъти.

<https://coupleaway.com/> - блог статии

<https://www.instagram.com/couple.away/> - 146 к последователи

<https://www.youtube.com/coupleaway> - 22 к абонати

<https://www.facebook.com/couple.away/> - 6 к последователи

Узбекистан:

Инфотур за експедиенти, блогъри, снимачен екип и журналисти от Узбекистан

Журналисти/снимачен екип: Otabek Kasimov - ТВ канал MY5 и Manuchekhri Kalandarzoda - ТВ канал MY5(водец по гледаемост ТВ канал в Узбекистан.)

Блогър: Vladimir Lim- Владимир Лим / ВКУСНАЯ ЕДА / ТУРИЗМ / ОТДЫХ (@voxob.chik) •

[Снимки и видеоклипове в Instagram](#)

Владимир Лим е узбекистански блогър от корейски произход, собственик на блог с туристическа насоченост. Заснема и публикува интересни и красиви места по света. Има 28 хил. последователи в Инстаграм.

Туристически агенти: Sanjar Zokirov, Nigora Nurullaeva, Gulnara Ismetova, Saodat Akbarova.

Туристическите агенти са представители на <https://asialuxe.uz/avia>. Компанията е с водеща позиция на туристическия пазар в Узбекистан. Целта на тяхната визита е предлагането на дестинация България на туристическия пазар в Узбекистан.

Тема: Морски и културен туризъм

Период: 10.05.2024- 17.05.2024 г.



Нидерландия:

Инфо тур за журналисти, експедиенти - представители на един от най-големите туроператори в Нидерландия (Корендон Интернешънъл Травъл) от Нидерландия –7 участници

1. **Melanie Huizer**- журналист от травел медия <https://reisbizz.nl/>

Експедиенти – туристически агенти и представители на един от най-големите туроператори в Нидерландия – Корендон Интернешънъл Травъл - <https://www.corendon.nl> (Jim Kleijn, Ruud Slagmolen, Carla Mulder, Henricus Meeuwisse, Manuela de Muijnck, Patrick Dullaard)

Тема: Културен, СПА и голф туризъм и разнообразни варианти за летен туризъм по цялото Черноморие

Период: 19.05.2024- 26.05.2024 г.



Италия:

Опознавателен тур за снимачен екип от продуцентска къща „Pandataria Film“ - представители на **RAI 3**, от предаването „**Kilimanjaro**“ и „**Geo**“ - www.pandatariafilm.com

1. Bruno Miani

2. Gessica Fragella

Аудио-визуалната продуцентска компания Pandataria Film планира да заснеме два документални филма за предаването „Килиманджаро“ и „Гео“, единият да е с фокус върху София и други популярни места в България, и втори за историята на розите. „Килиманджаро“ е телевизионна програма, която се излъчва по **RAI 3**, която се занимава с туризъм. Стартира през 1998 г. и е все още една от най-популярните програми в италианските телевизии, тя представя природните, архитектурни и исторически красоти на различните страни по света. **Аудиторията е между 1 500 000 и 2 500 000 зрители** на епизод, документалният филм се повтаря 3/4 пъти за една година, така че аудиторията достига забележителни числа. „Гео“, е друго предаване, излъчвано всеки ден по RAI 3, говори за въпроси, свързани с околната среда и климата, природата и животните, а също и гастрономията.

Тема: Еко, природен, културен, винен и гастро туризъм с фокус Фестивал на розата в Казанлък

Период: 17 май – 05 юни 2024



Германия:

Опознавателен тур за медии и експедиенти от пазар Германия, съвместно реализирано с медията FVW

Участници от: SunExpress, International Carrier Consult GmbH, Invia Travel Germany GmbH, asr Allianz Selbständiger Reiseunternehmen Bundesverband e.V.undesverband e.V., International Carrier Consult, LMX, schauinsland reisen, DERTOUR, TUI Deutschland GmbH, IATA, FTI Group, FTI Touristik GmbH, vtours GmbH, Gregor Rothin, Alltours Flugreisen GmbH, Wizz Air, Fly Lili, Owner, FVA Bulgarien, FVW Medien, Travel.Commerce, FVW Medien GmbH,

Тема: „Discover Bulgaria Event - official media partnership“

Период: 05-07.06.2024 г.



Германия: Опознавателен тур за медии и експедиенти от пазар Германия –

1. Margrit Manz, China Report (auf Deutsch und Chinesisch) (letzter Artikel über Bulgarien [Margrit Manz | CTOUR Touristik.Forum](#))

E-Mail: margrit.manz@gmail.com

2. Marie Wildermann, Diplomatisches Magazin, Bayerischer Rundfunk, Deutschlandfunk/Ressorts REISEREPORTAGEN

E-Mail: mariewildermann@web.de

3. Ronald Keusch, <https://chexx.reisen/>, <http://berliner-umschau.de/> <https://www.reisetravel.eu/>, (Travel & Life-style Magazin, <https://magazin.adeba.de/>, <https://www.keusch-reisezeiten.de/>,

E-Mail: ronald.keusch@gmx.de

4. Klaus-Dieter Viebranz, Reise mit der Kamera begleiten und einen Videobeitrag erstellen für CTOUR Homepage, YouTube und Facebook

E-Mail: klaus@viebranz.com

5. Fred Hafner, [reiseblick.net](https://www.reiseblick.net) (letzter Beitrag über Bulgarien: <https://www.reiseblick.net/bulgarienkueste>, Newsroom Volkswagen Konzern, Newsroom Deutsche Bahn - E-Mail: fred.hafner@t-online.de

Тема: Винен, кулинарен, културен, природен, СПА

Период: 08– 13 септември 2024



Кувейт: Инфотур за експедиенти, инфлуенсъри и журналисти от Кувейт:

Участници: двама журналисти от популярни медии със силно онлайн присъствие и инфлуенсър, който е с хиляди последователи в социалните мрежи и е част от Кувейтското туристическо сдружение:

г-жа Май Махмуд Суккари от „Ал-Кабас“, <https://www.alqabas.com/>;

<https://www.instagram.com/alqabas/>

г-н Рабиа Каллас от „Ал-Джарида“ <https://www.aljarida.com/>;

<https://www.instagram.com/aliarida/>

г-жа Мариам Ал-Кандари. <https://www.instagram.com/mrm0o0ora/>

Тема: Морски, планински и културен туризъм

Период: 21.07.2024- 26.07.2024 г.



Латвия: Опознавателен тур за експедиенти от пазар Латвия

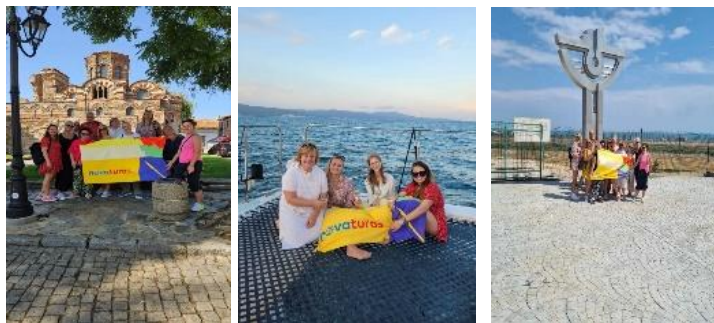
Участници: Представители и партньори на Нова Турас груп от отдел „Комуникации“, „Маркетинг и Продажби“, както и туристически агенти от други фирми, които предлагат България на своите клиенти, общо 14 участника.

<https://www.novaturas.lt/>

(Lilijana Degutyte, Rasa Barisiene, Vesta Rusak, Neringa eilutkiene, Karolina Zdaniend, Indrė Glovickyte, Vilma Kaukiene, Rasa Alperavidiene, Inga Kala5nikovaite, Riita Baltriine, Onute Gruzdiene, Mara Putnina, Lina Juskeviciute, Niina Rudkovskaja)

Тема: Черноморски район, морски туризъм

Период: 31 август – 4 септември 2024 г.



Германия: Опознавателен тур за п представители на печатни и електронни медии от пазар Германия – 4 участници

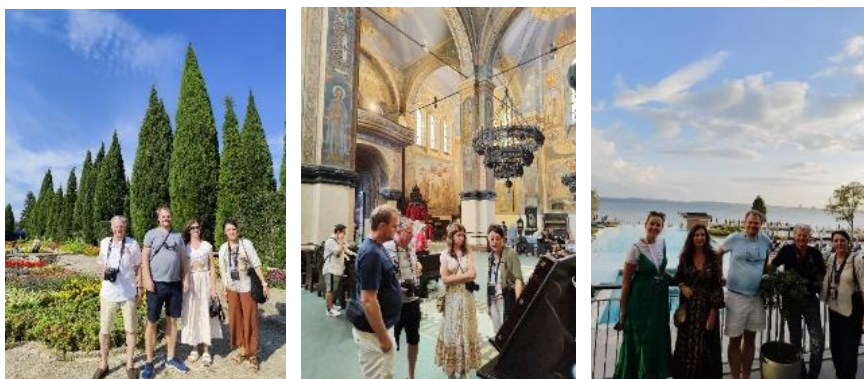
Журналисти и представители на печатни, електронни медии и социални мрежи.

1. Гералд Юбершер – главен редактор на www.ReiseTravel.eu
<http://reisetraueleu.blogspot.de/>
2. Д-р Габриела Берндт – журналист, специализира в сферите на СПА, здравен туризъм, кулинария и гурме; <https://www.schillers-gourmetreisen.de/>
3. Елке Миттаг – журналист, публикува материали за Consultants Berlin Brandenburg за Aquagym Association, за вестник Hamburger Abendblatt и в група в социалните мрежи с 20 000 последователи
4. Кармен Щрук – официален представител на БСБСПА в Германия и придружител на групата

Тема: Здравен, морски, културен и СПА туризъм с фокус Черноморски туристически район
Период: 08-14 септември 2024 г.

Участници: 3 журналисти от Германия с ресор здравен туризъм и придружител Кармен Щрук /представител на БСБСПА/

Продължителност: 7 дни



Норвегия:

Опознавателен тур за представители на печатни и електронни медии от пазар Норвегия –3 участници

Журналисти и представители на електронни медии и социални мрежи

1. Тор Кьолберг - главен редактор и маркетинг консултант, <https://www.dailyscandinavian.com/>
2. Магнус Оерен – журналист и комуникационен експерт, публикува материали в <http://nyereiselivsavisen.no>;
3. Йелена Ериксен – травъл блогър, <https://www.instagram.com/travelletters/>; <https://travelletters.net/>;

Тема: Здравен, морски, културен и СПА туризъм с фокус Черноморски туристически район

Период: 07-14 септември 2024 г.



ЕСТАА:

Опознавателно посещение в България (25-27 октомври 2024 г., гр. Пловдив) във връзка с провеждане на Годишна среща на членовете на асоциацията (23-25.10.2024 г., гр. София)

В периода 25-26 октомври Министерството на туризма и Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти /АБТТА/ организираха двудневен опознавателен тур за група от близо 40 представители на Европейския комитет на асоциациите на туроператорите и турагентите /ЕСТАА/ - най-голямата организация, обединяваща туроператорите в Европа. В рамките на тура участниците посетиха София и Пловдив, като се запознаха с възможностите за целогодишен туризъм в България, с част от културно-историческото ни наследство, с богатството на българската природа, с автентични деликатеси от българската кулинария и с традиции във винопроизводството.

По време на своята обиколка, участниците от ЕСТАА посетиха няколко от най-престижните хотели в София и в Пловдив, запознавайки се с туристическия продукт, който те предлагат. Пешеходният тур в София включваше посещение на основните забележителности в центъра на столицата, включително: храм-паметника „Св. Александър Невски“, базиликата „Св. София“, Античен комплекс Сердика и др. В Пловдив делегацията

на ЕСТАА с интерес посети фестивал по случай Международния ден на мавруда, провеждащ се в центъра на града. Участниците разгледаха още Стария град, Античния театър и Епископската базилика на Филипопол (Голямата базилика), запознавайки се с богатото културно-историческо наследство на Европейската столица на културата за 2019 г. Освен това, гостите се насладиха на специален музикален концерт на Пловдивската опера. Програмата, изготвена от Министерството на туризма и АБТТА, включваше още посещение и дегустация на винарна край град Първомай, както и посещение на Бачковския манастир. Турът беше реализиран непосредствено след проведения се в София мащабен двудневен международен форум, на който представители от 25 национални сдружения на туроператорите от европейски държави се включиха в обширна дискусия, свързана с туристическия бранш. Срещата беше кулминация на поредица от събития, организирани в рамките на 2024 г., в която България беше обявена от ЕСТАА за „Предпочитана дестинация“. Организатор на двудневното събитие беше АБТТА, като основен партньор в домакинството беше Министерство на туризма, заедно с Община София и Община Пловдив.

Проведеният инфотур даде възможност на участниците от ЕСТАА да се запознаят отблизо с възможностите за целогодишен туризъм в страната, както и да се затвърди имиджа на България като предпочитана европейска дестинация. Това бе и поредният организиран опознавателен тур в страната, част от стратегията на Министерство на туризма за повишаване разпознаваемостта на българския туристически продукт сред чужди пазари.