

МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА

БЪЛГАРИЯ

ИНФОРМАЦИОНЕН БЮЛЕТИН

16 2023



Safe
travels



СЪДЪРЖАНИЕ



Информационният бюлетин
БЪЛГАРИЯ се издава от
Министерство на туризма и е
за свободно разпространение.

www.tourism.government.bg
bulgariatravel.org

03

АКТУАЛНО

32

МНЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТА

38

СТАТИСТИКА

42

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

45

МЕЖДУНАРОДНИ НОВИНИ В ТУРИЗМА

56

ПРЕДСТОЯЩИ СЪБИТИЯ



Велико Търново

АКТУАЛНО

Зимен сезон 2022/2023 е най-успешният за последните години – надхвърли предпандемичните нива с ръст от близо 9%

Зимният сезон 2022/2023 бележи успех, подкрепен с текущите данни от ЕСТИ – въпреки, че все още официално ски сезонът не е приключил, той задмина предпандемичните нива с 8,7%. Постигнатият ръст спрямо миналия, считан за успешен, сезон 2021/2022 е по-голям с близо четвърт – 24% и е най-силният в рамките на последните 4 зимни сезона.

„Нека оставим числата да говорят – близо 9% ръст до момента спрямо предковидните времена. Прогнозата е и лятото да сме с 8% ръст спрямо 2019 г., т.е. очакванията ни са това да е най-силното ни лято. Една от основните ми задачи беше да върнем нормалността. Е, вече не говорим за възстановяване, а за растеж.“ Така коментира резултатите министър Илин Димитров и благодари на екипа на Министерството на туризма за усилената работа.

Данните на ЕСТИ за броя регистрации на туристи в местата за настаняване сочат над 1,7 млн. за зимен сезон 2022/2023 и обхващат периода от началото на декември до края на март (1.12.2022 – 30.03.2023 г.).

Равносметката по пазари за цитираните данни за периода от началото на декември 2022 до края на март 2023 показва, че най-много са регистрации на български туристи – над 1,2 млн. На второ място най-многобройни са румънските туристи – над 65 хил., следвани от гръцките туристи – над 58 хил., туристи от Великобритания – над 50 хил., от Израел – над 46 хил., Турция – над 41 хил. и туристи от Северна Македония – над 25 хил.

Резултатите от гледна точка на приходите от чуждестранни туристи за декември 2022 г. и януари 2023 г. са почти идентични с тези на предпандемичните декември 2019 г. и януари 2020 г. За периода декември 2022 – януари 2023 приходите от входящ туризъм са 642,5 млн. лв., като ръстът спрямо същия период на миналия зимен сезон е 38,6%.

Повече детайли и числа – вижте в рубриката „Статистика“.





Министър Илин Димитров: Това, което ще оставя като министър, е българите да почиват в България, да правят дълги уикенди и да си оставят парите тук

Тази година успяхме да надминем предишната като брой туристически регистрации – около 1,7 милиона души имаме регистрирани, с 24% повече от миналата година и с 9 % ръст от последната предковидна година – 2019-та. Това заяви министър Илин Димитров в сутрешния блок на БНТ „Денят започва“. Това означава, че сме се възстановили напълно и дори имаме прираст, подчерта той. Резултатите са отчетени до края на март, а вече има съобщение дори от зимните ни курорти – ски зоните ще работят поне до 15 април.

Според министър Димитров увеличеният брой туристи се дължи на няколко неща: “Едното е, че си взехме урок от лятото и рекламата ни беше концентрирана спрямо пазарите, които са около нас, плюс пазар Великобритания и пазар Израел. Така че имахме една силна зима, въпреки липсата на сняг”. Ключово решение обаче е да се акцентира върху вътрешния пазар. Броят на българите, които са останали в България, а това са едни от най-желаните туристи, се е увеличил с 9 %. “Дълги уикенди, СПА курорти, СПА комплекси, ски и тази комбинация явно и числата – те говорят красноречиво, е дала добър резултат”, коментира още министърът на туризма.

Приходите към бюджета от чуждестранните туристи са 6 % над 2019-та. Сравнението е именно с най-силния сезон преди COVID-19. За българите все още не са готови окончателните данни, но там се очакват около 20 % ръст.

“Най-накрая успяхме да осъзнаем, че целогодишните курорти и курорти, където има минерална вода, СПА, всъщност носят много голяма добавена стойност. И това е нещо може би, което ще оставя като министър – българите да почиват в България, да правят дълги уикенди и да си оставят парите тук”, коментира още министър Илин Димитров.

Той подчерта, че Министерството на туризма е едно от малкото министерства, които вкарват пари в хазната. “Ако вдигнем качеството, можем да вкараме няколко милиарда в бюджета ни – ако вдигнем качеството и направим една добра рекламна кампания, ние можем да вкараме още няколко милиарда в бюджета ни с няколко десетки милиона”, категоричен бе министърът.

Усилията на екипа на Министерството на туризма са насочени именно към подобряване на качеството. Това е и причината да стартира инициатива с 28 професионални гимназии по туризъм, с които да се работи целенасочено.





„Искам да започнем да работим на ниво средно образование, за да останат бъдещите специалисти в нашия сектор. Искаме да запазим качеството. На българската икономика не достигат около 500 хил. души. Можем да привлечем добри специалисти от чужбина, но борбата са българските ученици“, отбеляза г-р Димитров.

През лятото се очакват около 4,8 млн. туристи, което отново прави ръст от 5-7 % спрямо 2019г. Единственото нещо, което може да попречи на тези прогнози, е развитие на военния конфликт. „Но ние отново рекламираме на близки пазари, агресивни сме, акцентирахме върху рекламата си“, изтъкна г-р Илин Димитров и подчерта, че се разчита изключително много и на туристическите ни аташета. Предстои да бъде изпратено аташе в Турция, Румъния и Великобритания. „Тези аташета се превръщат в стълбове на нашия туризъм, те правят всички активности на място“, допълни г-р Димитров и отбеляза, че е много доволен от работата им, особено в Полша и Германия. „Аташетото ни в Полша спечели награда за ТОП 100 от най-влиятелните фигури в туризма, което е показателно“.

Работи се и в насока за развитие на директния маркетинг. В Германия бяха направени над 1200 срещи, 20 компании бяха в шест града в Германия и реализираха директни срещи с бизнеса. Преди това имаше подобни инициативи в Полша, предстоят и в Израел и Великобритания.

Практиката плажове да се отдават под наем, а не на концесии има сериозен успех. Оказа се, че за някои от тях се получават шест пъти по-високи оферти от наемателите. По този начин се защитава публичният интерес и то при максимално прозрачни процедури, защото търговете се провеждат под наблюдението на МВР, ДАНС и КПКОНПИ.

Няма да бъдат правени компромиси. Ако бъде констатирано нарушение, то ще бъде санкционирано. „Има регламенти, при които могат да бъдат разваляни концесионни договори и договори за наеми при груби нарушения, но трябва да има превенция.“ Така коментира министър Димитров разкопането на защитени територии, каквито са дюните. „Ще бъдем безкомпромисни за чистотата на плажовете, достъпност за хора със специални нужди, тоалетни, брой чадъри, свободни зони.“ През миналата година са направени над 450 проверки и се радвахме на чисти и хубави плажове.

Цената на плажните съоръжения ще бъде определена от пазара. „Ако 5 лв. някъде е добра цена, то в друг район тя ще е 20 лв. за чадър и шезлонг. Всичко се определя от търсенето“, допълни министър Димитров и увери, че тази година цените ще бъдат близки до миналогодишните. „Правим всичко възможно да договорим минимално или почти никакво увеличение, защото искаме да

имаме по-добро качество на същата цена”, категоричен бе служебният министър на туризма. Не можем да превърнем наемателите във врагове, те трябва да са наши партньори, но всички трябва да осъзнаят, че от това каква услуга и качество предлагат, зависи дали ще имаме туристи – това послание отправи министър Димитров.

“Българският туризъм върви в правилната посока и то е много важно – след този рестарт да осъзнаем, че качеството трябва да бъде водещ мотив”.

В края на май предстои 68-то заседание на комисия „Европа“ на Световната организация по туризъм в София. На нея ще дойдат близо 30 министри на туризма. “Ще използвам неакадемичен израз, но трябва да ги шашнем, да ги очароваме. Ще им покажем морето, планината, ще отидем на пикник, така че те да видят колко правилно работим и вървим в правилната посока”, заяви министър Илин Димитров. Важно е какви послания изпращаме, а проблемите да решаваме бързо и вътрешно, както се случва навсякъде по света.

Министерството на туризма представи идеен проект на задължителен Туристически гаранционен фонд

На 28 март 2023 г. Министерството на туризма представи идеен проект на първия по рода си задължителен Туристически гаранционен фонд, който да обезщетява пътуващите в случаите на неизпълнение на поетите ангажименти от страна на туроператори и да обезпечава отговорността на туроператорите – като защита срещу тяхната несъстоятелност и неплатежоспособност.

Задачата на държавата и наша цел е да бъдат създадени справедливи условия за бизнеса в полза на всички заинтересувани страни и на национално ниво да се реализира по-добра защита за крайните потребители на пакетни туристически услуги, подчертаха министърът на туризма г-р Илин Димитров и заместник-министър Ирена Георгиева, които представиха разработената концепция на Гаранционния фонд. Идееният проект беше създаден в сътрудничество с представители на Българското актьорско гружество и представен пред организациите, представляващи сегмента на туроператорите в туристическия сектор – АБТТА, Обединение „Бъдеще за туризма“, Сдружение „Туризм“ и БАТА.

Един от приоритетите на Министерството на туризма през изминалите месеци беше продължаването на работата по разработване на модел на Гаранционен фонд за обезпечаване отговорността на туроператорите съгласно Директива (ЕС) 2015/2302 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2015





г., включително и разработването на предложение за идейна концепция за задължителен гаранционен фонд.

„Този фонд е една малка стъпка в посока изсветляване на сектора, което е част от нашата политика“, заяви министър Илин Димитров. „Това е още едно изпълнено обещание от приоритетите, които очертахме при встъпването в длъжност на служебния кабинет, важно беше да поставим началото, тъй като от години се говори колко е важно за бизнеса да съществува такъв инструмент като елемент от националната защита срещу несъстоятелността на туристическите организации“, каза още министър Димитров. За необходимостта от съществуването на подобен фонд се заговори особено активно по време на безпрецедентната криза с COVID-19.

Министерството направи проучване на чуждия опит на Полша, Германия, Дания и Великобритания, на базата на който се разглеждаха различни варианти за дизайн на Гаранционния фонд. Беше събрана и предоставена наличната информация за актюерски анализ със съдействието на НСИ и НАП. Беше сформирана Работна група и се проведе поредица от срещи със заинтересовани страни. Българското актюерско дружество подкрепи със своята експертиза и специфичен анализ работата на експертите в МТ, като резултатът под формата на идейна концепция беше представен в рамките на тази среща.

Идейният проект предвижда създаването на три стълба и с въвеждането на задължителен Туристически гаранционен фонд (ТГФ) ще бъде надграден съществуващият досега режим на обезпечение чрез задължителната застраховка „Отговорност на туроператора“. С този трети стълб трябва да се осигури допълнително националната защита срещу несъстоятелност на туроператорите, а това би бил реалистичен за изграждане механизъм по оценка на експертите. С такава структура и чрез въвеждане на подходящи механизми и допълнителни изисквания – в т.ч. за предварителен и текущ контрол на дейността и отчетността на туристическите организатори на пакетни пътувания и адекватността на осигуряваните от тях обезщетения – би могло в разумен краткосрочен план да се осигури на национално ниво необходимата защита за потребителите, произтичаща от изискванията на Директивата, заяви заместник-министър Ирена Георгиева. Необходимо е преуреждането на бизнес модела и на режима на функциониране и регулиране на дейността на туроператорите, което да доведе до подобряване на качеството на предоставяните услуги и по-добра защита за потребителите, подчерта тя.

Първоначалните математически модели показват,

че за да се натрупа финансов ресурс във фонда, вноската на туроператорските агенции ще бъде в размер на 0,1% от оборота им, което към този момент ще означава вноски между 80 и 1000 лв. Замисълът е фондът да покрива изплащането на обезщетения над лимита на отговорност по застраховката в случаи на несъстоятелност, при временна неплатежоспособност (проблем с ликвидността) и при евентуални непредотвратими и извънредни обстоятелства.

„Въвеждането на функциониращ гаранционен фонд е сериозно решение, което изисква законодателни промени и тясно бъдещо сътрудничество с представителите на бизнеса“, подчерта Ирена Георгиева.

Преглед обстоятелството, че въвеждането на гаранционен фонд изисква промяна на нормативната уредба и съществуващата институционалната рамка, след изработване на предложение за законови промени се предвижда широко обществено обсъждане с всички заинтересовани страни и институции.

Файлове: [garancionen_fond_prezentaciya.pptx](#)

Министър Илин Димитров: Витоша е предпоставка за целогодишен устойчив и градски туризъм

Министър Димитров участва в работна среща по инициатива на президента Румен Радев за Витоша

Министърът на туризма г-р Илин Димитров се включи в работна среща за перспективите за развитие на масовия спорт и туризма в природен парк „Витоша“, организирана от президента Румен Радев на 6 април 2023 г. В нея участваха част от министрите в служебния кабинет, кметът на София Йорданка Фандъкова, представители на местната администрация, на спортната общност, на ръководството и на инвеститорите в природен парк „Витоша“.

На срещата беше поставен основният акцент, че София е единствената не само европейска, но и световна столица с подобни уникални гадености – висока планина с възможности за зимни и летни спортове, на разстояние по-малко от 10 км от центъра на града. Беше изразена позицията, че е недопустимо да се изостави такава природна гаденост и да бъдат спрени съществуващите лифтове.

“Витоша по-скоро се превръща в един музей на затворени, рждянали лифтове и съоръжения”, каза държавният глава Румен Радев във встъпителните си думи. “Този проблем, с отварянето на Витоша за нашите деца, се превръща все повече в символ на безхаберие и безсилие”, отбеляза президентът. Според него това може да се реши с общи усилия, а административни-





те неуредици трябва да отстъпят пред обществения интерес. Не искам да търсим виновни, а причини и решения, като почнем от нормативни промени, каза още държавният глава. Той подчерта, че за първи път се събират на една маса всички фактори, от които зависи решаването на проблемите, свързани с Витоша.

Изключително е важно да се отбележи, че през 80-те години Витоша е била един от най-развитите европейски курорти, люлка на българския ски спорт, дар от Бога и съдба на мнозина спортни дейци. В дискусията бе подчертано, че е важна цялостната визия – пътеки, комуникации, поддръжка на пътя и пистите, а планината означава и възпитание на децата и здраве.

“Преди всичко не можем да работим на парче. Инвеститорът тук има визия, която, ако подкрепим, ще се получи добре. Самата дестинация разчита на целогодишен туризъм – устойчив, градски и събитийен”, отбеляза от своя страна министър Илин Димитров. Развитието на масовия спорт и туризъм на Витоша се припокрива с кампанията на Министерството на туризма за уикенд туризъм, за вътрешен туризъм, защото българските туристи трябва да бъдат приоритет. Само в рамките на 30 км от Витоша има над 2 млн. потенциални туристи, подчерта министър Димитров.

“И като говорим за дупки в бюджета, трябва да знаем, че всеки един лев, който влиза в България от туризъм, трябва да бъде умножаван по 2,5 до 4 пъти. Това е т. нар. мултипликативен фактор. Всеки един турист, който не е на Витоша, е загуба за нашата икономика”, каза още министърът на туризма.

По думите на кмета на Столична община един от най-спешните въпроси е пускането на лифтовете и обезопасяването на планинската инфраструктура. На срещата бе коментирано, че има редица юридически пречки във връзка с правото на строеж. Кметът Йорданка Фандъкова подчерта, че трябва да има отлична координация между всички институции, бързи действия, както и желание на собственика на лифтови съоръжения, с които от години се водят успешни и неуспешни битки. Тя отбеляза, че целта е да се възстановят и развият лифтовете. „Беше спрял и Драгалевският лифт и сега имаме само Симеоновския лифт, който също се нуждае от възстановяване“, подчерта Фандъкова и добави, че по отношение на Княжевския лифт има тотално противоречие със собствениците.

На срещата стана ясно, че са необходими спешно законови промени, за да може да стартира процесът по реконструкция на инфраструктурата на Витоша и модернизирването на съоръженията. Има само една законна ски писта – “Витошко лале”. Планът за упра-





Вление на Витоша е остарял и не работи, тъй като е пълен с противоречия, а вече десет години не е приет нов. Същевременно, глобалното затопляне обуславя поставянето на съоръжения за изкуствен сняг, които според инвеститора ще гарантират и превантивни мерки за опазването на гората от пожари през останалата част от годината.

Всяка инвестиция може да става само през екологичното законодателство, подчерта министърът на околната среда и водите Росица Карамфилова.

Министърът на младежта и спорта Весела Лечева обобщи на свой ред, че е необходима политическа воля за изграждане на нови спортни съоръжения, цялостна инвестиционна визия, като се ограничи възможността от презастрояване и нарушаване на екологичното равновесие, при това с действия в съвсем кратки срокове.

Общинското предприятие по туризъм и МТ могат да работят много добре, заяви г-р Илин Димитров, като уточни, че вече са проведени няколко срещи и ще бъдат използвани всички възможности, за да се подобри презентирането на Витоша като отлична възможност за почивка през уикенда.

“В туризма трябва да има две неща, за да има развитие: първо, трябва да имаме инфраструктура, за да може да се достигне до мястото. След това следва суперструктурата – всичко това, което коментирахме, т. нар. специализирана инфраструктура за туризъм. Когато имаме готовност да покажем нещо, ние ще се включим изцяло, ще задвижим всичките си рекламни канали”, допълни служебният министър на туризма. В заключение министър Димитров отбеляза, че е добре да има потенциал, но когато той не се развива, се превръща в пропусната възможност.

Министър Илин Димитров в Тирана: Разчитаме на образованието и на специализираните форми на туризъм за устойчивото му развитие

Министър Димитров участва в международния форум за Югоизточна Европа под егидата на СОР в Албания, посветен на бъдещия екологичен и устойчив туризъм

Министърът на туризма г-р Илин Димитров беше на работно посещение в Албания в периода 3-5 април, където участва в международен форум за региона на Югоизточна Европа, провеждан под егидата на Световната организация по туризъм към ООН – FESTA – The Future Environmental and Sustainable Tourism in Albania или „Бъде-





щият екологичен и устойчив туризъм в Албания“.

Участниците обсъждаха бъдещето на сектора и ролята на правителствата в определянето на дневния ред за туризма на бъдещето. В рамките на форума в Тирана се проведе и неформална среща на министрите или държавни секретари, отговарящи за сектор туризъм, на страните от Югоизточна Европа. По време на посещението си министър Димитров проведе и редица двустранни срещи със свои колеги.

В първия основен ден министърът на туризма г-р Илин Димитров взе участие в централната дискусия на международния форум за региона на Югоизточна Европа FESTA – „Бъдещият екологичен и устойчив туризъм в Албания“.

Разговорът под надслов „Ролята на правителствата в определяне на бъдещите политики в туризма“, модерирани от директора за Европа на Световната организация по туризъм Алесандра Прианте, беше основен акцент в динамичната програма на форума.

„Ясно е, че светът ще се върне към нивата на туризма преди COVID-19, но какво различно ще направим ние?“. С тези встъпителни думи започна изказването си българският министър в панела за устойчив туризъм под егидата на COT/UNWTO/ в Тирана.

Министърът подчерта, че образованието на кадрите при подготовката на успешни и мотивирани бъдещи специалисти в различните сегменти на туризма е от ключово значение при изграждането на неговото устойчиво бъдеще.

„Умения, обучение на кадрите и качество на услугата – това е важно, това е ключът, за да развиваме модерен и устойчив туризъм“, заяви министър Димитров пред участниците във форума.

Министър Димитров акцентира върху нуждата страните от Балканите, с подкрепата и на COT да работят за укрепването на уменията на кадрите в отрасъла. Той застъпи тезата и за развитието на съвместни пакети и рекламни дейности на наднационално регионално ниво.

Трябва да използваме максимално добре възможностите, които ни дават европейските фондове за образование и обмен, програми като Еразъм +, декларира той. България ще окаже подкрепа на партньорите си от ЕС и Балканите с натрупаната си експертиза, същевременно ние работим и върху идеята за създаването на UNWTO академия в България, посочи министър Димитров пред своите колеги.

Уменията на кадрите ще са в основата на тематична сесия по време на 68-та Регионална комисия „Европа“,



анонсира той съвместно с генералния секретар на СOT Зураб Пололикалвили и директора на Еуропа за СOT Алесандро Прианте.

В България разчитаме много и на специализираните форми на туризъм – като винени маршрути и кулинарен туризъм, уелнес, здравен и СПА, културен, еко, селски и приключенски. Това са все форми, които могат да се практикуват на местно ниво, като отчитаме богатствата и особеностите на различните части на дестинация България, изтъкна българският министър и подчерта, че това е съществена предпоставка и условие за бъдещото развитие на устойчив и екологосъобразен туризъм. Особен акцент той постави на развитието на България като водеща СПА дестинация. Минералните извори, които поставят страната ни на второ място в Европа по този природен ресурс, са истинско богатство, което ние развиваме, защото така може да се гарантира изграждането на целогодишен туризъм.

За България секторът винаги е имал приоритетно значение, подчерта министър Димитров. Туризмът има съществен принос за формирането на БВП на страната и дава алтернатива за развитие, особено на по-малките региони. Важно е всички участници във формирането на визията и политиката в туризма на национално ниво да обединим усилия, за да се справим с текущите проблеми и предизвикателства, призова в изказването си г-р Димитров.

По думите му туризмът безспорно има огромно икономическо, социално и културно значение за развитието на българското общество. Държавата трябва да насърчава преките чуждестранни инвестиции, които водят до подобряване на туристическата база, на туристическата инфраструктура, на българския туристически продукт. Трябва да се адаптираме към съвременните реалности, да използваме достиженията на технологиите, за да генерираме допълнителна добавена стойност в отрасъла. Ще се радваме броят на нашите гости от чужбина да расте, но по-важно е да предложим пълноценно и обогатяващо преживяване, заяви министър Димитров.

В панелната дискусия се включиха още Мирела Кумбаро, министър на туризма и околната среда на Албания, Горан Джурович, министър на икономическото развитие и туризма в Черна гора, Федерико Педини Амати, министър на туризма, пощенското дело, сътрудничеството и конгресното дело на Република Сан Марино, Хюсеин Мемич, министър на младежта и туризма на Сърбия, Сташа Кошарац, министър на външната търговия и икономическите отношения на Босна и Херцеговина, Крешник Бектешчи, министър на икономиката на Република Северна Македония, Розета Хайдари, ми-





нистър на индустрията, предприемачеството и търговията в Косово, Тончи Главина, държавен секретар в Министерство на туризма и спорта на Хърватия, както и ресорните заместник-министри на Гърция, Турция и Литва.

В първата вечер, предхождаща първия основен ден, беше и тържественото откриване на форума FESTA в Тирана, а сред официалните лица, които се обърнаха с приветствени думи към държавните ръководители в сферата на туризма, бяха министър-председателят на Албания Еди Рама, Франс Тимерманс, заместник-председател на Европейската комисия, генералният секретар на СОР Зураб Пололикашвили и Мирела Кумбаро, министър на туризма и околната среда на Албания.

Късно вечерта министър Димитров проведе работна среща с държавния секретар по туризъм на Хърватия Тончи Главина, в която обсъдиха възможности за бъдещо задълбочаване на сътрудничеството между двете страни, както и обмяната на полезни практики. Сред тях – обмяната на опит с цел обучение, устройството на единната браншова организация на Хърватия по модела на Австрия, динамиката на туристическите показатели между двете страни, както и детайли от маркетинговите стратегии на Хърватия и България. Двамата коментираха и успешни практики по Плана за възстановяване и устойчивост.

Двете държави са изключително близки в езиково и културно отношение и това е мост към създаването на още по-близки връзки и в сферата на туризма, изтъкнаха министър Димитров и Тончи Главина.

Тирана, FESTA: Министър Димитров представи предимствата на дестинация България пред колегите си от Балканските страни

Бъдеща кампания за популяризиране на дестинация България под формата на поредица от срещи във всички столици на балтийските страни във формат бизнес към бизнес (B2B), с участието на Министерството на туризма. Тази идея на министър Илин Димитров беше обсъдена на работна среща с Иева Валешкайте, заместник-министър на икономиката и иновациите на Литва по време на форума в Тирана. Българският министър и Валешкайте коментираха и взаимни проекти в областта на маркетинга – с участието на блогъри и инфлуенсъри. Двамата подчертаха голямото значение на информацията и точните анализи, базирани на адекватни данни при планирането и се споразумяха за сътрудничество в областта на данните в сектора.

В рамките на форума министър Димитров проведе редица двустранни срещи със свои колеги, както и

неформална среща във формат Балкани. Министърът изложи визията си за провеждане на политики за устойчивост на Балканите по време на неформалната дискусия на високопоставени балкански ръководители в туризма. На нея домакини бяха министърът на туризма и околната среда на Албания Мирела Кумбаро, както и СОР в лицето на генералния секретар на организацията и ръководителя на отдел Европа – Зураб Пололикашвили и Алесандра Прианте.

В рамките на форума министър Димитров проведе двустранни срещи с министъра на околната среда и туризма на страната домакин – Албания, Мирела Кумбаро, както и с министъра на икономическото развитие и туризма на Черна гора Горан Джурович.

Имаме продукти, които се допълват, заяви българският министър. Ние предлагаме отлични възможности в зимния туризъм, в СПА и медицинския туризъм, които могат да са изключително атрактивни за туристите от тези страни, посочи той. Важно е да работим за решаването на общия ни проблем на Балканите в сектора – липсата на кадри. Да използваме потенциала на програми като Еразъм, призова министър Димитров, който по време на всички свои участия постави акцент върху ключовата роля на образованието при подготовката на успешни кадри и създаването на конкурентен туристически продукт. Всички се обединиха около тезата, че в региона трябва да се стремим към устойчивост и да развиваме нашите гадености. Министър Димитров изтъкна пред колегите си от Албания и Черна гора факта, че страната ни е трета в Европа по брой на исторически и културни забележителности и артефакти, както и втори след Исландия по брой на минералните си извори.

Министър Димитров изрази пълната подкрепа на страната ни за активизиране на двустранните инициативи с партньорите ни от региона на Западните Балкани. Трябва да работим фокусирано за повишаване на информираността за дестинациите, да развиваме съвместни маркетингови инициативи, които да доведат до нарастване на туристопотока, декларира той.

Развитието на общи балкански продукти, които да бъдат атрактивни за туристи от далечни пазари е един от важните ни приоритети, декларира той. От своя страна министър Кумбаро подчерта, че разчита на партньорството с България във форми като СОР и ЧИС, а министър Джурович изтъкна ролята на Дунавската стратегия като важен генератор на регионално развитие на ниво ЕС. Вече са готови първоначалните рамки на нови проект-





Interreg



NEXT Black Sea Basin

ни инициативи по Стратегията за периода 2021 – 2027, подчерта министър Димитров. Трябва да използваме даденостите на нашите древни култури, на близостта на нашия бит, история, обичаи, да привличаме повече туристи, които да се наслаждават на чудесната природа на Балканите – около тези общи послания се обединиха както министър Димитров, така и колегите му министри от балканските страни.

Д-р Димитров отново акцентира в разговорите си на обстоятелството, че страната ни ще е домакин на 68-а среща на Регионална комисия „Европа“ на СОТ и отправя покана към колегите си да посетят София в периода 30 май – 2 юни 2023 г.

Отворена е първа покана за набирание на проектни предложения по програма за междурегионално сътрудничество Интеррег NEXT „Черноморски басейн“ 2021 – 2027

Програма Интеррег NEXT „Черноморски басейн“ обявява първи прием на проектни предложения. Поканата е отворена за двата приоритета на програмата – „Син и интелигентен регион“ и „Зелен и чист регион“.

Специфичните цели на поканата са:

- Повишаване капацитета за изследвания и иновации и въвеждане на нови технологии;
- Насърчаване на мерките за адаптирането към изменението на климата и предотвратяване на риска от бедствия, както и към опазване на природата, биоразнообразието, зелената инфраструктура и намаляване на замърсяването.

Допустими бенефициенти са национални, регионални или местни публични власти, висши учебни заведения и изследователски центрове, училища/центрове за образование и обучение, агенции за развитие, НПО и граждански сдружения, организации за подкрепа на бизнеса, включително и такива в областта на туризма. България участва в програмата със Североизточен и Югоизточен район за планиране (областите: Варна, Добрич, Търговище, Шумен, Бургас, Сливен, Ямбол и Стара Загора).

Разполагаемият бюджет по поканата е 35,4 милиона евро.

Ще бъдат подкрепяни два типа проекти:

- Стандартни проекти – насочени към по-сложни предизвикателства. Бюджет: 500 001 – 1 500 000 евро; минимум 4 – максимум 6 партньора от поне 3

държави. Продължителност: до 30 месеца.

- Малки проекти – насочени към тестване на конкретни иновативни решения чрез пилотни действия в малък мащаб, инициране и укрепване на мрежи и обмен на най-добри практики. Бюджет: 200 000 – 500 000 евро. Минимум 3 – максимум 4 партньора от поне 3 държави. Продължителност: до 18 месеца.

Крайният срок за електронно подаване на проектни предложения е 4 юли 2023 г. 12:00 часа (Централноевропейско лятно време – CEST – Paris time).

За разясняване на процеса на кандидатстване са предвидени серия от информационни събития, като първите две бяха:

Webinar „Application pack for regular projects“, на 6 април 2023 г.

Webinar „Application pack for small scale projects“, на 11 април 2023 г.

Подробна информация може да получите [ТУК](#).

Отворена е втора покана за набиране на проектни предложения по програма за междурегионално сътрудничество „ИНТЕРРЕГ ЕВРОПА“ 2021 – 2027

Втората покана за набиране на проектни предложения по програма „ИНТЕРРЕГ ЕВРОПА“ 2021 – 2027 е отворена от 15 март до 9 юни 2023 г., като бенефициентите могат да си сътрудничат по всички теми от споделено значение в съответствие с техните регионални нужди, доколкото това попада в обхвата на политиката на сближаване.

Специфичните цели на поканата са:

- Подпомагане на междурегионалното сътрудничество, в т.ч. и в областта на туризма;
- Подобряване, чрез обмен на опит, на изпълнението на инструментите на политиката за регионално развитие на участващите региони, включително програмите по цел „Инвестиции за растеж и работни места“.

Основна целева група по програмата са политико-правещите организации, като подкрепените проекти за междурегионално сътрудничество трябва да включват организации от поне три различни държави в Европа за изпълнение на съвместни дейности от три до четири години.

Допустими бенефициенти са национални, регионални или местни власти, както и други организации, отговорни за разработването и/или провеждането на политики за регионално развитие. В случай на инвес-

Interreg
Europe



Co-funded by
the European Union

тиции за работни места за целите на растежа, отговорните органи са съответните управляващи органи. Всеки „регион“, участващ в даден проект, трябва да идентифицира основния политически инструмент, който цели да подобри чрез сътрудничество. Прякото участие на органите, отговорни за тези инструменти, е ключова характеристика за постигане на целите на проектите.

Разполагаемият бюджет по поканата от ЕФРР е 130 милиона евро.

В зависимост от статута на организацията, програмата предлага финансиране от Европейския фонд за регионално развитие в размер от 70% до 80 % за проектни дейности – като съвместни срещи, проучвателни посещения, партньорски проверки, разработване на планове за действие.

Крайният срок за електронно подаване на проектни предложения е 9 юни 2023 г. 12:00 часа (Централноевропейско лятно време – CEST – Paris time).

Географско покритие – Interreg Europe изисква широко географско покритие, като съгласно изискванията във втората покана подадените заявления трябва да гарантират, че четирите области по-долу са представени в партньорство с поне един партньор по проекта:

- Северна: Дания, Естония, Финландия, Германия, Латвия, Литва, Норвегия, Швеция;
- Източна: Австрия, България, Чехия, Унгария, Полша, Румъния, Словакия, Словения;
- Южна: Хърватия, Кипър, Гърция, Италия, Малта, Португалия, Испания;
- Западна: Белгия, Франция, Ирландия, Люксембург, Холандия, Швейцария.

Подробна информация може да получите [ТУК](#)

Министър Димитров и министър Меджидиев обсъдиха подсигурияването на допълнителни медицински екипи по Черноморието за Лято 2023

Подсигурияване с допълнителни медицински екипи през летния активен сезон по Северното и Южното Черноморие – за това се договори на среща в края на март министърът на туризма Илин Димитров и министърът на здравеопазването д-р Асен Меджидиев. Инициативата се осъществява съвместно със съдействието на местната власт по Черноморието и академичната общност в морските градове. Министър Меджидиев уточни, че въпросът за осигуряването на качествена медицинска помощ през летния



туристически сезон е обсъждан с областния управител на Бургас проф. Мария Нейкова, с кмета на града Димитър Николов, както и с кметовете на малките населени места по българското крайбрежие. Темата е била дискутирана и с ректорите на медицинските университети във Варна и Бургас, както и с директорите на института за спешна помощ „Пирогов“ и на МБАЛ „Св. Марина“ – Варна.

Министър Димитров благодари за съдействието и доброто партньорство от страна на г-р Меджидиев, както и за неговото разбиране на процесите в туризма.

„Сигурността и доброто здравеопазване са в основата на развитието на качествена туристическа услуга“, изтъкна министър Димитров.

Министерството на здравеопазването полага огромни усилия, за да подсили медицинска помощ в отдалечените и малки населени места, подчерта здравният министър.

„Сътрудничеството ни с Министерството на туризма помага изключително много за осъществяването на тази дейност, като се стараем да покрием и всички курорти заради допълнителното натоварване на системата с туристи през активния сезон“, подчерта министър Меджидиев.

Осигуряването на допълнителни екипи беше една от първите стъпки, които предприе служебният кабинет още при встъпването си в длъжност миналото лято. В началото на август 2022 г. десет спешни медицински екипа бяха командирани в к. к. „Златни пясъци“, Несебър и Приморско, за да подпомогнат колегите си по Черноморието в оказването на денонощна спешна медицинска помощ.

Първата нощна проверка за „нелегални екскурзии“ и нелоялни практики в туризма беше извършена на ГКПП „Капитан Андреево-Капъкуле“

Приключи 24-часовата проверка на четири държавни институции за нелоялни практики и „нелегални екскурзии“ на ГКПП „Капитан Андреево“. В нея се включиха експерти от Министерство на туризма, Комисията за защита на потребителите (КЗП), Областна дирекция на МВР, сектор „Противодействие на икономическата престъпност“ и Изпълнителна агенция „Автомобилна администрация“ (ИААА).

През последното денонощие са проверени общо 15 автобуса, 3 от тях – през нощта, като е установено само едно нарушение. Съставен е акт за установяване на административни нарушения (АУАН) от страна на ИААА на един от превозвачите, тъй като





не е била представена фактура за извършения превоз.

Повечето от пътуващите за Истанбул са били туристи за Фестивала на лалето.

“Всички туроператори и превозвачи бяха проверявани дали имат сключена застраховка „Отговорност на туроператора“, дали имат валидно удостоверение, екскурзоводите – дали са регистрирани в националния туристически регистър”, заяви Мария Забилева – експерт от Министерството на туризма.

Това е поредната проверка и първата нощна, която се извършва от страна на институциите. До момента бяха извършени инспекции на Граничните контролно-пропускателни пунктове „Кулата“, „Русе-Гюргево“, „Капитан Андреево“ и „Лесово“ – на автобуси, които пътуват към Гърция, Румъния и Турция.

“Тази инициатива ще продължи в различни часови диапазони, като целта ни е да се прекрати нелоялната практика в сферата на туризма“, допълни Мария Забилева.

Прави впечатление, че засилването на проверките има положителен превантивен ефект, защото броят на нарушенията намалява. От засиления контрол са доволни и туроператорите, организатори на пътуванията.

Нощна проверка на ГКПП „Лесово“ за нелоялни практики при организираните пътувания установи пропуски при двамата туроператори

Поредната съвместна нощна проверка за нерегламентирана туристическа дейност, добила популярност като „нелегални екскурзии“, беше извършена на ГКПП „Лесово – Хамзабейли“. През нощта на 7 срещу 8 април бяха проверени 12 автобуса, пътуващи в посока Турция.

В четири от тях се установи, че пътуват туристи на организирано туристическо пътуване, а в останалите 8 автобуса пътуваха лица до Одрин на еднократно пътуване.

При проверките беше установена липса на издадени ваучери на туристите при двамата туроператори, като от тях ще бъде изискано да се представят в Комисията за защита на потребителите (КЗП).

Изпълнителна агенция „Автомобилна администрация“ не установи нарушения при превозвачите. Икономическа полиция също не установи нарушения по време на проверката.





Позиция на МТ относно казуса с разполагането на преместваеми обекти в Курортен комплекс „Златни пясъци“

Във връзка с продължаващите през последните седмици медийни публикации, брифинги и постове в социалните медии, пресъздаващи призива на кмета на Община Варна към Министерството на туризма и лично към министъра на туризма да бъдат предприети мерки във връзка с възникналия правен казус с разполагането на преместваеми обекти (наречени „бараки“) в курортен комплекс „Златни пясъци“, Министерството на туризма прави следните уточнения:

Министерството на туризма и лично министърът на туризма призовават всички отговорни по казуса ведомства да се придържат към правилата и добрите практики на междуинституционалната комуникация и да се въздържат от прибързани анализи, а още повече от внушения с политически характер, които намираме за изключително неподходящи по време на паралелно протеклата предизборна кампания. В този смисъл още веднъж заявяваме позицията си, че в качеството си на органи на власт не следва да изместяваме акцента на казуса, като от правен го превръщаме в политически. Решението на казуса следва да бъде намерено при стриктно прилагане на правната норма и съобразно функционалната компетентност на всеки един държавен и общински орган с касателство по случая.

Както лично министърът на туризма на 17.03.2023 г. оповести, Министерството на туризма извършва проверка по случая за изясняване на всички релевантни факти и обстоятелства, съобразно функционалната си компетентност. Към настоящия момент проверката продължава и макар в своята работа МТ да се придържа към спазване на добрите административни практики, изискващи произнасяне в цялост след завършването на проверката, в настоящия случай поради нестихващите медийно отразени призови от страна на представители на местната власт в Община Варна, ще си позволи да оповести етапните резултати от проверката и да даде допълнителни разяснения относно режима на разрешаване на поставянето на преместваеми обекти на територията на националните курорти.

Съгласно чл. 13, ал. 3 от Закона за устройство на Черноморското крайбрежие (ЗУЧК) поставянето на преместваеми обекти и съоръжения на територията на националните курорти се разрешава от главния архитект на общината въз основа на схе-



ма, одобрена от министъра на туризма. Разрешаването на поставянето на преместваеми обекти на територията на националните курорти представлява сложен фактически състав, който проявява действието си само при съвкупното проявление на двата юридически факти, които се съдържат в него, а именно одобряване от министъра на туризма на схема на преместваемите обекти и издаване на разрешение от главния архитект на общината за поставяне на преместваемите обекти. В този случай одобряването на схемата от министъра на туризма има характера на междинен обуславящ юридически факт, който дава условието, въз основа на което главният юридически факт (издаването на разрешението за поставяне от главния архитект на общината) ще прояви своето действие. До проявлението на отделните си елементи, фактическият състав е *conditio pendente* (във висящо положение).

В рамките на функционалната си компетентност съгласно ЗУЧК при одобряване на схеми за поставяне на преместваеми обекти съгласно чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК специализираната администрация на МТ извършва проверки относно териториалната приложимост на процедурата (в разглеждания случай дали обектите са предвидени за поставяне в границите на национален курорт) и по същество дали предвижданията в представената за одобрение схема съответстват на установените в подробния устройствен план (ПУП) устройствени показатели. При одобряването на схемите за поставяне на преместваеми обекти по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК министърът на туризма може да се основава единствено на посочените изисквания за законосъобразност. В този смисъл той няма правомощия за преценка по целесъобразност във връзка с визията на преместваемите обекти и съоръжения, а още по-малко да отмени одобрените схеми поради това, че поставените преместваеми обекти са естетически неподходящи.

За пълнота по отношение на нормата на чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК и във връзка с характера на някои от изявленията по повод на казуса, отразени в медиите, ще отбележим, че като елемент от описания сложен фактически състав извършеното одобряване на схема за поставяне на преместваем обект по посочения ред и респективно, отказът за одобряването на такава, не разкриват белезите на индивидуален административен акт по смисъла на АПК. Схемата по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК определя пространственото разположение, вида, типа, размерите и предназначението на преместваемия обект, но няма самостоятелно правно значение и не поражда правни последици, тъй като тя предхожда издаването на разрешение за поставяне на преместваемия обект или на отказа да се издаде такова разрешение, които именно са ин-





дивидуалните административни актове, подлежащи на оспорване. Следователно схемата по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК, респективно, отказът да се одобри такава, представлява междинен акт по смисъла на чл. 21, ал. 5 от АПК, който не подлежи на самостоятелен съдебен контрол и евентуална жалба/протест пред съответния административен съд срещу одобрена от министъра на туризма схема, респективно, срещу отказа за одобряването на такава, биха се явили недопустими на основание чл. 159, т. 1 от АПК. В този смисъл, по отношение на одобрената схема по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК се явява неприложима нормата на чл. 147, ал. 2 във връзка с чл. 16, ал. 1, т. 1 от АПК относно оспорване от прокурора по реда на надзора за законност чрез протест на одобрените от министъра на туризма схеми като индивидуални административни актове. Относно характера на одобряването, респ. отказът за одобряване на схема по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК от министъра на туризма и липсата на белези на индивидуален административен акт, Върховният административен съд (ВАС) е имал повод да се произнесе многократно, като практиката му по въпроса е последователна и непротиворечива.

Следва да се има предвид, че нормата на чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК е специална по отношение на чл. 56, ал. 2 от ЗУТ, поради което специалната норма се прилага с приоритет. Това е потвърдено и от ВАС в постановените съдебни решения по разглежданите казуси.

Във връзка с изразените в медийните публикации съмнения от страна на кмета на Община Варна относно незаконосъобразност на одобрените през 2020 г. схеми от формална страна поради липсата на компетентност на одобрилото част от въпросните схеми лице, ще отбележим, че същите са одобрени през 2020 г. от действащия в съответния момент министър на туризма – от г-жа Николина Ангелкова и при условията на заместване с нарочна заповед, от заместник-министъра на туризма г-жа Ирена Георгиева. За пълнота на казуса ще отбележим, че заместването като правен институт се различава от делегирането на правомощия, доколкото при заместването, предвид на необходимостта от непрекъснато функциониране на административния орган, по силата на изрична писмена заповед на отсъстващия министър се нарежда неговото заместване от подчинен нему заместник-министър, а оправомощеният заместник-министър за определен период на заместването изпълнява правомощията на замествания в пълен обем, като върши това от името на замествания орган. В този смисъл е задължителната практика на Върховния административен съд. На този етап от проверката от страна на Министерството на туризма не са открити нарушения от формална страна във връзка с нали-



чието на компетентност на заместник-министър Ирена Георгиева да одобри през 2020 г. въпросните схеми, тъй като същата е действала в условия на заместване, при упражняване в пълен обем на правомощията на министъра на туризма, включително тези по ЗУЧК и по-специално по чл. 13, ал. 3 от посочения нормативен акт относно одобряването на схеми за поставяне на преместваеми обекти на територията на националните курорти.

Етапните резултати от проверката относно законосъобразността на одобрените схеми по същество във връзка с установяване дали предвижданията в схемите съответстват на установените в подробния устройствен план (ПУП) устройствени показатели показват, че за част от схемите е необходимо да се извършат допълнителни преценки за съответствие по отношение на някои от устройствените показатели съгласно предвижданията на подробния устройствен план, каквито се извършват понастоящем. Същевременно Министерството на туризма ще изиска от Община Варна представянето на допълнителни данни.

Както вече министърът на туризма съобщи, ако в доклада с окончателните резултати от проверката се установят нарушения или нередности във връзка с одобряването на схемите за оставяне на преместваеми обекти в к. к. „Златни пясъци“, ще бъдат предприети съответните действия съобразно закона.

Отново ще подчертаем, че в правомощията на главния архитект на общината, респективно, в правомощията на местната власт, е както да разреши, така и да откаже изпълнението на одобрената от МТ схема (издаването на разрешенията за поставяне е указано като правомощие на главния архитект на общината с разпоредбата по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК). Съгласно чл. 13, ал. 8 от ЗУЧК главният архитект на съответната община разрешава или отказва издаването на разрешението по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК в 30-дневен срок от постъпване на искането.

Същевременно, съгласно чл. 13, ал. 6 от ЗУЧК контролът по законосъобразното разполагане, изграждане и ползване на преместваемите обекти, както и тяхното премахване, в т. ч. за националните курорти, се осъществява от органите на Дирекцията за национален строителен контрол (ДНСК) по реда на чл. 57а от Закона за устройство на територията. Съгласно чл. 57а, ал.1, т. 1 от ЗУТ обектите подлежат на премахване, ако са поставени без одобрена схема, когато такава се изисква, и/или без разрешение, в противоречие със схемата и/или в противоречие с издаденото разрешение. Компетентен орган по





процедурата по премахване е началникът на ДНСК или оправомощено от него длъжностно лице.

Като взимаме под внимание горепосоченото, бихме желали да отбележим, че не съществува съмнението, че на един курорт от национално значение са необходими и търговски обекти, които да предлагат качествени стоки и услуги, необходими за цялостния туристически продукт, при спазването на условията за конкурентност и законосъобразност.

Част от цялостното преживяване и имиджа на дестинация България без съмнение е чистотата и естетическият вид на създаденото от хората на фона на красивата българска природа. Що се отнася до цялостната визия, Министерството на туризма поощрява и подкрепя предприемането на необходимите действия от местната власт, за да изпълнят тази така важна част от своите задължения по издигане на престижа на националния ни курорт „Златни пясъци“.

В заключение:

о Разрешаването на поставянето на преместваеми обекти в националните курорти съгласно чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК се осъществява по сложен фактически състав, при който:

- Министърът на туризма одобрява схемите като проверява териториалната приложимост на процедурата (дали обектите са предвидени за поставяне в границите на национален курорт) и по същество – дали предвижданията в представената за одобрение схема съответстват на установените в подробния устройствен план (ПУП) устройствени показатели. Той няма правомощия за преценка по целесъобразност във връзка с визията на преместваемите обекти и съоръжения, а още по-малко да отмени одобрените схеми поради това, че поставените преместваеми обекти са естетически неподходящи;

- Главният архитект на общината разрешава или отказва издаването на разрешението за поставяне съгласно чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК. Чл. 13, ал. 8 от ЗУЧК предвижда, че главният архитект на съответната община разрешава или отказва издаването на разрешението по чл. 13, ал. 3 от ЗУЧК в 30-дневен срок от постъпване на искането. Последната дума има общината в лицето на главния архитект.

о Схемите са одобрени през 2020 г. от действащия в съответния момент министър на туризма – Никола Ангелкова и при условията на заместване с нарочна заповед – от заместник-министъра към онзи момент Ирена Георгиева. На този етап от проверката от страна на Министерството на туризма се



установи, че не са открити нарушения от формална страна във връзка с наличието на компетентност на заместник-министър Ирена Георгиева да одобри през 2020 г. въпросните схеми, тъй като тя е действала в условия на заместване при упражняване в пълен обем на правомощията на министъра на туризма, включително тези по ЗУЧК и по-специално по чл. 13, ал. 3 от посочения нормативен акт относно одобряването на схеми за поставяне на преместваеми обекти на територията на националните курорти.

о В хода на проверката се установи, че за част от схемите е необходимо да се извършат допълнителни преценки за съответствие по отношение на някои от устройствените показатели съгласно предвижданията на подробния устройствен план. Министерството на туризма ще изиска от Община Варна представянето на допълнителни данни.

о Както вече министърът на туризма съобщи, ако в доклада с окончателните резултати от проверката се установят нарушения или нередности във връзка с одобряването на схемите за оставяне на преместваеми обекти в к.к. „Златни пясъци“, ще бъдат предприети съответните действия съобразно закона.

о Съгласно чл. 13, ал. 6 от ЗУЧК контролът по законсъобразното разполагане, изграждане и ползване на преместваемите обекти, както и тяхното премахване, в т. ч. за националните курорти, се осъществява от органите на Дирекцията за национален строителен контрол (ДНСК) по реда на чл. 57а от Закона за устройство на територията.





Министър Илин Димитров връчи една от наградите на церемонията “Инвеститор на годината”

Церемонията “Инвеститор на годината”, която се проведе в предпоследната вечер на месец март, е организирана от Българската агенция за инвестиции и отличава предприемачи, които се борят с икономическите предизвикателства, като не просто се приспособяват успешно към динамичните времена, в които живеем, но и се развиват успешно.



Министърът на туризма г-р Илин Димитров връчи наградата на победителя в категория „Община в България с най-много инвестиции за 2022“. Тази година тя отиде в една от знаковите за туризма в България общини – призьт бе присъден на община Бургас и получен лично от кмета на града – Димитър Николов.

На тържествената церемония присъстваха министри от служебното правителство, както и президентът на Република България Румен Радев, който връчи и голямата награда в категория “Инвеститор на годината 2022“. Тя беше получена от „Алкомет“ АД, Шумен в лицето на Фикрет Индже – мажоритарен собственик на компанията и почетен председател на Българо-турската търговско-индустриална камара.



Над 50 компании от всички сфери на икономиката бяха номинирани от търговските камари, областните администрации и общини тази година. Основните критерии, по които са отличени победителите, бяха обем на инвестицията, брой на разкрити работни места, както и район, в който се създава новото производство.

Министерството на туризма публикува новия брой на специализирания информационен бюлетин „Култура на фокус“

Министерството на туризма публикува четвърти брой на специализирания си информационен бюлетин „Култура на фокус“, който може да бъде открит на сайта myk.

В него може да откриете актуална и полезна информация за по-интересните и важни събития от културния календар на различните туристически райони в България с акцент върху месец април.

Приятно четене!



**Министерството на туризма
пожелава на всички весело посрещане
на Великденските празници!**





ЕЛИЦА СТОИЛОВА е съосновател и управител на Umni.bg, българската безкодова платформа за създаване и управление на чатботове с разговорен изкуствен интелект за сайт.

Елица съчетава в себе си уникален за туризма опит. Има загърба си 11 години практика като журналист, което ѝ дава умение за комуникация. Едно лятно приключение като аниматор в хотел в Турция през 1995 г. води до кардинална смяна на кариерата – над 20 години в хотелиерството и туризма, с развитие до Директор маркетинг и Генерален директор на хотели, на туроператор и на компания за недвижими имоти, управляваща хотели. Елица работи в хотели в Турция, Тунис, Мароко, 17 години на Марианските острови в Тихия океан, както и у нас. Над 10 години е била консултант по маркетинг на дестинация на Туристическата организация на Марианските о-ви (ТОМО). За дейността и постиженията си има 2 правителствени отличия от ТОМО.

МНЕНИЕТО НА СПЕЦИАЛИСТА

Български AI чатбот печели хотели, градски туристи и състезание на UNWTO

„На първо място е...“ обявява водещата и настъпва напрежната тишина в очакване журито да нарече компанията - победител. Журито се бави, наградата е оспорвана – трябва да се избере победител сред 5-те най-добри стартъпа в състезанието след презентациите на основателите им на живо на сцената в Лас Палмас, Канарски о-ви. На финала са избрани най-добрите от 110 компании – участници от 49 държави. Най-сетне млад мъж – вестоносец на журито, тича към сцената и прошепва на ухото на водещата: Umni.bg!

С 5-минутна презентация на финала на състезанието на Световната туристическа организация към ООН (UNWTO) за островни дестинации, на 16 март 2023 българският стартъп Umni.bg победи в категорията „Иновации и дигитализация за островни дестинации“. Наградата беше връчена от Изабел Мария Оливер Сагрезас от Кабинета на Генералния секретар на СOT/UNWTO. Така българската компания стигна не само до финал, но взе у дома, в България, и престижната награда и признание за това, което прави. На финала Елица Стоилова, управител на Umni.bg, представи проект за Островен AI Консиерж – умен чатбот, който знае всичко за една дестинация.

„Страшно се радвам, че след представянето в Залцбург, Австрия през 2019 г. на пилотния ни проект за градски туристически AI чатбот, който работи за туристите на Пловдив като Европейска Столица на културата 2019, имахме възможност отново да се върнем към него вече на съвсем друго ниво – с работеща платформа и да го представим пред редица ключови местни агенции и глобални организации като UNWTO, MasterCard, Amadeus, TUI Foundation, министерствата на туризма на Кипър, Малта, Испания, Хърватия, Испания и други“, споделя Елица Стоилова. Глобалното състезание беше част от 2-дневната конференция за дигитализация на бизнеса на Канарските острови, DigiON Canarias. Състезанието за стартъпи на UNWTO цели да се привлекат

най-иновативните бизнес модели и интелигентни решения, адаптирани да отговорят на сложните предизвикателства и специфичните нужди на туристическия сектор на островните дестинации, с които се сблъскват след пандемията. До финала стигат 10 компании в 2 категории от България, Гърция, Италия, Испания, Индия, Великобритания, Аржентина и Доминиканската Република.

Разговаряме с Елица Стоилова, която е гост в рубриката ни „Мнението на специалиста“.

Кога и как се роди идеята за умен туристически чатбот за цял град?

Докато работих на о. Сайпан на Марианските острови, написах и издавах справочник на островите 7 години безплатно за туристите и туроператорите с надеждата да реша някои от проблемите, свързани с комуникацията с тях. Когато се запознах по-обстойно с технологията за AI чатботовете, беше много лесно да си представя как един такъв справочник оживява в телефона на всеки турист. Когато Umni.bg направи пилотния проект за градски туристически AI чатбот за туристите на Пловдив – това беше първият умен градски чатбот у нас, екипът ни беше убеден, че градските дигитални асистенти са бъдещето на комуникацията между градовете и техните жители и посетители. Още преди пандемията, 20% от градовете и дестинациите с програми за „умен град“ и „умен туризъм“ вече използваха AI чатбот като елемент от своята стратегия за изпълнение на тези програми.

Какво се случи с проекта за градски туристически AI чатбот?

Умният Пловдив Сити Консиерж, както нарекохме туристическия AI чатбот, работи до края на 2019 и влезе в топ 5 иновативни решения в Годишните награди на Министерството на туризма на България. Пандемията се изпречи на пътя ни в развитието на този проект, като на практика спря туризма и всичко, свързано с него. За сметка на това, като стартъп се фокусирахме върху развитието на своя платформа, която може да поддържа създаването, развитието и тренирането на AI чатбот от екипа на който и да е бизнес – самостоятелно и без технически знания и умения. Днес платформата на Umni.bg се ползва от различни бизнеси – от библиотека, университет, производители, доставчици на услуги, десетки хотели – от 4 и 5-звездни до къщи за гости и апартаменти под наем, международен туроператор, онлайн магазини до НПО-та, та дори от погребална агенция и арт галерия.

Опитът на Елица в туризма – индустрия, силно зависеща от качествена и навременна комуникация между персонала и клиентите, я мотивира след завръщането ѝ в България да се фокусира върху решаване на проблеми на самата индустрия, а впоследствие да помага и на бизнеси от други индустрии да използват AI чатбот там, където досега човекът е изпълнявал задачите на чатбота.

Елица е чест гост на радиото и други медии, лектор на конференции, събития и в учебни заведения на теми, свързани с дигитализацията на бизнеса, използването на разговорен изкуствен интелект и AI чатбот в бизнеса, дигиталната трансформация в туризма. Тя е член на SKAL, Ротари България и други организации.





Как това Ви помогна да спечелите световното състезание на UNWTO за иновации и дигитализация?

Нашата платформа позволява създаването на AI чатбот за маркетинг, продажби, клиентско обслужване, събиране на клиентски данни (като алтернатива за бисквитките), развлечение на потребителите и други нужди на бизнеса. В началото на тази година, Utni.bg добави гласово разпознаване на български и вече има няколко хотела в България с умен гласов AI чатбот. Платформата внедри през март 2023 и ChatGPT, за да ускори и опрости процеса по създаване на AI чатбот от бизнеса. Само миналата година нашите клиенти, в това число и хотелите, са спестили до 7000 работни часа на компания на своя персонал с използването на AI чатбот, като до 45% от това време е било комуникация с потребители нощем. До 40% от резервациите и заявките за услуги също се случват преди клиентите да легнат да спят.

Точно тези възможности на платформата и други функционалности, които правят AI чатбота изключително гъвкав и лесен за използване дигитален инструмент, отличиха Островния AI Консиерж на Utni.bg от другите участници в глобалното състезание. Това е иновативен инструмент за комуникация на ниво дестинация, който създава работни места – подгържан от местен екип на платформата Utni.bg без технически знания и умения, свързва местния бизнес, хора, култура, традиции и дигитална инфраструктура на дестинацията с туристите, спомага за създаването на персонализирани преживявания за туристите и събира данни за клиентското поведение, като по този начин предоставя нови възможности за развитие на местната общност. Туристическият AI Консиерж също така може да бъде финансово самостоятелен и устойчив проект с възможности за продажби, спонсорство и реклама вътре в самия чатбот.

AI чатботът е нова концепция за повечето бизнеси, особено в сферата на туризма, макар че чатботовете съществуват от 1966 г. Какво трябва да знае един бизнес когато прави преценка дали AI чатботът е подходящ за него и клиентите му?

На първо място са лекотата на работа с технологията и нейната достъпност. Ние помагаме на компаниите да превърнат сами своя уебсайт в интелигентен комуникационен център, който обслужва бизнес нуждите им и се учи от всеки разговор с клиента. Нашата платформа позволява на бизнеса да избегне рисковете, с които се асоциира нашумелият ChatGPT, като използва по-малки модели на разговорен изкуствен интелект, специализирани за нуждите на компанията и клиентите, внимателно подбира данните за

обучение и може да ги контролира, както и да одобрява съдържанието на чатбота, преди да го публикува. Платформата е базирана на модули – създаването и управлението на съдържанието и функционалностите на чатбота е лесно като игра с Лего.

Колкото повече клиентите питат, толкова по-интелигентен става AI моделът, толкова повече статистически данни се събират и толкова повече бизнесът знае за поведението на своите клиенти, за да взима интелигентни решения. Например, ние разработихме и предлагаме на хотелите предварително обучен AI модел, който разпознава над 11 000 често срещани въпроса на клиенти на 800 хотелски теми, като по този начин отговаря на над 95% от въпросите на клиентите, включително и на глас на български и английски език. Това означава, че хотелският чатбот може да разпознае стотици въпроси на клиентите и да им отговори още от Ден 1 на сайта, като същевременно хотелът сам персонализира своя чатбот за специфичните нужди на бизнеса. По този начин AI чатботът може да съдържа и предлага незабавно и 24/7 повече информация за бизнеса, неговите услуги и продукти, отколкото всеки уебсайт, мобилно приложение или печатен материал може да направи, без да повлияе негативно на преживяването на клиентите в процеса на работа с него. Без изтегляне и инсталиране, без обучение как да се използва, с мигновена реакция и с приятелски тон на комуникация са другите акценти, поради които клиентите търсят комуникацията с AI чатбот. На нашата платформа средно 75% от потребителите ползват чатботовете 2 и повече пъти, като в някои компании лоялността към този канал за комуникация стига до 94%! От екипа на бизнеса зависи колко умен и полезен ще бъде техният чатбот.

Споменахме в разговора ползите за дестинация и за хотели от внедряването на AI чатбот. Могат ли други туристически бизнеси да го използват и как ще им помогне?

Използването на чатботове в туризма не се ограничава само до градски решения и хотели. Софтуерното решение може да се използва в СПА центрове, ресторанти, туристически агенции и други доставчици на туристически услуги, паркове, развлекателни центрове, музеи, туристически информационни центрове и други места и услуги. Всички те имат сходни предизвикателства, за решаването на които един AI чатбот може да помогне.

От една страна, недостигът на персонал, неизбежният ръст на заплатите и други разходи и неудовлетвореността на служителите водят до намалено удовлетворение на гостите. Проучване на Skift и Oracle





В сферата на хотелиерството показва, че 64,7% от анкетираните ръководители обмислят включването на нови технологии за ефективност на персонала като част от тяхната стратегия за привличане и задържане на персонал през периода 2023-2025 г. Като автоматизира рутинната комуникация с клиентите и удължава работното време на екипа, AI чатботът позволява на бизнеса не само да спести време и средства и да увеличи продажбите, но и да насочи персонала към по-важни и по-интересни за тяхното професионално развитие задачи, като даде на служителите повече време за обслужване на онези клиенти, които се нуждаят от лично отношение и асистенция.

От друга страна, пандемията промени поведението на самите туристи – станаха още по-дигитални и по-възискателни. Така например, според различни изследвания от миналата година, 73% от туристите са с нагласата, че е по-вероятно да отседнат в хотел, който предлага технология за самообслужване, за да се сведе до минимум контактът с персонала и другите гости. 77% от пътуващите се интересуват от използването на автоматизирани съобщения или чатботове за заявки за обслужване на клиенти в хотели. 38% искат модел на пълно самообслужване, като персоналят е на разположение само при поискване. Ето защо 96% от хотелите в развитите държави вече инвестират в безконтактни технологии, като 62% отбелязват, че „напълно безконтактното изживяване“ вероятно ще бъде най-разпространената технология в индустрията през следващите три години. Един от елементите на този тип обслужване е AI чатботът и затова в момента се наблюдава значителен ръст на внедряването на чатбот на сайтовете на туристически бизнеси. Тези статистики и процеси са валидни за всички бизнеси в туризма. Пътуващите очакват технологията да им помогне да избягват опашки и тълпи и да се спазва социална дистанция, но още повече – да получават отговори на всички свои въпроси, когато им трябва, да им е лесно и удобно и да е максимално персонализирано – задачи, с които с лекота се справят AI чатботовете.

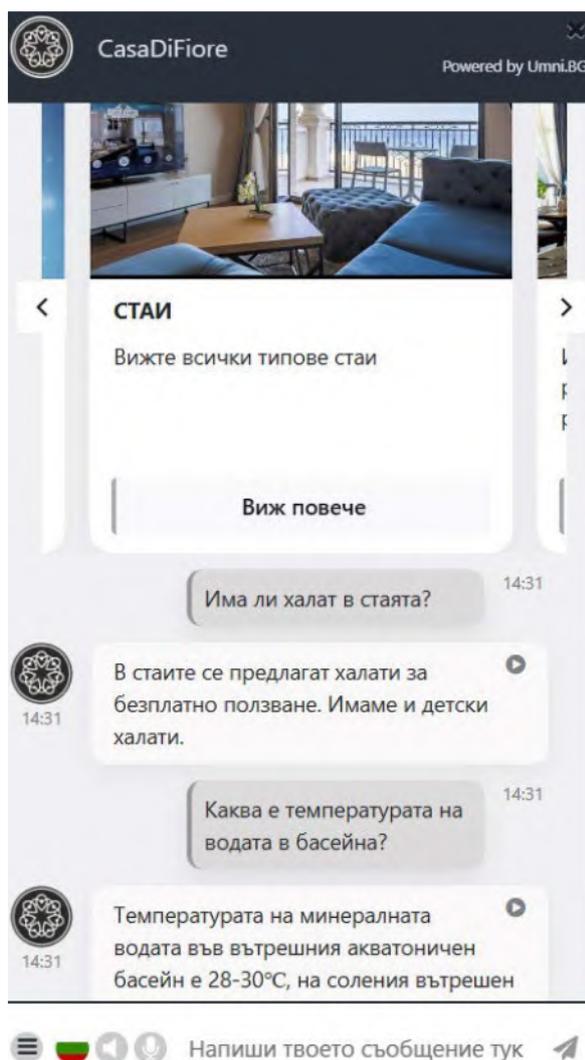
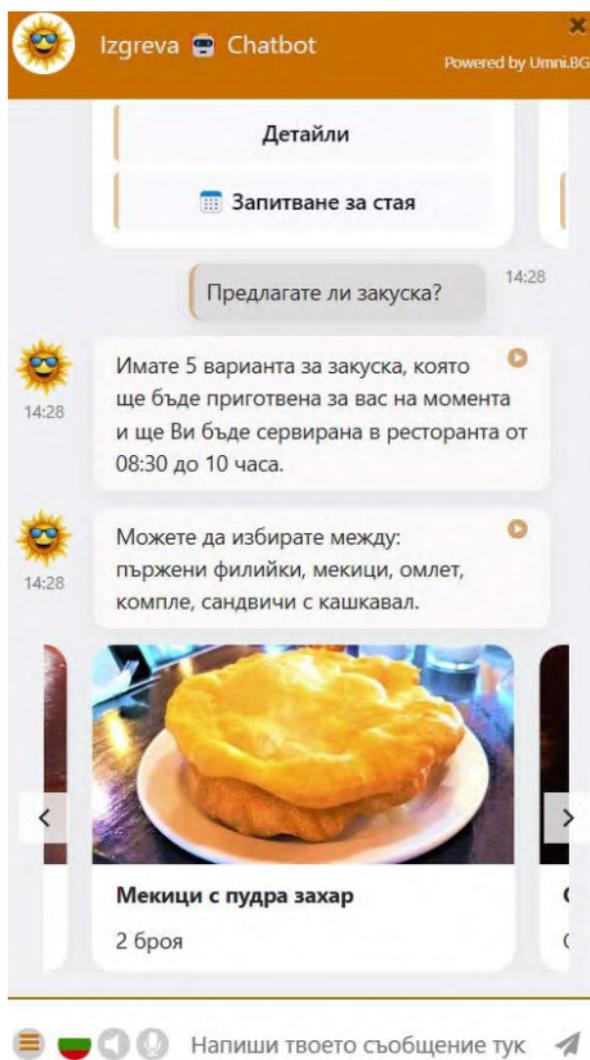
Лесният достъп до актуална информация за бизнеса онлайн и на едно място, предоставена по персонализиран начин и в привичен чат формат, и преживяванията, които навременната и адекватна информация позволява да се случат, ще помогне на туристите да оптимизират престоя си, също така ще подчертае различните услуги и ще ги представи в подходящ момент, което означава повече продажби. Като подобрява преживяването на туристите, AI чатботът води до повече лоялност, препоръки, повторен бизнес, увеличаване на разходите на турист в обекта и дестинацията, както преди пристигането, така и по време на престой, като същевременно

подкрепя екипа на бизнеса, удължава работното време на компанията за заявки, продажби и обслужване на клиенти до 24/7 (което помага при липса на служители в контекста на недостига на кадри и бюджет).

Споменахте, че от екипа на бизнеса зависи колко умен и полезен ще бъде техният чатбот. Все пак, кое е по-важно: технологията или човекът зад нея?

Поради разнообразието от функционалности, задачи и услуги, които чатботът с изкуствен интелект може да изпълнява и автоматизира, днес въпросът не е към технологията – може ли да направи нещо или не. Изкуственият интелект навлиза стремглаво в ежедневието на всяка компания по един или друг начин, но той си остава инструмент за работа. От екипа на бизнеса зависи да реши и да планира дългосрочно и добре какво AI чатботът ще прави, какви задачи или процеси трябва да оптимизира и как ще бъде внедрен в ежедневните операции и в дигиталната екосистема на компанията, за да има максимални ползи от него както за бизнеса и клиентите, така и за служителите.

Снимки: INFECAR, от Umni.bg

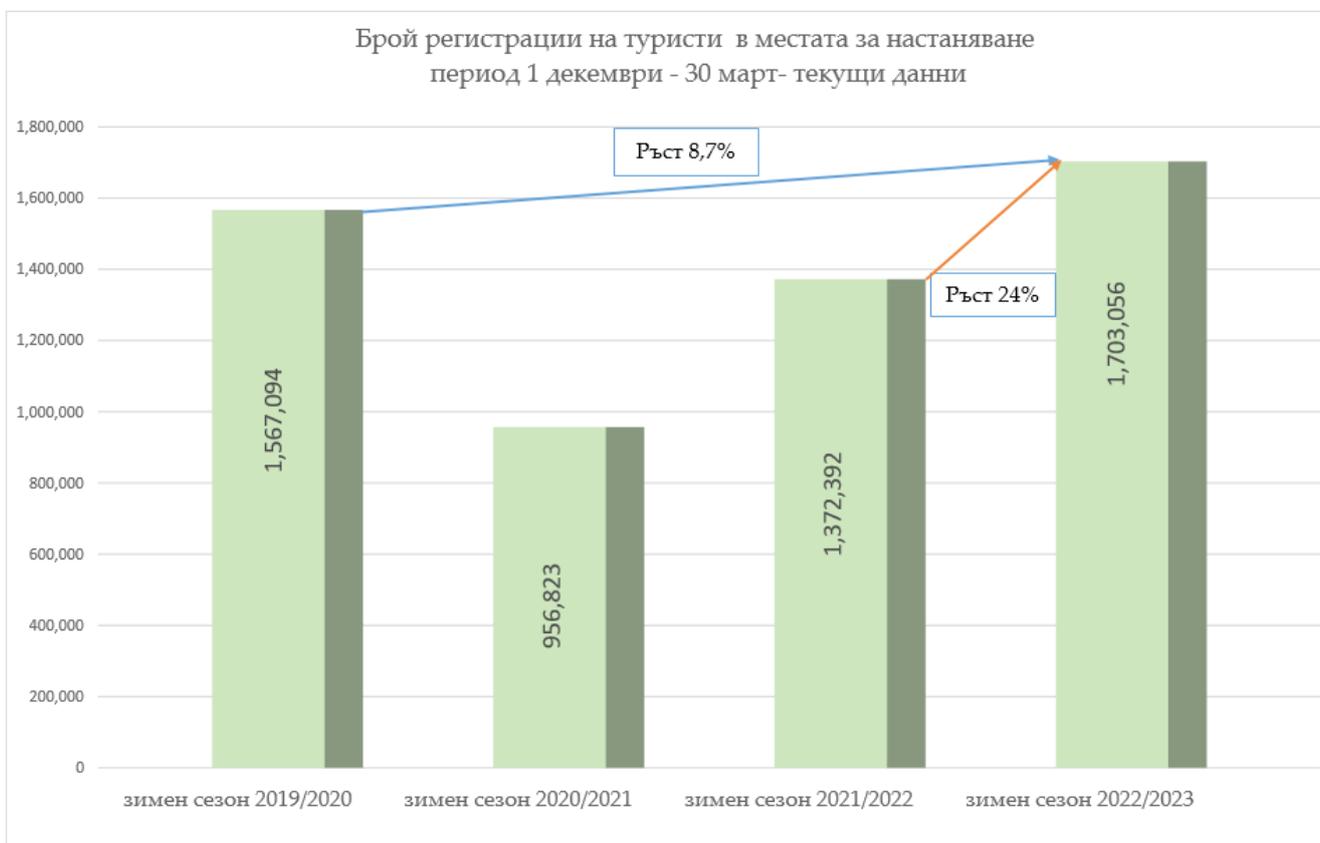


СТАТИСТИКА

Данни за зимен сезон за периода 01.12.2022 г. – 30.03.2023 г.

Регистрации на туристи

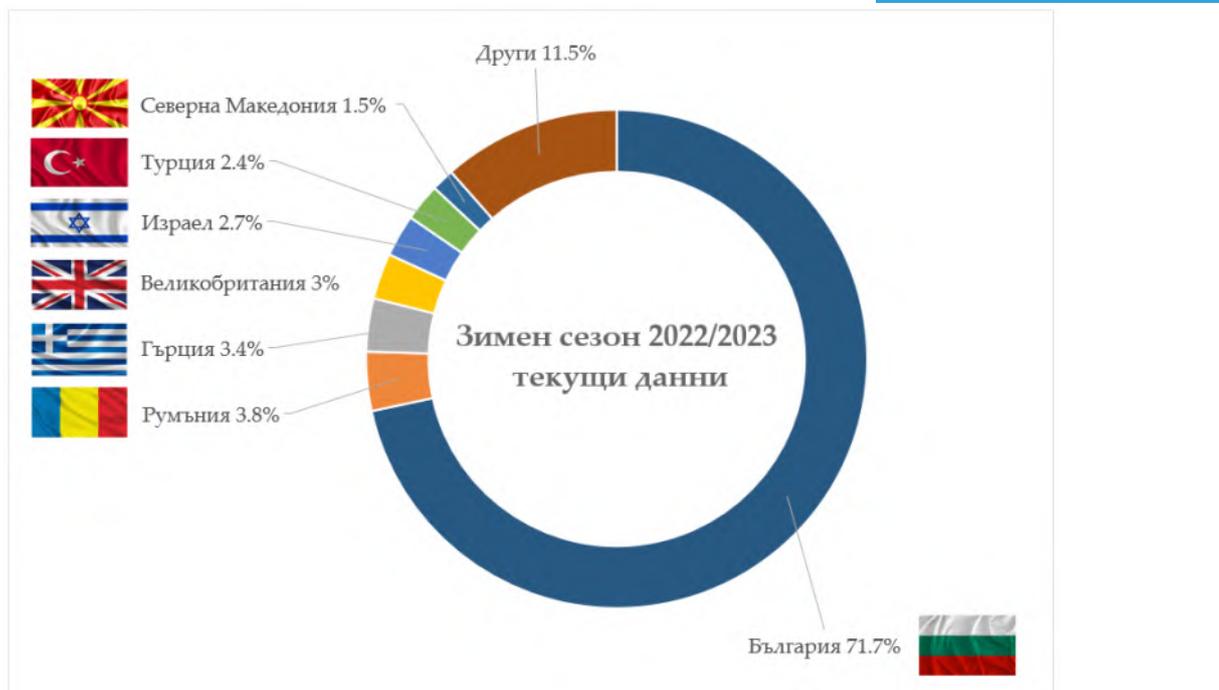
Регистрациите на туристи в местата за настаняване са над 1,7 млн. за зимен сезон 2022/2023 г. по текущи данни от ЕСТИ*. Ръстът спрямо миналия зимен сезон е 24% по текущи данни, като настоящият зимен сезон 2022/2023 г. е най-силният в рамките на последните 4 зимни сезона. Отбелязва се ръст спрямо същия период 2019/2020 от 8,7%.



*Използвани са текущи данни от ЕСТИ. Предвид, че зимен сезон 2022/2023 г. не е завършил и хотелиерите продължават да изпращат данни, окончателните резултати неизбежно ще се отличават от текущите резултати. Изключени са регистрациите на украински граждани, пристигнали след 23.02.2022 г.

Данни по пазари

Съгласно текущите данни за зимен сезон 2022/2023 най-много са регистрациите на български туристи – над 1,2 млн.; на румънски туристи – над 65 хил.; на гръцки туристи – над 58 хил.; на британски туристи – над 50 хил.; на израелски туристи – над 46 хил.; на турски туристи – над 41 хил.; на туристи от Северна Македония – над 25 хил.



Приходи от входящ туризъм

- Резултатите от гледна точка на приходи от чуждестранни туристи за декември 2022 и януари 2023 г. са почти идентични на предпандемичните декември 2019 г. и януари 2020 г.
- За периода декември 2022 – януари 2023 приходите от входящ туризъм са 642,5 млн. лв., като ръстът спрямо същия период на миналия зимен сезон е 38,6%.

	Приходи от входящ туризъм **
декември 2019 – януари 2020	632,8 млн. лв.
декември 2020 – януари 2021	242 млн. лв.
декември 2021 – януари 2022	463,6 млн. лв.
декември 2022 – януари 2023	642,5 млн. лв. и ръст 38,6% спрямо същия период на миналия сезон 2021/2022

** В приходите от входящ туризъм се включват както приходи от пренощували чуждестранни туристи, така и приходи от еднократни чуждестранни туристи. Данните за украински граждани, пристигнали след 23.02.2022 г., не са включени при изчисленията на приходите от входящ туризъм. Данните за месец февруари 2023 г. ще бъдат публикувани на 20.04.2023 г.

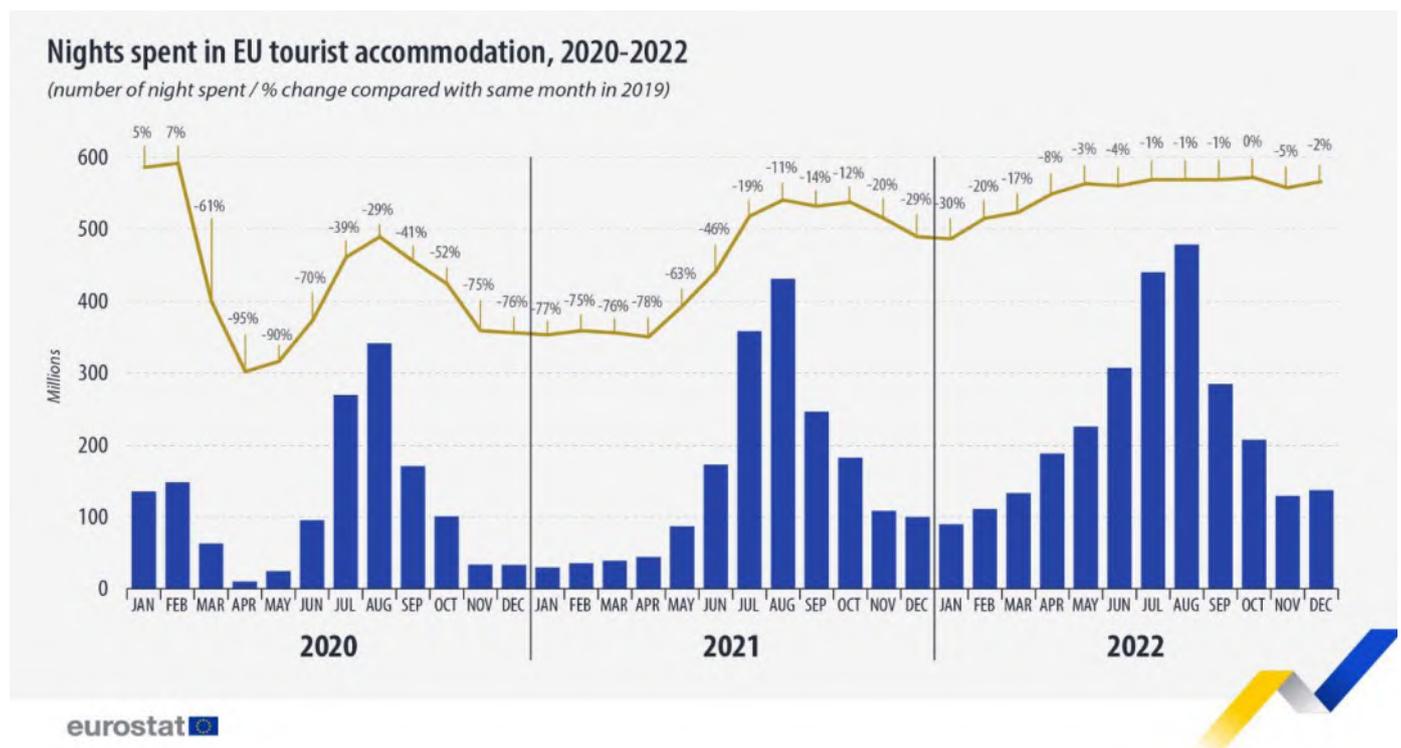
Реализираните нощувки в ЕС се възстановяват до 95% от нивото на 2019 г.

Обобщени данни

Туризмът продължава възстановяването си от пандемията, като общият брой нощувки в местата за настаняване в Европейския съюз достигна 2,73 млрд. през 2022 г. В сравнение с 2021 г. (1,83 млрд. нощувки), броят на нощувките се е увеличил с 49% през 2022 г. Равнището на възстановяване на нощувките, обобщено за местата за настаняване в ЕС, е 95%, в случай, че 2019 г. се приеме за 100% (2,88 млрд. нощувки).

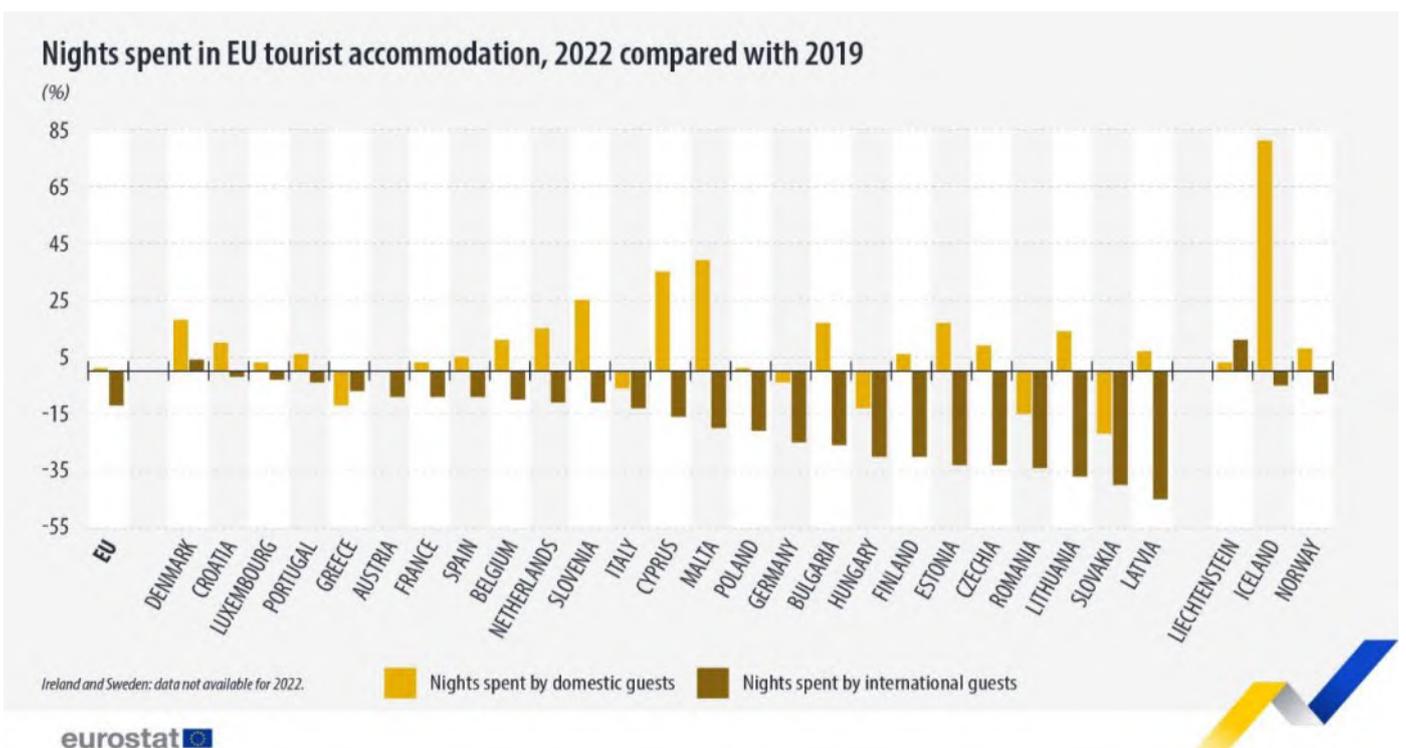
През всички месеци от 2022 г. се наблюдаваше ръст на нощувките спрямо същите месеци от 2021 г., като през четвъртото тримесечие на 2022 г. реализираните нощувки в местата за настаняване в ЕС са 472 милиона.

Данни от Евростат, изтеглени на 15.03.2023 г.



Източник Евростат: Стълбовидната графика показва: нощувки в места за настаняване в ЕС по месеци за периода 2020 – 2022 г., а линейната графика показва % промяна в сравнение със същия месец на 2019 г.

В началото на 2022 г. възстановяването на туризма протича по-бавно, но от месец май значително се ускорява. През юли, август, септември 2022 г. реализираните нощувки са само с 1% по-малко спрямо същите месеци на 2019 г.



Източник Евростат: Стълбовидна графика: Нощувки, реализирани в места за настаняване в ЕС, 2022 г. в сравнение с 2019 г., в проценти (%)

Данните за 2022 г. показват, че нощувките, реализирани при вътрешен туризъм, надхвърлят нивата от 2019 г. (1,53 млрд. нощувки през 2022 г., в сравнение с 1,51 млрд. нощувки през 2019 г. или ръст от 1%). Нощувките, свързани с входящ туризъм, също се възстановяват, но все още не са достигнали равнището от 2019 г. (1,2 милиарда през 2022 г. в сравнение с 1,36 милиарда през 2019 г.; -12%).

Сред страните от ЕС най-бавно протича възстановяването по отношение на нощувките, реализирани от чуждестранни туристи в Латвия (-45% през 2022 г. в сравнение с 2019 г.), следвана от Словакия (-40%) и Литва (-37%). Дания е единствената членка на ЕС, която отбелязва увеличение на нощувките, реализирани от чуждестранни туристи през 2022 г. спрямо 2019 г. (+4%), а близо до пълно възстановяване са Хърватия (-2%) и Люксембург (-3%).

От друга страна, Малта регистрира най-голямо увеличение на нощувките от вътрешен туризъм (+39% през 2022 г. в сравнение с 2019 г.), следвана от Кипър (+35%) и Словения (+25%), а в някои държави нощувките при вътрешен туризъм през 2022 г. остават под равнището от 2019 г., напр., Румъния (-15%), Унгария (-13%).

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Предстоящи участия на Министерство на туризма в международни туристически изложения

Министерство на туризма ще участва в тазгодишното издание на ЕМИТТ в периода от 12.04 – 15.04.2023 година

Участието на Министерство на туризма в тазгодишното издание на ЕМИТТ цели представяне на България като сигурна и спокойна дестинация с дългогодишни традиции на качество и гостоприемство на разумна цена, съчетаваща красива и разнообразна природа, културно наследство и вкусна храна. Изложението ще се проведе в Истанбул, Турция в периода 12.04 – 15.04.2023 година.

Международното туристическо изложение ЕМИТТ традиционно привлича около 45 000 професионалисти в индустрията и туристи, търсещи нови и вълнуващи възможности за пътуване. Събитието е едно от най-добрите туристически изложения в света, което се провежда ежегодно и отваря врати както за професионалисти, така и за посетители. В 25-то издание на международното туристическо изложение през 2022 г. взеха участие над 461 изложители от 110 държави, 200 туроператори и над 33 595 посетители.

Министерство на туризма редовно участва в изложението, което традиционно е част от Програмата за национална туристическа реклама на институцията всяка година, тъй като Турция е съседен, целеви и перспективен за страната ни пазар. Според проведено проучване за възприятието на дестинация България на целеви и перспективни пазари, туристите от пазар Турция избират страната ни предимно за зимен, събитийен (концерти) и културен туризъм. Други търсени продукти с потенциал за развитие на пазар Турция са еко, здравен и СПА туризъм, както и посещение на обекти, включени в списъка на ЮНЕСКО.

През тази година се наблюдава изключително засилен интерес от страна на българския туристически бранш и, ако през 2022 година участие взеха 5 възложителя, то тази година те са вече 11 на брой, а именно: Община Банско, ОП „Туризъм“, Община Варна, Община Стара Загора, туроператори и хотели находящи се на територията на България. Площта на българския щанд е 108 кв. м., разположен е на топ локация в изложбената зала.



Министерството на туризма предвижда националното представяне на България с щанд на международното туристическо изложение Arabian Travel Market – ATM 2023, в Дубай, ОАЕ в периода от 01.05 – 04.05.2023 година

На основание Програмата за национална туристическа реклама през 2023 година Министерството на туризма предвижда националното представяне на България с щанд на международното туристическо изложение Arabian Travel Market – ATM 2023 в Дубай, ОАЕ. Изложението ще се провеже в периода 01.05 – 04.05.2023 година, като участието на страната ни е с национален щанд на площ от 60 кв. м.

ATM е най-значимото събитие в сферата на туризма в региона на Близкия Изток и Северна Африка. Ежегодно изложението събира над 40 000 професионалисти от туристическата индустрия от света в Dubai International Convention and Exhibition Centre (DICEC).

През 2022 г. участие взеха 1500 изложители, представители от 158 дестинации и 20 000 посетители. Фокусът беше върху бъдещи световни туристически инвестиции и финансови стратегии. През 2022 г. посетителите са били с над 85% повече от миналата година.

Основното търсене на пазар ОАЕ е към city breaks, шопинг и комбиниран туристически продукт, съчетаващ културно-исторически туризъм със СПА и еко туризъм. През последните години се забелязва и интерес към зимния туризъм в България.

През 2023 г. наред с Министерство на туризма, на българския национален щанд участие ще вземат и регица туристически агенции.

Azerbaijan International Travel and Tourism Fair /AITF/ Баку, Азербайджан в периода 04.04 – 06.04.2023 г.

Традиционно Министерството на туризма участва на международното туристическо изложение Azerbaijan International Travel and Tourism Fair /AITF/ в Баку, Азербайджан, което тази година се провеже в периода 04.04 – 06.04.2023 година.

AITF е най-голямото международно туристическо изложение, което се организира в Азербайджан. Получило статут на водещо международно изложение в Кавказкия регион, то отразява общата картина на съвременния туристически пазар в региона, като създава пълна платформа за азербайджански-



те и чуждестранни експерти, които представят последните тенденции в областта на пътешествията, деловия туризъм, балнео и СПА и приключенски туризъм. Изложението се организира и провежда с официалната подкрепа на Министерството на културата и туризма на Република Азербайджан, на Световната организация по туризъм, на Националната конференция на предприемачите на Азербайджан и на Международната организация на туристическите изложения.

Поради протиепидемичните мерки в Азербайджан изложението не се провежда през 2020 г., 2021 г. и 2022 година. През настоящата 2023 г. България е страна партньор на международното туристическо изложение Azerbaijan International Travel and Tourism Fair /AITF/ в Баку, Азербайджан, като статутът на страна партньор на изложението включва национален щанд от 63 кв. м, а така също и редица рекламни активности.

AITF е отворено за професионалисти и масова публика като основното търсене на пазар Азербайджан е към възможностите за здравен туризъм, СПА услуги и градски/city/ турове в страната ни.



МЕЖДУНАРОДНИ НОВИНИ В ТУРИЗМА

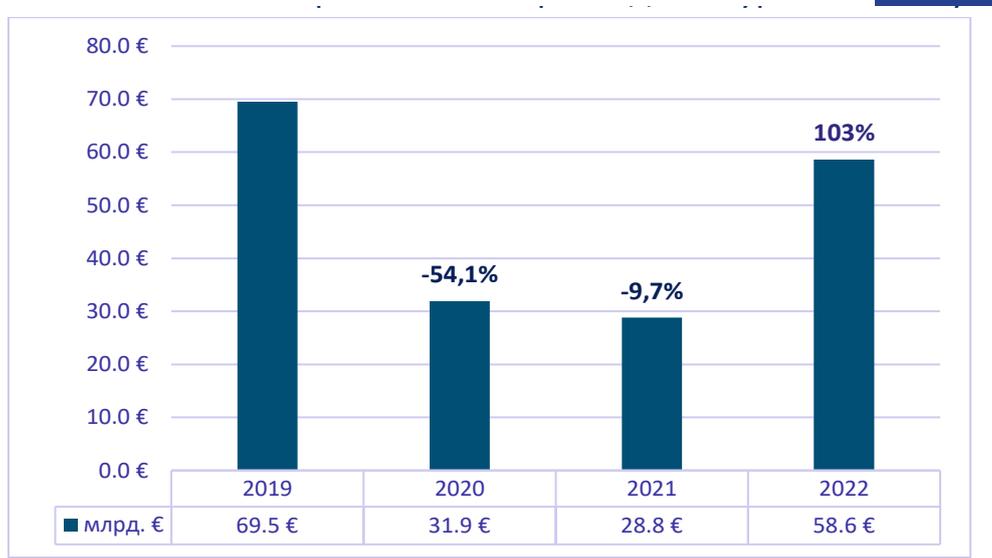
Анализ на DRV: Германски туристически пазар 2022

В средата на месец март Асоциацията на германските туроператори DRV публикува своя годишен подробен анализ за състоянието на германския туристически пазар през 2022 г. В следващия материал обобщаваме данните за изходящия туристически поток от Германия.

В годините до пандемията от коронавирус туризмът в Германия нараства с относително постоянни темпове, като разходите за туристически пътувания през 2019 г. достигат рекордните 69,5 млрд. евро. До този момент туристическият отрасъл се развива във възходяща посока с дългосрочна перспектива. Пандемията през 2020 г. прекъсва тази тенденция и разходите за туристически пътувания спадат драстично. Благодарение на политическата подкрепа и въведените от федералното правителство облекчения в сектора, бяха запазени близо трите милиона работни места, заети в туристическия сектор.

2022 година доказва, че желанието на германците да пътуват се завръща – разходите за туристически пътувания са се удвоили спрямо предходната 2021 година до 58,6 милиарда евро. (Виж фиг. 1) Това е изключително положително развитие, въпреки войната в Украйна и високата инфлация.

Успоредно с възстановяването на пътуванията на германците в чужбина се очаква и дестинациите, опериращи на международните туристически пазари, да възстановят своите обеми на пристигания и разходи за туристически услуги.



Фигура 1. Разходи за туристически услуги в Германия

Източник: Институт за пазарни проучвания GfK

Икономически параметри на туристическата индустрия в Германия – 2022 г.

- 61,5 млн. туристически пътувания с продължителност над 5 дни (55,1 млн. през 2021 г.);
- над 50% от пътуванията в Германия се резервират чрез туроператори и туристически агенции;
- 52,9 млн. туристи с продължителност над 5 дни (47,8 млн. през 2021 г.);
- 74,9% от населението пътува с цел туризъм;
- 2,9 млн. заети в туристическата индустрия в Германия (7% от всички работни места);
- 450,8 млн. реализирани нощувки в Германия през 2022 г. (+45,3%);
- 27% от всички пътувания на германците се реализират в собствената им страна.

Пазарен дял на германския туристически пазар

Разпределението на разходите за туристически услуги през 2022 г. в Германия е както следва (виж фиг. 2):

(1) онлайн + офлайн продавачи (авиокомпаниии, влакове и автомобили под наем, хотели, автобусни компании, организатори на събития и др.) – 26,4 млрд. €

(2) ТО/ТА (резервации на пакетни пътувания) – 25,9 млрд. €

(3) продуктови портали – уебсайтове, които предлагат само един вид продукт (напр. хотели, полети, портали за автомобили под наем) – 6,3 млрд. €

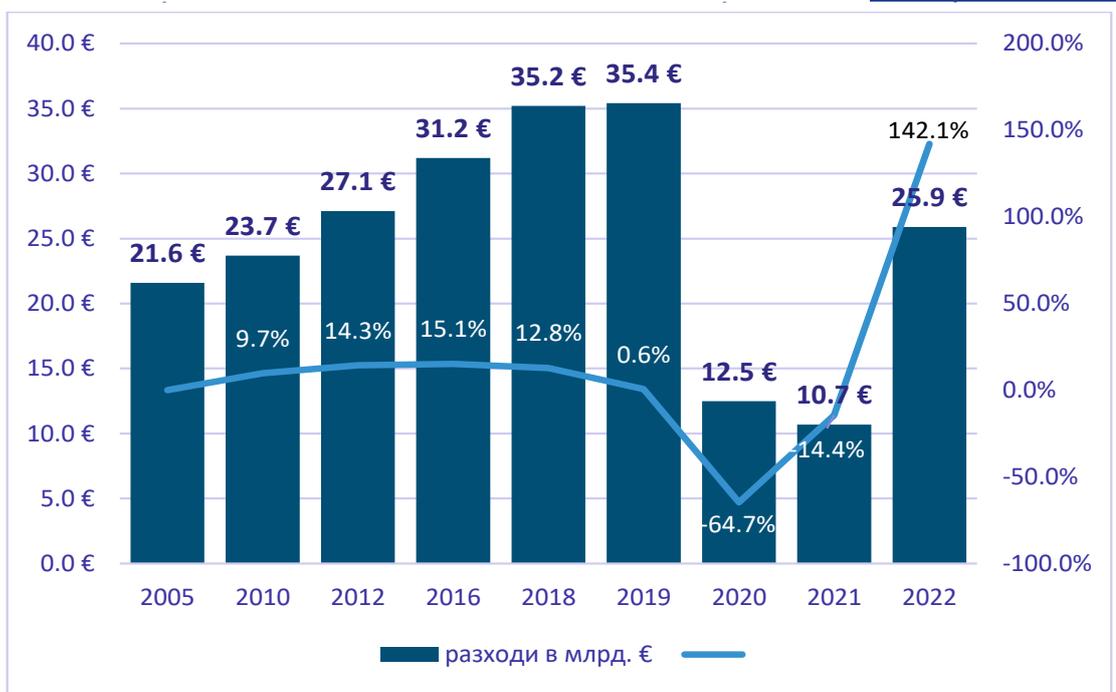


Фигура 2. Пазарен дял на продавачите на туристически услуги в Германия (според оборота)

Източник: Институт за пазарни проучвания GfK (Mobilitätsmonitor)

Оборот на туроператорите и туристическите агенции

Според представените данни в изследването, през 2022 г. се наблюдава значително увеличение на реализирания оборот на германските туроператори през 2022 г. (+142% спрямо 2021 г.), но въпреки положителния тренд, нивото от 2019 г. не е достигнато. Обобщените във фиг. 3 данни представят информация за продажбите на пътувания, които включват минимум една нощувка.



Фигура 3. Оборот на ТО/ТА в Германия

Източник: Институт за пазарни проучвания GfK

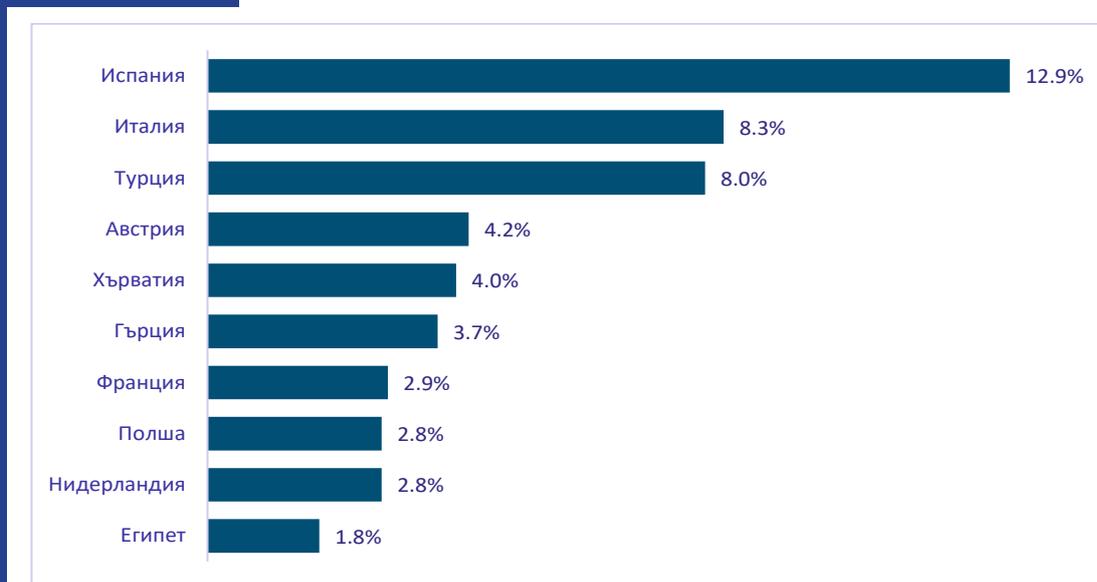
Според обобщените данни в Reiseanalyse на Института за анализи и оценки FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.) през 2022 г. германците реализират над 67,1 млн. туристически пътувания с престой над 5 дни. От тях 72,9% са в чужбина, а 27,7% в Германия. Разпределението на туристопотока по региони е представен във фиг. 4, като България е включена в страните от Източна Европа заедно с Унгария, Чехия, Полша и др.

Сред водещите ТОП10 дестинации за туризъм на германците през 2022 г. са Испания, Италия, Турция, Хърватия и гр. (Виж фиг. 5)



Фигура 4. Разпределение на туристопотока от Германия по региони

Източник: RA ReiseAnalyse 2022, FUR e.V.



Фигура 5. ТОП 10 дестинации на германците през 2022 г.

Източник: RA ReiseAnalyse 2022, FUR e.V.

Характерна особеност за туристическия пазар на Германия е, че той притежава едно от най-големите отрицателни салда в световен мащаб според приходно-разходния туристически баланс (виж таблица 1). Обемът на разходите, които германците правят за туристически услуги, спрямо този на приходите от туристическа дейност са в съотношение от 2 до 2,5 към 1 според различните години.

Според изчисленията, разходите за туристически услуги през 2022 г. доближават данните от 2019 г., което се дължи и на повишените цени вследствие на инфлацията.

Таблица 1

Баланс на приходите и разходите за туристически услуги в Германия

(в млрд. евро)

година	приходи	разходи	баланс
2010	23,5	58,9	-35,4
2016	33,8	72,1	-38,3
2017	35,3	78,8	-43,5
2018	36,4	80,9	-44,5
2019	36,5	82,7	-46,2
2020	19,3	34	-14,7
2021	15,8	31,1	-15,3
2022	31,7	79,8	-48,1

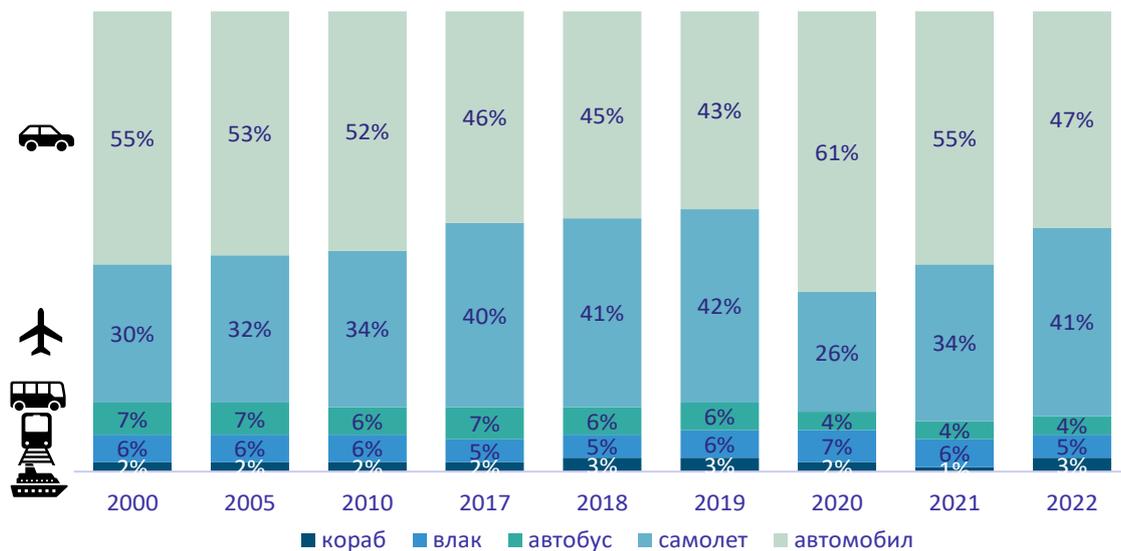
Средният престой на германските туристи нараства

Въпреки устойчивата през последните десетилетия тенденция към намаляване на средния престой на туристите от целия свят, то през последните две години се наблюдава обратен процес на германския пазар. Според изнесените данни на RA Reiseanalyse 2022 средният престой е 13 дни, което отбелязва увеличение от 0,8 дни спрямо предходната 2021 г. и се връща до нивата от 2019 и 2018 г. Несъмнено това е ясен знак за възстановяването на туристическите пътувания и повишеното желание и нагласа към туристически услуги. (Виж фиг. 6)



Фигура 6. Среден престой на германските туристи

Източник: FUR e.V.



Фигура 7. Предпочитано транспортно средство
Източник: FUR e.V.

Според представените данни във фиг. 7 може да бъде направено заключението, че използването на самолетния транспорт като предпочитано транспортно средство за туристически пътувания се възстановява. Това обстоятелство има пряко влияние върху темпа на възстановяване на германския туристически пазар в България, който в голяма степен зависи от въздушния транспорт.

ITB Берлин: Министър Димитров пред полската „Ваша туристика“

По време на изложението в ITB в Берлин българският министър на туризма даде обширно интервю за полското специализирано издание и онлайн медия „Ваша туристика“. Предлагаме ви в следващите страници интервюто на министър Димитров пред полската журналистка Маржена Марковска. В заглавието като основен акцент са изведени думите на министъра: „През 2023 г. ще счупим рекорда от 2019 г., но не искаме рязко увеличение“. Какво се крие зад тези думи – вижте сами.

„2022 г. в българския туризъм приключи с много по-добър резултат от очакваното, но все пак броят на туристите е по-нисък от 2019 г. Вътрешният туризъм все още е по-силен от входящия, но се очаква да се възстанови през 2023 г. За плановете за българския туризъм разговаряме с г-р Илин Димитров, министър на туризма на Република България.

Маржена Марковска: Доволна ли е българската туристическа индустрия от отминаващата зима?

Илин Димитров: Данните показват, че зимният сезон е успешен за България, като броят на туристите се



е увеличил с 5% в сравнение с 2019 г. Това означава, че туризмът се възроди и вече не говорим за неговото възстановяване след пандемията, а за по-нататъшно развитие. Гледайки напред, бихме искали да се съсредоточим основно върху качеството на продукта и да базираме нашата маркетингова стратегия върху него. Разбира се, що се отнася до качеството, световен проблем в туризма е недостигът на кадри. Един от нашите приоритети е да покажем на клиенти и партньори, че се справяме с този проблем.

ММ: Как изглеждаше цялата 2022 година?

ИД: 2022 година започна добре за нас, за съжаление се промени, когато избухна войната в Украйна. Бойните действия се водят далеч от България, но някои туристи първоначално се страхуваха да дойдат у нас. Наблюдаваме спад в броя на посещенията на чуждестранни туристи, поради което започнахме доста агресивна промоционална кампания. Поканихме много журналисти и инфлуенсъри, за да покажем на публиката, че в България е безопасно. Благодарение на това завършихме годината с добър резултат – само 8 процента по-ниско ниво от 2019 г. Това е много по-добре, отколкото очаквахме, защото предпологахме на годишна база спад на туристите с 25 процента в сравнение с времето преди пандемията.

През 2023 г. искаме да надминем резултатите от 2019 г. и смятам, че е по силите ни да изпреварим този брой туристи с 5-10 процента. Все пак, не искам увеличението да е твърде бързо и да надхвърли нивото от 20%, защото искаме да следим качеството.

ММ: А каква беше ситуацията в България през 2022 г. само по отношение на входящия туризъм?

ИД: Резултатите са малко по-слаби от тези на целия пазар без разделяне на сегменти – чуждестранните туристи са по-малко с 20% от тези през 2019 г. Това отчасти се дължи на факта, че напоследък в нашата дейност се фокусирахме силно върху вътрешния туризъм, както и върху промоцията в съседните страни. Използвахме много канали, за да го достигнем, включително телевизия, и това доведе до факта, че достигнахме до почти половин милион души повече, отколкото през 2019 г. Тази стратегия проработи и сега имаме много силен вътрешен туристически поток. Българите започват да преоткриват страната си и да я обикалят. Сега, с този силен опит, можем да се съсредоточим върху външните пазари.

ММ: Да се върнем за момент на ситуацията от пролетта на 2022 г., когато много български хотелиери приеха бежанци от Украйна. Това повлия ли на наличността на места за туристи през лятото?

ИД: Това не беше единственият проблем, пред който индустрията се изправи тази година. Война, бежанци, икономическа ситуация, инфлация. В момента хотели-





ерите са на етап подписване на договори за следващата година и им е много трудно да предложат ценоразписи поради неяснота по отношение на цените на хранителните продукти и др. Всички се надяват инфлацията най-накрая да спре да бушува.

Що се отнася до бежанците, струва ми се, че Полша има относително повече от тях. Това беше проблем в нашите хотели в началото на войната. Не искахме да създаваме бежански лагери, затова започнахме да ги настаняваме в хотели. В момента по този начин са настанени около 7000 души, така че не е значителен брой или проблем за хотелиерите. Освен това, някои бежанци намериха работа в индустрията, което помогна на предприемачите да решат част от проблемите с персонала.

ММ: Как оценявате Полша като изходен пазар за българския туризъм?

ИД: От 2021 г. полагаме много усилия за популяризиране в Полша. Открихме представителство в нашето посолство във Варшава и сме доволни от това как се справя. Подписахме меморандум за сътрудничество с Полша, а полският министър на туризма Анджей Гут-Мостови се срещна два пъти с министъра на туризма на България и също посети страната ни. Организирахме и роудшоу в четири полски града, 15 компании от България проведоха общо около по 120 срещи всяка. Инвестирахме много в телевизионни кампании и посещения на журналисти – два пъти миналата година. В момента имаме въздушни връзки от 12 полски града до България, което е повече от предишни години. Що се отнася до броя на туристите от тази страна, не мисля, че ще надминем резултатите от 2019 г., но ще го постигнем през 2023 г.

ММ: България все още ли ще бъде предимно ваканционна дестинация за поляците или искате да популяризирате други видове продукти?

ИД: Бихме искали да насочим вниманието на поляците към възможностите за ски в България. Лице на кампанията ни ще бъде Алберт Попов, нашият състезател, който в момента е успешен в слалом. Разбира се, ние сме наясно с факта, че 80% от туристите ни посещават заради слънцето и морето. Но също така възнамеряваме да популяризираме други продукти, като например ски курорти.

ММ: В момента България е една от най-евтините ваканционни дестинации за поляците, щастлив ли сте или по-скоро притеснен?

ИД: Базата ни за настаняване е разнообразна, имаме както по-евтини, така и петзвездни хотели. Ако клиентът планира да похарчи повече за качествен продукт, той има от какво да избира в България. Но и бюджетен клиент, който търси по-евтино настаняване, няма да се оплаче. Един от основните ни приоритети обаче е екологията, така че, разбира се, предпочитаме

да привличаме туристи, които харчат повече в по-висок клас обекти. Количеството вода и енергия, които използват, ще бъде приблизително същото, но нивото на разходите ще бъде различно и ще ни позволи да реинвестираме повече в опазването на природата.

Сега на нас се гледа като на бюджетна дестинация. Но трябва да започнете отнякъде и ние ще работим, за да променим този образ. Имаме съоръжения от висок клас и искаме да ги популяризираме. Имаме намерение да установим сътрудничество с гиза Мишелин (Michelin), за да покажем, че в България има много качествени ресторанти. Също така възнамеряваме да популяризираме луксозни СПА уикенди. При нас се предлагат петзвездни СПА центрове, които се радват на успех и висока заетост, на ниво от 84% през годината.

ММ: Какви групи продукти са включени в промоционалната Ви стратегия за 2023 г.?

ИД: Имаме седем продуктови области, върху които искаме да се фокусираме в близко бъдеще. Сред тях е новост „бизнес и СПА“ – ние вярваме, че бизнес пътуванията могат да се комбинират добре със СПА престои и искаме да ги рекламираме като една туристическа марка. Ще наблегнем много и на културния туризъм – ние сме третата страна в Европа по наситеност с паметници и историческо наследство.

В момента имаме 12 винени маршрута в България, искаме да развиваме енотуризма. Създаден е промоционален клип „Вино“ за популяризиране на нашите лозя, а също така планираме да установим сътрудничество със Северна Македония и да създадем трансграничен продукт в областта на енотуризма (винения туризъм). В момента разработваме дигитална карта на България с информация за винените маршрути. Искаме тази информация да бъде лесно достъпна чрез мобилните телефони.

Слънце и море, активен туризъм, медицински туризъм, ски и градски почивки са групите видове продукти, върху които се фокусираме.

ММ: Значи ще подкрепите столицата си в популяризирането на екскурзии от Вроцлав? Там току-що стартира нова връзка на Ryanair със София.

ИД: Аз съм голям фен на бягствата през уикенда, тръгвам в петък и се връщам в неделя. Това е възможност да се посетят не повече от две трети от атракциите, налични в даден град, което насърчава туриста да се върне в бъдеще. София се развива много динамично, ще има много нови атракции дори за пет дни. Един турист през уикенда ще бъде насърчаван да посети поне два пъти избраната градска дестинация.“

„Ваша Туристика“

<https://www.waszaturystyka.pl/minister-turystyki-bulgarii-w-2023-roku-pobijemy-rekord-z-2019-lecz-nie-chcemy-gwaltownego-wzrostu/>



Дестинация България бе представена по време на срещи с полския туристически бизнес в градовете Познан и Гданск

Националното туристическо представителство на България във Варшава, съвместно с почетното консулство на Република България в град Гданск организира и провежда две срещи с представители на местния туристически бизнес и медии в полските градове Познан и Гданск.

Традиционно, полските туристи избират България като дестинация за лятната си почивка. Преобладаващата част от тях пристигат в страната ни от Южна Полша, със самолет или със собствен транспорт. Преди провеждането на срещите районът на северна и северозападна Полша попадеше встрани от основните дестинации, в които Министерството на туризма и НТП-Варшава организираха и провеждаха събития за популяризиране на дестинация България. Това бе и причината провеждането на презентации съвместно с почетните консули на България по места да залегне в плана на туристическото ни представителство за 2023 г.

На 27 март в събитиен център „Конкордия Дизайн“ се проведе среща с 16 представители на полски туроператори от град Познан.

Познан е разположен в западна Полша, на пътя Варшава-Берлин. Населението възлиза на 550 хил. души. Това е градът с най-ниската безработица в Полша през последните 20 години, за II и III тримесечие на 2022 г. възлиза на едва 1%. България е традиционна дестинация за лятна почивка, но през последните години се забелязва намаляване на продажбите. Причина за това според представители на местния бизнес е близостта на Берлин като по-голям център и липсата на свързаност, с изключение на сезонните полети до Бургас (от Познан до Бургас ще летят три авиопревозвача през лято 2023), пояснява туристическото аташе на България в Полша Николай Костов.

Целта на организираното събитие бе България да се представи като целогодишна дестинация, заедно с многото възможности, които предлагат българските черноморски курорти за СПА и възстановяване, както и предложения кои забележителности могат да бъдат посетени в близост до основните ни морски курорти по време на лятната почивка.

Присъстващите представители на полските туроператори високо оцениха инициативата и споделиха, че пътуванията към България се про-



дават сравнително добре, на фона на растящите цени за летните почивки по цял свят. Дестинация България остава за полския турист винаги „сигурно място“, което може да бъде посетено без притеснения и поради следните три причини: кратко пътуване със самолет (на разстояние около 1 ч. 45 мин.), топло време и културна и историческа близост. Повишаването на цените за сезон лято 2023 г. бе оценено като препятствие, но и като факт, към който потенциалният полски турист привиква.

На следващия ден, 28 март 2023 г., в Гданск, в сградата, в която се помещава и Почетното консулство на Република България, се проведе среща и с представители на полския туристически бизнес и медиите от градовете Гданск и Гдиня. На срещата с Николай Костов присъстваха близо 30 представители на туристическия бизнес от района, както и Марта Хелковска, директор на дирекция „Туризъм“ в Маршалска служба на Поморското войводство и Ян Стравински, почетен консул на Република България за регион Поморски със седалище в град Гданск.

Направена бе презентация на възможностите, които предлагат българските черноморски курорти за СПА, възстановяване и забележителности в близост до морските курорти, които полските туристи биха могли да посетят по време на лятната си ваканция в България.

Гданск е център на по-голяма агломерация от три града с общо население над 1,1 млн. души, който традиционно заема 3-4 място по доходи на населението в Полша, с изключително развити машиностроене, транспорт и туризъм. Това бе първото представяне на България в района на града в Северна Полша. Отдалечеността на района предполага единствено пътуване до България със самолет за разлика от Южна Полша, откъдето се пътува и с автобус или лек автомобил. През 2023 г. Гданск е свързан единствено с летище Бургас чрез 5 авиокомпаниите и с чартърна връзка до Варна. Това бе отбелязано и като причина за по-малкия брой туристи от Поморското войводство. Въпреки това, присъстващите изразиха желание подобен род събития да бъдат провеждани минимум 2 пъти в годината, преди активния зимен и летен сезон.

По време на представянето на дестинация България бе организирана и томбола с награди, благодарение на съдействието на Мелиа Хотелс Интернешънъл – България..



ПРЕДСТОЯЩИ СЪБИТИЯ

12-15.04.2023

ЕМИТТ – ИСТАНБУЛ, ТУРЦИЯ

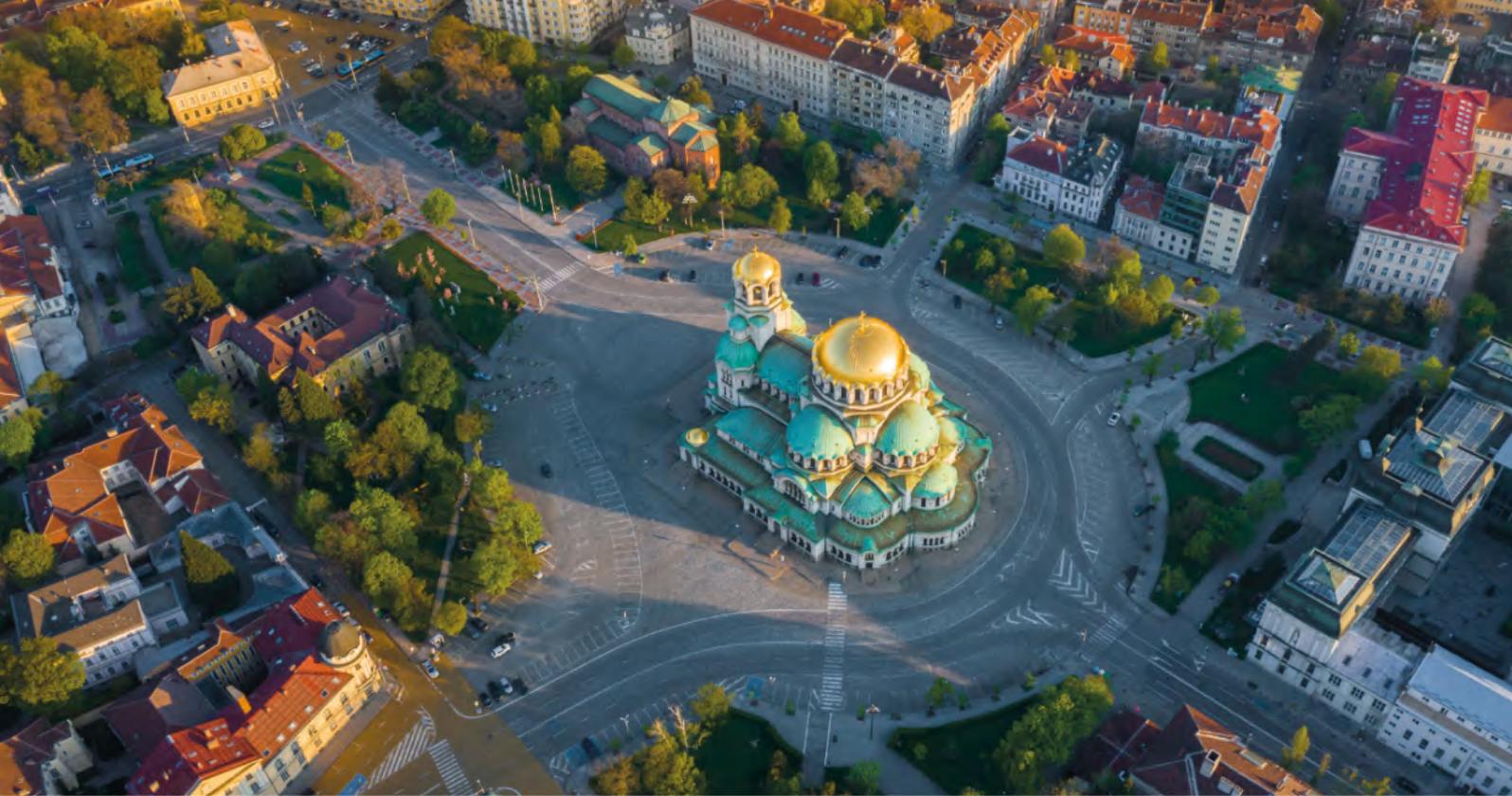
20-23.04.2023

**МЕЖДУНАРОДНОТО ИЗЛОЖЕНИЕ „КУЛТУРЕН
ТУРИЗЪМ 2023” – ВЕЛИКО ТЪРНОВО**

01-04.05.2023

АТМ – ДУБАЙ, ОАЕ





SAVE THE DATE

68TH MEETING OF THE UNWTO COMMISSION FOR EUROPE

31 MAY – 2 JUNE, 2023
SOFIA, BULGARIA





Follow us

