



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

000 пл. „Стефан Стамболов“ №1 тел: (032) 656 703

Общински съвет - Пловдив
Вх. № 23 XI - 99
28.03.2023 г.

Община Пловдив
пл. Стефан Стамболов 1
N: 23 ПОБС-86
от 27.03.2023 14:16
Проверка на plovdiv.bg
Код : CGW31F5A7F8

До ПК КТ ЕМО
ПК БФ
ПК ПК
28.03.23

ДО
Г-Н АЛЕКСАНДЪР ДЪРЖИКОВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ
НА ОБЩИНСКИ СЪВЕТ – ГР. ПЛОВДИВ
УЛ. „АВКСЕНТИЙ ВЕЛЕШКИ“ № 20
ГР. ПЛОВДИВ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ОТ
ЗДРАВКО ДИМИТРОВ
КМЕТ НА ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Относно: Приемане на Отчета за изпълнение на „Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2022 година“ и приемане на „Годишна програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2023 година“

**УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ПРЕДСЕДАТЕЛ,
УВАЖАЕМИ ДАМИ И ГОСПОДА ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ,**

Законът за туризъм (ЗТ) съдържа правила относно разходване на средствата, представляващи местни приходи от туристическия данък за местата за настаняване на територията на община Пловдив. Средства формират и обезпечават Годишната програма за развитие на туризма в общината, която е част от бюджета на Община Пловдив, но се разходва само за дейности, регламентирани от ЗТ (чл.11, ал. 2).

На основание на чл.12, ал.1 от ЗТ, Кметът на Община Пловдив ежегодно разработва и изпълнява Годишната програма за развитие на туризма, като след края на програмния период изготвя Отчет за изпълнение на дейностите по Програмата. По предложение на Кмета на Община Пловдив Програмата и Отчетът се приемат от Общински съвет - Пловдив.

Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2022 г. бе разработена и изпълнена съгласно ЗТ и Общинска програма за развитие на туризма за 2021-2027 г., представляваща неразделна част от Плана за интегрирано развитие на община Пловдив за 2021-2027 г., в съответствие с приоритетите на националната и областната стратегии, и съобразно местните туристически ресурси и потребности.

На основание чл. 13, ал. 1 от ЗТ и Заповед на Кмета на Община Пловдив е създаден Консултативен съвет по въпросите на туризма (КСВТ) на територията на Община Пловдив. Съгласно чл. 13, ал.6, т.1 от ЗТ КСВТ обсъжда и одобрява

Годишната програма и Отчета за нейното изпълнение преди внасянето им за приемане от Общинския съвет.

**УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ПРЕДСЕДАТЕЛ,
УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ,**

Във връзка с изложените мотиви и на основание Вашите правомощия, произтичащи от чл. 21, ал. 1, т.12 и т. 23. и ал. 2 от ЗМСМА. и чл. 11. ал. 1 от ЗТ предлагам, Общински съвет – Пловдив вземе следното:

РЕШЕНИЕ:

- I.** Приема Отчет на Годишна програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2022 година.
- II.** Приема Годишна програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2023 година.
- III.** С цел по-голяма оперативност и ефективност при реализиране на икономии от утвърдените разходи в рамките на дейностите, заложи в Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2023 година, възлага на Кмета на Община Пловдив да пренасочва средства към други дейности в рамките на утвърдения бюджет и програма.

Мотиви:

Настоящото решение се взема с правни основания: чл. 21, ал. 1., т. 12 и т. 23 от ЗМСМА, чл. 11. ал. 1 от ЗТ, Общинска програма за развитие на туризма за 2021-2027 г, представляваща неразделна част от Плана за интегрирано развитие на община Пловдив за 2021-2027 г. и решение на Консултативния съвет по въпросите на туризма в Община Пловдив, взето с протокол №1 от 20.03.2023 г., и с фактически основания: Устойчиво развитие на Пловдив като конкурентноспособна туристическа дестинация.

Приложение:

1. Отчет на изпълнението на Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2022 г.
2. Годишна програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2023 г.
3. Копие на Протокол №1/20.03.2023 г., от проведено редовно заседание на Консултативния ~~по въпросите~~ на туризма в Община Пловдив

С уважение,

ЗДРАВКО ДИМИТРОВ
КМЕТ НА ОБЩИНА ПЛ

Съгласували:

Пламен Панов

Заместник- кмет *КАТ*

Изготвил:

Юлиана Йорданова

Нач. отдел „Туризъм“

Приложение № 2
Към Решение №,
взето с протокол №
от/
на Общински съвет - Пловдив



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Пловдив, 4000, пл. „Стефан Стамболов” №1, тел: (032) 656 703

ОТЧЕТ НА ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ 2022 г.

ВЪВЕДЕНИЕ

Годишната програма за развитие на туризма за 2022 г. се изпълнява от отдел „Туризм“, създаден с Решение № 28, взето с Протокол № 2 от 16.02.2021 г. на Общински съвет – Пловдив. Дейността на отдела следва основните приоритети, заложиени в разработената Общинска програма за развитие на туризма за 2021-2027 г., приета с Решение № 29, взето с Протокол № 2 от 16.02.2021 г. на Общински съвет – Пловдив и Годишната програма за развитие на туризма за 2022, приета с Решение № 294, взето с Протокол № 14 от 21.07.2022 г. на Общински съвет – Пловдив. В настоящия отчет са включени проекти и дейности за провеждане на политиката за развитие на туризма на територията на община Пловдив съгласно чл.11 от действащия Закон за туризъм и дейности в направление категоризация на места за настаняване и заведения за хранене на територията на Община Пловдив, съгласно чл.12 и чл.128 от Закона за туризъм.

Програмата е финансово обезпечена чрез постъпленията от туристически данък (чл.60, ал.1, т.2 от ЗТ) и общинска субсидия.

I. Информация и публикации.

1. Представяне в интернет (уеб сайт, социални мрежи и др.)

1.1. Официален туристическия портал www.visitplovdiv.com

Официалният туристическия портал www.visitplovdiv.com има за цел да популяризира туристическия потенциал на град Пловдив. Той се актуализира и поддържа от отдел „Туризм“. Сайтът предлага цялостна информация за туристите и посетителите на града, свързана с организирането на техния престой и забавления – събития, места за настаняване, заведения за хранене и развлечение, забележителности, информация за Пловдив и околностите. Ежедневно се публикуват промените в събитийния календар на общината, както и новини свързани с туризма в Пловдив и България.

Табл.1

Посещения на сайта www.visitplovdiv.com			
Година	Показвания на страници	Потребители	Сесии
2021 г.	494 815	187 543	239 612
2022 г.	577 815	210 349	261 401
Ръст	17%	12%	9%

1.2. Социални мрежи

Социалните мрежи продължават да са основен инструмент за осъществяване на маркетингови и комуникационни кампании за популяризиране на Пловдив като атрактивна туристическа дестинация. През изминалата година отдел „Туризм“ изготвяше и актуализираше постинг планове с ангажиращо съдържание с цел привличане на потребителското внимание, осъществяване на комуникация с вътрешни и външни публики и увеличаване на последователите на страниците „Visit Plovdiv“ в социалните мрежи. Туристическата индустрия е значително свързана с визуалното преживяване, поради което подготвените постинг планове генерираха разнообразни качествени визуални материали, като средство за привличане на вниманието.

✓ Facebook страница Visit Plovdiv

Към месец декември 2022 г., фейсбук страница Visit Plovdiv има 13 153 харесвания и 13 657 последователя. В сравнение с изминалата година отбелязва ръст от 57 % по индикатор достигане до аудитория с органично съдържание, 15% ръст в харесвания и последователите, 73% ръст по индикатор обхват на публикуваните сторита и 32% ръст в ангажирането на аудиторията с публикациите. Страницата продължава да увеличава посетителите си със средно 10% на месечна база и да поставя добри резултати, като най-голям интерес и максимален естествен „рийч“ (обхват, достигане) имат публикации за големите фестивали от събитийния календар. Основни източници за откриване на страницата са социалната мрежа Фейсбук, чрез официалния туристически портал Visit Plovdiv и чрез Гугъл търсачка.

Фейсбук страница Visit Plovdiv генерира визуално и текстово съдържание, които биха били интересни и полезни за настоящата и целевата аудитория - информация по различни теми за пътуване и планиране на престой в Пловдив, информация за туристическите

атракции и събитията в града, новини с туристическа насоченост и др. Подборът на генерираното съдържание има за цел да привлече вниманието на нови потребители, но и да не нарушава изградената вече целева аудитория. Като успешен инструмент за управление на съдържанието в социалните медии се наложиха публикациите с професионалните фотографии на туристически атракции, интересни локации в града и видео съдържание с популярни личности.

✓ *Instagram страница Visit Plovdiv*

Instagram е социална мрежа, алтернатива на печатните рекламни материали и списания, където Пловдив се рекламира като туристическа дестинация, повлиявайки на широки аудитории да го предпочетат за следващата си ваканция, както и да споделят социалните си преживявания, по време на пребиваването си. През изминалата година работата в социална медия беше насочена към създаването на кратки текстови послания, придружени от визуални материали - снимки и видеа, към споделянето на интересни публикации и подбрани хаштагове и видео истории (stories), взаимодействайки със своите съществуващи и потенциални нови последователи.

✓ *Twitter страница Visit Plovdiv*

Социалната мрежа Twitter се използва с цел да увеличи потенциалните посетители на дестинация Пловдив, като основно предоставя кратка туристическа информация и съвети за пътуване до Пловдив. Част от страните, в които Twitter е много популярен са САЩ, Турция, както и Великобритания, Германия и Франция, а те попадат сред целевите пазари на града ни. Социалната мрежа предоставя „туитове“ за предстоящи събития в града, местата за настаняване, заведенията за хранене и туристически обекти. Споделят се висококачествени снимки и видеоклипове на туристически обекти и атрактивни локации от Пловдив.

За категоризиране на съдържанието се използват следните хаштагове на Visit Plovdiv в социалните мрежи: #VisitPlovdiv #ОтПловдивСЛюбов #твоятpLOVEDiv

1.3. Платформа Cultural gems

През 2020 г. дестинация Пловдив се включи в дигиталната карта на платформата Cultural gems (Културни богатства), създадена от Съвместния изследователски център към Европейската комисия. Дигиталната карта на Пловдив включва общо 137 културни обекти с актуализирани локации и наименования на български и английски език. През изминалата година отдел „Туризм“ периодично актуализира информацията за туристическите обекти в Пловдив и акцентите от събитийния календар на Община Пловдив за 2022 г.

2. Публикации в международни, национални и местни медии и издания.

2.1. Реклама в международни медии

През 2022 г. Пловдив попадна във фокуса на водещи международни медии като, The Guardian, National Geographic, European Best Destination, Forbes, MSN, Yahoo, Geo, Hola и др., които го наредиха сред топ дестинациите, които задължително трябва да бъдат посетени. В рамките на изминалата година градът ни бе посетен и от членове на Международната асоциация на журналистите и писателите в туризма (FIJET), представители на чуждестранни медии, блогъри и винени професионалисти, от различни държави. Те споделиха своите впечатления от богатото културно-историческо минало на града, възможностите за настаняване, местните вина и кухня, в статии, публикувани в печатни и онлайн медийни издания и социалните мрежи.

2.2. Реклама в национални медии:

✓ В продуктите на ИК „Домино“:

За поредна година Община Пловдив се включи с реклама на дестинацията в туристически „Пътеводител на България“ на издателска къща „Домино“. Изданието се разпространява в хипермаркети, бензиностанции, книжарници и над 200 по-малки дистрибутори в цялата страна, включително и в гр. Пловдив. Изпълнението на рекламата е с водеща снимка на лицето на изданието (начална корица), гръб-корица на изданието и самостоятелна вътрешна цветна страница с текстов и снимков акцент с акцент културно-историческото наследство на Пловдив.

✓ В каталозите на туристическите изложения „Ваканция Експо“ в София и „Културен туризъм“ във Велико Търново:

Подготвения бяха снимков материал и текст с акцент Пловдив – Най-добра Европейска дестинация за 2022 г.

✓ Списание „Дестинация България“ и онлайн изданието destinationbulgaria.bg.

Медията представя предмета на дейност и туристическите продукти на сдружения и асоциации, туристически центрове, туристически обекти, общини и др. Списанието е двуезично (на български и английски език) и се разпространява в рамките на различни национални и международни специализирани форуми. За участие в трите издания на формата (пролетно, по случай Световен ден на туризма – 27-ми септември и специалното издание предназначено за WTM-London), отдел „Туризъм“ подготви визии на гръб-корици, статии и снимков материал на две вътрешни страници посветени на Пловдив - най-добра културна дестинация за 2022 г., Пловдив - най-добра винена дестинация за 2022 г., Пловдив - най-романтична дестинация за 2022 г. и информация с акценти от събитийния календар.

✓ Списание VAGABOND

Община Пловдив взе участие 193-ти брой на списание VAGABOND, с акцент "Дестинация Пловдив". Списанието е лидер сред англоезичните медии в България и се отличава на пазара с модерна европейска визия, значително увеличаваща се аудитория, включваща българи и чужденци, и широк спектър от области и теми. Vagabond се откроява и с гарантирана аудитория от чуждестранни посолства, висш мениджмънт на големи български и международни компании, държавни институции и читатели с висок и среден стандарт на живот. Отдел „Туризъм“ подготви имиджова визия и статия с фокус Пловдив – Най-добра Европейска дестинация за 2022 г.

✓ Списание DESTINATIONS – ultimate guide for your holiday

Пловдив е на корицата на декемврийския брой на списание DESTINATIONS – ultimate guide for your holiday и получи Годишната награда за туристическа дестинация на годината, присъдена от изданието. Форматът е едно от водещите туристически списания в България с читателска аудитория, която надхвърля българския пазар. Списанието е двуезично, излиза на български и английски език. Изданието представя най-красивите дестинации в България и чужбина, както и ексклузивни истории и интервюта с професионалисти в бранша и популярни личности.

2.3. Реклама в местни медии:

Представител на отдел „Маркетинг и комуникация“ на Община Пловдив е ангажиран след всяко значимо събитие да изпраща информация, която се публикува в местните печатни и онлайн медии (Darik News, Под Тепето, Пловдив 24, Марица и др.).

3. Туристически информационни центрове

Основната функция на туристическия информационен център е да предоставя информация и рекламни материали на туристите и гражданите на Пловдив за основните туристически атракции и забележителности, местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечение, както и за събитията от събитийния календар на Община Пловдив. Към настоящия момент туристическите информационни центрове са предоставени за стопанисване на ОИ „Старинен Пловдив“, а през изминалата година отдел „Туризъм“ имаше ангажимент да ги обезпечава с рекламни материали, отпечатани със средства от Програмата. С цел подобряване на маркетинга на туристическа дестинация Пловдив и по-доброто организиране на престоя на туриста, в туристическите центрове могат да се закупят входни билети за посещения на обектите на „Старинен Пловдив“, както и билети за културни, артистични, спортни събития и фестивали от платформата Ивентим. Туристическите информационни центрове на територията на община Пловдив могат да бъдат открити на следните адреси:

- ✓ Туристически информационен център - ул. „Д-р Стоян Чомаков“ 1 (Стария град);
- ✓ Туристически информационен център - ул. „Райко Даскалов“ 1 (пл. „Римски стадион“);

През 2022 г. е подновена процедурата за сертифициране на общински информационен център на туристическия център, намиращ се на ул. „Райко Даскалов“ 1.

II. Маркетинг и реклама

1. Комуникационни кампании

1.1. Рекламна кампания „Гласувайте за Пловдив, „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г.“

През изминалата година Пловдив бе номиниран за „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г. в 13-то издание на престижната класация European Best Destinations. Единственият български град, който участва, беше поставен в конкуренция със световни дестинации като Лондон, Рим, Виена, Истанбул, Атина, Прага, Любляна, Люцерн, Грац и други. „Най-добра европейска дестинация“ е надпревара между специално подбрани градове, с богато културно-историческо наследство, устойчивост и качество на живот, организирана от водещия уебсайт за туризъм в Европа - [EuropeanBestDestinations.com](https://www.europeanbestdestinations.com). Класацията се проведе в партньорство с мрежата EDEN на Европейската комисия и медийните партньори Forbes US и Condé Nast Travelers.

Пловдив бе номиниран за втори път в престижната класация, след като през 2016 г. зае бронзовото 3-то място. Мотивите за избора на Пловдив за участие в надпреварата са богатото културно-историческо наследство и събитийен календар на града, както и успешни инициативи като „Пловдив - Европейска столица на културата 2019“, и цялостното устойчиво развитие на туристическата дестинация. Номинацията на Пловдив в престижната категория е знак за признание за усилията, които Община Пловдив и туристическият сектор в Пловдив полагат в утвърждаването на Пловдив като атрактивна и устойчива туристическа дестинация, и представлява възможност да се привлече фокуса на международната общественост не само към града ни, но и към България.

Победителят бе избран чрез гласуване, проведено в периода от 20-ти януари до 10-ти февруари 2022 г. на интернет страницата www.europeanbestdestinations.com.

В подкрепа на номинацията на Пловдив за „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г., отдел „Туризм“ на Община Пловдив проведе рекламна кампания за популяризиране на инициативата и стимулиране на гласуването. На ключови локации в града беше поставена външна реклама с тематична визия „Гласувай за Пловдив“. С хаштаг #VotePlovdiv в социалната мрежа Facebook се планираха ежедневни публикации към потребителите с призив за подкрепа на най-стария жив град в Европа, които бяха споделени многократно. В периода на гласуването се проведе и регулярна имейл кампания до чуждестранни и български партньори с информация за номинацията на града, и указание относно процедурата за гласуване на сайта www.europeanbestdestinations. Бяха привлечени известни пловдивчани и приятели на Пловдив, като някои от тях записаха специални видеообръщения, а други публикуваха призивите си за подкрепа на личните си страници в социалните мрежи. Сред тях са невероятната Соня Йончева, спортистите Христо Стоичков и Мария Петрова, актьорите Цветана Манева, Христо Мутафчиев, Теодор Дърлянов, Радиана Думанян, Алексей Кожухаров, Стефан Вълдобрев, Ники Илиев, момичетата от 4 Magic“ и „Ноте квартет“, Керана и Космонавтите и др. На инициативата откликнаха множество български градове, сред които София, Варна, Бургас, Стара Загора и Русе, Националното сдружение на общините в Република България, Министерство на туризма, Дипломатическият институт към министерство на външните работи, Областна администрация, Организация за управление на Тракийски туристически район, ОФ „Пловдив 2019“, Сдружение „Съвет по туризъм – Пловдив“, сдружение „Бизнесът за Пловдив“, всички пловдивски музеи – Регионален исторически музей, Регионален археологически музей, Природонаучния музей, Етнографския музей, Градска художествена галерия – Пловдив и Общински институт „Старинен Пловдив“ и много други. Бе получена подкрепа и от Андрей Ковачев - член на ЕП, Николина Ангелкова, българският еврокомисар Мария Габриел, журналисти и блогъри от FIJET, БГ Радио, VIVACOM и всички пловдивски медии.

Пловдив зае четвърто място в класацията за „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г. с 51 024 гласа. Общо кампанията е събрала 528 069 гласувания от 182 страни и повече от 100 000 споделяния. 56 % от всички гласове са дошли от Европа, а останалите 44% – от държави извън Европа. Наред с основната класация потребителите отредиха на града ни първото място в подкатегориите: "Най-добра културна дестинация в Европа 2022", "Най-добра винена дестинация в Европа", "Най-романтична дестинация в Европа". Също така Пловдив бе обявен и за най-предпочитаната българска дестинация от старта на този конкурс през 2009 г., а през месец март бе обявен за „Най-добра българска дестинация“. Кампанията за популяризиране на инициативата бе отразена в над 163 статии и репортажи от български медии и институции и над 39 чуждестранни медии.

Позитиви от участието на Пловдив в конкурса:

- ✓ Пловдив е рекламиран като 4-та най-популярна за посещение дестинация на сайта на European Best Destination, посещаван от повече от 6 млн. потребители от цял свят.
- ✓ Градът ни попада сред 5-те най-гласувани европейски дестинации, поради което му бе дадено правото да носи и титлата "European Best Destinations 2022" /"Най-добра европейска дестинация 2022".
- ✓ Официалното лого "Plovdiv - European Best Destinations 2022" бе предоставено под формата на стикер на партньори, музеи и галерии, места за настаняване, заведения за

хранене, туроператори и туристически агенти, за поставяне на видно място в туристическите обекти. Логото се равнява на сертификат за качество и постижения, и е разпознаваемо от туристите. Това се дължи на цялостната популярност на най-големия сайт за промотиране на културата и туризма в Европа - EuropeanBestDestinations.com

- ✓ Официалното лого "Plovdiv - European Best Destinations 2022" бе изпратено и във векторен формат, който може да се използва във всички комуникационни и рекламни кампании, медийни изяви, уебсайт и други изяви, на съответния туристически обект до края на календарната 2022 г.
- ✓ Ефектът от разпознаемостта на Пловдив в европейски план ще повиши туристопотока и респективно ще се отрази благоприятно на туристическия сектор, в посока възстановяване нивата на икономическите показатели от предпандемичната 2019 г. и в бъдеще.

5.2. *Рекламна кампания на дестинация Пловдив „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г.* Популяризирането на Пловдив като „Най-добра туристическа дестинация“ за 2022 г. и неговия събитийен календар беше реализирана целогодишно чрез планирането и провеждането на комуникационна кампания, която включва:

- ✓ Външна реклама – изработване и поставяне на визии за билбордове в посолството на РБ в Анкара с ключови за града ни туристически атракции. Изработване и поставяне на визия с логото и надпис Пловдив „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 година за съоръжения за външна реклама - билборди и рекламни конструкции на ул. „Съборна“ 22 и Античен театър, брендиране на витрините на туристически информационен център на ул. „Райко Даскалов“ 1, поставено голямо рекламно пано върху фасадата на сградата на община Пловдив на пл. „Централен“ 1 (бившия Партиен дом). Визуалната концепция представлява послание към гостите и туристите в Пловдив, съдържащо пиктограми на трите категории, в които Пловдив е отличен като номер едно: "Най-добра културна дестинация в Европа 2022", "Най-добра винена дестинация в Европа", "Най-романтична дестинация в Европа".
- ✓ Е-mail кампания - за целите на кампанията по имейл периодично се подготвяха и изпращаха нюзлетъри, които са директно и точно таргетирани към специални целеви групи – туроператори и туристически агенции, места за настаняване, неправителствени организации с предмет на дейност популяризиране на културно-историческото наследство и туризъм, места за настаняване, общини.
- ✓ Комуникация с медии и PR (прессъобщения, интервюта в онлайн и печатни издания, ТВ участия и др.);
- ✓ Посещения на блогъри и журналисти от страната и чужбина;
- ✓ Радио реклама – изработване и излъчване на рекламно послание за популяризиране на Пловдив /рекламни спотове/.

Целта беше да се утвърди положителния имидж на бранд „Пловдив“, чрез съчетаването на новини, забавни и музикални предавания със създаването на релевантно и интересно съдържание в социалните мрежи Facebook и Instagram.

Акцентът на рекламните послания беше поставен върху рекламата на Пловдив като „Най-добра туристическа дестинация“ за 2022 г., съответно и в подкатегориите за

"Най-добра културна дестинация в Европа 2022", "Най-добра винена дестинация в Европа", "Най-романтична дестинация в Европа" и събитийния календар на града.

Рекламната кампания се проведе в периода от 4 юли до 31 октомври 2022 г., в четири радиостанции (Радио 1, Радио Енерджи, БГ радио и радио Сити). Проведоха се и три игри в ефира и Facebook страницата на Радио Енерджи, с въпроси насочени към културно-историческото наследство и туристическите атракции в Пловдив. В допълнение бяха публикувани и кратки анонси в официалните страници на Visit Plovdiv в социалните мрежи и Facebook и Instagram.

2. Туристически изложения и други форуми

2.1. Туристически изложения – основен инструмент за популяризиране на дестинацията

Тези събития събират на едно място туристически брандове и професионалисти от цялата индустрия и предоставят отлични възможности за подробното представяне на Пловдив и неговите основни видове туристически продукти пред широка аудитория, в съчетание с осъществяването на полезни бизнес контакти между изложителите и обмен на опит и добри практики. Пловдив участва в основните водещи туристически изложения, подбрани по своята значимост и съобразени с бюджета и административния капацитет на отдела.

2.1.1. Международни туристически борси

- ✓ *World Travel Market (WTM) - 7 - 9 ноември, 2022 г. в Лондон, Великобритания*

Община Пловдив взе участие в най-голямото в света изложение за професионалисти в туристическата индустрия на World Travel Market. Основен акцент на 43-тото издание на формата бе да се покаже как индустрията се е развила и променила през последните две години, за да отговори на изискванията на новия потребителски пазар след пандемията. На информационен деск в рамките на националния щанд на Министерството на туризма на Република България, служители от отдел „Туризм“ представиха културно-историческите забележителности, събитийния и културен календар на града, както и най-новите туристически обекти и проектите в процес на реализация в Пловдив.

2.1.2. Национални туристически изложения

Характерно за тези изложения е, че фокусът е насочен към българските туристи, които през 2022 г., отбелязаха ръст в броя реализираните нощувки с 48% спрямо 2021 г. и 17 % спрямо 2019 г., а по отношение на пренощуващите лица – увеличение от 51 % спрямо 2021 г., и 16 % спрямо 2019 г. (табл.1). От представянето на Пловдив на националните туристическите борси зависят и посещенията на туристическите атракции и събития, които не са обвързани с нощувка. По време на форумите, градът има възможност да изпъкне със своята уникалност пред основните си конкуренти на вътрешния пазар - София и Велико Търново, както и да се анализира и оцени тяхното представяне.

- ✓ *Международно туристическо изложение „Ваканция и Спа Експо“ – 39-то издание, 15-17 февруари 2022 г, София;*
- ✓ *Международно туристическо изложение „Културен туризъм“- 17-то издание, 14-16 април 2022г., Велико Търново*

Акцент в представянето на Пловдив и в двата форума бе поставен върху „Епископската базилика на Филипопол“, която бе открита на 18 април 2021 г., както и върху престижното четвърто място, което градът спечели в класацията за „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г. в 13-то издание на престижната класация European Best Destinations. Пловдивският щанд „Епископската базилика на Филипопол“, заложи на атрактивен авторски дизайн, с характерни елементи и открояващ се бранд, който включва фрагменти от известните мозайки и препратка към някогашния вид на Базиликата с уникални медальони с различни видове птици. Над лицевата част бе поставено и логото „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г.

2.2. Други форуми за представяне на дестинация Пловдив и обмен на добри практики

Популяризирането на дестинация Пловдив се осъществява и на други туристически формати, конференции и кръгли маси, на които пред по-тесен кръг от професионалисти се представят организацията на работа на структурите, отговорни за развитието на туризма и различните видове туризъм, които съответната дестинация предлага.

- ✓ *VIII Работна среща между бизнеса и местната власт на АБТТА - 4 - 6 октомври, 2022 г., Стара Загора.*

Над 30 представители на местната власт в България, повече от 20 професионалисти от страна на туристическия сектор и журналисти обмениха опит и добри практики в рамките на тридневния форум, посветен на споделената отговорност за развитието на устойчива туристическа дестинация и туристически продукт под мотото "Преосмислен туризъм".

3. Печатни рекламни материали

Отпечатаните материали са предназначени за безплатно разпространение в туристическите информационни центрове, за участие на международни туристически борси и туристически форуми и събития, както и за други представителни поводи с цел популяризиране на Пловдив като туристическия дестинация.

Един от основните акценти в работата на отдел „Туризъм“ е изготвяне на текстове и актуализация на информацията и дизайна на рекламно- информационните материали за Пловдив (брошури, туристическа карта, винена карта и др.). През 2022 г. бяха отпечатани имиджова брошура „Опознай Пловдив“ с любопитни факти за Пловдив на английски, немски, български езици, „Музеи и галерии“ на английски, немски, български езици, „Хотели и ресторанти“, туристическата карта на английски и български езици. Изброените рекламни материали са публикувани в дигитален формат на официалния туристически портал – www.visitplovdiv.com

През 2022 г. отдел „Туризъм“ изработи идеен проект за единна рекламна визия на печатни и рекламни материали на Пловдив – календар, пирамида-календар, тефтер, ключодържател, торбички, пъзел и подложка за мишка, магнит. Проектът съдържа стилизирани изображения на най-известните туристически атракции на града ни и анимирани изображения, в съответствие с новите тенденции във визуализацията графичния дизайн.

- ✓ Туристическа карта на Пловдив на български и английски език – 100 000 броя
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на български и английски език – 15 000 броя
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на немски език – 500 броя

- ✓ Двустранен каталог „Хотели“ и „Заведения за хранене и развлечение“ на английски език – 700 броя
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на английски език – 1000 броя
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на немски език – 500 броя
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на български език – 500 броя
- ✓ Визитни картички – 600 броя
- ✓ Рекламни хартиени торбички - 3000 броя
- ✓ Папка с визия „Антични мозайки“ – 1500 броя
- ✓ Тефтер малък с тематична визия на корицата „Антични мозайки“ - 500 броя
- ✓ Тефтер малък „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Календар стенен с тематична визия „Антични мозайки“ – 500 броя
- ✓ Календар стенен „Visit Plovdiv“ – 500 броя
- ✓ Джобен календар „Visit Plovdiv“ на български и английски език – 2000 броя
- ✓ Настолен планер с дните от седмицата 2022 – 1300 броя
- ✓ Настолен планер с дните от седмицата 2023 – 500 броя
- ✓ Тефтер А5 с тематична визия на корицата „Антични мозайки“ - 1500 броя
- ✓ Тефтер А5 „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Настолен календар (пирамида) на български и английски езици – 2000 броя
- ✓ Стикер 20/20 см „Най-добра европейска дестинация 2022“ – 200 броя
- ✓ Стикер 5 см „Най-добра европейска дестинация 2022“ – 1000 броя
- ✓ Ключодържател метален лукс „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Ключодържател HDF „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Подложка за мишка „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Пъзел А4 „Visit Plovdiv“ – 100 броя
- ✓ Магнит 5x7 см „Visit Plovdiv“ – 200 броя

4. Аудио визуални материали

През 2022 г. Община Пловдив в съвместно сътрудничество със Съюза на българските актьори реализира проект за популяризиране на значими туристически обекти и локации в града с участието на актьори от Пловдивския драматичен театър. Проектът е озаглавен „Моят Пловдив“ и включва заснемане, постпродукция и популяризиране на 7 бр. видео послания от актьори, всяко от което с продължителност от около 90 секунди, (6 индивидуални с участието на 6 различни актьори + 1 общ клип). Избраните лица представят в кратко видео своята любима локация или културно-историческа забележителност в Пловдив, която свързват със своя житейска случка, и за която знаят любопитна информация. Отдел „Туризм“ направи подбор на туристическите обекти, локации и актьори, и подготви кратки текстове за представянето им. Всички актьори, участващи в кампанията публикуват готовите видеа в личните си профили и страници в социалните медии, а Съюза на Българските актьори съдейства за разпространението на видеата по различни медийни канали.

5. Награди

Като оценка за работата на Община Пловдив по популяризирането на дестинацията, на града бяха отсъдени следните награди през годината, а именно:

- ✓ *Отличия от Международно туристическо изложение „Културен туризъм“-14-16 април 2022, Велико Търново*

Община Пловдив се завърна с две награди от участието си в 17-то издание на Международното туристическо изложение „Културен туризъм“. Първата награда, с която бе удостоено пловдивското участие, е „Почетна грамота за най-атрактивен експозиционен щанд - експозиция на обект на културно-историческото наследство „Епископска базилика на Филипопол“. Второто отличие е от традиционния Национален конкурс „Чети и пътувай“ – „Поощрителна награда за най-оригинално събитие в областта на културния туризъм – представяне на фестивала OPERA OPEN“.

- ✓ *Награда на списание „Дестинация България“*

По случай Световния ден на туризма, списание „Дестинация България“ връчи своите Годишни награди. На 30 септември 2022 г. на официална церемония в Министерство на туризма бяха отличени с грамоти кметове на общини, мениджъри, инвеститори и услуги с добри практики, допринесли за развитието, припознаването и утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация. Заместник-кметът по култура, археология и туризъм на община Пловдив - Пламен Панов бе удостоен с отличието „Принос в развитието на туристическия продукт в община Пловдив“ за 2022 г.

- ✓ *"Туристическа дестинация на годината за България" на списание „DESTINATIONS – ultimate guide for your holiday“.*

Община Пловдив получи българския "Оскар" за туризъм на специализираната медия за туризъм, която по традиция обявява шампионската селекция в индустрията в първия ден на декември с излизането на новия брой. Изданието е двуезично, излиза на български и английски език. Идеята е носителите на отличията да получат своето признание на база положения труд през изминалата година и са на принципа на наградите Мишлен.

- ✓ *Отличие за „Международно признати постижения и устойчиво развитие в туризма в България“ на Министерството на туризма.*

Министерството на туризма раздаде Годишните награди в туризма за 2022 г. на тържествена церемония, която се състоя на 14-ти декември в София. Седмите Годишни награди в туризма – 2022, за втора поредна година се проведеха под патронажа на президента на Република България.

V. СЪБИТИЯ И СЪБИТИЕН КАЛЕНДАР

Събитията организирани от община Пловдив, както и събитията подпомагани от ГПРТ и изпълнени в партньорство, освен с чисто културни и образователни цели са и основен инструмент за изпълнението на основната цел на ГПРТ, а именно повишаване на туристопотока в Пловдив. Отпадането на ограничителните мерки, наложени от пандемията от COVID-19 спомогна поэтапното възстановяване на провеждането на редица масови събития и фестивали, чието провеждане през последните две години бе преустановено.

1. Събития организирани от Община Пловдив

✓ *Откриване на постоянна експозиция на Градска художествена галерия в Стария град.*

На 15 април 2022 г. за посещение отвори врати постоянната експозиция на Градската галерия с реставрирана сграда, обновена художествена експозиция и преобразено дворно пространство. Постоянната експозиция на Градската художествена галерия е най-големият извън-столичен музей за изобразително изкуство у нас. Триетажната сграда на някогашната Девическа гимназия, проектирана и построена през 1881 г. под ръководството на бележития чешки архитект Йосиф Шнитер, е с напълно реставрирани фасади, преобразен интериор, разширено изложбено пространство и двор, превърнат в достъпен парк. Обогатена е и експозицията от 300 ценни произведения на живописца, графиката и скулптурата, подготвени за експониране в реставрационното ателие на галерията. Пловдивската колекция е сред най-богатите на творби от ранните периоди на развитие на българското изкуство у нас.

✓ *Откриване на "Форум Север (Агората) на Филипопол"*

На 19 април беше открит официално „Форум Север (Агората) на Филипопол“. По исторически данни обектът е бил търговски, административен и религиозен център на града. В античните времена мястото е имало библиотека, там е заседавал и Градският съвет на Филипопол. Той заема площ от 25 декара показва ценни археологически артефакти, сред които са мраморна плоча с изображението на богинята Артемида и статуетка на богинята Кибела. Форум „Север“ свидетелства за историята на град между I-ви и IV век след Христа.

✓ *Посещение на представители на медии и блогъри от FIJET*

Група от журналисти и популярни блогъри, членове на Световната федерация на журналистите и писателите в туризма – FIJET, посети Пловдив в периода 15-18 септември. FIJET е най-авторитетната организация на професионални журналисти, пишещи на тема „Култура и туризъм“ по света, с над 700 членове от повече от 30 държави. През 2016 г., Пловдив бе удостоен с престижната международна награда на FIJET „Златна ябълка“, като признание за международния авторитет, който градът има като туристическа дестинация. Настоящата визита бе осъществена чрез Българската асоциация на журналистите и писателите по туризма (АБУЖЕТ), а поводът бе 4-тото място за „Най-добра европейска дестинация“ за 2022 г., което Пловдив спечели в класация на специално подбрани европейски градове, организирана от водещия уебсайт за туризъм в Европа - EuropeanBestDestinations.com. Групата от журналисти и блогъри включваше представители на медии от Австрия, Гърция, Испания, Кипър, Словакия, Румъния, Сърбия, Хърватска и България. В рамките на визитата групата от FIJET, посети събития от календара на Пловдив, запознаха с най-новите и значими туристически атракции и културно-исторически паметници – Епископската Базилика на Филипопол, Античен Форум, Източен сектор на Римски стадион и други. В програмата на групата беше включено и посещение на нови места за настаняване и заведения за хранене в града.

✓ *Посещение на експертна делегация по повод Международния ден на мавруда*

В рамките на инициативата Международен ден на мавруда, през 2022 г. се проведеха три градски винени фестивала (Urban Wine Fest) в три последователни уикенда в най-големите градове в страната - София, Пловдив и Варна. По този повод, в България пристигнаха чуждестранни медии, винени професионалисти, блогъри и влиятелни личности

в областта на виното от Холандия, Унгария, Германия, Словения, Полша, Испания, Великобритания, Сърбия, Румъния, Австрия, САЩ и Канада. В периода 27-29 октомври те проведеха тур в България с цел опознаване на страната, като качествена туристическа, винено-кулинарна и културно-историческа дестинация. Като носител на престижните отличия на European Best Destination – Най-добра културна дестинация и Най-добра винена дестинация 2022 г., Пловдив бе част от визитата на експертната делегация. По програма, изготвена от отдел „Туризм“, групата посети важни културно-исторически забележителности и винарски изби в регион Пловдив.

2. Събития в партньорства

През 2022 г., освен традиционните за Пловдив събития, заложи в Годишната програма, се проведеха и два нови формата с акцент Винен & Гурме и културно-исторически туризъм.

✓ Дефиле „Вино и гурме“

На 14-ти и 15-ти май се проведе осмото издание на Дефиле „Вино и гурме“. За поредна година домакини на събитието бяха емблематичните къщи – музеи и галерии, заведения и културни средища в Стария град на Пловдив. За първа година събитието се проведе под патронажа на Министерството на туризма. Участниците в събитието бяха 67 - 42 винопроизводители, 21 производители на храни и продукти, и 4 съпътстващи участника. По данни на Съвет по туризъм Пловдив - 55% е ръстът на участниците в сравнение с изминалата 2021 година. В програмата бе включено провеждането на дегустационен конкурс за „Най-удачно съчетание между вино и храна“ и разнообразна, съпътстваща фестивална програма.

✓ Пролетно издание на „Панаир на занаятите“

Традиционният за града ни Пролетен панаир на занаятите се проведе от 19-ти до 22-ри май, 2022 г., на ул. „11-ти август“, ул. „Д-р Вълкович“ и ул. „Станислав Доспевски“. Майстори и калфи от цялата страна направиха демонстрации на различни занаяти като: дърворезба, изработване на накити с различни техники, художествена обработка на дърво, изработване на изделия от кожа, плъстене, ножарство, свещолеене, художествена керамика, леярство на чанове, изработване на художествени тъкани, художествено плетиво, български народни музикални инструменти, кожухарство, шапкачество, грънчарство, и др. Акцентът на това издание бе пленер „Калоферска дантела-минало и бъдеще“. Майстори-занаятчии представиха тънкостите на един магичен и изящен занаят като демонстрираха много рядка и малко позната у нас и по света уникална техника за плетене със совалки.

✓ Фестивал „Уикенд в Пловдив“

В периода 29-31 юли се проведе петото издание на фестивал „Уикенд в Пловдив“. Форматът има за цел да популяризира Пловдив като туристическа дестинация и да привлече по-голям туристически поток в града, чрез преференциални отстъпки на местата за настаняване, заведенията за хранене и туристическите атракции в по-слабите месеци на годината. През 2022 г. фестивал „Уикенд в Пловдив“ предложи на пловдивчани и гостите на града над 45 ценови предложения за местата за настаняване и заведенията за хранене (от 10% до -50% отстъпка), посещение на туристически забележителности, игри, награди и съпътстваща уикенд програма.

✓ *Гурмето под тепето*

В периода 15-18 септември 2022 г., на пл. "Стоян Чомаков" №1 в Стария град на Пловдив, Сдружение „Филибелийски майсторлъци“ и община Пловдив представиха първото издание на събитието „Гурмето под тепето“. Форматът е продължение на последователните усилия на община Пловдив и туристическия бранш за насърчаване на туристическия поток в града, популяризирането на местната кухня и преоткриването на алтернативни локации (конкретно Стария град) за провеждане на събития. В рамките на първото издание на фестивала, пловдивчани и гости на града имаха възможност да опитат приготвени на BBQ традиционни пловдивски деликатеси и кулинарни изкушения от пловдивският регион, хлебни печива, лютеници, подправки по традиционни пловдивски рецепти и много други изненади. Кулминация на събитието бе премиерата на бирата на Стария град – „Трите хълма“. Община Пловдив и пивоварна „Каменица“ АД обединиха усилия в партньорство и изненадаха всички почитатели на пивото с нова бира в познатия стил "пилзнер", но прочетена на крафт език.

✓ *Есенен панаир на занаятите*

Есенното издание на „Панаир на занаятите – Шевицата, код за памет“ се проведе от 15 до 18 септември на ул. „Съборна“ в Стария град. Събитието се организира традиционно от Регионална занаятчийска камара – Пловдив. През 2022 г. Есенният панаир на занаятите се проведе съвместно с първото издание на фестивала „Гурмето под тепето“ в рамките на „Празници на Стария град“, превръщайки го в оживено място. Над двадесет майстори и калфи от цяла България представиха авторски творения и демонстрация на своя занаят: дърворезба, изработване на накити с различни техники, изделия от кожа, плъстене, стъклопис, свещолеене, художествена керамика и стъкло, изработване на стъклени изделия чрез издухване, изработване на художествени тъкани, художествено плетиво, макраме и др. Акцент в есенното издание бе народният художествен занаят „Везбарство“, дълбоко свързан с бита и традициите на нашия народ.

✓ *„Градски винен фестивал“ (Urban Wine Fest)*

По повод Международния ден на мавруда, на 22 октомври на пл. „Централен“ в Пловдив се състоя „Градски винен фестивал-Пловдив“ (Urban Wine Fest). Празникът на вината от местните сортове грозде се чества по инициатива на Българска асоциация на винените професионалисти за трета поредна година, като през настоящата 2022 г. община Пловдив се присъедини като партньор за пръв път. Във винения бар, разположен на пл. Централен, пловдивчани и гости на града можеха да опитат от специалната селекция, включваща над 35 вида български вина от сортове, от Пловдивски регион. Посветен на българското вино и наречен на един от най-ценените и стари български сортове, Международният ден на мавруда е инициатива, която се стреми да се утвърди като ежегодна проява, създавайки сериозен интерес към българското лозарство, винопроизводство и стилово разнообразие на вината, произведени в България. Цел на формата е и да допринесе за повишаването на интереса не само към България, но и в частност към Пловдив, като предпочитана дестинация за винен, устойчив и целогодишен туризъм.

✓ *Дефиле на младото вино*

През последния уикенд на месец ноември, за 14-ти път в Пловдив се проведе традиционния фестивал „Дефиле на младото вино“. В три поредни дни – 25-ти, 26-ти и 27-ми ноември, в 17 локации на Стария град, пловдивчани и гости на града можеха да опитат 300 вида вина. През 2022 година, участниците във формата бяха 67, като бе отчетен ръст от 15% с респективно - 45 винопроизводители, 19 производители на храни и продукти и 2 съпътстващи фирми. За поредна година фестивалът се проведе под патронажа на Министерството на туризма.

3. Събитийен календар

Целта на събитийния календар на Пловдив е да допринася за повишаването на туристопотока в града. Той обхваща всички значими събития и предоставя информацията на крайните потребители (туристите и посетителите на града, туроператори и турагенти), с което изпълнява горепосочената цел на ГПРТ. Отдел „Туризм“ продължи да обединява информацията за фестивали, форуми, изложения и събития от Културния календар на Община Пловдив, Спортния календар на Община Пловдив, ОФ Пловдив 2019, Годишната програма за развитие на туризма, проявите на Международен панаир – Пловдив, зала „Колодрума“, зала С.И.Л.А и др., да публикува актуализирана информация с промените в сайта на официалния туристически портал Visit Plovdiv, официалната страница Visit Plovdiv в социалната мрежа Фейсбук, да я изпраща до заинтересованите страни (туроператори, места за настаняване и туристически информационни центрове в Пловдив и страната).

През 2022 година събитийният календар на Пловдив наброяваше повече от 850 събития.

VI. ДЕЙНОСТИ ПО ИЗГРАЖДАНЕ И ПОДДЪРЖАНЕ НА ИНФРАСТРУКТУРА

1. Ремонт на рекламно-информационни табла.

Във връзка с необходимостта от подмяна на старите указателни карти с нови, цветни, двуезични, съобразени с новата визия на туристическата карта на Пловдив, през 2022 г. се извърши подмяна и ремонт на съществуващата инфраструктура, включваща 14 броя рекламно-информационни табла, разположени в централна градска част. Представители на отдел „Туризм“ и ОП ОКТ извършиха оглед, на база, на който се изготви опис на проверените табла и констатираните нередности, и повреди. Обновителните ремонтни дейности включваха подмяна на осветителни тела и други ел. части, боядисване и др., и бяха наложителни поради високата степен на амортизация на съществуващите съоръжения. Ремонтът на металните конструкции и подмяната на старите туристически карти с актуални такива бе необходима мярка, предприета в съответствие с потребностите на туристите и утвърждаването на Пловдив като конкурентна дестинация.

2. Ребрандиране на рекламно-информационни табла в централна градска част - проект „Пешеходна навигация“

След като новата туристическа карта на град Пловдив вече е в услуга на туристите и гостите на града, през 2022 г. се финализира и втория етап от проекта за туристическа

пешеходна навигация. За тази цел се използваха съществуващите 14 информационни табла, монтирани в различни точки в града, основно в централната част, пред централна ЖП гара, автогарите, Гребната база и летище Пловдив. От двете страни на всяко табло е разположена графична информация. Общият брой на изработените карти е 28 и всяка представя текущото местоположение на таблото с реален обхват на територията от 1200 м на 1200 м. Машабът на основната карта е 1:1500. На всяка има изобразен кръг, представляващ приблизителното разстояние, което може да се обхване за около 5 мин. ходене пеш от мястото, където се намираме (неговия център). Квадратната мрежа през 10 см (150 м от реалността), също спомага в преценката за разстоянията до различните обекти. Ориентацията на картата за всяко табло е различна, в зависимост от неговото разположение и страна. Картата винаги е ориентирана по посока на движението, т.е. нагоре е изобразено пространството, откриващо се пред посетителя. Някои по-разпознаваеми знакови сгради са представени със стилизирано изображение на фасадата, което подобрява ориентацията при използването на картата. Използвани са пиктограмите, разработени за официалната туристическа карта, като машабът позволява добавянето на още няколко слоя с обекти. Посочени са туристическите атракции, местата за настаняване, заведения за хранене, спирките от градския транспорт с номерата на преминаващите автобусни линии, банкомати, аптеки и др. важни за всеки турист обекти. В таблото е включена и още една по-малка карта в М 1:10000, с по-голям отрязък от населеното място, на която също е отбелязана текуща позиция, обхватът на голямата карта и всички останали природни и туристически забележителности, имащи значение за подобряване на ориентацията в пространството. Картите на таблата помагат и да се състави пешеходен маршрут до по-далечни цели, да се прецени приблизителното разстояние и времето за достигане до тях. Цялата текстова информация на картите е представена на два езика (български / английски). В дясната част има QR-код, който при сканиране от мобилно устройство, води до същата карта, но на целия град, която може лесно да се разглежда и използва офлайн.

VII. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ

1. Икономически показатели 2022/ 2019 и 2022/ 2019

През 2022 г. в световен машаб туристическата индустрия показва, че има потенциал за успешен рестарт, отбелязвайки една успешна година, след пандемичните сризове през предходните две години и различните предизвикателства, пред които бе изправена, включително икономическата несигурност и продължаваща геополитическа криза. По данни на първото издание от доклада - World Tourism Barometer на Световната туристическа организация (UNWTO) - за месец януари, 2023 г., международният туризъм възстановява 63% от предпандемичните нива. В резултат от ефекта на отложеното потребителско търсене и окончателното отпадане на ограниченията за пътувания в много от страните, през 2022 г. повече от 900 милиона туристи са пътували в чужбина. Техният брой е два пъти повече, в сравнение с регистрирания през 2021 г., но все още 37% под нивата на 2019 г. През 2022 г., Близкият Изток се радва на най-силен относителен ръст спрямо другите региони с международни пристигания, достигащи до 83% преди пандемията (-17% спрямо 2019 г.). На второ място е Европа, която достигна почти 80%

от нивата преди пандемията, посрещайки 585 млн. пристигания през 2022 г. (-21% спрямо 2019 г.). По отношение възстановяване на туристическия сектор в Европа по подрегиони, Западна Европа (87%) е на първо място, като се доближава най-много до своите нива от 2019 г. (83 %), следвана от Южна Европа и Средиземноморието и Северна Европа, съответно с 82 % и 81 %. Най-бавно е възстановяването на подрегион Централна и източна Европа, който достига 59% от нивата на 2019 г.

На фона на ускореното възстановяване на туристическия сектор в Европа и въпреки предизвикателствата през 2022 г., като появата на Omicron, началото на войната в Украйна и нарастващата инфлация, българският туризъм изпраща една по-успешна година, показвайки потенциал за ускорено възстановяване. Секторът не е постигнал пълен рестарт и все още преодолява последствията от пандемията, но постигнатите през изминалата година резултати дават оптимизъм за възходящо развитие през 2023 г.

По данни от доклада World Tourism Barometer на Световната туристическа организация (UNWTO), България заема 17 място в Европа по възстановяване на приходите от международен туризъм за 2022 г, като достига 82 % от нивата от 2019 г. (-18% спрямо 2019 г.).

По официални данни на НСИ през 2022 г. България реализира приходи от нощувки в местата за настаняване в размер на 1 675 869 656. По този показател се отбелязва ръст съответно с 56% спрямо 2021 г., и с 10% спрямо 2019 г. През 2022 г. броят на пренощуващите лица в местата за настаняване възлиза на 7 621 234, като отбелязва общ ръст от 35% - българските граждани са се увеличили с 21% спрямо 2021 г., а чуждите граждани с 62%. Спрямо 2019 г. по този индикатор има увеличение на пренощуващите български граждани с 10 %, но не са достигнати нивата от 2019 г. на пренощуващите чуждестранни лица, които са с 25 % по-малко. Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2022 г. е 24 173 291 и бележи увеличение с 37 % - българските граждани са реализирали 17%, а чуждестранните 61% повече нощувки. Показателят сочи 11% по-малко реализирани нощувки в сравнение със същия период на 2019 г., като намалението при чуждестранните граждани е с 26%, а при българските граждани положителната тенденция от увеличение с 17 % е запазена.

По данни на НСИ за 2022 г., Пловдив реализира следните резултати:

- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2022 г. възлиза на 517 883, и регистрира ръст от 57% спрямо предходната 2021, и 1% в сравнение със същия период на 2019 г. По този показател повишението при българските граждани е с 48% за 2022 спрямо 2021 г., и с 17% спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани реализираните нощувки са 75% повече спрямо 2021 г., но не достигат нивата от 2019 г. - 17% по-малко (табл.1).
- ✓ Общият брой на пренощуващите лица в местата за настаняване през 2022 г. отбелязват общ ръст от 63% спрямо 2021, но регистрират спад с 2 % спрямо същия период на 2019 (табл.1).
- ✓ През 2022 г., възстановяването на туристопотока от много държави продължи да се развива и надмина очакваните резултати, като отбеляза над 100% ръст на

пrenoшувалите чуждестранни граждани в местата за настаняване спрямо 2021 г., но остана с 27% под нивата от 2019 г. (табл.1).

- ✓ Като основни генериращи пазари за 2022 г. се очертаха: Турция (38% от общия дял преношували лица), Германия (18% от общия дял преношували лица), Гърция (8% от общия дял преношували лица), Румъния (7% от общия дял преношували лица), Обединено Кралство (5% от общия дял преношували лица), Израел (4% от общия дял преношували лица), Италия (4% от общия дял преношували лица), Испания (4% от общия дял преношували лица), САЩ (4% от общия дял преношували лица). (табл.7).
- ✓ През 2022 г. вътрешният туризъм продължи да бъде водещ във възстановяването на туристически сектор в Пловдив. Общият брой преношувалите български граждани възлиза на 285 804, като отбелязва увеличение с 51 % спрямо 2021 г., и надминава с 16% нивата от 2019 г. (табл.1).
- ✓ През 2022 г., Община Пловдив отбелязва увеличение от 82 % на общите приходи от нощувки в местата за настаняване в сравнение с 2021 г., и увеличение от 17% спрямо 2019 г. При българските граждани повишението е с 73% спрямо 2021 г. и с 35% спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани събраните приходи през 2022 г. са с 93% повече спрямо същия период на 2021 и изравняват нивата на 2019 г. (табл.1).
- ✓ По отношение на конкурентните на дестинации на вътрешния пазар София и Велико Търново за 2022 г., Пловдив отбелязва следите резултати: по показател „Реализирани нощувки“ за България, София заема 8,5 % от общия дял, 2,1 % се падат на Пловдив и 1% на Велико Търново. По този индикатор Община Пловдив реализира 75% по-малко нощувки от Столична община и над 100% повече от община Велико Търново. В сравнение със столицата, процентът на преношувалите чуждестранни лица в Пловдив е 85% по-малко, а на българските 53% по-малко. По този показател спрямо Велико Търново, Пловдив отбелязва ръст от 118% за чуждестранните посетители и 80% за българските. Приходите от нощувки за Пловдив са 81% по-ниски в сравнение със София и 148% повече спрямо Велико Търново (табл.2).

2. Дейност на местата за настаняване през 2022 г.

- ✓ За 2022 г. приходите от туристически данък са 473 129 лв., а за същия период на 2021 г. са 300 665 лв. Увеличението е в размер на 172 464 лв. или с 57,4 % повече.
- ✓ По данни на ЕСТИ общият брой на функциониращите места за настаняване (категоризирани и регистрирани) през 2022 г. се е увеличил с 45 % и възлиза общо на 489.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. на територията на община Пловдив са функционирали общо 118 места за настаняване (категоризирани и регистрирани) с 10 и повече легла. Общият брой на функциониращите легла в тях през 2022 г. е 6664.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. общият брой на местата за настаняване с капацитет под 10 легла е 371 (категоризирани и регистрирани), с общ брой функциониращи легла 1195.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. общият брой места за настаняване от категория 4 & 5 звезди е 21, от категория 3 звезди – 60, и от категория 1&2 звезди -122. Въпреки сътресенията в туристическата индустрия през последните две години, хотелският

сектор в Пловдив остана сравнително устойчив, а темпът на отваряне на нови места за настаняване не се забави. Сред новите попълнения са семеен хотел "Вила Флавия" 3*, семеен хотел "Сохо" 3*, хотел „Пловдив Сити Център Хотел“ 3*, хотел „Есте Парк“ 4*, хотел „Дабълтри Хилтъл Пловдив Център“ 4*, хотел-резиденс „Визуализа“ 5*, хотел „Емпориум Пловдив Ем Галери“ 5*.

- ✓ През 2022 г. общата заетост на местата за настаняване с над 10 легла е 27 % и отбелязва ръст от 33 % спрямо 2021 г.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г., 50,6% от реализираните нощувки са в места за настаняване от категория 4 & 5 звезди, 34,2 % в места за настаняване от категория 3 звезди и 15,1 % в места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г. 42,6% от пренощуващите български граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 40,4% места за настаняване от категория 3 звезди и 17% места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г. 62,2% от пренощуващите чуждестранни граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 29,3% места за настаняване от категория 3 звезди и 8,4% - места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ През 2021 г. с най-висок е процентния дял от приходи от места за настаняване категория 4 и 5 звезди – 58,3%, следвани от местата за настаняване категория 3 звезди с 33,4%, и 1 и 2 звезди съответно 8,2%.
- ✓ През 2021 г. средната продължителност на престоя на българските граждани е 1,6 нощувки, а на чуждестранните граждани-2,3 нощувки. Българските граждани са отделили от бюджета си средно по 59 лв. за нощувка, а чуждестранните – по 75 лв. (табл.1).

3. Дейност на ОЕККТО и КСВТ през 2022 г.

3.1. Общинската експертна комисия по категоризация (ОЕККТО)

В периода на 1 януари – 31 декември на 2022 г. Общинската експертна комисия по категоризация проведе 14 редовни присъствени заседания.

Извършени бяха следните административни услуги, съгласно действащия Закон за туризъм:

- ✓ Определяне на категория на туристически обекти – 235;
- ✓ Промяна на вписаните обстоятелства в туристически обекти -11;
- ✓ Потвърждаване на категория на туристически обекти – 29;
- ✓ Прекратяване на категория на туристически обекти – 21;
- ✓ Изготвени заповеди за откази за категоризиране на туристически обекти – 6;
- ✓ Изготвени заповеди за прекратяване на административното производство по категоризиране на туристически обекти (АПК) – 4;
- ✓ Прекратяване на открити процедури за категоризиране на туристически обекти – 4;
- ✓ Откриване на процедура по категоризиране на туристически обекти -241;
- ✓ Регистриране за упражняване на дейност хотелиерство в стая за гости или апартамент за гости - 166;

- ✓ Прекратяване на регистрация за упражняване на дейност хотелиерство в стаи за гости или апартаменти за гости – 14;

3.2 Консултативен съвет по въпросите на туризма (КСВТ)

През 2022 г. консултативен съвет по въпросите на туризма проведе 1 редовно заседание, с активното участие на представители на туристическия бранш в Пловдив

VIII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Статистическите данни през изминалата 2022 г. показват резултати, които са близки или надвишават нивата преди пандемията. Очакванията са през следващата година тази положителна тенденция да се запази, като икономически, здравни и геополитически причини могат да възпрепятстват възстановяване на сектора. През 2022 г. дейностите, изпълнявани от отдел „Туризм“ бяха насочени към промотирането на Пловдив като здравословна, сигурна и целогодишна дестинация, предлагаща разнообразни възможности за посещение на събития, културно-исторически забележителности и кулинарни преживявания. През 2023 г. усилията ще продължат да бъдат насочени към дейности, спомагащи за популяризиране на културно-историческото наследство и събитийния календар, в подчинение на основната цел на Годишната програма за развитие на туризма - повишаването на туристопотока в Пловдив, и съобразено с административния капацитет на отдела.

Приложения:

Прил. 1 Финансова обосновка към отчет на ГПРТ 2022

Прил. 2 Статистически показатели

Изготвил:

Юлиана Йорданова

Началник отдел „Туризм“

ОТЧЕТ НА ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ 2022 година				
Преходен остатък 2022 г.: 287 501 лв.				
Заложени средства от туристически данък за 2022 г.: 340 000,00 лв.				
Средства от бюджета на Община Пловдив: 100 000,00 лв.				
Общо за 2022 г.: 727 501 лв.				
№	Дейности	Заложени средства	Изразходени средства	Остатък
I	Дейности по изграждане на инфраструктура, обслужваща туризма	83 250,00	45 942,00	37 308,00
1	Пребрандиране на съществуващи табла - тур.карти, на територията на община Пловдив, в т.ч и по заявки от 2021 г.	23 250,00	23 250,00	0,00
2	Брандиране на спирки за автобусен транспорт с туристически карти включващи транспортна схема и обозначени в близост забележителности.	35 000,00	0,00	35 000,00
3	Дейности по изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма (ремонт и поддръжка на метални конструкции, указателни и инфомационни табели и др.).	25 000,00	22 692,00	2 308,00
II	Дейности по организация на събития с местно и национално значение	175 000,00	86 061,00	88 939,00
1	Възлагане организацията на събития с туристическа насоченост на външен изпълнител, съгласно методология за проектно финансиране.	75 000,00	64 144,00	10 856,00
2	Домакинство на Община Пловдив при провеждане на събития с местно и национално значение (журналистически и инфо турове, блогърски посещения, кръгли маси, изнесени заседания на държавни и браншови структури и др.)	100 000,00	21 917,00	78 083,00
III	Проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма	22 000,00	1 412,40	20 587,60
1	Данни от НСИ	2 500,00	1 412,40	1 087,60
2	Проведане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи и др.	19 500,00	0,00	19 500,00
IV	Реклама на туристическия продукт	369 571,00	280 151,05	89 419,95
1	Реклама в печатни издания в страната и чужбина, вкл.и от дейности по одобрени заявки през 2021 г.	20 000,00	8 712,00	11 288,00
2	Реклама в мобилни приложения, социални мрежи, електронни, радио и телевизионни медии в България и чужбина	148 071,00	90 080,77	57 990,23
3	Изработка и отпечатване на рекламни материали за дестинацията, вкл. и от дейности по одобрени заявки през 2020 г.	200 000,00	180 031,08	19 968,92
4	Преводачески услуги	1 500,00	1 327,20	172,80
V	Участие на туристически борси и изложения	40 000,00	31 703,21	8 296,79
1.	Участие в туристически борси в България	33 000,00	31 681,54	1 318,46
2	Туристически борси и изложения в чужбина (Мадрид, Лондон)	2 000,00	21,67	1 978,33
3	Участие в др. туристически форуми (АБТТА, НСОРЕБ, БХРА и др.)	5 000,00	0,00	5 000,00
VI	Взаимодействие и членство на общината в тур. Сдружения и организация за управление на тур. район	5 680,00	5 680,00	0,00
1	Членски внос			
1.1	Съвет по туризъм - Искане 62074	710,00	710,00	0,00
1.2	ОУТТР Искане 62075	4 970,00	4 970,00	0,00

VII	Разработване, поддръжка и оптимизация на туристически портал	32 000,00	0,00	32 000,00
1	Изработване на нов тур. портал и моб.приложение	30 000,00	0,00	30 000,00
2	Поддръжка на сайтове - хостинг, домейн и др.	2 000,00	0,00	2 000,00
ОБЩО ЗА 2022 г.		727 501,00	450 949,66	276 551,34

Забележка: Проектът на бюджета към Годишната програма за развитие на туризма за 2022 г. предвиждаше първоначално 100 000 лв. от бюджета на Община и допълнителна сума в размер на 200 000 лв. при неговата актуализация, като така общия размер на програмата възлиза на 927 501 лв. Актуализация не се състоя и сумата на бюджета към Годишната програма за развитие на туризма за 2022 г. остана в размер 727 501 лв.

Дейност на местата за настаняване в община Пловдив за 2022 г. спрямо 2019 г. и 2021 г.
(Табл. 1)

Показател / Период		2019	2021	2022	Ръст на 2022 спрямо 2019 г.	Ръст на 2022 спрямо 2021 г.
Реализирани нощувки в места за настаняване - брой	общо	510 676	329 418	517 883	1%	57%
	от българи	271 509	214 960	317 931	17%	48%
	от чужди граждани	239 167	114 458	199 952	-16%	75%
Пренощували лица в места за настаняване - брой	общо	292 102	175 097	285 804	-2%	63%
	от българи	170 624	131 060	197 441	16%	51%
	от чужди граждани	121 478	44 037	88 363	-27%	101%
Приходи от нощувки в места за настаняване - левове	общо	28 787 404	18 487 479	33 573 224	17%	82%
	от българи	13 805 549	10 753 118	18 644 285	35%	73%
	от чужди граждани	14 981 855	7 734 361	14 928 939	0%	93%
Среден приход от нощувка - левове	общо	56	56	65	15%	16%
	от българи	51	50	59	15%	17%
	от чужди граждани	63	68	75	19%	10%
Средна продължителност на престоя - бр. нощувки	общо	1,7	1,9	1,8	4%	-4%
	от българи	1,6	1,6	1,6	1%	-2%
	от чужди граждани	2,0	2,6	2,3	15%	-13%
Средна заетост (нощувки/легладенонощ.), %	общо	33%	20%	27%	-19%	33%
	от българи	18%	13%	17%	-6%	25%
	от чужди граждани	16%	7%	10%	-33%	48%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.

³ Със Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г. т. 14. **считано от 23.30 часа на 27.11.2020 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания (екскурзии) с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 31.03.2021 г.** (Заповед № РД-01-132/26.02.2021 г.)

⁴ Със Заповед № РД-01-173/18.03.2021 г. на министъра на здравеопазването **считано от 22.03.2021 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 27.04.2021 г.** (Заповед № РД-01-197/31.03.2021 г. и Заповед № РД-01-220/08.04.2021 г. и Заповед № РД-01-240/16.04.2021 г.)

**Дейност на местата за настаняване в общините София, Пловдив и Велико Търново за
2022 г. спрямо 2021 г.**

(Табл. 2)

Показател / Общини		Реализирани нощувки - брой			Пренощували лица - брой			Приходи от нощувки - левове		
		Общо	от българи	от чужденци	Общо	българи	чужденци	Общо	от българи	от чужденци
Общо за страната	2021	17 620 268	9 626 501	7 993 767	5 647 634	3 754 603	1 893 031	1 071 711 253	487 485 504	584 225 749
	2022	24 173 291	11 286 336	12 886 . 955	7 621 234	4 551 371	3 069 863	1 675 869 656	667 542 645	1 008 327 . 011
Велико Търново	2021	214 764	183 112	31 652	115 275	95 165	20 110	8 577 222	6 855 106	1 722 116
	2022	250 738	186 219	64 519	150 021	109 538	40 483	13 533 872	9 348 926	4 184 946
Пловдив	2021	329 418	214 960	114 458	175 097	131 060	44 037	18 487 479	10 753 118	7 734 361
	2022	517 883	317 931	199 952	285 804	197 441	88 363	33 573 224	18 644 285	14 928 939
Столична	2021	1 171 327	504 977	666 350	601 604	285 715	315 889	88 046 680	27 899 754	60 146 926
	2022	2 061 901	750 958	1 310 943	1 014 309	424 603	589 706	178 850 910	49 520 197	129 330 713
"Общо Пловдив, В.Търново и Столична общ." сравнено с "Общо за страната"	2021	10%	9%	10%	16%	14%	20%	11%	9%	12%
	2022	12%	11%	12%	19%	16%	23%	13%	12%	15%
Пловдив сравнен с В.Търново	2021	153%	117%	362%	152%	138%	219%	216%	157%	449%
	2022	207%	171%	310%	191%	180%	218%	248%	199%	357%
Пловдив сравнен със Столична общ.	2021	28%	43%	17%	29%	46%	14%	21%	39%	13%
	2022	25%	42%	15%	28%	47%	15%	19%	38%	12%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.

³ Със Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г. т. 14. **считано от 23.30 часа на 27.11.2020 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания (екскурзии) с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 31.03.2021 г.** (Заповед № РД-01-132/26.02.2021 г.)

⁴ Със Заповед № РД-01-173/18.03.2021 г. на министъра на здравеопазването **считано от 22.03.2021 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 27.04.2021 г.** (Заповед № РД-01-197/31.03.2021 г. и Заповед № РД-01-220/08.04.2021 г. и Заповед № РД-01-240/16.04.2021 г.)

Посещения в туристическите информационни центрове за периода 2021 и 2022 г.

(Табл. 3)

2021				2022			
Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	Общо	Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО
Общо	2 412	5 223	7 635	Общо	6 471	9 349	15 820
Българи	1 084	1 922	3 006	Българи	1 926	2 183	4 109
Чужденци	1 328	3 301	4 629	Чужденци	4 545	7 166	11 711

¹ ТИЦ 2 (ул. "д-р Стоян Чомаков" № 1, Стар град, до Хисар капия)

² ТИЦ 3 (ул. "Райко Даскалов" № 1, до пл. "Римски стадион")

³ ТИЦ 2 е затворен от 15 май 2021 г. до 09.07.2021 г. включително. Липсват данни за посетителите на ТИЦ2 за мес. септември и мес. октомври 2021

Посещения на туристическите забележителности в община Пловдив за 2021 и 2022 г.

(Табл. 4)

Туристически обект	2021 г.			2022 г.		
	българи	чужденци	Общо	българи	чужденци	Общо
ОИ „Старинен Пловдив“	167 888	41 255	209 143	255 950	100 721	356 671
Регионален исторически музей	7 584	558	8 142	12 656	5 939	18 595
Регионален етнографски музей	17 166	4 206	21 372	27 519	12 209	39 728
Регионален природонаучен музей	60 159	609	60 768	92 044	960	93 004
Градска художествена галерия	14 256	1 546	15 802	23 215	4 104	27 319
Регионален археологически музей	3 542	1 241	4 783	7 463	2 370	9 833
Културен център „Тракарт“	6 240	1 786	8 026	8 422	2 089	10 511
Общо:	276 835	51 201	328 036	427 269	128 392	555 661

Посещения на събития в туристическите забележителности в община Пловдив за 2021 и 2022 г. (Табл. 5)

Туристически обект	Посещения на събития за 2021 г.	Посещения на събития за 2022 г.
ОИ „Старинен Пловдив“	71 517	122 957
Регионален исторически музей	2 965	3 970
Регионален етнографски музей	1 457	6 538
Регионален природонаучен музей	6 014	4 870
Градска художествена галерия	4 921	6 806
Регионален археологически музей	274	405
Културен център „Тракарт“	5 090	6 882
Общо:	92 238	152 428

¹ Обектите преустановиха провеждането на всички културни и развлекателни мероприятия (музеи, галерии) в 23:30 ч. на 27.11.2020 г. до 03.01.2021 г. съгласно Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г.

**Топ 10 реализирани нощувки от чужденци по страни в местата за настаняване в
община Пловдив за 2022 г.**

(Табл. 6)

№	Държави	Брой, 2022 г.
1	Турция	28 894
2	Нидерландия	15 449
3	Германия	14 696
4	Испания	13 644
5	Гърция	11 192
6	Италия	9 434
7	САЩ	8 858
8	Обединено кралство	8 783
9	Румъния	8 297
10	Украйна	7 781
	Общо за всички държави	199 952

**Топ 10 пренощували чужденци по страни в местата за настаняване в община Пловдив
за 2022 г.**

(Табл. 7)

№	Държави	Брой, 2022 г.
1	Турция	15 570
2	Германия	6 828
3	Гърция	6 308
4	Румъния	4 118
5	Обединено кралство	4 026
6	Израел	3 987
7	Италия	3 931
8	Испания	3 547
9	САЩ	3 430
10	Франция	3 428
	Общо за всички държави	88 363

¹ Справките по табл. 6 и табл. 7 са изготвени на база официални данни от НСИ

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.

Приложение № 2
Към Решение №,
взето с протокол №
от/
на Общински съвет - Пловдив



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Пловдив, 4000, пл. „Стефан Стамболов” №1 тел: (032) 656 703

**ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА
В ОБЩИНА ПЛОВДИВ ЗА 2023 Г.**

ВЪВЕДЕНИЕ

Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2023 година е разработена в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., Годишната програма за национална туристическа реклама за 2023 г., Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2027 г., Общинската програма за развитие на туризма за 2021-2027 г., представляваща неразделна част от Плана за интегрирано развитие на община Пловдив за 2021-2027 г. и Годишната програма за национална туристическа реклама за 2023 г. на МТ.

Дейностите по програмата са финансово гарантирани в съответствие с постъпленията от туристически данък от местата за настаняване на територията, на общината (чл.60, ал.1, т.2 от ЗТ) и средствата от категоризиране на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечение на територията на община Пловдив. Финансовата обосновка – проектобюджет за 2023 г. е неразделна част от Годишна програма за развитие на туризма (Прил.1).

Годишната програма за развитие на туризма в община Пловдив за 2023 г. се обсъжда и одобрява от Консултативния съвет по въпросите за туризъм към Община Пловдив и се приема от Общински съвет - Пловдив. Програмата се изпълнява от отдел „Туризъм“, и в партньорство с държавни и общински организации, туристически сдружения, културни институти, неправителствени организации и туристическия бранш.

Програмата е съобразена и е в изпълнение на дейностите от чл.11, чл.12 и чл.128 заложиени в действащия Закон за туризъм.

I. ВИЗИЯ

Пловдив – проспериращ туристически бранд. Атрактивна, иновативно развиваща се, целогодишна и сигурна дестинация, предлагаща качествени туристически продукти. Дестинация на многообразието и възможностите.

II. МИСИЯ

Община Пловдив да развива и популяризира най-стария жив град в Европа като устойчива и конкурента дестинация със съхранена културна идентичност. Да повишава качеството на предлаганите туристически продукти, и да реализира социално-икономически и културен просперитет за общността.

III. ПРИОРИТЕТИ

Приоритет 1: Съхраняване на културната идентичност на туристическия продукт, развитие, усъвършенстване и интегритет на туристическото предлагане.

Приоритет 2. Подобряване на маркетинговите комуникации и дейности за устойчив растеж на туристическа дестинация Пловдив. Създаване на бранд на Пловдив.

Приоритет 3: Формиране на гостоприемна, достъпна и ориентирана към туриста среда.

Приоритет 4: Институционално развитие, партньорство със заинтересованите страни и международно сътрудничество.

IV. ОСНОВНИ СЪСТАВКИ НА ТУРИСТИЧЕСКИ БРАНД „ПЛОВДИВ“

Устойчивото развитие се основава на разработването и развиването на различните компоненти на туристическия продукт на Пловдив:

- ✓ културно-исторически туризъм;
- ✓ бизнес туризъм;
- ✓ спортен туризъм;
- ✓ уикенд и шопинг туризъм;
- ✓ винен и кулинарен туризъм;
- ✓ събитиен туризъм,

както и чрез тяхното комбиниране.

V. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ

1. Икономически показатели 2022/ 2021 и 2022/ 2019

Настоящата програма стартира с основни акценти от направения анализ в отчета за изпълнение на ГПРТ 2022 г. През изминалата година Пловдив зае 4-то място в престижната класацията за „Най-добра европейска дестинация“, на водещия сайт за култура и туризъм [EuropeanBestDestinations.com](https://www.europeanbestdestinations.com). Градът бе поставен на първо място и в три отделни категории: „Най-добра културна дестинация в Европа, „Най-добра винена дестинация“, „Най-романтична дестинация“, а през месец март бе обявен и за „Най-добра дестинация в България“. Достигането на челно място в престижната класация бе една алтернативна възможност за увеличаване пътуванията към Пловдив, както и посещаемостта му, след като през последните две години туризмът беше един от най-засегнатите сектори от световната пандемия.

Въпреки несигурността, породена от варианта Omicron на COVID-19, началото на войната в Украйна и нарастващата инфлация, туристическият сектор в Пловдив показва потенциал за постепенно възстановяване, постигайки по-високи резултати на отделни икономически показатели спрямо 2019 г., които дават оптимизъм за продължаване на положителната тенденция за развитие и през 2023 г.

1.1.Тенденции в световен мащаб

През 2022 г. в световен мащаб туристическата индустрия показва, че има потенциал за успешен рестарт, отбелязвайки една успешна година, след пандемичните сривове през предходните две години и различните предизвикателства, пред които бе изправена, включително икономическата несигурност и продължаваща геополитическа криза.

- ✓ По данни на първото издание от доклада - World Tourism Barometer на Световната туристическа организация (UNWTO) - за месец януари 2023 г., международният туризъм възстановява 63% от предпандемичните нива. В резултат от ефекта на отложеното потребителско търсене и окончателното отпадане на ограниченията за пътувания в много от страните, през 2022 г. повече от 900 милиона туристи са пътували в чужбина. Техният брой е два пъти повече, в сравнение с регистрирания през 2021 г., но все още 37% под нивата на 2019 г.
- ✓ През 2022 г., Близкият Изток се радва на най-силен относителен ръст спрямо другите региони с международни пристигания, достигащи до 83% преди пандемията (-17% спрямо 2019 г.). На второ място е Европа, която достигна почти 80% от нивата преди пандемията, посрещайки 585 млн. пристигания през 2022 г. (-21% спрямо 2019 г.).
- ✓ По отношение възстановяване на туристическия сектор в Европа по подрегиони, Западна Европа (87%) е на първо място, като се доближава най-много до своите нива от 2019 г. (83%), следвана от Южна Европа и Средиземноморието и Северна Европа, съответно с 82 % и 81 %. Най-бавно е възстановяването на подрегион Централна и Източна Европа, който достига 59% от нивата на 2019 г.

1.2. Тенденции в национален мащаб

- ✓ По данни от доклада World Tourism Barometer на Световната туристическа организация (UNWTO), България заема 17-то място в Европа по възстановяване на приходите от международен туризъм за 2022 г, като достига 82 % от нивата от 2019 г. (-18% спрямо 2019 г.).
- ✓ По официални данни на НСИ през 2022 г. България реализира приходи от нощувки в местата за настаняване в размер на 1 675 869 656 лв. По този показател се отбелязва ръст съответно с 56% спрямо 2021 г., и с 10% спрямо 2019 г.
- ✓ През 2022 г. броят на пренощуващите лица в местата за настаняване възлиза на 7 621 234, като отбелязва общ ръст от 35% - българските граждани са се увеличили с 21% спрямо 2021 г., а чуждите граждани с 62%. Спрямо 2019 г. по този индикатор има увеличение на пренощуващите български граждани с 10 %, но не са достигнати нивата от 2019 г. на пренощуващите чуждестранни лица, които са с 25 % по-малко.
- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2022 г. е 24 173 291 и бележи увеличение с 37 % - българските граждани са реализирали 17%, а

чуждестранните 61% повече нощувки. Показателят сочи 11% по-малко реализирани нощувки в сравнение със същия период на 2019 г., като намалението при чуждестранните граждани е с 26%, а при българските граждани положителната тенденция от увеличение с 17 % е запазена.

1.3 Тенденции в община Пловдив

По данни на НСИ за 2022 г., Пловдив реализира следните резултати:

- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2022 г. възлиза на 517 883, и регистрира ръст от 57% спрямо предходната 2021, и 1% в сравнение със същия период на 2019 г. По този показател - повишението при българските граждани е с 48% за 2022 спрямо 2021 г. и с 17% спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани реализираните нощувки са 75% повече спрямо 2021 г., но не достигат нивата от 2019 г. - 17% по-малко (табл.1).
- ✓ Общият брой на пренощуващите лица в местата за настаняване през 2022 г. отбелязват общ ръст от 63% спрямо 2021, но регистрират спад с 2 % спрямо същия период на 2019 (табл.1).
- ✓ През 2022 г., възстановяването на туристопотока от много държави продължи да се развива и надмина очакваните резултати, като отбеляза над 100% ръст на пренощуващите чуждестранни граждани в местата за настаняване спрямо 2021 г., но остана с 27% под нивата от 2019 г. (табл.1).
- ✓ Като основни генериращи пазари за 2022 г. се очертаха: Турция (38% от общия дял пренощували лица), Германия (18% от общия дял пренощували лица), Гърция (8% от общия дял пренощували лица), Румъния (7% от общия дял пренощували лица), Обединено Кралство (5% от общия дял пренощували лица), Израел (4% от общия дял пренощували лица), Италия (4% от общия дял пренощували лица), Испания (4% от общия дял пренощували лица), САЩ (4% от общия дял пренощували лица). (табл.7).
- ✓ През 2022 г. вътрешният туризъм продължи да бъде водещ във възстановяването на туристически сектор в Пловдив. Общият брой пренощуващите български граждани възлиза на 285 804, като отбелязва увеличение с 51 % спрямо 2021 г., и надминава с 16% нивата от 2019 г. (табл.1).
- ✓ През 2022 г., Община Пловдив отбелязва увеличение от 82 % на общите приходи от нощувки в местата за настаняване в сравнение с 2021 г., и увеличение от 17% спрямо 2019 г. При българските граждани повишението е с 73% спрямо 2021 г. и с 35% спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани събраните приходи през 2022 г. са с 93% повече спрямо същия период на 2021 и изравняват нивата на 2019 г. (табл.1).
- ✓ По отношение на конкурентните дестинации на вътрешния пазар София и Велико Търново за 2022 г., Пловдив отбелязва следите резултати: По показател „Реализирани нощувки“ за България, София заема 8,5 % от общия дял, 2,1 % се падат на Пловдив и 1% на Велико Търново. По този индикатор Община Пловдив реализира 75% по-малко нощувки от Столична община и над 100% повече от община Велико Търново. В сравнение със столицата, процентът на пренощуващите чуждестранни лица в Пловдив е 85% по-малко, а на българските 53% по-малко. По този показател спрямо Велико Търново, Пловдив

отбелязва ръст от 118% за чуждестранните посетители и 80% за българските. Приходите от ношувки за Пловдив са 81% по-ниски в сравнение със София и 148% повече спрямо Велико Търново (табл.2).

По данни на ЕСТИ:

- ✓ За 2022 г. приходите от туристически данък са 473 129 лв., а за същия период на 2021 г. са 300 665 лв. Увеличението е в размер на 172 464 лв. или с 57,4 % повече.
- ✓ По данни на ЕСТИ общият брой на функциониращите места за настаняване (категоризирани и регистрирани) през 2022 г. се е увеличил с 45 % и възлиза общо на 489.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. на територията на община Пловдив са функционирали общо 118 места за настаняване (категоризирани и регистрирани) с 10 и повече легла. Общият брой на функциониращите легла в тях през 2022 г. е 6664.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. общият брой на местата за настаняване с капацитет под 10 легла е 371 (категоризирани и регистрирани), с общ брой функциониращи легла 1195.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2022 г. общият брой места за настаняване от категория 4 & 5 звезди е 21, от категория 3 звезди – 60, и от категория 1&2 звезди -122. Въпреки сътресенията в туристическата индустрия през последните две години, хотелският сектор в Пловдив остана сравнително устойчив, а темпът на отваряне на нови места за настаняване не се забави. Сред новите попълнения са семеен хотел „Вила Флавия“ 3*, семеен хотел „Сохо“ 3*, хотел „Пловдив Сити Център Хотел“ 3*, хотел „Есте Парк“ 4*, хотел „Дабълтри Хилтъл Пловдив Център“ 4*, хотел-резиденс „Визуализа“ 5*, хотел „Емпориум Пловдив Ем Галери“ 5*.
- ✓ През 2022 г. общата заетост на местата за настаняване с над 10 легла е 27 % и отбелязва ръст от 33 % спрямо 2021 г.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г., 50,6% от реализираните ношувки са в места за настаняване от категория 4 & 5 звезди, 34,2 % в места за настаняване от категория 3 звезди и 15,1 % в места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г. 42,6% от пренощуващите български граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 40,4% места за настаняване от категория 3 звезди и 17% места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2022 г. 62,2% от пренощуващите чуждестранни граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 29,3% места за настаняване от категория 3 звезди и 8,4% - места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ През 2021 г. най-висок е процентния дял от приходи от места за настаняване категория 4 и 5 звезди – 58,3%, следвани от местата за настаняване категория 3 звезди с 33,4%, и 1 и 2 звезди съответно 8,2%.

- ✓ През 2021 г. средната продължителност на престоя на българските граждани е 1,6 нощувки, а на чуждестранните граждани - 2,3 нощувки. Българските граждани са отделили от бюджета си средно по 59 лв. за нощувка, а чуждестранните – по 75 лв. (табл.1).

2. Генериращи пазари

- ✓ Вътрешен пазар България.
- ✓ Съседни пазари - Гърция, Турция, Македония, Сърбия, Румъния.

Съседните страни са сред основните целеви пазари за Пловдив, и респективно привличането на туристи, които използват сухоземен и индивидуален транспорт е целево. За съседните ни държави Пловдив е познат като туристическа дестинация за културно-исторически туризъм, city breaks туризъм, посещения на фестивали, концерти, винен и гурме туризъм.

- ✓ Други държави от Европейски съюз, които са традиционни целеви пазари за входящ туризъм - Испания, Италия, Франция, Великобритания, Германия.

VI. ОСНОВНИ ПРИОРИТЕТИ ЗА РАБОТА 2023

1. Маркетингови и рекламни дейности

През 2023 г. рекламният ресурс, заложен в Годишната програма за развитие на туризма е насочен към мерки и дейности, които да продължат да подпомагат възстановяването на туристическия сектор в Пловдив до нивата на предпандемичната 2019 г. Отдел „Туризъм“ ще планира и организация на целогодишна рекламна кампания за популяризиране на Пловдив като туристическа дестинация, която ще има за цел да компенсира спада в туристопотока спрямо 2019 г., чрез въздействие върху потенциално увеличаващите се пазари и при съобразяване с динамиката на международната обстановка и актуалната икономическа ситуация, настъпили в резултат от войната между Русия и Украйна, както и настъпилата инфлация.

1.1. Дигитални активности

- ✓ Редизайн, актуализация и оптимизиране на функционалността на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com в две езикови версии.

1.2. Външна реклама

- ✓ Изработване на идейни концепции на рекламни визии за билборди, брандиране на витрини, изработка на табели и др.

1.3. Реклама в електронни медии

- ✓ Реклама в специализирани телевизии като „Телевизия Туризъм“, Travel TV и др. Добре планираната телевизионна рекламна кампания гарантира информираност за предлаганите видове туризъм и разпознаваемост на дестинация Пловдив. Необходимо е изработваните аудио – визуални продукти задължително да бъдат диференцирани продуктово, по видове туризъм (събитие, кулинарен, спортен туризъм, нощен Пловдив и др.).
- ✓ Радио реклама (местни и национални) - насочена към индивидуалните

туристи, със собствени транспортни средства.

1.4. Реклама в социални мрежи

- ✓ Планиране и организиране на постинг план за целогодишна рекламна кампания за популяризиране на страницата Visit Plovdiv в социалните мрежи– Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, за промотиране на дестинация Пловдив.

1.5. Печатна реклама

- ✓ Печатни информационни материали за туристически продукти
- ✓ Туристическа карта и др.
- ✓ Карта на винения регион
- ✓ Рекламни материали за представителни цели и изложения: календар, тефтер, химикал, торбичка и др.

2. PR комуникация и събития

Наред с PR комуникацията чрез телевизионни, онлайн и печатни медии се планира и организиране на публични и медийни събития. Те имат за цел да промотират Пловдив като сигурна и целогодишна туристическа дестинация:

- ✓ Събитисен календар на Пловдив – подобряване на комуникацията със заинтересованите субекти, с цел популяризиране на организираните от тях събития.
- ✓ Домакинство на община Пловдив на национални конференции, форуми, дискуссионни панели, кръгли маси и други активности с представители на туристическия бранш, държавната и местната власт, регионални туристически структури и браншови организации и други заинтересовани страни.
- ✓ Домакинство, участие и организация на Община Пловдив на публични, медийни и бизнес събития и извличане на максимален медиен и PR ефект (международни спортни мероприятия със състезателен характер, конкурси, домакинства, конференции, инициативи, фестивали и др.)
- ✓ Регулярни тематични прес-съобщения, статии, журналистически видеа и цялостна PR комуникация с медии в български, европейски и световни печатни и онлайн издания.
- ✓ Провеждане на опознавателни турове.
Планира се възстановяване на провежданите безплатни турове за туристи и гости на града, както и организиране на журналистически и експедиентски турове за представители на медии, блогъри, влогъри и инфлуенсъри, туроператори, туристически агенти.
- ✓ Подкрепа на събития с местно и национално значение.
Община Пловдив финансира събития от местно и национално значение, имащи отношение към развитието на града и допринасящи за увеличението на туристопотока и приходите на туристическите субекти. Във връзка с финансовото подпомагане на утвърдили се вече събития, както и основавайки се на факта, че една от основните причини за посещение на Пловдив е събитийния календар, е резонно финансовото подпомагане от страна на община Пловдив за събития да бъде обвързано с техния принос към популяризирането на

туристическия бранд. Събитията, част от Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив, следва да се превърнат в културни традиции, които се развиват и надграждат във времето, като същевременно стимулират туристопотока в града.

3. Подготовка и участие в международни туристически изложения и форуми в страната и чужбина:

- ✓ Fitur Madrid, Spain
- ✓ Ваканция и Спа Експо – София;
- ✓ ITB Berlin, Germany;
- ✓ Международно туристическо изложение „Културен туризъм“ – Велико Търново,
- ✓ WTM – London, UK
- ✓ Други формати;

4. Анализи, прогнози и провеждане на специализирани проучвания за нуждите на туризма.

Получаването на данни е необходимо за целия туристически бранш с оглед своевременното му планиране и организиране, както и с цел отчитане резултата от поставените цели на настоящата програма.

4.1. Събиране и обработка на статистически данни за местата за настаняване от:

- ✓ ЕСТИ
- ✓ Национален статистически институт – предоставяне на информация за пренощували лица, нощувки и приходи за всеки календарен месец.
- ✓ Дирекция „Местни данъци и такси“ – предоставяне на информация за платения туристически данък от местата за настаняване по тримесечие и годишна справка на база подавана Декларация по чл.65р, ал.5 от ЗМДТ за облагане с туристически данък.

4.2. Проучвания за българските и чуждестранните посетители в Пловдив.

Тази дейност адресира липсата на достатъчна и надеждна информация и нуждата от актуална такава за действителното туристическо търсене. Тя се състои от проучвания на българските и чуждестранните туристи, посещаващи дестинацията през различни сезони на годината с цел получаване на информация за мотивация, обща удовлетвореност от посещението на дестинацията и потенциалното търсене.

5. Дейности по изграждане и поддръжка на туристическа инфраструктура

- ✓ Подмяна на рекламno-информационни елементи;
- ✓ Поставяне на туристически информационни карти на автобусни спирки;

Очаквани резултати:

1. Количествени

- ✓ Повишаване на туристическия поток по всички икономически показатели.
- ✓ Повишаване на посещенията на музеите, галериите и АИР „Старинен Пловдив“.
- ✓ Повишаване на посещаемостта на събитийния календар на Пловдив.

2. Качествени

- ✓ Повишаване разпознаваемостта и привлекателността на бранд Пловдив.
- ✓ Повишаване на качеството на предоставяне на туристически услуги в общинските структури: туристически информационни центрове, музеи и галерии.
- ✓ Повишаване информираността и обществената ангажираност на пловдивчани за утвърждаването на Пловдив като привлекателна туристическа дестинация.

През 2023 г. се очаква международният туризъм да продължи своето възстановяване, в резултат на задържаното търсене през последните две години. По сценарии на Световната организация за туризъм през 2023 г. пристигащите международни туристи могат да достигнат 80% до 95% от броя преди пандемията. Очаква се Европа да реализира резултати, които достигат или надвишават нивата преди пандемията. Продължаващото възстановяване на въздушния трафик ще допринесе за ръст на международния туризъм през 2023 г. Вътрешният туризъм ще продължи да бъде водещ, подкрепян от търсенето на дестинации, които са по-близо до дома. Високата инфлация и лихвени проценти, повишението в цените на петрола и храните, както и страховете от глобална рецесия, ще продължават да бъдат основният фактор, който би попречил на пълното възстановяване на туризма. Освен това, несигурност, произтичаща от военния конфликт между Русия и Украйна, съществуващите здравни предизвикателства, свързани с COVID-19 също продължават да представляват негативни рискове.

Приложените мерки и дейностите в Годишната програма за развитие на туризма за 2023 г. са описани подробно и в проект на бюджет за 2023 г. (Приложение 1).

<p>Приоритет 1: Съхраняване на културната идентичност на туристическия продукт, развитие, усъвършенстване и интегритет на туристическото предлагане.</p> <p>Специфична цел 1. Утвърждаване на конкурентоспособността на приоритетните видове туризъм- културен, събитиеен, бизнес, вино и гурме, спортен, уикенд и шопинг туризъм. Увеличаване на периода на престой.</p>	
<p>Мярка 1.1.1. Утвърждаване на позициите на културен туризъм в община Пловдив.</p>	<p>Дейност 1.1.1.3: Инициране на общи мерки съвместно със заинтересованите страни за подобряване качеството на предлаганите туристически услуги.</p> <p>Дейност 1.1.1.4: Създаване и поддържане на единно брандирано съдържание на езиците на целевите пазари.</p> <p>Дейност 1.1.1.5: Участие на община Пловдив в специализирани форуми, свързани с културния туризъм, с цел реклама на Пловдив.</p> <p>Дейност 1.1.1.7: Разработване на тематични опознавателни маршрути, с цел популяризиране на културно-историческите забележителности на Пловдив.</p> <p>Дейност 1.1.1.8: Провеждане на безплатни опознавателни пешеходни турове с цел популяризиране на културно-историческите забележителности на Пловдив.</p> <p>Дейност 1.1.1.9: Проучване и предприемане на действия за включване на дестинация Пловдив в обиколни маршрути в страната.</p>
	<p>Дейност 1.1.2.1: Създаване на база данни с цел директна реклама на събитийния туризъм в Пловдив.</p> <p>Дейност 1.1.2.2: Популяризиране на събитийния календар на община Пловдив.</p>
	<p>Дейност 1.1.2.3: Инициране на мерки в посока равноммерното насищане на събитийния календар.</p> <p>Дейност 1.1.2.4: Разработване на нормативна база за организиране и провеждане на събития с туристическа насоченост.</p> <p>Дейност 1.1.2.5: Провеждане на проучвания за идентифициране на нагласите и установяване посещаемостта и интереса към събития, провеждани на територията на община Пловдив.</p> <p>Дейност 1.1.3.1: Създаване и поддържане на единно брандирано съдържание на езиците на целевите пазари.</p>
	<p>Дейност 1.1.3.3: Надграждане на съществуващите и включване на нови събития на тема "Вино и гурме" в събитийния календар на община Пловдив.</p>
<p>Мярка 1.1.2 Утвърждаване на позициите на събитийния туризъм в община Пловдив.</p>	
<p>Мярка 1.1.3 Утвърждаване на позициите на винен и гурме туризъм в община Пловдив.</p>	

Мярка 1.1.4 Утвърждаване на уикенд и шопинг, бизнес и спортен туризъм в община Пловдив.	Дейност 1.1.4.2: Организация и домакинство на бизнес форуми и спортни мероприятия.
	Дейност 1.1.4.3: Създаване на съдържание и издаване на рекламни материали.
Специфична цел 2: Разработване на атрактивни туристически продукти	
Мярка 1.2.2. Включване на културно-историческото наследство в предложенията за разработването на туристически продукти.	Дейност 1.2.2.1: Актуализиране и поддържане на база данни на природните и културно-историческите атракции на територията на община Пловдив.
	Дейност 1.2.2.2: Дигитално представяне на природните и културно-историческите атракции на територията на община Пловдив.
	Дейност 1.2.2.4: Периодична актуализация на списъка на туристическите обекти, на територията на община Пловдив, включени в 100-те национални туристически обекта на БТС и предложения за включване на нови.
Мярка 1.2.3. Подкрепа на ключови събития в града с потенциал за популяризиране на туристическа дестинация Пловдив.	Дейност 1.2.3.1: Разработване на предложения за съпътстващи туристически програми по време на важни културни, спортни и други прояви, провеждани в град Пловдив.
	Дейност 1.2.3.2: Селектиране и брандиране на водещи събития от календара на община Пловдив, с цел популяризиране на дестинацията.
Специфична цел 3 : Провеждане на политика за повишаване квалификацията и кадровото осигуряване на туристическите дейности	
Мярка 1.3.1. Насърчаване на обществената съпричастност към утвърждаването на Пловдив като водеща целогодишна туристическа дестинация.	Дейност 1.3.1.1: Провеждане на конкурси (фотографски, литературни, за визуална идентичност, за изработка на сувенир - символ на Пловдив).
Мярка 1.3.2. Насърчаване на сътрудничеството между община Пловдив и средните и висшите учебни заведения, подготвящи кадри в туризма.	Дейност 1.3.2.1: Сътрудничество с общообразователните училища на територията на община Пловдив, с цел изработване на програми за запознаване и популяризиране на културно-историческото наследство на града.
	Дейност 1.3.2.2: Сътрудничество с висшите учебни заведения в Пловдив, обучаващи в професионално направление туризъм, с цел провеждане на образователни кампании за значимостта на туризма в общината.
	Дейност 1.3.2.3: Привличане на доброволци сред учащите се при организиране и провеждане на събития, насочени към популяризирането на дестинация Пловдив.

Приоритет 2. Подобряване на маркетинговите комуникации и дейности за устойчив растеж на туристическа дестинация Пловдив. Създаване на бранд на Пловдив.	
Специфична цел 1: Утвърждаване на туристически бранд Пловдив.	
Мярка: 2.1.1. Създаване на бранд идентичност на Пловдив като туристическа дестинация.	<p>Дейност 2.1.1.1: Провеждане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи, потребителската удовлетвореност и факторите, влияещи върху избора на дестинация, брандинг стратегиите на конкурентни дестинации и др.</p> <p>Дейност 2.1.1.2: Анализ на получените резултати и съпоставка с извършените до момента дейности за формиране на туристически бранд на града.</p>
Специфична цел 2: Позициониране на дестинация Пловдив в онлайн пространството	
Мярка 2.2.1. Изработване на нов дизайн, оформление и структура на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com .	<p>Дейност 2.2.1.1: Избор на платформа за изработване новия дизайн на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p> <p>Дейност 2.2.1.2: Изработване на функционална структура, менюта, подменюта и страници на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p> <p>Дейност 2.2.1.3: Създаване на тема/дизайн на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>
Мярка 2.2.2. Актуализиране на цялостното съдържание за туристическа дестинация Пловдив в туристическия портал www.visitplovdiv.com .	<p>Дейност 2.2.2.1: Актуализация на туристическата информацията на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com : културно-исторически забележителности, места за настаняване, заведения за хранене и развлечения, транспорт, шопинг и др. на български и английски език.</p>
Специфична цел 3: Комуникация с целевите аудитории в онлайн пространството	
Мярка 2.3.1. Активна кампания за популяризиране на туристическа дестинация Пловдив в онлайн пространството.	<p>Дейност 2.3.1.2: Развиване на рекламните страници на дестинация Пловдив в социалните мрежи Facebook, Instagram и YouTube.</p> <p>Дейност 2.3.1.3: Онлайн реклама в социалните мрежи и сайтове на партньори Съвет по туризъм-Пловдив, ОУТТР, близки и далечни общини, във връзка с популяризиране на събитийния календар на Пловдив – позициониране на видеа, банери и лого на дестинация Пловдив, използване на хаштагове и постове в социални мрежи и други.</p>

	<p>Дейност 2.3.1.6: Разработване на ново съдържание (статии, видеа, банери и др.) и популяризирането им в онлайн каналите на водещи световни медии като CNN, BBC, National Geographic и Travel Channel.</p> <p>Дейност 2.3.1.10: Внедряване използването на стрийминг технологиите за популяризиране на културно-историческото наследство и събитийния календар на Пловдив за достигането им до отдалечени публики в реално време.</p>
Мярка 2.3.2. Взаимодействие и мониторинг на поведението на посетителите на туристическия портал visitplovdiv.com.	<p>Дейност 2.3.2.1: Електронен информационен бюлетин Newsletter.</p>
Мярка 2.3.3. Мониторинг на поведението на посетителите в социалните мрежи на дестинация Пловдив.	<p>Дейност 2.3.3.1: Таргетиране на аудиторията (масова, нишова, ангажирали се със съдържанието, според интереси, демография и др.)</p> <p>Дейност 2.3.3.2: Статистически данни и анализи за посещаемостта на дестинация Пловдив в социалните мрежи.</p> <p>Дейност 2.3.3.3: Статистически данни и анализи за увеличаване на харесванията на дестинация Пловдив в социалните мрежи.</p> <p>Дейност 2.3.3.4: Анализ на публикациите (текстове и/или изображения), с цел привличане на нови аудитории.</p>
Специфична цел 4: Информационно осигуряване на маркетинговите дейности - създаване и актуализиране на база данни.	
Мярка 2.4.1. Актуализиране на база данни с категоризирани МН и ЗХР, функциониращи на територията на община Пловдив.	<p>Дейност 2.4.1.1: Поддържане на актуална база от данни на всички места за настаняване на територията на община Пловдив.</p> <p>Дейност 2.4.1.2: Поддържане на актуална база от данни на всички заведения за хранене и развлечения на територията на община Пловдив.</p>
Мярка 2.4.2. Актуализиране на база данни на транспортни фирми ТО и ТА.	<p>Дейност 2.4.2.1: Поддържане на актуална база от данни на транспортни компании на територията на община Пловдив.</p> <p>Дейност 2.4.2.2: Поддържане на актуална база от данни на ТО и ТА, работещи с приоритетен пазар Пловдив.</p>
	Дейност 2.4.3.1: Поддържане на актуална база от данни за директен маркетинг.

Мярка 2.4.3. Актуализиране на база данни за директен маркетинг.	Дейност 2.4.4.1: Обработка и анализ на данни от ЕСТИ - предоставяне на информация за легловата база и приходите от категоризация на тримесечие.
Мярка 2.4.4. Обработка и актуализиране на статистическа информация.	Дейност 2.4.4.2: Обработка и анализ на данни от Национален статистически институт.
	Дейност 2.4.4.3: Предоставяне на информация за платения туристически данък от дирекция „Местни данъци и такси“.
	Дейност 2.4.4.4: Обработка на статистически данни от музеите, ГХГ и ОИ „Старинен Пловдив“.
	Дейност 2.4.4.5: Обработка на статистически данни за посещенията на туристическите информационни центрове.
Мярка 2.4.5. Провеждане на специализирани проучвания за нуждите на туризма.	Дейност 2.4.5.3: Проучване на политиките, инструментите и най-добрите практики в устойчивото развитие на туризма.
Специфична цел 5: Провеждане на комуникационни кампании за популяризиране и позициониране на туристическа дестинация Пловдив.	
Мярка 2.5.1. Създаване на печатни и електронни материали на различни езици.	Дейност 2.5.1.1: Актуализиране на печатни рекламни материали - имиджова брошура на дестинация Пловдив, брошури и флаери за отделните туристически обекти на български, английски и др. езици.
	Дейност 2.5.1.2: Рекламни материали за представителни цели и изложения: календар, тефтер, химикал, торбичка, магнит и др.
	Дейност 2.5.1.3: Актуализиране на туристическата карта с културно-исторически забележителности, места за настаняване, заведения за хранене, храмове, търговски обекти в Пловдив и др.
Мярка 2.5.2. Реклама в електронни медии.	Дейност 2.5.2.1: Телевизионна реклама в национален ефир и в специализирани телевизии като „Телевизия Туризм“ и Travel TV
	Дейност 2.5.2.2: Радио реклама в местни и национални медии.
Мярка 2.5.3. Печатна, външна и онлайн реклама.	Дейност 2.5.3.1: Външна реклама - разработване на визии за билбордове в дигитални и други формати.
	Дейност 2.5.3.2: Реклама в български, европейски и световни печатни и онлайн издания (прес-съобщения, статии, карета и др.)

Мярка 2.5.4. Участие в национални и международни туристически изложения.	<p>Дейност 2.5.4.1: Участие в национални туристически изложения и борси.</p> <p>Дейност 2.5.4.2: Участие в международни туристически изложения и борси с присъствие на националните информационни щандове на България.</p>
Мярка 2.5.5. Домакинство, организиране и участие на събития с цел популяризиране на туристическа дестинация Пловдив.	<p>Дейност 2.5.5.1: Организиране на журналистически и експедиентски турове за представители на медии, блогъри, влогъри и инфлуенсъри, туроператори, туристически агенти и посещения на снимачни екипи.</p> <p>Дейност 2.5.5.2: Домакинство на община Пловдив на национални конференции, форуми, и други активности с представители на туристическия бранш, държавната и местната власт, регионални туристически структури и браншови организации и други заинтересовани страни.</p> <p>Дейност 2.5.5.3: Подкрепа на събития с местно и национално значение.</p> <p>Дейност 2.5.5.4: Популяризиране на възможностите за туризъм на Община Пловдив в рамките на на публични, медийни и бизнес събития (международни спортни мероприятия, конкурси, домакинства, конференции, инициативи, фестивали и др.)</p>
Мярка 2.5.6. Изработка и създаване на архив на аудиовизуални и фотографски произведения-клипове и снимки.	<p>Дейност 2.5.6.1: Създаване на архив от налични снимки за Пловдив.</p> <p>Дейност 2.5.6.2: Създаване на архив от създадени видео материали за Пловдив (рекламни, документални и др.)</p> <p>Дейност 2.5.6.3: Фотозаснемане на туристическа дестинация Пловдив през 4-те сезона.</p> <p>Дейност 2.5.6.4. Изработване на продуктово диференцирани аудио – визуални продукти, по видове туризъм (събитийен, кулинарен, спортен туризъм, ношен Пловдив и др.).</p>
Специфична цел 6: Настъпване на туристическото потребление на място.	
Мярка 2.6.1. Повишаване ефективността на ТИЦ.	Дейност 2.6.1.1: Въвеждане на единни стандарти за туристическо обслужване в ТИЦ, чрез сертифициране към Министерството на туризма.
Приоритет 3: Формиране на гостоприемна, достъпна и ориентирана към туриста среда.	
Специфична цел 1: Разширяване и подобряване на специализираната инфраструктура	
Мярка 3.1.1. Подобряване на транспортното обслужване и инфраструктура.	Дейност 3.1.1.3: Развиване и усъвършенстване на средствата за информация към спирките за градски транспорт (поставяне на двуезични карти с маршрути на градския транспорт и туристически обекти).

Мярка 3.1.2. Подобряване на достъпността до обекти от туристически интерес.	Дейност 3.1.2.5: Създаване на информационна тактилна табела за незрящи (с брайлово писмо) и дигитална карта на туристическите обекти с достъпност за хора с физически затруднения.
Специфична цел 2: Устойчив туризъм с приоритет екология и опазване на околната среда	
Мярка 3.2.1. Подобряване на възможностите за вело и пешеходно придвижване.	Дейност 3.2.1.2: Създаване на карта с велоалеите в града и възможностите за велосипедно придвижване или придвижване с електрически средства (с изключение на автомобили и скутери).
Приоритет 4: Институционално развитие, партньорство със заинтересованите страни и международно сътрудничество.	
Специфични цел 1. Повишаване на капацитета на заинтересованите страни и разширяване на партньорствата	
Мярка 4.1.1. Институционално развитие на отдел „Туризм“ и разширяване на човешките ресурси в отдела.	Дейност 4.1.1.2: Повишаване на кадровото осигуряване на служителите в административно звено „Туризм“ и прилагане на мерки за допълнителна квалификация и обучение.
Мярка 4.1.2. Предложения за актуализиране и промени в действащата нормативна уредба в туризма.	Дейност 4.1.2.1: Анализ на съществуващата нормативна уредба в община Пловдив, свързана с туризма. Дейност 4.1.2.2: Насърчаване на процедурите за вътрешноорганизационно съгласуване, участие в свързани с туризма работни групи, решения и др. Дейност 4.1.2.3: Анализ на събираемостта и разходването на туристическия данък.
Специфична цел 2. Развитие на сътрудничеството между заинтересованите страни, ангажирани пряко и косвено в туристическото предлагане.	
Мярка 4.2.1. Ефективно взаимодействие между местната власт и туристическия сектор.	Дейност 4.2.1.1: Сътрудничество между община Пловдив и ОУТТР, с цел координация на проекти по маркетинг на региона и управление ОУТТР. Дейност 4.2.1.2: Сътрудничество между община Пловдив и СТ - Пловдив за позициониране на града на целевите пазари. Дейност 4.2.1.3: Подкрепа за инициативи на туристически организации и организации от свързаните сектори, допринасящи пряко за развитието на дестинация Пловдив.

	Дейност 4.2.1.4: Насърчаване на интереса на туристическия сектор към местните производители на храни и напитки.
	Дейност 4.2.1.5: Сътрудничество с летище Пловдив за увеличаване на пътническия поток към град Пловдив, реализиране на съвместни инициативи.
	Дейност: 4.2.1.6: Партньорство с ТО за увеличаване на туристическия поток към град Пловдив.
Мярка 4.2.2. Развитие на междурегионалното и сътрудничество	Дейност 4.2.2.1: Създаване на съвместни интегрирани маршрути в сътрудничество със съседни на Пловдив общини.
	Дейност 4.2.2.2: Подобряване на междурегионалното сътрудничество за споделяне на опит и добри практики за управление и устойчиво развитие на туризма.
Мярка 4.2.3. Развитие на институционалното сътрудничество	Дейност 4.2.3.1: Оперативно сътрудничество с Министерството на туризма за обсъждане и въвеждане на предложения за промяна в действащата нормативна база на туризма.
	Дейност 4.2.3.2: Оперативно сътрудничество и включване на дестинация Пловдив в провежданите от Министерството на туризма политики в областта на стратегическото планиране, развитието на туристическия продукт, маркетинга и др.
Мярка 4.2.4. Развитие на международното сътрудничество	Дейност 4.2.4.2: Участие на община Пловдив в международни дискусии форми с фокус туризъм.

VII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящата Годишна програма за развитие на туризма за 2023 е разработена в съответствие с визията, мисията, приоритетите и специфичните цели, заложи в Общинската програма за развитие на туризма 2021-2027. Община Пловдив чрез своята програма и в тясно сътрудничество с туристическия бранш ще фокусира своите усилия към провеждането на активна и целенасочена политика за увеличаване на българския и чуждестранен поток в Пловдив и промотирането му като атрактивна, целогодишна и сигурна дестинация. Планираните дейности биха могли да претърпят актуализация, в зависимост от динамиката на все още актуална епидемична ситуация и евентуално въвеждане на мерки и ограничения.

Приложения:

Прил. 1 Финансова обосновка към ГПРТ 2023

Прил. 2 Статистически показатели

Изготвил

Юлиана Йорданова

Началник отдел „Туризм“

ПРОЕКТ НА ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ 2023 г.		
Преходен остатък 2022 г.: 309 680 лв.		
Заложени средства от туристически данък за 2023 г.: 500 000,00 лв.		
Заложени средства от такаса категоризиране на МН и ЗХР в Община Пловдив за 2023 г.: 109 500,00 лв.		
Общо за 2023 г.: 919 180 лв.		
№	Дейности	Заложени средства
I	Дейности по изграждане на инфраструктура, обслужваща туризма	68 000,00
1	Брандиране на спирки за автобусен транспорт с туристически карти включващи транспортна схема и обозначени в близост забележителности.	35 000,00
2	Дейности по изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма (ремонт и поддръжка на метални конструкции, указателни и инфомационни табели и др.).	33 000,00
II	Дейности по организация на събития с местно и национално значение	200 000,00
1	Възлагане организацията на събития с туристическа насоченост на външен изпълнител, съгласно методология за проектно финансиране.	84 000,00
	Пролетно издание на "Панаир на занаятите"	12 000,00
	Фестивал "Дефиле вино и гурме"	12 000,00
	Фестивал "Уикенд в Пловдив"	9 000,00
	Фестивал "Гурмето под тепето"	12 000,00
	Есенно издание на "Панаир на занаятите"	12 000,00
	Инициатива "Международен ден на мавруда & Градски винен фестивал (Plovdiv Urban Wine Fest)"	12 000,00
	Фестивал "Дефиле на младото вино"	15 000,00
2	Домакинство на Община Пловдив при провеждане на събития с местно и национално значение (журналистически и инфо турове, блогърски посещения, кръгли маси, изнесени заседания на държавни и браншови структури и др.)	116 000,00
III	Проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма	37 000,00
1	Данни от НСИ	2 000,00
2	Провеждане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи и др.	35 000,00
IV	Реклама на туристическия продукт	492 940,00
1	Реклама в печатни издания в страната и чужбина, вкл.и от дейности по одобрени заявки през 2022 г.	23 000,00
2	Реклама в мобилни приложения, социални мрежи, електронни, радио и телевизионни медии в България и чужбина, вкл.и от дейности по одобрени заявки през 2022 г.	190 000,00
3	Печатна реклама и рекламни сувенири (билбордове, винилии, транспаранти, календари, брошури, каталози, визитки, постери, флаери, тефтери, сувенири и др.)	233 940,00
4	Провеждане на промоционални опознавателни пешеходни турове	10 000,00
5	Изработка на аудиовизуални и фотографски продукти	33 000,00
6	Преводачески услуги	3 000,00
V	Участие на туристически борси и изложения	78 000,00

1.	Участие в туристически борси в България София и ВеликоТърново	28 500,00
	Участие в туристически борси във ВеликоТърново	20 000,00
2	Туристически борси и изложения в чужбина (Мадрид, Лондон)	24 500,00
3	Участие в др. туристически форуми и изложния (АБТТА, НСОРБ, БХРА и др.)	5 000,00
VI	Взаимодействие и членство на общината в тур. Сдружения и организация за управление на тур. район	6 240,00
1	Членски внос	
1.1	Съвет по туризъм	780,00
1.2	ОУРТ Тракия	5 460,00
VII	Разработване, поддръжка и оптимизация на туристически портал	37 000,00
1	Изработване на нов тур. портал и моб.приложение	35 000,00
2	Поддръжка на сайтове - хостинг, домейн и др.	2 000,00
ОБЩО ЗА 2023 г.		919 180,00

Дейност на местата за настаняване в община Пловдив за 2022 г. спрямо 2019 г. и 2021 г.
(Табл. 1)

Показател / Период		2019	2021	2022	Ръст на 2022 спрямо 2019 г.	Ръст на 2022 спрямо 2021 г.
Реализирани нощувки в места за настаняване - брой	общо	510 676	329 418	517 883	1%	57%
	от българи	271 509	214 960	317 931	17%	48%
	от чужди граждани	239 167	114 458	199 952	-16%	75%
Пренощували лица в места за настаняване - брой	общо	292 102	175 097	285 804	-2%	63%
	от българи	170 624	131 060	197 441	16%	51%
	от чужди граждани	121 478	44 037	88 363	-27%	101%
Приходи от нощувки в места за настаняване - левове	общо	28 787 404	18 487 479	33 573 224	17%	82%
	от българи	13 805 549	10 753 118	18 644 285	35%	73%
	от чужди граждани	14 981 855	7 734 361	14 928 939	0%	93%
Среден приход от нощувка - левове	общо	56	56	65	15%	16%
	от българи	51	50	59	15%	17%
	от чужди граждани	63	68	75	19%	10%
Средна продължителност на престоя - бр. нощувки	общо	1,7	1,9	1,8	4%	-4%
	от българи	1,6	1,6	1,6	1%	-2%
	от чужди граждани	2,0	2,6	2,3	15%	-13%
Средна заетост (нощувки/легладенонощ.), %	общо	33%	20%	27%	-19%	33%
	от българи	18%	13%	17%	-6%	25%
	от чужди граждани	16%	7%	10%	-33%	48%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.

³ Със Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г. т. 14. считано от 23.30 часа на 27.11.2020 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания (екскурзии) с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 31.03.2021 г. (Заповед № РД-01-132/26.02.2021 г.)

⁴ Със Заповед № РД-01-173/18.03.2021 г. на министъра на здравеопазването считано от 22.03.2021 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 27.04.2021 г. (Заповед № РД-01-197/31.03.2021 г. и Заповед № РД-01-220/08.04.2021 г. и Заповед № РД-01-240/16.04.2021 г.)

**Дейност на местата за настаняване в общините София, Пловдив и Велико Търново за
2022 г. спрямо 2021 г.
(Табл. 2)**

Показател / Общини		Реализирани нощувки - брой			Пренощуващи лица - брой			Приходи от нощувки - левове		
		Общо	от българи	от чуж- денци	Общо	българи	чуж- денци	Общо	от българи	от чуж- денци
Общо за страната	2021	17 620 268	9 626 501	7 993 767	5 647 634	3 754 603	1 893 031	1 071 711 253	487 485 504	584 225 749
	2022	24 173 291	11 286 336	12 886 955	7 621 234	4 551 371	3 069 863	1 675 869 656	667 542 645	1 008 327 011
Велико Търново	2021	214 764	183 112	31 652	115 275	95 165	20 110	8 577 222	6 855 106	1 722 116
	2022	250 738	186 219	64 519	150 021	109 538	40 483	13 533 872	9 348 926	4 184 946
Пловдив	2021	329 418	214 960	114 458	175 097	131 060	44 037	18 487 479	10 753 118	7 734 361
	2022	517 883	317 931	199 952	285 804	197 441	88 363	33 573 224	18 644 285	14 928 939
Столична	2021	1 171 327	504 977	666 350	601 604	285 715	315 889	88 046 680	27 899 754	60 146 926
	2022	2 061 901	750 958	1 310 943	1 014 309	424 603	589 706	178 850 910	49 520 197	129 330 713
"Общо Пловдив, В.Търново и Столична общ." сравнено с "Общо за страната"	2021	10%	9%	10%	16%	14%	20%	11%	9%	12%
	2022	12%	11%	12%	19%	16%	23%	13%	12%	15%
Пловдив сравнен с В.Търново	2021	153%	117%	362%	152%	138%	219%	216%	157%	449%
	2022	207%	171%	310%	191%	180%	218%	248%	199%	357%
Пловдив сравнен със Столична общ.	2021	28%	43%	17%	29%	46%	14%	21%	39%	13%
	2022	25%	42%	15%	28%	47%	15%	19%	38%	12%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.

³ Със Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г. т. 14. **считано от 23.30 часа на 27.11.2020 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания (екскурзии) с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 31.03.2021 г.** (Заповед № РД-01-132/26.02.2021 г.)

⁴ Със Заповед № РД-01-173/18.03.2021 г. на министъра на здравеопазването **считано от 22.03.2021 г. се преустановява провеждането на групови туристически пътувания с организиран транспорт в страната и в чужбина и групови посещения на туристически обекти в страната до 27.04.2021 г.** (Заповед № РД-01-197/31.03.2021 г. и Заповед № РД-01-220/08.04.2021 г. и Заповед № РД-01-240/16.04.2021 г.)

Посещения в туристическите информационни центрове за периода 2021 и 2022 г.
(Табл. 3)

2021				2022			
Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	Общо	Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО
Общо	2 412	5 223	7 635	Общо	6 471	9 349	15 820
Българи	1 084	1 922	3 006	Българи	1 926	2 183	4 109
Чужденци	1 328	3 301	4 629	Чужденци	4 545	7 166	11 711

¹ ТИЦ 2 (ул. "д-р Стоян Чомаков" № 1, Стар град, до Хисар капия)

² ТИЦ 3 (ул. "Райко Даскалов" № 1, до пл. "Римски стадион")

³ ТИЦ 2 е затворен от 15 май 2021 г. до 09.07.2021 г. включително. Липсват данни за посетителите на ТИЦ2 за мес. септември и мес. октомври 2021

Посещения на туристическите забележителности в община Пловдив за 2021 и 2022 г.
(Табл. 4)

Туристически обект	2021 г.			2022 г.		
	българи	чужденци	Общо	българи	чужденци	Общо
ОИ „Старинен Пловдив“	167 888	41 255	209 143	255 950	100 721	356 671
Регионален исторически музей	7 584	558	8 142	12 656	5 939	18 595
Регионален етнографски музей	17 166	4 206	21 372	27 519	12 209	39 728
Регионален природонаучен музей	60 159	609	60 768	92 044	960	93 004
Градска художествена галерия	14 256	1 546	15 802	23 215	4 104	27 319
Регионален археологически музей	3 542	1 241	4 783	7 463	2 370	9 833
Културен център „Тракарт“	6 240	1 786	8 026	8 422	2 089	10 511
Общо:	276 835	51 201	328 036	427 269	128 392	555 661

Посещения на събития в туристическите забележителности в община Пловдив за 2021 и 2022 г. (Табл. 5)

Туристически обект	Посещения на събития за 2021 г.	Посещения на събития за 2022 г.
ОИ „Старинен Пловдив“	71 517	122 957
Регионален исторически музей	2 965	3 970
Регионален етнографски музей	1 457	6 538
Регионален природонаучен музей	6 014	4 870
Градска художествена галерия	4 921	6 806
Регионален археологически музей	274	405
Културен център „Тракарт“	5 090	6 882
Общо:	92 238	152 428

¹ Обектите преустановиха провеждането на всички културни и развлекателни мероприятия (музеи, галерии) в 23:30 ч. на 27.11.2020 г. до 03.01.2021 г. съгласно Заповед № РД-01-677 от 25.11.2020 г. на Министъра на здравеопазването, изм. и доп. със Заповед № РД-01-718 от 18.12.2020 г.

**Топ 10 реализирани нощувки от чужденци по страни в местата за настаняване в
община Пловдив за 2022 г.**

(Табл. 6)

№	Държави	Брой, 2022 г.
1	Турция	28 894
2	Нидерландия	15 449
3	Германия	14 696
4	Испания	13 644
5	Гърция	11 192
6	Италия	9 434
7	САЩ	8 858
8	Обединено кралство	8 783
9	Румъния	8 297
10	Украйна	7 781
	Общо за всички държави	199 952

**Топ 10 пренощували чужденци по страни в местата за настаняване в община Пловдив
за 2022 г.**

(Табл. 7)

№	Държави	Брой, 2022 г.
1	Турция	15 570
2	Германия	6 828
3	Гърция	6 308
4	Румъния	4 118
5	Обединено кралство	4 026
6	Израел	3 987
7	Италия	3 931
8	Испания	3 547
9	САЩ	3 430
10	Франция	3 428
	Общо за всички държави	88 363

¹ Справките по табл. 6 и табл. 7 са изготвени на база официални данни от НСИ

² Включват се категоризирани места за настаняване с над 10 легла, функционирали през съответният период.