

## НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ

### МИНИСТЕРСТВО НА ТУРИЗМА

#### ПРОТОКОЛ

**ОТ ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ (НСТ),**

**ПРОВЕДЕНО НА 03.11.2020 г. от 11:30 ч. - ОНЛАЙН**

**Поканени:** 44 члена на НСТ, вкл. председател и заместник-председател и наблюдатели

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

1. **Марияна Николова**, заместник министър-председател, министър на туризма и председател на НСТ;
2. **Ирена Георгиева**, заместник-министър на туризма и заместник-председател на НСТ;
3. **Мая Никовска**, директор на дирекция „Туристическа политика” и секретар на НСТ;
4. **Румен Димитров**, заместник-министър на културата;
5. **Стефан Балабанов**, заместник-министър на вътрешните работи;
6. **Маргарита Ганева**, Директор на дирекция „Външноикономически отношения“, МВнР;
7. **Елка Димитрова**, Директор на дирекция „Политика на пазара на труда и трудова мобилност“, МТСП;
8. **Константин Райков**, член на Комисията за защита на потребителите;
9. **Гергана Миткова**, гл. директор на ГД „Военно - почивно дело и военни клубове“;
10. **Байко Байков**, заместник-председател Асоциация на българските туроператори и туристически агенти;
11. **Галин Георгиев**, заместник-председател на Българска асоциация на туристическите агенции;
12. **Георги Щерев**, председател на Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация;
13. **Георги Щерев**, представител на Работодателски организации;
14. **Сийка Кацарова**, председател на Българския съюз по балнеология и СПА туризъм;
15. **Д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на Националния борд по туризъм;
16. **Георги Дучев**, изпълнителен директор на Българска асоциация на професионалистите в мениджмънта на хотели;
17. **Павлин Петров**, съпредседател на Българска асоциация на заведенията;
18. **Адв. Йоана Лалова**, представител на Национално сдружение на българските превозвачи;
19. **Пантелей Мемцов**, председател на Регионална туристическа асоциация „Родопи“ ;

20. **Доц. Димчо Тодоров**, председател на Българска асоциация на експертите в туризма;
21. **Дотко Дотков**, директор „Маркетинг“, „Златни пясъци“ АД;
22. **Георги Пампоров**, изпълнителен директор на Организация за управление на туристически район „Родопи“;
23. **Сашка Вълкова**, заместник-кмет на община Банско и представител на Организация за управление на Рило-Пирински туристически район;
24. **Любозар Фратев**, председател на УС на Организация за управление на Тракийски туристически район;
25. **Сребра Касева**, представител на Организация за управление на туристически район „Долината на розите“;
26. **Иво Маринов**, изпълнителен директор на Организация за управление на Софийски туристически район;
27. **Росен Маринов**, директор дирекция "Култура и културно наследство", община Свищов, представител на Организация за управление на Дунавски туристически район.

#### **Гости:**

1. **Любен Кънчев**, заместник-министър на туризма
2. **Ани Хараламбиева**, директор на дирекция „Маркетинг, реклама и информация в туризма“;
3. **Николай Костов**, директор на дирекция „Международно сътрудничество и инвестиции в областта на туризма“;
4. **Лиана Панделиева**, съветник на министър на туризма;
5. **Славейко Стайков**, съветник на министъра на туризма;

#### **Отсъстващи членове:**

1. **Яна Топалова**, заместник-министър на икономиката;
2. **Росица Велкова-Желева**, заместник-министър на финансите;
3. **Инж. Валентин Йовев**, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството;
4. **Светлана Йорданова**, заместник-министър на здравеопазването;
5. **Атанаска Николова**, заместник-министър на околната среда и водите;
6. **Атанас Добрев**, заместник-министър на земеделието, храните и горите;
7. **Андреана Атанасова**, заместник-министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията;

8. **Петър Николов**, заместник-министър на образованието и науката;
9. **Доц. Стоян Андонов**, заместник-министър на младежта и спорта;
10. **Д-р Паскал Желязков**, изпълнителен директор на Българска агенция по безопасност на храните;
11. **Галя Димитрова**, изпълнителен директор на Национална агенция по приходите;
12. **Вероника Кънева**, председател на Асоциация на къщите за гости в България;
13. **Николай Данаилов**, член на УС на Сдружение „Туризм“;
14. **Михаил Абаджиев**, председател на Национална асоциация „Хотел, Ресторант, Кафетерия – ХоРеКа“;
15. **Станимир Станков**, председател на Национална асоциация по СПА и Уелнес туризъм;
16. **Стоян Мемцов**, Сдружение за правна помощ на потребителите;
17. **Николай Ангелов**, кмет на община Балчик, титуляр от Националното сдружение на общините в Република България;
18. **Иван Портних**, председател на Организация за управление на Варненски Черноморски туристически район;
19. **Димитър Германов**, председател на Организация за управление на Бургаски Черноморски туристически район;
20. **Даниел Панов**, председател на Организация за управление на Старопланински туристически район;

**Секретариат на НСТ:**

1. **Мая Никовска**, директор на дирекция „Туристическа политика“ и секретар на НСТ;
2. **Венелина Червенкова**, началник на отдел „Стратегическо планиране и продуктова политика в туризма“, дирекция „Туристическа политика“;
3. **Кристиана Лозанова**, младши експерт в отдел „Стратегическо планиране и продуктова политика в туризма“, дирекция „Туристическа политика“.

**Заседанието се проведе при следния дневен ред:**

1. **Представяне на Годишната програма за национална туристическа реклама за 2021 г.**
2. **Разни.**

**Откриване на заседанието:**

**Г-жа Марияна Николова**, заместник-министър председател по икономическата и демографската политика и министър на туризма откри онлайн срещата, като започна с

благодарности към всички присъстващи. Обърна внимание, че туризмът много бързо трябваше да се адаптира и именно това дава възможност тази среща да се проведе в електронна среда, като диалогът между Министерството на туризма и туристическия сектор не прекъсва и едновременно се спазват противоепидемичните мерки. Изрази благодарност към всички за активната им позиция по проблемите с туризма и за това, че заедно се търсят решения на проблемите.

Министър Николова информира членовете на НСТ, че за малкото време, през което е министър на туризма (близо 100 дни) е получила много задачи от бранша и се надява те да са удовлетворени от работата ѝ. Сподели, че е в непрекъснат диалог с колегите ѝ от балканските страни, като на 02.11.2020 г. е провела среща с посланниците на Сърбия и Румъния, но за съжаление от 03.11.2020 г. Румъния сложи България в червения списък на държави, за които е необходим отрицателен PCR тест или карантина. Министър Николова потвърди, че отново ще разговаря с румънската страна по този въпрос.

Министърът на туризма припомни, че две седмици по-рано е била в Турция и преди това в Хърватия с цел търсене на предложения как да се спаси зимният сезон и да се ориентираме как ще е необходимо да се работи за сезон Лято 2021. Министър Николова припомни, че след пандемията от Covid-19 ще е необходима ясна визия как ще се възстанови сектора и как да привлечем и академичните среди в цялостния процес.

**Вицепремиерът Николова** информира, че средствата за реклама за 2021 г. са увеличени с близо 5 млн. лв. Така общо за реклама България ще разполага с 17 милиона и 500 хиляди лева спрямо сегашните 14 млн. лв, като увери, че ще продължат преговорите и за по-висока сума. Допълнителният ресурс ще позволи да представим по-ефективно България като конкурентна дестинация в региона. Увеличението на средствата за реклама е ключово и ще позволи на Министерството на туризма през 2021 г. да изпълни една амбициозна програма за туристическа реклама, която да се отрази максимално благоприятно на развитието на туризма в условията на пандемия, като подчерта, че всеки потенциален турист е от значение за съживяването на сектора.

Поясни също, че една част от средствата ще бъдат използвани за осъществяване на комуникационни кампании на основни целеви пазари с цел утвърждаване на позитивния имидж на България като предпочитана дестинация за туризъм и насърчаване на избора ѝ от

целевите групи. С друга част от средствата за реклама ще се популяризират специализираните видове туризъм и ще бъдат организирани експедиентски и журналистически турове за блогъри, инфлуенсъри и снимачни екипи. Част от финансовия ресурс ще бъде концентриран именно в такъв тип дейности, защото този подход генерира висок медиен интерес и рекламира България на конкретни целеви пазари.

**Министър Николова** информира, че в края на месец октомври е имала среща с немски инфлуенсъри, които имат изключителен брой последователи. За тях посещението им в България е било изключително интересно, като са посетили различни културно-исторически забележителности в гр. Велинград и в гр. София, и всичко това се е излъчвало в youtube каналите.

**Министър Николова** потвърди, че желанието на Министерството на туризма е да направи и възможно най-добро представяне на специализираните форми на туризъм – културно-познавателен, еко-, балнео и СПА туризъм, гурме туризъм и винарски турове, спортен, конгресен и др., с цел утвърждаване на България като туристическа дестинация за четири сезона. В условията на COVID-19 се наложи много бързо рекламната стратегия да бъде преориентирана. Утвърждаването на страната ни като четирисезонна дестинация с разнообразни форми на летен, зимен, нишов и специализиран туризъм, сред които балнео и СПА, кулинарен, медицински, здравен и др. е сред водещите акценти в маркетинговата ни стратегия.

**Министър Николова** подчерта, че благодарение на активната политика, която води Министерството на туризма са осигурени допълнително близо 5 млн. лв. в бюджета на министерството за 2021 г. спрямо бюджета от тази година.

Заседанието продължи по първа точка от дневния ред, след като нямаше конкретни предложения от членовете на Съвета.

## **I. Годишна програма за Национална туристическа реклама 2021 г.**

**Министър Николова** информира, че традиционно Програмата се изготвя в началото на лятото, но тази година предвид мерките и ограниченията за пътуване беше невъзможно точно планиране на дейностите за 2021 г. още през месец юни. Обърна внимание, че към днешна дата в настоящата динамична ситуация е трудно да се прогнозира година напред, затова

Министерството е в готовност за актуализиране на дейностите в Програмата своевременно. Министърът обърна внимание на мисията и визията на Националната туристическа рекламата 2021 г., която включва утвърждаване на доверието и налагане на положителния имидж на България като безопасна, сигурна и предпочитана туристическа дестинация, предлагаща условията, разнообразието и високото качество на туристическия продукт през четирите сезона. Целите на програмата са да насърчи вътрешния туризъм и входящия туристопоток от съседните туристически пазари.

**Министър Николова** уточни съдържанието на Годишната програма за национална туристическа реклама 2021 г., която включва ситуационен анализ на туризма в България и света на база на информация от над 40 актуални източници, сред които доклади и документи на международно признати институции като Доклада по Философия и Социология към БАН. Тя добави статистически данни отчетени от Световната организация по туризъм за периода януари-август 2020 г., като спадът в международните пътувания в света е 70 %, а финансовите загуби от туристическия износ възлизат на 730 милиарда долара. Очакванията са за още по-голям спад до края на 2020 г. Министърът изрази мнение, че тази ситуация е повлияла и на България. Направи равносметка на туризма през 2014 – 2018 г. в България, който преживя сериозен подем с ръст от 26.8 % и рекорден брой туристи през 2018 г. и над 9,2 млн., през 2019 г., но през 2020 г. пандемията доведе до много сериозен срив на туризма.

По официални данни на НСИ, спадът на посещенията на чуждестранни туристи за периода януари-юли 2020 г. спрямо същия период на 2019 г. е близо 70% . Подобни са и данните на Световната организация по туризъм в световен мащаб.

**Министър Николова** подчерта, че туристическа дестинация България, която се опитваме да наложим като четирисезонна дестинация респективно и туристическия маркетинг също се намират в динамична и неблагоприятна среда заради кризата от COVID-19. Важен фактор се оказват и несравнимо високите бюджети за реклама на конкурентните ни държави. Напомни, че Министерството на туризма актуализира рекламните дейности през м. април 2020 г., като разработи Кризисна програма за реклама, в която фокус е поставен върху таргетирането и изпълнението както и върху насърчаването на вътрешния туризъм, туризъм между съседни страни, европейски и други пазари, съответно, които предлагат сухопътно пътуване и пътуване със самолет. Изказа своите забележки по отношение на рекламната дейност, тъй като политиката, която се осъществява в момента е съвсем различна. Министър Николова сподели,

че има нова визия по отношение на целесъобразността на рекламирането съобразно конкретната ситуация. Добави и редицата рекламни кампании, които стартират своевременно както за вътрешния туризъм, така и за промотиране на България на целеви туристически пазари с акцент върху България - дестинация за четири сезона. Акцентът е поставен върху популяризирането на специализираните видове туризъм, които представят страната ни като сигурна и спокойна дестинация за пътуване, както и различните възможности, които предлага България за групи, към които има засилен интерес по време и след кризата с COVID-19, например: климатолечение, балнео-климатолечение, засилване на имтунитета и подобряване на здравния статус на населението, калолечение, слоу туризъм и др.

Обърна внимание и на вътрешния туризъм, който след 20 март предвид въведените строги мерки в страната и чужбина за ограничаване на пандемията с COVID-19, както и икономическите последици от световната криза, спря голяма част от туристите да предприемат пътувания извън своята страна. Министър Николова поясни, че това също е предпоставка за още по-голямо засилване на фокуса върху вътрешния туризъм, като основен приоритет на Министерство на туризма през 2020 г. и надграждане на стартиралите инициативи през изминалата година, като силен акцент е поставен върху българския туристически продукт, предимствата на нашите курорти, възможностите за оздравителен, балнео, СПА, еко и приключенски туризъм, автентичността на нашата култура, традиции, обичаи, чара на малките населени места, качествените храни и вина и други.

Тя сподели, че през 2020 г. своевременно стартираха и се изпълняват различни кампании за насърчаване на вътрешния туризъм под слогана „Преоткрий България“, Извънредна комуникационна кампания за насърчаване на вътрешния туризъм чрез рекламни клипове, разработени съвместно с Асоциацията на екскурзоводите в България, Национално меню, което беше разработено съвместно с Университет по хранителни технологии-Пловдив, Разработване на тематични дестинации, които ще бъдат надградени чрез популяризиране на тематични дестинации в четирите сезона на годината и чрез разработването на религиозно-поклоннически дестинации с помощта на работна група от експерти от Светия синод, българския туристически бранш и изявени културни дейци. Тази инициатива цели да насърчи развитието на поклонническия туризъм в България.

По отношение на промотирането на дестинация България на приоритетни пазари през месеците юни и юли 2020 г. стартираха интегрирани комуникационни кампании на

приоритетни пазара: Гърция, Сърбия, Северна Македония, Румъния, Турция, Полша, Чехия, Словакия, Унгария, Дания, Норвегия, Финландия, Швеция, Германия, а малко по-късно и на пазари Русия, Украйна, Молдова и Израел. Стартът на рекламата на всеки пазар бе съобразен с възможностите за пътуване и противоепидемичните мерки, като специален фокус е поставен върху комбинацията на основните и специализираните форми на туризъм, като културно-познавателни обиколки, балнео и СПА, вино и кухня, еко и селски, приключенски и др.

**Министър Николова** информира членовете на Съвета, че в рамките на лятото и в периода до октомври 2020 г. Министерство на туризма позиционира успешно България в телевизионните и дигитални канали на CNN, BBC, Euronews. Рекламните кампании бяха проведени в комуникационни канали: телевизия, онлайн реклама, популяризиране в социалните медии като тяхната цел бе да повишат интереса към България като туристическа дестинация и да привлекат чуждестранни туристи от целеви и перспективни пазари, като се съсредоточат върху комуникацията на България като безопасна и спокойна дестинация, предвид настоящата ситуация с COVID-19 и предприетите мерки в държавата.

**Вицепремиерът Николова** сподели, че до момента България не е била рекламирана така активно, за това министерството има нов подход в рекламата и маркетинга в момента. Сподели впечатление от посещенията ѝ в Хърватия на най-високо ниво, хората са имали много малко информация по отношение на нашите сезони и страната ни е била известна само като дестинация за ски, което не е така.

Също така през август 2020 г. Министерство на туризма стартира инициатива в онлайн платформите eSky и Skyscanner за резервации на самолетни билети и други туристически услуги.

По отношение на международните кампании Министерството на туризма организира процедура за държавна помощ за туроператори, които използват въздушни превозвачи с валиден оперативен лиценз за изпълнение на чартърни полети до Република България с цел туризъм. Това е държавна помощ, като информацията по нейното ползване е публично известна на институционалната страница на министерството.

По отношение на дигиталната реклама, министър Николова подчерта, че България изостава с дигитализацията и отправи апел към участниците да изпратят конкретни предложения в тази област, защото дигитализацията е изключително важна в условия на пандемия. Дигиталната

реклама съпътства всяка една кампания на Министерство на туризма, което наложи обновяването на туристическия портал [bulgariatravel.org](http://bulgariatravel.org) и унифицирането на социалните мрежи на Министерство на туризма. Поясни, че ще се развиват дигитални продукти, представящи България чрез култура, архитектура, история, традиции, етнография и др., като добави че има добро сътрудничество с различни международни организации и асоциации и други различни структури. Потвърди, че Министерство на туризма продължава да развива и задълбочава сътрудничеството с международни партньори и българския туристически бизнес, браншовите асоциации и организации, академичните среди, общински администрации, медии и други ангажирани със сектора страни.

По отношение на туристическите изложения поради епидемиологичната обстановка и мерките, които всяка отделна държава предприема за предотвратяване на разпространението на вируса, повечето туристически изложения и събития в България и чужбина тази година бяха отложени или отменени. Министър Николова обърна внимание, че България за първи път участва в международното туристическо изложение Отдых Москва, Русия 2020 г. и беше страна-партньор. В рамките на изложението е провела редица срещи, които имаха за цел да подпомогнат по-скорошното възстановяване на туристическите пътувания между двете страни. Подчерта важността на руския пазар, като добави, че ѝ предстои среща във Руската Федерация, за която се очаква потвърждение.

По отношение на основните моменти и цели от годишната програма за национална туристическа реклама 2021 г. безспорно е налагането на положителен имидж на България като безопасна, сигурна и спокойна дестинация; развитие и задълбочаване на сътрудничеството с българския туристически бизнес, браншовите асоциации и организации, общински администрации, медии и други ангажирани със сектора страни; реализиране на промоционални кампании и позиционирането на специализираните видове туризъм, които могат да се практикуват през четирите сезона на годината; използване на оптимален микс от маркетингови инструменти и комуникационни канали, съобразени със съвременните тенденции и постигане на максимална ефективност и ефикасност при реализиране на рекламни кампании.

Предвидените комуникационни канали и формати са съобразени с динамиката на медийния пазар, съобразявайки се с тенденциите в дигиталните медии, които ще са неизменен и задължителен канал при комуникацията на България на вътрешния и международния пазар, телевизия и радио, печатна реклама и други.

Министър Николова увери, че Годишната програма за национална туристическа реклама за 2021 г. има за цел да позиционира България като сигурна, спокойна и безопасна дестинация, предлагаща разнообразни възможности за туризъм през четирите сезона на годината, като фокус ще бъде поставен върху специализираните видове туризъм, свързани с близост до природата, здравословен начин на живот, култура, вино и кухня, традиции и автентичност.

Въпреки ситуацията, пред която сме изправени Министерство на туризма продължава да реализира редица дейности, да води активна и целенасочена рекламна политика, която ще продължи и през 2021 г., като планираните дейности биха могли да претърпят развитие по актуализацията, в зависимост от развитието на пандемията, както и спрямо коментарите и конкретните предложения на бранша, които очакваме в двуседмичен срок т.е. до 17.11.2020 г. Министърът отбеляза, че те ще влязат като приложение в актуализирания вариант на програмата, който ще бъде публикуван на институционалната страница на министерството и ще бъде отпечатано на хартиен носител.

**Министър Николова** използва момента да акцентира и върху публичността и прозрачността на водената от нея държавна политика в областта на туризма и допълни, че по нейно разпореждане вече се публикуват специализираните данни от ЕСТИ, от които всеки може да си направи обоснован извод и статистика.

В заключение министър Николова отбеляза, че продължава да води активна политика, както на вътрешния, така и на други приоритетни за страната пазари.

По отношение на предстоящия зимен сезон министерството предвижда да включи рекламна кампания за насърчаване на вътрешен туризъм с билбордове, реклама в софийското метро и автобусните линии. Към този момент е заложена реклама по отношение на различната медийна стратегия - канали онлайн, печатна и външна реклама за съседните страни, като министерството е в готовност да стартира излъчване на клипове в ТВ каналите на тези пазари.

**Министър Николова** даде думата за дискусия на членовете на Съвета по така предложения дневен ред.

**Доц. Димчо Тодоров, председател Българска Асоциация на Експертите в Туризма** сподели, че за него и неговите колеги е много важно какво ще направи държавата, за да обезопаси и минимизира риска от заразяване. Поздрави министър Николова за мерките и сподели, че това, заради което не идват туристи у нас е самата болест. Обърна внимание на

представянето на лицето на България в здравен аспект, като подчерта важността на здравната ни система, която в момента е най-голямата ни реклама или антиреклама и това как се справяме със болестта.

**Министър Николова** подкрепи изказването на доц. Тодоров и поясни, че браншът откликна на призива на правителството да покаже, че наистина хотелите, които браншът ще излъчи могат да обезпечат здравната система, могат да помогнат, защото за имиджа на България като здравословна и безопасна дестинация водеща роля трябва да има туристическият бранш. Министър Николова увери, че представя България на най-високо ниво като дестинация, която прилага мерките и работи за справяне с кризата. Също така изказа критики по отношение на Министерството на здравеопазването и изрази мнение, че администрацията трябва да работи в синхрон, за да сме в полза на обществото.

**Г-жа Сийка Кацарова, председател на Български съюз по балнеология и СПА туризъм** сподели, че България в момента спазва много по-добре епидемичните мерките от Германия, където на нито едно летище няма дезинфектанти, Covid-19 тестовете не работят и всичко там е затворено. Тя поздрави вицепремиера Николова за работата, която Министерството на туризма върши, като подкрепи изказванията на министъра, че не трябва да се спира комуникацията с водещите пазари. Г-жа Кацарова подчерта, че успехът, който България има с немските здравни каси е отлична възможност да се ребрандира страната ни. Изрази удовлетвореност от увеличението на бюджета за реклама, но счита че трябва да търсят още възможности. Вярва, че този период е моментът, в който трябва да се насочат усилия към правилно стратегическо послание. Като положителна стъпка се отчита новата стратегия на министерството и целта ѝ да позиционира България като здравословна дестинация за четири сезона. Обърна внимание, че Министерство на здравеопазването към момента е пасивно по отношение на здравните политики като цяло- здравната превенция, профилактика, здравни ваучери, които вече са практика в Чехия. Г-жа Кацарова потвърди, че здравният туризъм подпомага икономиката на всяко населено място. Подчерта важността туризма да бъде включен като приоритетен в седем годишния план за възстановяване на България. Г-жа Кацарова припомни, че в началото на пандемията България е била втората страна в Европа, която е позволила на СПА центрове да работят и несъмнено това е една добра и важна стъпка.

**Министър Николова** благодари за изказването на г-жа Кацарова. Сподели, че България очаква ваксината срещу COVID-19 до м. март 2021 г. Обърна внимание на минимизирането на опасността. Министър Николова сподели, че към момента няма опасност от затваряне на границите, защото политиката на правителството към момента е, че не можем да си позволим да спрем икономиката. Мерките трябва да се спазват. Нейното мото и позиция е: „Да останем отворени на Балканите в стратегически план“. На 04.11.2020 г. по този повод ще има среща на високо ниво с турския посланик. По време на посещението на министъра на туризма в Турция нейният колега г-н Ерсой е изразил категоричната си подкрепа за този подход. Министър Николова информира членовете на Света, че предстоят разговори и с други ключови пазари – Израел, Германия, Русия.

**Г-жа Ганева, директор на дирекция „Външноикономически отношения“, Министерство на външните работи** изрази задоволство, че дейността на г-жа Николова, която се развива в последните седмици ще даде положителен ефект. Съгласи се с казаното от доц. Тодоров, като сподели че комуникацията с посланиците в България на различните държави трябва да бъде от ключово значение, тъй като те ежедневно дават информация за здравния статус и развитието на пандемията от COVID-19 в съответната страна. Практиката от изминалия летен сезон показва, че посланиците ходят лично по местата, където ще почиват техните сънародници за да се уверят, че при необходимост техните туристи ще получат най-доброто здравно обслужване. Изрази становище, че развитието на сектор „Туризм“ е изцяло приоритет на здравната ни система във всички курорти и общини. За да се рестартира този бизнес би било добре да бъдат поканени представителите на всички дипломатически мисии в България и да им се дава регулярно добра и качествена информация.

Отправи апел към курортните комплекси, които трябва да се грижат за сигурността и безопасността на туристите. Необходимо е да бъдат гарантирани- чистотата на околната среда, качеството на туристическия продукт, както и поддръжката на съоръженията в градската среда и пътната инфраструктура. Г-жа Ганева изрази мнение, че сектор „Туризм“ е необходимо да се развива системно, в това число и храненето, като акцентът да се постави върху екологичните продукти и храни, които се предлагат в България. Даде предложение на туристическите изложения по света туризмът и храната да се представляват чрез системен подход, с който България да се рекламира като туристическа дестинация. Също така подчерта важността от добрата комуникация и сътрудничество с пазари като Чехия и Словакия.

Последното предложение, което г-жа Ганева отправи е по отношение на интегрирания продукт, който Министерство на туризма ще представи. Според нея няма пречка да се използват възможностите на българските културни институти в чужбина. Те имат материална база и се намират в центъра на големите европейски градове. В тази връзка отправи молба към Министерство на туризма да им предостави достатъчно материали и възможности за аудио, видео и всякакъв друг подход, особено във време на пандемия, за да могат да рекламират страната ни като добра и конкурентна туристическа дестинация. По този начин ще може да се покаже, че нашият туризъм има нови идеи и нови възможности.

**Министър Николова** благодари на г-жа Ганева и информира, че е в постоянен контакт с посланиците като ежедневно ги информира дигитално за всяка една реклама която се прави, и сподели, че е предвиден дипломатичен обяд, който ще се проведе в края на годината. По време на събитието ще бъде представена презентация за визията, по която се работи в момента, срещите, които са проведени на високо дипломатическо ниво, както и дейностите, които се изпълняват по отношение на представянето на политиката на България като четирисезонна дестинация. По повод предложенията от бранша, които са постъпили от предходното заседание на НСТ информира, че вече имат реализация, като сподели, че предстои откриването на представителство във Варшава, а с това действие ще бъдат възстановени и туристическите аташета.

**Г-н Мартин Захариев, заместник-председател на Националния борд по туризъм** представи няколко конкретни предложения, които в този труден етап за сектора е добре да бъдат направени. Седем месеца след началото на пандемията е необходима оценка на въздействието в икономическите показатели на мерките. Обърна внимание, че в доклада, който беше представен от проф. Пампоров от БАН това отсъства. Също толкова важно е да се изготви и икономически анализ, който изследва монетарните и фискалните мерки, които правителството има в условията на COVID-19. На следващо място правителството да финансира дизайните на досегашните мерки, които да бъдат актуализирани, защото всеки бизнес има различни специфики, които следва да бъдат отчетени при съответния дизайн на мерките. Сподели вижданията си, че големите европейски държави вървят към пълно затваряне и притесненията от страна на туристическия бранш вероятно и в България да се стигне до там е голяма.

По отношение на институционалната страница на министерството, г-н Захариев препоръчва да бъде въведена специална секция COVID-19 с навигатор за всички мерки, които Министерство на туризма прилага, които са съотнесими към сектора, тяхното обяснение, тяхното приложение и достъпа до тях по примера на немското министерство. Изрази недоволство от състоянието и вида на видео секцията на страницата на министерство на туризма.

По отношението на дигиталната трансформация предлага работната група от 2018 г. да бъде възстановена със Заповед на министъра на туризма, която стъпвайки на доклада от 2018 г. да изработи нов доклад с предложения как дигиталната трансформация следва да се развива по отношение на институционалната политика.

Последното му предложение се изразява в иницирането на среща от страна на Министерство на туризма със зимните курорти и местните общини, за да се работи за доброто взаимодействие, синергия и единни политики, единен маркетинг, между всички заинтересовани страни.

**Министър Марияна Николова** благодари за направените предложения, като уточни, че по две от тях вече се работи. Възложено е на УНСС да направи такава оценка на въздействието, като анализа се очаква до две седмици. Тя информира, че когато е готов анализа ще насрочи онлайн среща, на която да бъде представен. Също така вече са проведени две срещи със зимните курорти и там всичко е синхронизирано. Министър Николова поясни, че е изказала своята критика и послания и към края на месеца предстои още една такава среща. Приема предложението за дигитализацията включително за цифровата трансформация, като информира, че вече е възложено да и се представи такъв материал, като припомни, че каквото има като предложения от страна на бранша ги очаква в писмен вид.

**Г-н Байков, заместник-председател на Асоциация на българските туроператори и туристически агенти** постави въпроси свързани с протоколите за пътуване и маркетинга и дигитализацията. Изрази мнение, че е необходима корекция на всички формати в електронна среда като в тази връзка предлага промяна в маркетинга в социални медии и мобилни формати. Обърна внимание и на националния туристически портал, който сега е по-добър, но е необходима по-голяма синергия между институционалната страница и туристическия портал. Г-н Байков акцентира, че е много важно посетителите да бъдат достатъчно информирани за съответните протоколи и в какво се състоят те.

С оглед развитието на технологиите, които се прилагат при диагностициране на COVID-19 г-н Байков отправи въпрос, дали е възможно PCR тестът да бъде заменен с бърз тест, който е по-евтин и би дал по-голяма мобилност при пътуване. Изрази и мнението, че е важно България да участва в туристическите изложения, които заради пандемията в момента се провеждат онлайн. Според него не е ясно на какво залагаме – традиционни дестинации, целеви пазари, перспективни пазари. Статута на балканските пазари не е ясен и е необходимо бързо да се разреши този въпрос, защото типът транспорт се оказва от решаващо значение за туристическите посещения.

**Министър Николова** благодари на г-н Байков. Тя сподели, че е в постоянен контакт със здравния министър и потвърди позицията на здравните власти за ненадежността на бързите тестове като отбеляза, че това не е от компетенциите на Министерство на туризма. Министър Николова изрази надежда, че няма да има затваряне на България, като увери, че правителството прави всичко възможно това да не се случи. Още веднъж изрази позицията си, че разчита на бранша за предоставяне на необходимата информация за конкретни хотели, които да се предоставят за ползване и да подпомогнат здравната система.

**Г-н Петров, съпредседател на Българската асоциация на заведенията** изрази позиция, че все още не е доказано, че ношните заведения са разпространител на заразата. Информира също, че страната ни е една от малкото в Европа, която е наложила стандарти и практика на работа на заведенията. Допълни, че с такива отрицателни тези ще е много трудно да се привличат туристи в страната. Г-н Петров предложи при възможност да се обмисли стратегия за изграждане на работата на заведенията, която да гарантира безопасност и отново да могат да привличат клиенти.

**Министър Николова** припомни за срока за предложенията, които ще влязат като приложение в актуализирания вариант на годишната програма, която ще бъде публикувана на институционалната страница на министерството. Отбеляза също, че има забележки по институционалната страница на министерството и към момента се работи по подобряването ѝ.

**Министър Николова** благодари за конструктивния диалог и отправи предложение за обединение към Проекта на решение на Националния съвет по туризъм, като приема проекта

на Годишна програма за национална туристическа реклама 2021 г. и очаква предложенията в срок до 17 ноември 2020 г.

Благодари за дадените предложения и активната позиция на бранша, като изрази увереност, че посредством конструктивния диалог между Министерството, всички заинтересовани страни и положените усилия с добронамереност, упоритост и позитивизъм ще успеем да преодолеем трудностите, пред които сме изправени. Уверява също, че по отношение на работата по проекта Next Generation EU - пакет за възстановяване от COVID-19 ще положи усилия за да подкрепи сектора и туризмът като икономически сектор да бъде част от него.

**Г-жа Кацарова** от името на г-н Мемцов поздрави министър Николова за слогана за зимния туристически сезон и потвърди от негово име, че Община Чепеларе работи в добра комуникация с „Пампорово“ АД, като изразява своята благодарност за проведената среща през октомври със зимните курорти.

**Министър Николова** благодари на „Пампорово“ АД и добави, че мотото, което заедно с бранша е избрано има за цел да създаде облика и имиджа на България като здравословна и безопасна дестинация като ще даде акцент на здравето, защото всеки един турист е важен. Вицепремиерът информира членовете на Съвета, че турската страна е изявила желание да се подпише меморандум за обмяна на пациенти по примера с немските здравни каси. Добави и че се работи и за меморандум в областта на рекреационния туризъм, който е подходящ и за израелските туристи.

Заседанието завърши с добра новина – Саудитска Арабия е установила контакт с министър Николова, заради желание от тяхна страна да се изготви договор за обмяна на туристи между двете държави, защото от саудитска страна е наличен интерес за посещаване на СПА курорти и рекреационни дестинации в България.

**Министър Николова** благодари за ползотворната среща и закри заседанието.