



СТОЛИЧНА ОБЩИНА

ОБЩИНСКО ПРЕДПРИЯТИЕ "ТУРИЗЪМ"

гр.София 1505, ул."Оборище" № 44; тел: 943 47 28, 943 42 05, факс: 943 47 68,
www.info-sofia.bg; www.visitsofia.bg e-mail: opto@info-sofia.bg

О Т Ч Е Т

ЗА ДЕЙНОСТТА НА ОТДЕЛ "МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ" В ОП "ТУРИЗЪМ" ЗА ПЕРИОДА ОТ 01.01-31.05.2016г.

I. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СТАТУТА, ФУНКЦИИТЕ И ДЕЙНОСТТА НА ОТДЕЛ „МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ”

По силата на Решение №555 на Столичния общински съвет от 11.09.2014 година беше направена промяна в наименованието, организационно реструктуриране и оптимизиране на функциите на предприятието. Като част от специализираната администрация на Предприятието беше създаден отдел "Маркетинг, реклама и информация". Функциите на отдела са дефинирани в Правилника за организацията на дейността на Предприятието, утвърден с Решение № 555/11.09.2014 г. на Столичния общински съвет.

Работата на отдел "Маркетинг, реклама и информация" обхваща следните дейности: маркетингови проучвания, които да служат за основа при разработването и осъществяването на рекламни и комуникационни кампании, с цел презентиране туристическия продукт на град София; реклама на туристическия продукт на Столична община в страната и в чужбина; разработване на краткосрочни концепции, програми и стратегия за развитие на туризма в град София; участието на Столична община в международни и национални туристически изложения, панаири и други, свързани с туризма събития изработването на рекламни материали (печатна реклама, аудио-визуална реклама, предметна и пространствена реклама), представящи София като атрактивна туристическа дестинация; осигуряване информационното обслужване на туристите и гостите на град София в общинските туристически информационни центрове.

II. ОТЧЕТ ЗА ДЕЙНОСТТА НА ОТДЕЛ „МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ”

Една от основните дейности на отдел „МРИИ” е свързана с разработването и изпълнението на годишната план-програма за реклама на туристическия продукт на Столична община в страната и в чужбина.

План-програмата за рекламно представяне на София като туристическа дестинация се изготвя от служители на отдела и представя за обсъждане в Консултативния съвет по въпросите на туризма при Столична община. След нейното приемане се пристъпва към реализацията ѝ. План-програмата за рекламно представяне на София като туристическа дестинация през 2016 г. е естествено продължение на концепцията за рекламно представяне на София от 2015 г. и визията ни за устойчиво развитие и устойчив ръст на туризма в столицата, допринасящ за подобряване благосъстоянието на софиянци. През 2016 г. си поставяме за цел да наложим София на ключовите пазари като **целогодишна дестинация за културно-познавателен и градски туризъм, предлагаща динамични и автентични преживявания** в съчетание с бизнес и конферентен, събитийен, планински, поклоннически, еко и др. туризъм при конкурентно съотношение качество-цена.

В изпълнение на залегналите в План-програмата дейности, свързани с промотирането на София, през разглеждания период беше извършено следното:

1. ДЕЙНОСТИ ЗА ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

- **Експедиентски турове за туроператори; турове за журналисти, фоторепортери, автори на пътеводители**

Това е едно от най-ефикасните средства за връзки с обществеността. Експедиентските турове се организират за туроператори -представители на основните генериращи и перспективни пазари. Провеждането на т.нар. фам турове за журналисти и фоторепортери е особено подходящо за представители на съседните страни, от които преобладава неорганизирания поток от туристи.

Експедиентските турове са ефективен инструмент за насърчаване на продажбите.

Целта на тези пътувания е участниците да се запознаят на място с туристическите ресурси и възможностите за туризъм в София и в следствие да включат града в своите програми, ако са туроператори, или да публикуват материали, популяризиращи дестинацията и посетените места, ако са журналисти.

Предвид обявените от нискотарифната авиокомпания Wizz Air директни полети от София вече до 27 летища в 14 различни държави, усилията ни бяха насочени към организиране на опознавателни турове за журналисти от някои от обявените нови дестинации, както и към привличане на представители на руски медии и руски туроператори, с цел увеличаване туристопотока от русия към София, който през 2015 г. регистрира спад от 10%.

През месец април беше организирано посещение на италиански фотожурналист, който подготвя репортаж за София, който ще бъде публикуван в следните медии в Италия: „Ил Манифест” – ежедневен вестник в Рим, ежедневник „Авените” в Милано, интернет-списание „Сан Франческо”, в месечни издания „Мисиони Консолата” (гр. Торино) и „Мондо е Мисионе” (гр. Милано).

Служителите от отдела, съвместно с представители на авиокомпания Wizz Air, съдействието на Летище София и партньорството на висококатегорийни хотели в София, организираха посещение на журналисти от Швейцария и подготвиха програмата за опознавателен тур в София, региона и страната, който се проведе от 30 май до 3 юни. Групата включваше 5 журналисти от списанията 24 Heures, 24 minutes, Migros magazine, La Liberte, Je pars и Panorama.

В изпълнение на залегналата в план –програмата за 2016г. задача за полагане на усилия за популяризиране на София като дестинация за културно-познавателен туризъм на руския пазар и включване в пакетите за руските туристи, пристигащи на ваканция на море, посещение до вътрешността на страната и София, съвместно с български туроператори, опериращи на пазар Русия, от 12 до 18 май беше проведен опознавателен тур за 12 руски туроператори и представители на специализирани руски печатни и електронни медии. Посещението се организира от Столична община чрез ОП „Туризъм“ в сътрудничество с български туроператори, работещи на руския пазар и е в резултат на срещите, проведени от заместник-кмета на столична община д-р Тодор Чобанов по време на кръгла маса, която организира Министерството на туризма на Р. България в Москва през февруари тази година. Сред участниците в тура бяха зам. гл. редактор на новинарския сайт „Вести Туризм“, който има над 500 000 посетители дневно, журналисти от електронните медии „Тонкости туризма“ „Турбизнес“, „Мир путешествий“, „Вестник детско-юношеского туризма“, „Турпром“, мениджъри на туристическите агенции „Универсал тур“, „Tez Tour“, „Идея тур“ и др.

Програмата на посещението включваше представяне на възможностите за културно – познавателен и поклоннически туризъм, атрактивните за руските туристи обекти в София, посещение на най-новите туристически атракции в Столицата - АКК „Сердика“, „Музей за история на София“, археологическото ниво на базилика „Св. София“, както и Боянска църква, НИМ и др. Основната цел, която си поставихме при провеждането на този тур, е стимулиране и мотивиране на решения за активно предлагане на София.

➤ Презентации

Презентирането на възможностите за туризъм в София и най-новите атракции на столицата на различни форуми, на целеви пазари, където София не се представя на туристически изложения, е една от важните дейности за връзки с обществеността, залегнала в програмата за 2016 г.

През отчетния период бяха изнесени следните презентации:

- през месец февруари, в рамките на представянето на София на международното туристическо изложение „Ваканция и спа експо 2016“, две презентации - София – Европейска столица на спорта 2018 и „Музейко: децата знаят“;
- презентация на тема „София- потенциал за развитие на културен и религиозен туризъм“ на Националната конференция „България с водеща позиция в световното културно наследство“ - 29-30 март 2016 г. в София, х-л „Експо“.

➤ Провеждане на поклоннически турове

През 2016 г. отново ще се проведат , станалите вече традиционни 4 поклоннически маршрута. Първият от тях ще се проведе на 9 юни. Работата по неговото популяризиране стартира през месец април с публикации в „Мап гайд – София“и в информационния бюлетин“Култура и туризъм“.. Организирането и провеждането на тези пътувания се

осъществява в партньорство с Богословския факултет при Софийския университет „Св. Климент Охридски” и Софийска Митрополия.

➤ **Провеждане на безплатни пешеходни обиколки „Опознай София-централна градска част”.**

Тази обиколка се провежда от 2010 г., като комплимент от страна на общинските власти към жителите и гостите на града. Ефектът, който се цели, е да се популяризират туристическите атракции на София сред неорганизираните туристи и жителите на града-особено сред учениците. При специални случаи такава обиколка се организира за журналисти или чужди делегации на посещение в София.

Партньор по дейността е Асоциацията на екскурзоводите в България.

През първите пет месеца на 2016 г бяха проведени **32 обиколки – „Опознай София-централна градска част“**. Броят на участниците в проведените обиколки е **900 души**. Участниците в тях са ученици от столични училища, чуждестранни партньори и гости на Столична община, държавни институции. Проведени са :

- ✓ 8 обиколки за столични училища
- ✓ 12 обиколки за събития свързани със СО и гости на СО: делегация предвождана от заместник кмета на град Пекин; участници в Балканиада по шахмат за незрящи; представители Червен кръст Румъния гости на ПИСТ; кмета на град Риека - Р Хърватска; фондация за работа с хора с интелектуални затруднения „Светът на Мария – финансирана по програма „Култура“ и др;
- ✓ 10 обиколки за държавни институции: Министерството на финансите; МВР ; Министерство на регионалното развитие и благоустройството; Министерство на труда и социалната политика ; Министерство на отбраната ; Министерство на правосъдието;

2. РЕКЛАМНИ ДЕЙНОСТИ

Печатна реклама – тази дейност включва публикуване на рекламни и информационни материали в различни специализирани печатни издания. В изпълнение на пран-програмата за 2016 г. през разглеждания период бяха реализирани публикации в различни чужди и български издания.

Беше иготвен медиен план за публикациите през 2016 в изданията на APL Media - периоди, обем, теми за публикациите в ABTA Country by Country Guide, ASTA Worldwide Destination Guide, National Geographic Traveller и притурка The Travel Guide в съботните издания на Guardian. През месец януари излезе от печат ABTA Country by Country Guide, в който София е представена като туристическа дестинация в обем от три страници – една рекламна страница и две страници информация за дестинацията.

София се включи с рекламна страница в каталога на Българския съюз по балнеология и СПА , издаден по повод 10 –годишния юбилей на Съюза. Луксозното издание е преведено на четири езика.

В пътеводител „България” на английски език на издателство „Домино” на една рекламна страница бяха представени туристическите информационни центрове на Столична община. Продължава рекламата на София в изданието Map Guide Sofia. Върху рекламна площ от 4 рекламни карета с размер 12.3см x7.5 см ОП“Туризъм“ рекламира различни събития и

атракции. Информацията се актуализира на всеки два месеца. ОП "Туризм" разработва акценти във всяко издание и актуализира информацията, свързана със Столична община. През различните месеци върху картата бяха обозначени ледените пързалки в София, в последващо издание – общинските площадки за стрийт фитнес.

Туристическите маршрути, разработени по проект „Създаване на регионален туристически продукт в общините Столична, Ихтиман и Своге“, а именно: „Искри от векове на слава“, Светци и владетели – закрилници“, Християнският път през вековете“ бяха представени в специалното издание на в. „Движение“ за международното туристическо изложение Ваканция и СПА експо, както и в списание „Туризм и отдих“.

В специалното издание на Националната конференция „България с водеща позиция в световното културно наследство“ - 29-30 март 2016 г. в София, беше публикувана реклама на София .

От месец април София публикува своя реклама върху 2 страници в ежемесечното издание Sofia City Info Guide® , което се издава на английски език. Целогодишният тираж е 240 000 броя. Разпространява се в ключови туристически обекти. Изданието е луксозно, с вложена карта на града. Предвиждаме участие с 12 публикации на две страници – разтвор, в рубриката ; ”SOFIA OVERVIEW” , свързани със събития и проекти на Столична община.

През април бяха рекламирани Туристическите информационни центрове на Столична община; през месец май публикацията беше озаглавена „ София – град на литературата“ и бяха представени знакови обекти и места като Народната библиотека, инфоточка „Читалнята“, къщата на Иван Вазов, площад „Славейков“, проектът Wall-to-Wall Poetry.

В юнското издание по атрактивен начин ще бъдат представени пазарите на открито на София – Женският пазар, фермерските пазари.

3. ИЗРАБОТВАНЕ/ ЗАКУПУВАНЕ НА РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ И СУВЕНИРИ

-Печатни материали

Служителите от отдела организират и консултират издаването на печатни рекламни-информационни материали за София. През 2016 г. започна работа по актуализиране на съдържанието и отпечатване на вече издавани печатни рекламни материали, които са доказали своята рекламна стойност. Тези печатни материали са предназначени за безплатно разпространение в ТИЦ-овете и при участия в туристически изложения. През отчетния период беше актуализирано и преведено съдържанието на карта на София – център с основните забележителности в централната градска част; карта Храмове на религиите в София; дипляна „Открий София“. Изданията бяха подготвени за печат и отпечатани в тираж от по 10 000 за всяка езикова версия.

Календарът на събитията се ползва с голям интерес както от страна на представителите на туристическия бранш, така и от посетителите на ТИЦ. С цел удовлетворяване на търсенето и оптимизиране на разходите Годишното издание на Календар на събитията беше публикувано в електронен вариант на туристическия сайт на София – www.visitsofia.bg, в секцията „Календар на събитията“, което позволява актуализиране на съдържанието, а на хартиен носител беше подготвено и отпечатано пролетното издание, което включва информация за събитията в София през месеците март, април и май. Форматът и структурата на изданието остават непроменени. Беше проведен конкурс за дизайн на корица на четирите издания на календара. Изборът на визията беше направен от членовете на Комисията по реклама към ОП "Туризм". Всяко издание се

отпечатва в тираж по 1 000 бр. Представянето на информацията за по-кратък период позволи изготвянето на събитийен календар с по-богато съдържание. Книжното тяло е предназначено за безплато разпространение по време на участия в туристически изложения и в ТИЦ. В електронен вариант се изпраща до над 500 адресата (туристическите браншови организации, туристическите информационни центрове в България и близките страни и хотелите в София). Публикува се и в официалния туристически сайт на София, както и на фейсбук страницата на ТИЦ. Изданието е двуезично – на български и на английски език. Представя събития не само от сферата на културата, но и от спортния и делови живот в столицата.

Туризмът в цифри

Служителите в отдел „Маркетинг, реклама и информация” подготвят цялостното съдържание на изданието „Туризмът в цифри” – статистически справочник, който отразява състоянието на туристическия сектор. В него са представени статистически данни и сравнителни таблици, които отчитат отделни показатели, проследени по години и периоди. В графики и диаграми нагледно са представени най-отчетливите тенденции. В изданието се предоставя информация и за туристическата инфраструктура и за транспортната дейност в столицата. В справочника е поместена информация и за културните институции, най-значимите събития и фестивали, както и интересни факти за историята, религията и културата на града, за продуктите на ОП „Туризм” – пешеходна обиколка в централна градска част „Опознай София” и четири поклоннически маршрута.

Изданието се разпространява в електронен вариант и се публикува на официалния туристически сайт на София www.visitsofia.bg

Най-търсени от посетителите на ТИЦ рекламни-информационни материали са туристическите карти със забележителностите на София. На второ и трето място сред най-търсените материали са Туристическа карта „Храмовете на София” . Голям е интересът и към брошурата „Календар на събитията“, брошура „Базилика „Св. София. Некрополът” и дипляна „Открий София”. При отпечатването на новите тиражи беше добавена информация за откритите през 2015 г два нови ТИЦ. През отчетния период бяха актуализирани и произдадени следните рекламни материали:

- дипляна Открий София на английски език – 10 000 бр.;
- Карта на храмове на религиите в София по езици както следва:
- Български – 12 000 бр.;
- Английски - 12 000 бр.;
- Руски – 5 000 бр.
- Сръбски – 2 000 бр.

ОП „Туризм” стимулира по-доброто презентирание на дестинацията при провеждане на големи и значими работни срещи, конференции, научни форуми, събития, които се провеждат в София и носят потенциала на рекламни канали.

Установена е практика за предоставяне на рекламни материали на различни институции по повод домакинство на различни международни прояви, провеждащи се с подкрепата на Столична община.

4. УЧАСТИЕ НА СО ЧРЕЗ ОП „ТУРИЗЪМ“ В ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ

Една от основните дейности на служителите от отдел „Маркетинг, реклама и информация“ е организиране участието на Столична община в международни и национални туристически изложения, панаири и други, свързани с туризма събития. В изпълнение на тази своя задача, през отчетния период служителите от отдела организираха и реализираха представянето на София на туристически изложения в страната и чужбина, включени в План-програмата за рекламно представяне на София като туристическа дестинация през 2016 г .

В План –програмата за 2016 г. е предвидено участие във всички специализирани изложения, които се провеждат в страната, както и представяне на най-важните за София изложения в чужбина.

ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ

Международна туристическа борса „Ваканция и СПА Експо 2016“

От 11 до 13 февруари 2016 г. в Интер Експо център, София , се проведе 33-та Международна туристическа борса ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО.

Целите, които си постави София при тазгодишното участие в борсата се свеждаха до:

- ефективно представяне на местния туристически продукт чрез таргетиран подбор на формите и средствата, както и подготовка на атрактивна програма за представяне на София - цялостна визия на щанда, подбор и осигуряване на съпътстващи събития и ефективна анимация
- увеличаване познаваемостта на София и подобряване на имиджа на града като целогодишна туристическа дестинация с акцент върху София –Европейска столица на спорта 2018 и богатото културно-историческо наследство.
- Популяризиране на рекламните продукти, създадени по проект София-Своге – Ихтиман с цел увеличаване на интереса към конкурентноспособни туристически атракции на територията на общините София, Своге и Ихтиман

Столична община, представена чрез ОП „Туризм“, взе участие на изложението със собствен щанд Е11 в зала № 3 на Интер Експо център. Щандът беше с площ от 36 кв.м; квадрат с обособени три тематични сектора : „София 2018“; Анимация; Рекламно-информационен. Визията – представяща многото лица на София: привлекателна туристическа дестинация, спортна столица, място за забавление.

Визията на щанда отговаряше на идеите, разработени в предварително одобрената концепция и привлече вниманието на министъра на туризма Николина Ангелкова, която посети щанда на София след официалното откриване на форума.

Кметът на София госпожа Фандъкова, която присъства на откриването и отправи приветствие към участниците и гостите на международната борса, също посети щанда на столицата.

Секторът, посветен на темата София - Европейска столица на спорта 2018, беше брандиран с фотоси от площадки за стрийт фитнес и тук беше монтиран уред за стрийт фитнес. В същия сектор бяха поставени в естествен ръст фигурите на известните български спортисти Евгени Иванов, Георги Глушков, Йорданка Благоева и Симона Пейчева. В този сектор по предварително изготвена програма присъстваха и раздаваха

автографи първите трима спортисти. Всичко това беше съпътствано от демонстрация на уреда за стрийт фитнес, изпълнявана от представител на сдружението „Алчен за спорт“

В рекламно-информационния сектор на посетителитена щанда се предоставяше информация и рекламни материали за София и по проект София-Своге – Ихтиман.

В сектора за анимация майстори баристи, рисуваха логото на София 2018 и герба на София върху чаша с кафе и бармани атрактивно демонстрираха приготвяне на здравословни коктейли – „София – фитнес“ и „София – здраве“.

През цялото време на монитора на щанда бяха излъчвани филми, представящи София като европейска столица на спорта, град с богато културно–историческо наследство, предлагащ интересни забавления.

През трите дни на изложението щандът на Столична община бе посетен от голям брой професионалисти и крайни потребители. Беше изготвена и разпространена сред участниците в изложението покана с програмата за представянето на София. Безспорно особен интерес предизвика и привлече най-голям брой посетители анимацията на щанда.

На посетителите бяха предоставени безвъзмездно брошури „Базилика Св. София. Некрополът“, историческите брошури „Древна София“, „Средновековна София“ и „Модерна София“, брошури „София – зелен и приключенски туризъм“, брошури „Софийско Светогорие“, „Мемори гейм“, туристически карти „Планините на София“, карти „Храмовете на религиите в София“, карти със забележителностите в София, дипляни „Врана“, „Банкя“, дискове с филмови продукти, посветени на София.

По време на изложението – на 12 февруари в зала „Пирин“ в Интер Експо център - Столична община направи презентация на тема „София – Европейска столица на спорта 2018г. Голям интерес предизвика и презентацията, посветена на най-новата в София и единствена по рода си атракция – „Музейко“.

Международното туристическо изложение „Културен туризъм“ – Велико Търново, 14-17 април 2016 г.

По време на представянето си на Международно туристическо изложение „Културен туризъм“ Велико Търново, 14-17 април 2016, София бе удостоена с награда за „[Най-ефективни рубрики и публикации](#)“ в Националния конкурс „Чети и пътувай“ за две публикации: във френското травъл списание „Petit Fute“ и в каталога на най-голямата асоциация на американски травъл агенти - ASTA (American Society of Travel Agents). Брандът Petit Fute е на френския туристически пазар повече от 40 години, а ASTA е най-влиятелното сдружение на американската туристическата индустрия с 10 хил. членове от 140 държави.

Изложението „Уикенд туризъм“ и съпътстващия го Фестивал на туристическите забавления и анимации, Русе, 12 - 14 май, 2016 г.

Столична община участва на този форум със самостоятелен щанд. На вниманието на посетителите бяха представени тематични рекламно – информационни материали за уикенд туризъм, които обединяват емблематични туристически обекти на територията на София и са съвкупност от културното наследство и природното богатство на българската столица. Промотира се и културният календар на София, който е един от най-богатите културно-събитийни календари в Югоизточна Европа. Акцент имаше и върху възможностите за спорт и приключения на открито, както и върху предстоящите поклоннически маршрути,

организиран от Богословския факултет на Софийския университет със съдействието на Столична община.

ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ В ЧУЖБИНА

Международно туристическо изложение ИТТ в Белград, Сърбия от 18 до 21 февруари 2016 г.

ИТТ Белград е най-голямото международно туристическо изложение в Сърбия. През 2016 г. се проведе за 38-ми път в Белградския изложбен център върху площ от 30 482 кв. м. Изложението е предназначено за масова публика и професионалисти. В него участват над 1000 изложители и се посещава от над 62 500 посетители. Международният характер на борсата се потвърждава от големия брой чуждестранни изложители - над 290 от 53 страни.

София като туристическа дестинация е добре позната в Белград и Сърбия и има традиционно добри пазарни позиции.

Изложението се организира традиционно в палатите на Белградският панаир. Провежда се ежегодно от 1978 година. През 2016 г. се проведе под мотото "Places you haven't visited yet! First minute offers!"

Българският щанд се намираше в централната Палата №1 на Белградския панаир с много добра локация, с добра информационна видимост и лесна достъпност за посетителския поток. Информационният деск на София беше разположен на централно място, до този на Министерство на туризма.

Интересът към София както от страна на професионалистите, така и от страна на посетителите, нараства с всяка изминала година. На вниманието на посетителите бяха презентирани материали, представящи новите атракции в столичния град, възможностите за културно-познавателен, събитийен и шопинг туризъм. Специално внимание беше отделено на представянето на тематичните маршрути „Кръстопът на вдъхновените“, разработени по проект „Създаване на регионален туристически продукт в общините София, Ихтиман и Своге“ на Оперативна програма „Регионално развитие“.

От представителите на туристическия бизнес високо се оценява фактът, че София се представя с рекламни-информационни материали и карти на сръбски език.

За представянето на българската столица в Белград се използваха следните рекламни-информационни материали: брошурите „Древна София“, „Средновековна София“ и „Модерна София“ „Базиликата Св. София – Некрополът“, „Софийско Светогорие“;

дипляните „Открий София“, „Банкя – здравен и СПА център на София“, „Врана“, „Поклоннически път Рилският Чудотворец“, мултимедийни дискове „Западната порта“, „Сердика на римските императори“, „Спирка Европа: София 2019“, туристическите карти „Карта на забележителностите в София“ и „Карта на манастирите около София“ и сувенири моливи, значки „Аз познавам София“, Йо- Йо.

Информационният деск на София беше посетен от посланика на Р.България в Р. Сърбия и ръководителя на СТИВ в Белград.

В рамките на четирите дни на изложението бяха проведени срещи и разговори с представители на различни медии, блогъри от различни страни, които изразиха желание

да бъдат включени в инфотурове, както и с представители на специализирани печатни издания за реклама на София.

Със седмото поред участие в изложението ITF Белград и с разнообразието от тематични печатни и мултимедийни рекламни материали за дестинация София представителите на ОП „Туризм“ успяха да представят София по атрактивен начин. Презентирани бяха и възможностите за християнско поклонничество.

През отчетния период София се представи с печатни рекламни-информационни материали на **Международно туристическо изложение ITB – Берлин** и на **Международно туристическо изложение TTR – Букурещ**;

УЧАСТИЯ В ДРУГИ СЪБИТИЯ

- **Националната конференция „България с водеща позиция в световното културно наследство“ - 29-30 март 2016 г. в София**

Втората национална конференция Културен и религиозен туризъм на тема „България с водеща позиция в световното културно наследство“ се организира от Национална медийна група “Парадигма” автори на ”Добре дошли в България” - платформа, която работи за утвърждаването на страната ни като уникална туристическа дестинация. Първото издание на конференцията е през 2014 г. в София. Събитието се провежда със съдействието на Министерство на културата, Министерство на туризма, МРРБ и Столична община. В рамките на събитието, София беше рекламирана с включване с 2 рекламни страници в специалното издание на конференцията, публикуване на герба на София и логата на София - град на киното и Европейска столица на спорта 2018, излъчване на рекламни клипове за София на мониторите в залите и двата дни на събитието, разполагане на рекламни банери в залата и фойейето на хотел „Експо“, където се проведе конференцията.

- **Webit Festival Europe 19 и 20 април, София**

Събитието има вече осемгодишна история, а сред водещите лектори тази година беше и президентът на MasterCard в Европа. Сред лекторите на форума се нареждат и лидери на компании като IBM, SAP, Akamai, Google, Intel, Philips, Lego, Nokia Networks, Европейската Космическа Агенция, НАСА. Чрез Webit София цели да се превърне и в локация, на която се дискутира и решава дигиталното бъдеще на Европа. На форума се обсъждаха теми, свързани с кибер сигурността, биотехнологии, развитие на предприемаческата еко система, умни градове, умна енергия, устойчиво развитие, технологии и медии.

5. ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ НА ТУРИСТИТЕ И ГОСТИТЕ НА ГРАД СОФИЯ

Съществена част от задълженията на служителите от отдел „Маркетинг, реклама и информация“ е обезпечаване на информационното обслужване на туристите и гостите на столицата. Тази дейност се осъществява в Туристическите информационни центрове (ТИЦ) на Столична община

Първият - ТИЦ „София“, който работи от 2010 г., е разположен в подлеза пред СУ „Св. Климент Охридски“. От 29 юли 2015г. в Градската градина отвори врати „Читалнята“, а от 19 октомври – ТИЦ „Ларго“, в метростанция „Сердика 2“

В ТИЦ се осигурява и разпространението на информационните материали, рекламни брошури, каталози и други носители на информация. Основната задача на служителите от отдела, обслужващи Туристическите информационни центрове, е да осигуряват качествено информационно обслужване на посетителите на центъра, като удовлетворяват в най- висока степен техните потребности от туристическа услуга. Те се стремят да изготвят интересни предложения за престоя на туристите в града, с цел удължаването му, както и да оставят положителни първоначални впечатления от дестинацията.

Рекламно-информационната дейност включва директно информационно обслужване на посетителите, информационно обслужване чрез предоставяне на печатни рекламни материали и такива на електронен носител, визуална реклама, информационно обслужване чрез електронни канали.

- **Информация за актуални събития**

Всяка седмица служителите подготвят листовка с информация за актуални събития в столицата, която се предоставя на посетителите (на български и на английски език). Същата информация се публикува в туристическия сайт на София и Facebook страницата на ТИЦ. Освен за събитията, провеждащи се в столицата, във Facebook се публикува и информация от разнообразен характер - промяна на движението на градски транспорт, затворени улици и всякакъв вид информация, полезна на гостите на града и на столичани.

В ТИЦ се разпространяват и рекламни - информационни материали, предоставени от членове на браншовите организации БАТА, АБТТА и БХРА.

Важно е и изграденото добро сътрудничество с културните институции в София, които високо оценяват предоставената им възможност за популяризиране на програмите им в КИЦ.

- **Разпространение на печатни рекламни материали**

На посетителите в ТИЦ бяха предоставени рекламни-информационни материали на английски, немски, френски, руски, испански, италиански, гръцки, сръбски език. Най-търсени от посетителите са туристическите карти със забележителностите на София и карта-гид София, в която 4 рекламни карета са посветени на София и се актуализират периодично. На второ и трето място сред най-търсените материали са туристическа карта „Храмовете на София“. Голям е интересът и към брошурата „Календар на събитията“, брошура „Базилика „Св. София. Некрополът“ и дипляна „Открий София“.

- **Предоставяне на информация при запитвания, постъпили по електронната поща**

С популяризирането на информационните центрове в София на туристическия сайт на София и във Facebook и увеличаване на техния брой, се отчита увеличаване на постъпилите по електронната поща запитвания за оказване на информационна услуга. Такива запитвания се получават предимно от туристи, на които им предстои самостоятелно пътуване до София или до България. Най-често задаваните въпроси са свързани с придвижване от София до дадена дестинация, информация за забележителности, за едnodневни пътувания около София, въпроси, свързани с настаняването в София - хотели и хостели, обществени паркинги за туристически автобуси.

- **Изпращане на рекламни-информационни материали на български представителства в чужбина, на потенциални посетители**

Постъпват и искания за изпращане по пощата на рекламни материали за София – карти и брошури. Това е услуга, която ОП „Туризм“ предоставя от 2015 г.

През отчетния период бяха изпратени и рекламни материали за българското консулство във Франкфурт, Германия.

- **Информационни центрове на Терминал 1 и Терминал 2 на Летище София**

Информационните центрове за летищна и туристическа информация на Терминал 1 и Терминал 2 на Летище София са създадени като съвместен проект на ОП „Туризм“ и „Летище София“ ЕАД. Центърът на Т1 е разположен в зала „Пристигащи“. На разположение на посетителите са разнообразни рекламно-информационни материали на няколко езика, както и един информационен терминал с неограничен достъп до интернет. Информационният център на Терминал 1 е обезпечен и с 55 инчов LCD телевизор, на който се излъчват видеоклипове за София като привлекателна туристическа дестинация с богато културно-историческо наследство.

Центърът за летищна и туристическа информация на Терминал 2 също разполага с един информационен терминал с достъп до интернет и богат набор от рекламно-информационни материали за София, осигурявани ежемесечно от ОП „Туризм“, както и с LCD телевизор, на който се излъчват филми за София. Съдържанието се обновява на месечна база.

- **Туристически сайт на София**

През разглеждания период беше подготвено предложение за актуализация на контролния панел на туристическия уебсайт [visitsofia.bg.](http://visitsofia.bg), както и разработена нова визия и функционалност на нюзлетъра на ОП „Туризм“. Като резултат изданието е значително по-функционално, визията е олекотена и най-важното - прави се връзка между него и туристическия уебсайт – www.visitsofia.bg. Това го превръща в по-интерактивен вид комуникация, а за уебсайта това означава повече посетители. Те от своя страна ще имат възможността да разглеждат повече самия уебсайт

Повишаване на професионалната квалификация

През месец март 2016 г. служител от отдела взе участие в обучение, организирано от Федерацията на Световните Туристически Градове (WTCF), Пекин, Китай- като част от цялостна програма на федерацията - WTCF International Tourist Destination Cities Promotion and Marketing Training Program. Федерацията цели да промотира разнообразни форми на обмяна на полезни практики и коопериране между градовете-членки във връзка с развитието на туристическата им индустрия. Обучителната програма беше насочена към усвояването на полезни знания и практики, с цел привличането на по-голям брой китайски туристи и прилагането на печеливши стратегии по отношение на по-качественото промотиране на градските дестинации.