



ИНФОРМАЦИОНЕН БЮЛЕТИН

www.tourism.government.bg

БРОЙ 14 /10.12.2015 г.

Олег Сафонов: Ще се радваме ако повече руски граждани изберат България за своята почивка

През февруари Русия ще е домакин на смесена българо-руска кръгла маса за насърчаване на туристопотока между двете страни

Ще се радваме, ако повече руски туристи сега предпочетат България за своята почивка, тъй като вашата страна е една добра възможност. Това каза ръководителят на Федералната агенция по туризъм на Русия Олег Сафонов по време на срещата си с министъра на туризма на Република България Николина Ангелкова. Двамата се срещнаха в Москва по инициатива на българския министър.

„Ние сме амбицирани да предложим най-добрите условия за руските туристи. Продължаваме да проучваме всички възможности за предлагането на допълнителни облекчения при издаването на визи, в това число и с откриването на още изнесени визови центрове“, припомни министър Ангелкова. Тя се ангажира да продължи диалога с Министерството на външните работи в тази посока и припомни, че през изминалата година Министерството на туризма преведе средства от своя бюджет, за да обезпечи дейността на консулските служби в Руската федерация. Така в момента визи се издават в 21 изнесени визови центрове като времето за издаване на необходимите документи е ускорено максимално.

Министър Ангелкова и нейният колега Олег Сафонов се обединиха около мнението, че проведената през ноември българо-руска кръгла маса в София е дала много добри резултати и е била силен знак, че туристическият бизнес от двете страни може да си сътрудничи много добре, а туристопотокът да се увеличи. В тази връзка през февруари догодина се планира да бъде проведена реципрочна кръгла маса в Москва.

„Българският бизнес има готовност и желание да участва в подобно събитие“, подчерта Николина Ангелкова. Договорено бе и по време на международното туристическо изложение в Москва през март да бъде организирана и още една B2B среща между България и Русия за насърчаване на детския туризъм.

Очаква се в края на януари в България да се проведе и междуправителствената комисия за икономическо и научно-техническо сътрудничество, за която Олег Сафонов да пристигне в България. В тази връзка бе взето решение един от дните да бъде посветен на обсъждане на двустранните отношения в сферата на



Министър Ангелкова заедно с ръководителя на Федералната агенция по туризъм на Русия Олег Сафонов



Министър Ангелкова по време на визитата си в Москва



туризма и мерки за насърчаване на туристопотока.

Сред другите теми по време на срещата бе и съвместна работа за разкриване на специализиран кол център в България, който да дава актуална информация на руските туристи. Двете страни се ангажираха да проучат възможностите за реализиране на подобен проект и да подновят разговорите в най-кратки срокове.

В рамките на визитата си министър Ангелкова се срещна и разговаря и с Владимир Черников, ръководител на Департамента за национална политика, междурегионални връзки и туризъм на град Москва, както и първия му заместник Сергей Шпилко, който е и президент на Руския съюз на туриндустрията. Бяха проведени и срещи с ръководството на Асоциацията на туроператорите в Русия (АТОР). По време на разговорите бяха обсъдени широк кръг от въпроси и набелязана програма, с конкретни мерки за по-нататъшното сътрудничество в сферата на туризма между двете страни.

Рекламата на България по паневропейските телевизии е достигнала близо 442 млн. гледания

В периода март – октомври 2015 г. рекламните клипове на България по четирите паневропейски телевизии (Eurosport, Discovery Channel, Euronews, National Geographic Channel), са били излъчени 2 074 пъти, като са достигнали близо 442 млн. гледания. Това показва отчета на екипа за изпълнение на проекта, финансиран по Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007 – 2013 г., който бе представен на 7 декември.



Ани Хараламбиева, ръководител на проекта от Министерството на туризма, Лоранс Пейвли, представител на Discovery Channel, Оурели Кюнс, представител на Euronews, Елоди Сани, представител на Eurosport и Мат Морган, представител на National Geographic

Кампанията се проведе на 3 вълни с продължителност по около 8 седмици всяка със средно по три излъчвания дневно. Клиповете, които се излъчваха в телевизионната мрежа на четирите телевизии са с продължителност 30 сек. и са в два варианта – един [ИМИДЖОВ СПОТ](#) и един с [акцент върху културно-историческия туризъм](#). Те са на немски, френски, английски, руски, испански и български език. Клиповете са излъчвани в праймтайма на телевизиите, вечер и в сутрешните емисии. Припомняме, че през април тази година вследствие рекламната кампания страната ни беше избрана и за най-желаната дестинация за туризъм в Европа за зрителите на Discovery Channel.

В рамките на сключените договори бе договорено, освен излъчването на рекламните клипове, като бонус страната ни да бъде посетена от снимачни екипи на телевизионните канали за заснемане, производство и излъчване на репортажи, които бяха неразделна част от целогодишната кампания, която министерството проведе. Екип на Euronews посети страната ни и засне предаване LeMag за арт фестивала в Созопол – Аполония. Екипът на Eurosport засне пет репортажа (Sport Trips) за възможностите за практикуване на различни спортове у нас, а National Geographic произведе клип с тематична насоченост към природните забележителности, с които страната ни разполага. За разнообразяване



на маркетинговия микс беше договорено като бонус на официалните портали на телевизионните канали да бъдат поместени и имиджови статични и pre-roll банери.

Излъчванията на имиджовите клипове на България се финансират по проект „Провеждане на целогодишна рекламна кампания на България по водещи паневропейски телевизионни канали“. Общата стойност на проекта е около 3 млн. евро и се финансира по ОП „Регионално развитие“. Неговото изпълнение през годините е било забавено, като в началото на календарната година екипът на Министерството на туризма ускори всички процедури, за да реализира проекта и за да не допусне загуба на европейско финансиране.

Четири паневропейски медии на практика обхващат почти цялата територия на Европа, също държави от Близкия Изток, Африка и Азия. Покритието на Eurosport е 243 млн. зрители, в 99 страни. Euronews се излъчва в 156 страни и достига до 419 млн. домакинства чрез кабелни и цифрови платформи. Discovery Channel обхваща до 97 милиона домакинства само в Европа, Средния изток и Азия. National Geographic Channel има аудитория от 458 млн. домакинства в 173 страни в света. Според анализите и проучванията именно европейските държави са сред основните целеви и генериращи пазари за българския туризъм. Участие в събитието взеха и представители на четирите телевизии, които са работили пряко по кампанията – Лоранс Пейвли от Discovery Channel, Оурели Кюнс от Euronews, Елоди Сани от Eurosport и Мат Морган от National Geographic.

[Презентация на Министерството на туризма](#)

[Презентация на Лоранс Пейвли от Discovery Channel](#)

[Презентация на Оурели Кюнс от Euronews](#)

[Презентация на Елоди Сани от Eurosport](#)

[Презентация на Мат Морган от National Geographic](#)

Кампанията за насърчаване на вътрешния туризъм на Министерството на туризма е достигнала до над 2 млн. души и е довела до ръст на пътуванията в страната

Проведената кампания за насърчаване на вътрешния туризъм на Министерството на туризма е достигнала планирания обхват от над 2 млн. души и е допринесла за диверсификацията на пътуванията по сезони и повишаване информираността за България като целогодишна туристическа дестинация. Това показва окончателният доклад на екипа за изпълнение на проекта, финансиран по Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007 – 2013 г., който бе представен на 4 декември. Оценката на ефикасността на кампанията е направена от агенция ЕСТАТ, които също презентираха данните от проведените изследвания.

Над 300 хил. души са посетили поне един от обектите, включени в обхвата на кампанията, а сред косвените резултати от нея е и регистрираното увеличение на почивалите в страната българи, които за последните 12 месеца достигат повече от 3 млн. души. Кампанията е повишила и информираността за 50-те малко познати туристически обекта (ръст от над 14%) и е провокирала интерес към конкретни дестинации в България – делът на българите с намерение за почивка, които

имат интерес към конкретни дестинации нараства до 62% (ръст от 4%). Кампанията има и видим принос и в диверсификацията на търсенето по сезони – броят на лицата, пътували в страната в неактивните сезони в последните 12 месеца нараства. Също така, по данни на НСИ, в периода на кампанията, нараства и броят на нощувките, осъществени от българи.



Налице е и трайно положително отношение към страната като туристическа дестинация и кампанията е повлияла върху намеренията за пътуване в България в следващите 12 месеца.

Реализираните дейности по проекта се финансират по проект „Комуникационна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм в Република България“ по Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., чрез Европейския фонд за регионално развитие на ЕС. Общата му стойност е около 3 млн. лв., като за същинската кампания са инвестирани около 2 млн. лв. Изпълнението на проекта през годините е било забавено, като в края на 2014 г. екипът на Министерството на туризма ускори всички процедури, за да го реализира и за да не допусне загуба на европейското финансиране. Изпълнението на комуникационната кампания протече в рамките на 8 месеца, в периода януари 2015 – август 2015 година.



Екипът работил по проект „Комуникационна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм в Република България“

Проектът обхваща дейности за насърчаване дела на българските туристи на вътрешния пазар, намаляване на сезонността и териториалната концентрация на туризма и по-равномерното разпределение на ползите от туристическата дейност. Проектът е от третия програмен период на ОП „Регионално развитие“ и е продължение на проекта „Комуникационна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм в България“ от първия ѝ период.

Осъществената рекламна кампания включва редица компоненти – телевизионни предавания, рубрики, клипове, публикации в медиите, външна и интернет реклама. В кампанията са използвани само националните телевизии, а в интернет са постигнати над 7 млн. импресии.

Министър Ангелкова участва в церемонията по връчване на годишните награди на Българската хотелска и ресторантьорска асоциация

Броят на пренощуващите чужденци във висококатегорийните ни туристически хотели, въпреки затрудненията през периода юни-септември 2015 г., е над 1,2 млн. души. Това каза министърът на туризма Николина Ангелкова по време на откриването на Годишните награди за професионални постижения в областта на хотелиерството, ресторантьорството и мениджмънта на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация (БХРА), които се състояха на 1 декември в София.

„Данните от висококатегорийните ни хотели са още едно доказателство, че туристите търсят качество и са готови да заплатят за него. Всичко това трябва да ни насърчава постоянно да работим в тази посока и да предлагаме все повече и разнообразни услуги“, подчерта министър Ангелкова. По думите ѝ годишните награди на БХР са се утвърдили като знак за качество, ориентир за потребителите и не на последно място-стимул за насърчаване на реалната конкуренция в сектора. „Те са и комплексна оценка на дейността на хотелиерите и ресторантьорите, но и за техния персонален принос при



предлагането на един качествен, според международните стандарти, продукт“, допълни още тя.

Министър Ангелкова връчи награди в две от категориите – „Морски петзвезден хотел на 2015 г.“ и „Планински петзвезден хотел на 2015 г.“ В първата категория отличен беше „Марина гранд бийч хотел“ в курортния комплекс „Златни пясъци“, а наградата за петзвезден планински хотел получи апартхотел „Лъки Банско“. Сред гостите на събитието бяха Иван Иванов, заместник-председател на Народното събрание, Петър Кънев, председател на парламентарната комисия по икономическа политика и туризъм, членове на Управителния и Контролния съвет на БХРА, представители на местната власт, туристическия бизнес и др.



Министър Ангелкова заедно с Благой Рагин по време на Годишните награди за професионални постижения в областта на хотелиерството, ресторантьорството и мениджмънта на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация (БХРА)

Заместник-министър Ирена Георгиева взе участие в откриването на конференцията „Измененията на климата–предизвикателствата пред българската природа и туризъм

заместник-министърът на туризма Ирена Георгиева участва в откриването на конференцията „Измененията на Климата–предизвикателствата пред българската природа и туризъм“, част от форума „Дни на предизвикателства“, която се проведе на 3 декември. Основният фокус на форума беше да представи важноста на темата за изменението на климата по повод 21-вата среща на върха на ООН за световните климатични промени, която се провежда в Париж.



Георги Костов, заместник-министър на земеделието и храните, Ивелина Василева, министър на околната среда и водите, Ирена Георгиева, заместник-министър на туризма и Н. Пр. Ксавие Лапер дьо Кабан, посланик на Франция в България

Туризмът е сред най-важните икономически сектори, както на национално, така и на глобално ниво. Именно затова е важно да обърнем внимание и последователно да работим за неговото устойчиво развитие“, каза заместник-министър Георгиева. Според нея един от печелившите ходове за България е развитието на алтернативни видове туризъм. „Страната ни има изключителен потенциал за селски и екотуризъм“, подчерта тя. България е втора в Европа по съхранено биоразнообразие – имаме 3 национални и 11 природни парка и 89 резервата, 17 от които са обявени за биосферни по програма на ЮНЕСКО. „Запазили сме традициите и обичаите си живи и разполагаме с много добра материални бази“, допълни Ирена Георгиева.

В събитието участие взеха и Ивелина Василева, министър на околната среда и водите, Н. Пр. Ксавие Лапер дьо Кабан, посланик на Република Франция в България, Георги Костов, заместник-министър на земеделието и храните, Боян Петров, алпинист и биолог, Георги Стефанов, координатор политики и климатични промени към WWF – България, Любомир Попйорданов, председател управителния съвет на Българска асоциация за алтернативен туризъм и др.