

**УТВЪРДИЛ:**  
**ИВО МАРИНОВ**  
**ДИРЕКТОР НА**  
**ОП „ТУРИЗЪМ”**



## **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](http://www.info-sofia.bg); [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg) e-mail: [opto@info-sofia.bg](mailto:opto@info-sofia.bg)

## **О Т Ч Е Т**

### **ЗА ДЕЙНОСТТА НА ОТДЕЛ “МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ” В ОП “ТУРИЗЪМ” ЗА ПЕРИОДА ОТ 01.01-31.12.2015г.**

#### **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 презентирание 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 беше разработена от служители на отдела и внесена за обсъждане в Консултативния съвет по въпросите на туризма при Столична община. След нейното приемане се пристъпи към реализацията ѝ. В програмата е залегнала нова концепция за ефективно използване на съвременни рекламни средства с цел популяризиране на София като целогодишна дестинация за културно-познавателен и градски туризъм. В изпълнение на залегналите в План-програмата дейности, свързани с промотиране 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**

Организирането на журналистически посещения от представители на печатни и електронни медии от целевите пазари за запознаване с туристическия продукт и потенциал на София, е един от акцентите в дейността през настоящата година. На базата на тези посещения, журналистите публикуват материали, популяризиращи посетените места.

В рамките на отчетния период беше изготвена програма за посещение на ирландски журналисти; беше организирано предстоящото през месец август посещение на журналисти от тайландско издателство Forward Publishing House, които подготвят туристически гид „Източна Европа”- част 2.

Издателство Forward Publishing House създава пътеводители, насочени към туристи, които предпочитат сами да организират пътуването си. То е реализирало над 30 издания на туристическия гид до момента, които представят различни дестинации като Сингапур, Хонконг - Макао, Пекин – Шанхай, Корея, Япония (8 издания), Австралия, Нова Зеландия, Турция, Великобритания, Италия, Франция, Швейцария, Германия, Бенелюкс, Източна Европа - Част 1 и печели подкрепата на партньори и спонсори като: Hosteling International, Rail Europe, Turkish Airlines, Swiss Airlines, Lufthansa, KLM, Eva Air и Thai Airways.

След като се върнат в страната си, журналистите ще представят в следващото издание на двуезичния туристически пътеводител София като интригуваща целогодишна градска дестинация. Гидът ще бъде на пазара през януари 2016 година.

- **Презентации**

През 2015 г. бяха подготвени и изнесени 9 презентации.

През месец февруари 2015 г. в рамките на участието на Столична община в международния форум REETEX в Лондон, Великобритания, представители на отдела

подготвиха и представиха пред международната аудитория мултимедийната презентация, озаглавена „София е ....“, която запозна присъстващите над 500 души представители на туристическия бизнес от 47 държави с най-интересното и новото, което предлага София като градска дестинация. Форматът на това събитие се различава от традиционните туристически изложения. То представлява стратегическо място за срещи между професионалисти в сферата на туризма от цял свят. От една страна, водещи западноевропейски туроператори и авиокомпани и от друга – национални делегации от страни от Източна Европа, Азия, Южна Америка и Африка, оценени от организаторите като перспективни пазари. Събитието се провежда под мотото „Изтокът среща Запада“. В него се участва само по покана от организаторите и присъстват ключови фигури от туристическия бизнес – туроператори, авиокомпани, летищни комплекси, инвеститори. Фокусът в тазгодишното издание беше поставен върху дестинация България. За първи път на такъв международен форум София беше представена като туристическа дестинация с обединеното участие на представители на Столична община, Летище София и туроператори, които предлагат София в своите туристически пакети. В рамките на участието на София на Средиземноморската туристическа борса (Borsa Mediterranea del Turismo-ВМТ), в Неапол, Италия, като част от цялостното представяне на дестинацията беше изнесена презентация пред представители на италианския туристически бизнес и участници в изложението на тема „София – едно вълнуващо приключение!“.

През месец март беше изнесена презентация на тема „София – водеща туристическа дестинация в България“ пред участниците в състоялия се в София, хотел „Метрополитън“ международен форум „Глобалният туризъм: състояние и перспективи. Международният форум „Глобалният туризъм: състояние и перспективи“ се проведе под егидата на Министерството на туризма като съвместна инициатива на Европейската академия за обучение и развитие и b2b Magazine. Програмата на форума включваше работна сесия за представители на хотелиерската индустрия, както и отворена дискусия за представители на туроператорски фирми и туристически агенции..

През месец май пред Националната конференция по медицински и здравен туризъм с международно участие, която се проведе в хотел „Експо Бест Уестърн“ беше изнесена презентация, на тема: „София – възможности за развитие на здравен туризъм“. Пред участниците беше представен потенциалът на столицата и региона за развитие на здравен туризъм.

През месец май, по време на посещение в София на туроператори и турагенти от Индия, като част от организиран от представители на българския туристически бизнес опознавателен тур на България, беше изнесена презентация на тема „София – целогодишна туристическа дестинация“ Пред присъстващите бяха представени по атрактивен начин богатото културно-историческо наследство на София, красивата природа. Беше подчертано доброто съотношение качество-цена на предлаганите в столицата туристически услуги

В рамките на участието си във фестивала „Зелени дни“, който се проведе за шеста поредна година в София, съвместно със сдружението „Алчен за спорт“, беше изготвена и изнесена презентация, която запозна присъстващите с новите графити на възлови кръстовища в столицата, посветени на именити български спортисти. По време на същото изложение беше изнесена и друга презентация, посветена на темата „София – европейска столица на спорта 2018“, която беше подготвена в тясно сътрудничество с

колегите от Дирекция „ПИСТ” на СО. Какво представлява престижното отличие „Европейска столица на спорта 2018”, кои са приоритетите на общината за развитието на спорта и какъв е ефективният модел за управление на общинската спортна инфраструктура бяха само част от акцентите в презентацията.

На изложението „Уикенд туризъм” в Русе София презентира проекта „Алчни за спорт” и София като Европейска столица на спорта 2018 г.

Представители на отдела взеха участие в Третата Генерална асамблея на Световната организация за градски дизайн, Анкара, Турция, 6-9 октомври 2015 г. Основната тема на асамблеята беше „Дизайн, култура и туризъм”. София се представи с презентация на тема: „София – променящото се лице на България”. С нея участниците във форума бяха запознати с най-новите проекти, които се реализират на територията на Столична община с активното участие на гражданите, в партньорство на общината с неправителствени организации и бизнеса и са свързани с устойчивото развитие на града във всички сфери.

На 1 декември 2015 г. по покана на специалност „Туризъм“ при СУ „Климент Охридски“ представител на ОП „Туризъм“ взе участие в традиционната, 21-ва по ред, среща между представители на туристическата индустрия в България и студентите от трети курс специалност „Туризъм“ на тема : „Производствен стаж и бъдещи кариери в туристическата индустрия на България“. Пред студентите беше изнесена презентация за статута, структурата, функциите и дейността на ОП“Туризъм“, с акцент върху ролята на качествено информационно, обслужване на туристите. Те получиха информация за възможностите и условията за приемането им на производствен стаж в туристическите информационни центрове на Столична община, както и за възможността, която им се предоставя за допълване на академичното знание с практически познания.

#### • Провеждане на поклоннически турове

Организирането и провеждането на поклонническите маршрути се осъществява с подкрепата и съдействието на представители на Богословския факултет на СУ”Климент Охридски” и Софийска света митрополия. През 2015 г. е предвидено провеждането на 4 поклоннически маршрута. Датите на тяхното провеждане зависят от храмовите празници на манастирите.

На 21 май 2015 година, на празника „Възнесение Господне” се проведе поклоннически път „Възнесение Господне“ - от църквата „Св. вмчк Георги”, с. Долни Лозен, до Лозенски манастир „Св. Спас”.

На 24 юни 2015г. беше извървян поклонническият път „Св. Троица“ - от църквата „Св. Св. Кирик и Юлита“ – гр. Банкя. до Дивотинския манастир „Св. Троица“.

От 1 до 6 август, за шеста поредна година ОП „Туризъм“ при Столична община и Богословският факултет към СУ „Св. Климент Охридски“ успешно проведе пътуването по най-големия поклоннически път в България – „Рилският Чудотворец“, в който се включиха 180 души.

На 1 октомври 2015 г. за пета поредна година се проведе поклонническият път „Покров Богородичен” от храма „Св. Петка” в кв. „Кремиковци до Кремиковския манастир „Св. Георги Победоносец”.

Като цяло интересът към поклонническите маршрути постепенно нараства и с всяка следваща година се присъединяват нови участници . Най-голям е интересът към „Рилският Чудотворец“.

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

През 2015 г. бяха проведени 78 обиколки. От тях 18 редовни и 60 извънредни за членове на представителни делегации и гости на Столична община или различни държавни институции. Броят на участниците в проведените обиколки е **1510** души.

Тази пешеходна обиколка на забележителностите в централната градска част на София се провежда от 2010 г и има за цел популяризиране на туристическите атракции на София сред гостите и жителите на града, особено подрастващите. Такава обиколка се организира и за гостуващи в София чуждестранни журналисти, както и за гости на различни български институции, по тяхна молба. Партньор по дейността е Асоциацията на екскурзоводите в България.

### Проведени туристически обиколки на София за 2015 по месеци

месец	общо проведени обиколки	проведени редовни обиколки	проведени извънредни обиколки	брой участници
1	0	0	0	0
2	3	1	2	46
3	10	1	9	236
4	8	4	4	149
5	7	2	5	82
6	10	3	7	233
7	6	1	5	183
8	1	0	1	2
9	5	4	1	48
10	17	1	16	291
11	9	1	8	215
12	2	0	2	25
<b>общо</b>	<b>78</b>	<b>18</b>	<b>60</b>	<b>1 510</b>

## 2. РЕКЛАМНИ ДЕЙНОСТИ

**Печатна реклама** – тази дейност включва публикуване на рекламни карета и информационни материали в различни специализирани печатни издания. В изпълнение на пран-програмата за 2015 г. през разглеждания период бяха реализирани публикации в различни чужди и български издания. София бе представена като туристическа дестинация с рекламна странив АВТА Members’ Handbook 2015 (луксозно годишно издание, формат А4, излиза през м. март и достига до над 55 000 туроператори и турагенти, освен информация за членовете на асоциацията, в него са представени и туристически дестинации). Рекламни материали за София като туристически дестинация бяха публикувани в The World Travel Magazine – британско туристическо издание, където София бе представена в 5 рекламни страници с материал, озаглавен „Sofia a journey trough time” и 1 рекламна страница на ОП „Туризм” и Туристическия сайт на София [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg) –

„Sofia only a click away“; Bradt Travel Guides, UK Gap Travel Guide, италианското списание „Il giornale del turismo“ и в специализирани български издания като списание „Туризм и отдих“, Sofia Insider’s Guide – „Make the most of your stay in Sofia“, Sofia City Guide, Sofia in Your Pocket. Беше публикувано рекламна каре за рубриката „София РЕСТАРТ“ на в. „24 часа“ и „Труд“, рекламна страница в каталога на „Уикенд туризм“; публикация в брошура на Световната федерация на туристическите градове, предназначена за разпространение на международни изложения, които се провеждат в Китай. През разглеждания период служителите от отдела подготвиха съдържанието на 6 рекламни страници за специалното издание на списание „ZOOM Bulgaria“ на френски език, предназначено за разпространение по време на Туристическия панаир „България-култура и традиции“ в Париж през месец юли 2015 г.

Отчитайки ефекта от публикации в бордни журнали, през месец май 2015 г. София беше рекламирана в Списание „Go on Air“ в специалния брой на изданието, изцяло на руски език, представяйки руските паметници в столицата.

В „Пътен атлас България“ беше публикувана карта на столичното метро и реклама на информационен център – София.

За първи път със съдействието на Летище София беше установен контакт и изпратени информация и снимки на София за списанията летище Меминген (Мюнхен –запад), за летище Шарлероа в Брюксел, и летищното списание на Неапол, от които стартират нови нискобюджетни полети до София.

Във връзка с предвидените в План-програмата за 2015 г. рекламни публикации в бордни журнали и важноста на използване на ефективни форми за реклама и популяризиране на София като туристическа дестинация и в контекста на предстоящото откриване на Музея за история на София и новите ТИЦ, в септемврийския брой на бордния журнал „Go on Air“, който беше посветен на София, беше публикувана реклама, посветена на тези обекти.

През месец септември стартира реализацията на съвместен проект с „Макта“ ООД – карта на София, който ни предоставя възможността за ежемесечна актуализация на съдържанието, 4 рекламни карета, чието съдържание се определя от ОП „Туризм“, както и възможност за разработване на акценти в съдържанието на картата според туристическото търсене.

Отново през месец септември беше публикувана рекламна страница на София, придружена от обръщение на кмета г-жа Йорданка Фандъкова в луксозен журнал, специално издание на фестивалния театър на град Фюсен: „Софийската опера и балет поставя Пръстенът на Нибелунга от Рихард Вагнер във фестивалния театър на град Фюсен“. Изданието бе посветено на гостуването на Софийската опера и балет в град Фюсен, Германия.

По повод 70-годишнината на Организацията на обединените нации за образование, наука и култура – ЮНЕСКО, списание „Черга“ отпечата извънреден октомврийски брой, посветен на тази важна годишнина. София представи своите два обекта на ЮНЕСКО - Боянската църква и Бистришките баби – на две рекламни страници. Списание „Черга“ е специализирано списание за български традиции и култура. Обичайно списанието се отпечатва на два езика (български и английски) и се разпространява безплатно, като достига до многобройна българска и международна аудитория, включително културните институти в страната и чужбина.

София беше представена в специалните броеве на списание “ Туризм и отдих”, разпространявани на международната туристическа борса „Ваканция и СПА експо“ и WTM Лондон с най-новата си атракция Музей за история на София и значими предстоящи събития в София до края на 2015 г.

Две рекламни карета на София бяха публикувани в каталога на 64 –тия годишен конгрес на Международната асоциация на барманите (с над 800 делегати от цял свят) и 41 –вото световно първенство, което се проведе в София., както и в списанието на ИВА (International Bartenders Association).

От 8 до 13 декември 2015 г. в София се проведе Международният фестивал за късометражно кино IN THE PALACE, който се организира от Фондация „Формат СФФ” и НЧ „Вещина” в партньорство и с подкрепата на Столична община. Това беше една изключително добра възможност за реклама на София като туристическа дестинация чрез включване с рекламни страници в специалното издание IN THE PALACE International Short Film Festival, публикуване на информация за официалния туристически сайт на София в специалното издание и на сайта на фестивала, публикуване на герба на София и логата на София - град на киното и Европейска столица на спорта 2018 във всички материали на фестивала.

- **Външна реклама**

През 2015 г. бяха изработени рекламни банери с новия герб на София; банери на тема „Културно-историческо наследство”; рекламни винили на София за Терминал 2 на летище София; рекламни банери с логата „София – европейска столица на спорта 2018 г.” и „София – град на киното” за Терминал 1 на летище София.

Във връзка с участието на ОП „Туризм” на национални и международни изложения бяха изработени още - рекламен рол банер с герба на София, 4 бр. банери със знакови сгради на София, 4 бр. банери на тема „Празници обичаи традиции и туризъм”, също така и 15 рекламни плаката.

Специални рекламни пана бяха изработени и за представянето на София като туристическа дестинация на 64 –тия годишен конгрес на Международната асоциация на барманите и 41 –вото световно първенство – WORLD COCKTAIL CHAMPIONSHIP SOFIA 2015.

По време на гостуването на Софийската опера и балет във фестивалния театър на град Фюсен, Германия от 12 до 17 септември, 2015 г. на различни локации в града, както и в самия театър, бяха поставени специално изработени за събитието 5 рекламни плаката на забележителности от София, съдържащи и логата на София –европейска столица на Спорта 2018 и София – град на киното в мрежата на творческите градове на ЮНЕСКО. Плакат със символа на София – базиликата „Св. София“ бе поставен и на нарочно композирано рекламно пано, което даваше информация за спонсорите на събитието.

- **Онлайн реклама**

Безспорно Интернет се превърна в популярна среда за реклама на туристическите дестинации с цел привличане на потенциални клиенти. Освен че е ефективна, този вид реклама не изисква високи разходи и позволява по-голяма гъвкавост. В рамките на отчетния период бяха предприети действия за развитие и подобряване на съществуващите функционалности на официалния туристически сайт на София [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg)., както и за включване в специализирани платформи и сайтове. Паралелно с това се работи за увеличаване присъствието на София в социалните мрежи.

Служителите от отдела участват активно в обновяването и актуализирането на информацията в официалния туристически сайт. Беше изготвен и реализиран проект за редизайн на началната страница сайта, интеграция на социалните мрежи и създадена мобилна версия за смартфони и планшети. Ежедневно се публикуват новини и събития от културния календар на столицата, актуализира се базата данни за всички туристически атракции.

През отчетния период беше изготвена информация за София като туристическа дестинация, придружена със снимков материал, и изпратена за публикуване в уебсайта на Swiss air <http://www.swiss.com>, в рубриката „Открий своята дестинация”.

София беше включена безвъзмездно в мобилното приложение Farol City Guides . Реализирането на тази инициатива допринесе значително за популяризиране предимствата на туристическата дестинация, както и за повишаване степента на удовлетвореност на гостите на града от предоставяне на едно интелигентно решение за организиране на техния престой. Богатството на столицата от културни, исторически и природни забележителности е представено в специално приложение Farol Sofia.

С цел реализиране на безвъзмездна интернет кампания за популяризиране на културно-исторически забележителности на територията на СО, за качване в сайта [www.kmeta.bg](http://www.kmeta.bg) беше изпратена информация и линкове към информация за основни забележителности в София, съдържаща се в рубриката „Какво да посетя” на сайта [visitsofia.bg](http://visitsofia.bg).

Служителите от отдела ежемесечно изготвят и разпространяват електронен информационен бюлетин „София - култура и туризъм”. Бюлетинът се превежда на руски и английски език и се разпространява до над 700 адресата.

През разглеждания период за националния он-лайн регистър на туристическите атракции беше попълнена информацията за атракциите на територията на Столична община, чрез генериране на линкове към Уикипедия, Google maps и Trip Advisor, както и допълнена информация за новооткрити обекти.

### 3. ИЗРАБОТВАНЕ НА РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ

Една от дейностите, която изпълняват служителите на отдела е и изработване на печатни рекламни материали за София. През отчетния период продължи подготовката и издаването на тематичните издания „Календар на събитията” и „Туризмът в цифри”.

**Календарът на събитията** се ползва с голям интерес както от страна на представителите на туристическия бранш, така и от посетителите на ТИЦ. Беше прието решение през 2015 г. с цел удовлетворяване на търсенето и оптимизиране на разходите Годишното издание на Календар на събитията да бъде публикувано в електронен вариант на туристическия сайт на София – [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg), в секцията „Календар на събитията”, което позволява актуализиране на съдържанието, а на хартиен носител да бъдат подготвени и разпространявани 4 издания по сезони- **пролет** /за месеците март, април и май/, **лято** /за месеците юни, юли и август/, **есен** /за месеците септември, октомври и ноември/ и **зима** /за месеците декември, януари и февруари/. Форматът и структурата на изданието остават непроменени. Отпечатва се в тираж по 1 000 бр. Представянето на информацията за по-кратък период позволи изготвянето на събитийен календар с по-богато съдържание.

Като брошура той е предназначен за 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 всички хотели в София). Публикува се и в официалния туристически сайт на Предприятието, 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**

За пета поредна година служителите в отдел „Маркетинг, реклама и информация” подготвиха цялостното съдържание на изданието „Туризмът в цифри” – статистически справочник, който дава демографска и икономическа характеристика на София и региона и отразява състоянието на туристическия сектор. Представени са 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 „Туризмът” – пешеходна обиколка в централна градска част „Опознай София” и четири поклоннически маршрута.

Изданието се разпространява в електронен вариант и е публикувано на официалния туристически сайт на София [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg)

Печатните рекламно-информационни материали са предназначени за разпространение в ТИЦ и на туристически изложения. В резултат на анализ на интереса на туристите към различните печатни рекламни материали, както и анализ на търсенето и предлагането на туристически продукти, служителите в отдела правят предложения за промени в съдържанието на съществуващи рекламно-информационни материали, както и предложения за нови, отговарящи на търсенето.

От началото на 2015 г. беше актуализирано съдържанието при ретиражирането на поредица рекламно-информационни материали, доказали своята рекламна стойност.

Най-търсени от посетителите на ТИЦ рекламно-информационни материали са туристическите карти със забележителностите на София. На второ и трето място сред най-търсените материали са Туристическа карта „Храмовете на София” на български език и същото издание на английски език. Голям е интересът и към брошурата „Календар на събитията“, брошура „Базилика „Св. София. Некрополът” и дипляна „Открий София”. При отпечатването на новите тиражи бяха добавени логата „София европейска столица на спорта 2018 година” и „София град на киното”. Беше извършено ценово проучване и възлагане на поръчки за печат на следните рекламни материали с намалела наличност: брошура „Софийско Светогорие” на английски език 3000 бр; дипляна „Открий София” на английски език 10 000 бр., на испански, немски, руски и италиански език по 5000 бр. от езикова версия; рекламни торбички сини – 2000 бр.; диплянка „Врана” – по 1000 бр. на български и английски език; листовка „Пешеходна обиколка” – 5000 бр. на английски и 3000 бр. на руски език; представителна папка/кутийка за трите брошури за София – 1000 бр.; мултимедиен диск „София – историята на Европа” – 2000 бр.

Актуализирано беше и съдържанието на специално създадената за китайския пазар брошура за София на китайски език, като беше допълнена информация за новите визови условия.

За изготвяне на рекламни материали с високо качество, бяха откупени от професионални фотографии 70 бр. нови снимки на София.

ОП „Туризъм” стимулира по-доброто презентиране 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.

**Мултимедийните продукти** са най-търсени, както от представители на бранша, така и от туристите. Това наложи в план-програмата за рекламно представяне на София през 2015 г. да им бъде отделено специално внимание. През първото полугодие на 2015 г. бяха завършени рекламнен филм и клип „София – открий своята история”, филмът “София-градът на Божията Премъдрост, Сина Божи”.

София ще присъства и във филма на BBC “Great Railway Journeys of Europe” . С активното съдействие на ОП”Туризъм” беше направено заснемане на храм „Александър Невски”, парк „Врана” ,правене на софийска баница и др.

#### **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 2015 г .

В план –програмата предвиждаше участие във всички 5 специализирани изложения, които се провеждат в страната, и София беше представена на всяко от тях. През 2015 г. София беше представена и на 7 туристически изложения в чужбина.

#### **ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ**

**Международна туристическа борса „Ваканция и СПА Експо”** ( 12 - 14 февруари 2015 г.) в Интер Експо Център – София. Столична община, представена чрез ОП „Туризъм”, взе участие на изложението със собствен щанд Е28 в зала № 3 на Интер Експо център с площ от 36 кв.м и богата анимационна програма. Щандът визуално пресъздаде София от 19 век, като предостави възможност на гостите и изложителите да се снимат пред автентичната каляска на княз Фердинанд и княгиня Мария Луиза и с облечените в костюми аниматори, които представяха модата от 19 век. Дегустация на “Христови сладки” по стара софийска рецепта, приготвени от учениците на СГХСТ, допълни атмосферата на епохата. Четири пана изобразяваха непреходността на София – Централната минерална баня с две визии – една преди повече от столетие и една на сградата днес, както и две визии на базилика „Св. София”- една преди векове и съвременната. Набор от снимки на София и

видеоклипът „Sofia is...” бяха излъчвани на екран, който в тон с епохата на 19 век изглеждаше като стар куфар.

За трета поредна година акцентът в представянето на София беше потавен върху културно-историческото наследство и премина под мотото *София! Открий своята история! /Sofia! Find Your Story Here!* Столична община получи наградата, присъдена от организаторите на изложението - „За атрактивно представяне на София като туристическа дестинация на Ваканция и СПА Експо 2015”

### **Международно туристическо изложение „Културен туризъм”, Велико Търново,(01 - 04 април, 2015 г.)**

Освен в 12-тото издание на международното туристическо изложение „Културен туризъм” София се представи на дизайнерски оформен информационен щанд от 6 кв.м. и в съпътстващия международен фестивал за туристически филми „На източния бряг на Европа”. Столична община представи богатото културно-историческо наследство на древна, средновековна и модерна София под слогана „София! Открий своята история!” с дизайнерски оформен щанд и богат набор от рекламно-информационни материали. За да представи темите „Софийско Светогорие» и „Културно-историческо наследство» и за да защити титлата Град на киното от мрежата на творческите градове на ЮНЕСКО, София взе участие във фестивала с два филмови продукта: в категория „Вяра и традиции“, подкатегория „Промоционален филм” – с филма „София-градът на Божията Премъдрост – Сина Божи“; в категория „История и култура”, подкатегория „Промоционален филм” – с филма „Кръстопът на вдъхновените.София-Своге-Ихтиман”. И двата филма бяха сред номинираните.

През месец май София се представи и на **изложението „Уикенд туризъм”**, което се организира от Община Русе със съдействието на Министерство на туризма. София се представи на самостоятелен щанд от 2 кв. м. Акцентът беше поставен върху популяризиране възможностите за културно-познавателен, събитиен и уикенд туризъм. С презентацията „Алчни за спорт” участниците бяха запознати със същността на отличието „София –Европейска столица на спорта 2018”, както и с новите графити, целящи популяризиране достиженията на големи български имена в спорта.

### **Фестивал на устойчивия туризъм „Зелени дни”, София ( 21 - 24 май 2015) самостоятелен щанд от 6,25 кв. м.**

София участва ежегодно във фестивала „Зелени дни”. През 2015 г. той се поведе в периода от 21 до 24 май . Преди фестивала организаторите проведоха и конференция, свързана с приключенския туризъм и устойчивите практики – Форум Планини 2015, който участваха представители на отдела. На него бяха представени различни гледни точки по темата за устойчивото развитие на планините и защитените територии на България. На изложението София се представи на самостоятелен щанд от 6,25 кв. м. и се включи активно в съпътстващата програма на фестивала. Привлякохме за участие различни общински структури. София представи новите графити, посветени на именити български спортисти с презентацията „Алчни за спорт” в сътрудничество с едноименната организация; проведе се викторина, в която 40 въпроса за Витоша, столичния зоопарк и зелените системи на града намериха своите правилни отговори. Какво представлява престижното отличие „Европейска столица на спорта 2018”, кои са приоритетите на общината за развитието на

спорта и какъв е ефективният модел за управление на общинската спортна инфраструктура – това бяха само част от акцентите на следващата презентация на София. Бяха обявени победителите във фотоконкурса „Пролетна София през моя обектив”.

От 9 до 11 септември 2015 г., Столична община чрез ОП ”Туризм” взе участие в изложението **„Празници, обичаи, традиции и туризм”**, организирано от Kmeta.bg и агенция "Фокус". Богатото културно-историческо наследство на българската столица беше представено с цялостната визия на щанда. Освен хилядолетното си културно наследство и историята, София представи и живите си традиции - песните и танците на шопите. Атрактивното представяне на София беше осъществено с подкрепата и съдействието на от фолклорен ансамбъл “Филип Кутев” и ансамбъл “Здравец” при Столична община. На щанда на София гостите бяха приятно изненадани от подготвени атрактивни анимации съвместно с Асоциацията на барманите в България и Хлебна къща София.

### **Международно туристическо изложение „Планините на България – гостоприемство в четири сезона”, 14-17 октомври 2015 г., Пампорово**

Организатори на поредното 12-то издание на международното туристическо изложение „Планините на България – гостоприемство в четири сезона” са Регионална туристическа асоциация „Родопи” и „Пампорово” АД с подкрепата на общините Смолян и Чепеларе. И през 2015 г. Столична община се представи на самостоятелен щанд от 6 кв.м. Посетителите бяха запознати с резултатите от работата и рекламните продукти, изработени по проект „София - Своге - Ихтиман”, по схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ: BG161PO001/3.2-02/2012 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите” на Оперативна програма „Регионално развитие”. Представени бяха и възможностите за туризъм в петте планини, заобикалящи столичния град, както и възможностите за спорт и приключения на открито.

### **Черноморски туристически форум „Регионалните културно-исторически продукти на България – единни в многообразието”, 05 – 07 ноември, Варна 2015**

София се представи със самостоятелен щанд от 4 кв. м, на който участниците във форума имаха възможност да получат информация и рекламни материали за културно-историческите забележителности и туристическите атракции на София. Осмото издание на форума бе посветено на регионалните туристически продукти. В рамките на форума се проведе международната юбилейна научна конференция “Туризмът в епохата на трансформации”, посветена на 50-годишнината на специалност Туризм в Икономически университет- Варна. Във форума се включиха над 15 общини, повечето от които традиционни участници, големи туристически комплекси, над 10 представители на висши училища, регионални музеи и туристически сдружения.

### **Международният B2B форум Go2Balkans 2015**

На 25 ноември 2015г. в зала № 3 на Интер Експо Център гр. София се проведе международният B2B форум Go2Balkans 2015 под надслов „Балканите-природа, история, култура. София се представи самостоятелен щанд от 6 кв. м, на който участниците във форума имаха възможност да получат информация и рекламни материали за културно-

историческите забележителности и най-новите туристически атракции на София. По покана на Столична община г-жа Бистра Кирова, изпълнителен директор на „Музейко“, в презентация, озаглавена „Музейко- децата знаят !“, представи най-новата атракция на София - най-големият детски научен център в Източна Европа за семейни и училищни посещения, която премина при голям интерес, както от страна на българските, така и от страна на чуждестранните доставчици на туристически услуги. Като част от специалната програма за участниците в събитието беше организиран и информационен тур на гр. София.

За оказаната подкрепа за провеждане на събитието, което си поставя за цел привличане интереса на професионалната туроператорска общност от близки и далечни страни към културно – историческото наследство и природните туристически ресурси на Балканите и в частност на София, Столична община беше удостоена с „Приз за активна подкрепа“.

## ➤ **ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ И СЪБИТИЯ В ЧУЖБИНА**

**Международен туристически форум Reetex, Лондон , 2-3 февруари 2015 г.;**

Това е първото участие на Столична община на събитие с такъв формат. То представлява стратегическо място за срещи между професионалисти в сферата на туризма от цял свят. Събитието се провежда под мотото „Изтокът среща Запада“. В него се участва само по покана от организаторите и присъстват ключови фигури от туристическия бизнес – туроператори, авиокомпаниите, летищни комплекси, инвеститори. Основната цел на това участие беше да се изнесе мултимедийна презентация и да се проведат максимален брой срещи, на които активно да се презентира туристическият продукт на София. За постигане на силен рекламен ефект беше изготвен дизайнерски проект за визуализация на мястото за срещи, което беше оформено с внушително рекламno пано, показващо София като древен и модерен град, град с богато културно-историческо наследство и с възможности за планински и еко туризъм; Европейска столица на спорта 2018 г. и "Град на киното" в мрежата на ЮНЕСКО "Творчески градове". По време на цялото събитие на централно разположена в залата за срещи сфера се излъчваше герба на София.

**Международно туристическо изложение IFT в Белград, Сърбия от 19 до 22 февруари 2015 г.**

Столична община чрез ОП „Туризъм“ взе участие за шести пореден път в Международната туристическа борса IFT - Белград, Сърбия със самостоятелен деск на българския информационен щанд на България. За представянето на българската столица в Белград се използваха рекламno-информационни материали на сръбски език, подготвени в изпълнение на Протоколите за сътрудничество, подписани между ОП „Туризъм“ и Туристическата организация на Белград и Туристическата организация на град Ниш. В рекламните материали бяха включени брошурите „Древна София“, „Средновековна София“ и „Модерна София“ „Базиликата Св. София – Некрополът“, „Софийско Светогорие“ , диплянтата „Открий София“ „Пешеходна обиколка“, „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 „Планините на София“, „Карта на забележителностите в София“ и „Карта на манастирите около София“, и сувенири. Презентирани бяха и възможностите за християнско поклонничество. София е позната туристическа дестинация за сръбските

туристи и с откриването на ежедневни полети от Белград до София се благоприятства увеличаването на сръбските туристи в София.

Поради близостта на този пазар и подчертания през последните години интерес към София, би било удачно да се потърсят и други форми за популяризиране на дестинацията като например организиране на фотоизложби , презентации, инфо турове.

**Средиземноморска туристическа борса (Borsa Mediterranea del Turismo - BMT),** от 26 до 28 март 2015 г. в гр. Неапол, Италия.

Това беше първото за България, респективно София, представяне на туристическо изложение в Неапол. Страната ни беше поканена као почетен гост 19-то поред издание на тази борса. София участва по покана на Посолството на Република България в Италия и на директора на Средиземноморската туристическа борса г-н Фабрицио Кантела. Средиземноморската туристическа борса (*Borsa Mediterranea del Turismo*-BMT) се провежда от 1997 г., като B2B изложение за фирмите от туристическия сектор. През годините тя се е утвърдила като втори по значение и мащаб туристически форум след борсата в Милано. Столична община се представи на щанд от 9 кв.м. Щандът беше брендиран с акцент върху културно-историческото наследство. В присъствието на голям брой представители на медии, туроператори и турагенти, екскурзоводи и студенти от специализирани висши учебни заведения в Неапол беше изнесена презентация на София, озаглавена „София – едно вълнуващо приключение”. В рамките на половин час беше презентирано богатото културно-историческо наследство на София, както и потенциала и възможностите за практикуване на културно-познавателен, поклоннически, събитийен и планински туризъм през всички сезони. Беше прожектиран и филм, който представи на публиката туристическа дестинация София. Една от основните цели, която Столична община си постави с участието си на Средиземноморската туристическа борса, беше да провокира вниманието и да засили интереса към София преди откриването на директни полети между София и Неапол. В изпълнение на тази задача в София ще бъдат поканени италиански журналисти от различни медии, които да се запознаят със забележителностите на столицата ни и да представят София пред своята аудитория като една нова и интригуваща за италианския пазар дестинация. По време на разговорите с кмета на община Неапол г-н Луиджи де Маджистрис беше постигната договореност за безплатно предоставяне на билбордове в рамките на града за промотиране на туристическите забележителности на София, както и на различни събития от богатия събитийен календар на българската столица.

**Международно туристическо изложение ITB – Берлин,** 4-8 март 2015 г.

През 2015 г София се представи само с рекламно-информационни материали.

**Международно туристическо изложение TTR – Букурещ;**

Столична община чрез ОП ”Туризъм” взе участие за шести пореден път на международното туристическо изложение TTR 2015 в Букурещ, Румъния, което се проведе в периода от 12 до 15 март 2015 г. с информационен деск на българския национален щанд.

Акцентът в представянето през 2015 г. беше поставен върху възможностите за културно-познавателен, поклоннически, събитиеен и планински туризъм. Румънските професионалисти проявиха подчертан интерес към София като туристическа дестинация. Търсеше се информация за новите атракции, събитията в София. Направи впечатление повишеният интерес към Витоша и новите археологически разкрития. Разнообразието от тематични печатни и мултимедийни рекламни материали за дестинация София позволи на представителите на ОП "Туризъм" да представят София по атрактивен начин като дестинация за градски туризъм. Презентирани бяха и възможностите за християнско поклонничество.

### **Международна туристическа борса в град Ниш, Сърбия от 02 до 04.04.2015 г.**

Столична община чрез ОП "Туризъм" взе участие за трети пореден път в Международната туристическа борса в Ниш, Сърбия със самостоятелен щанд. Участието е залегнало в подписаното през 2013 г. Споразумение за сътрудничество между ОП "Туризъм" и Туристическата организация на Ниш. Международното туристическо изложение в гр. Ниш се провежда за 16-и път в спортен комплекс „Чаир“ и е второто по значимост в Република Сърбия след това в Белград. София се представи на самостоятелен щанд, с много добра локация, с добра информационна видимост и лесна достъпност за посетителския поток. Щандът беше аранжиран тематично с банери, отговарящи на темата, с акценти върху Витоша и приключенския туризъм и културно-историческото наследство и поклоннически маршрути. Акцентът през 2015 г. беше поставен върху възможностите за културно-познавателен, приключенски и шопинг туризъм. На това изложение София се радва на голям интерес и броят на посетителите на щанда е голям. Търсят информация преди всичко свързана с ориентирането им в града, както и за новите атракции и шопинг центрове. С всяка следваща година интересът нараства, което личи и от статистиката за посещенията на сръбски туристи в София.

### **Пазара на филми (Marché du Film) , част от филмовия фестивал в гр. Кан от 12 до 16 май 2015 г.**

София се представи като Град на киното на българския щанд на Пазара на филми в рамките на 68-ото издание на филмовия фестивал в Кан в периода 13-16 май 2015 г. Участието на Столична община беше по покана на Изпълнителна агенция Национален филмов център и се осъществи съвместно с Министерство на туризма. На ОП „Туризъм“ беше предоставено право за безплатно ползване на част от българския щанд в павилион Югоизточна Европа, в който бяха представени още 7 Балкански страни - Босна и Херцеговина, Македония, Словения, Сърбия, Хърватия, Черна гора, Кипър. За първи път София получи възможност да се представи като Град на киното, част от мрежата на творческите градове на ЮНЕСКО, на такова събитие, в което присъстват професионалисти от сферата на киното. Това позволи София да бъде представена пред широк кръг от представители на различен от туристическия бизнес, които откриват в София не само интригуваща туристическа дестинация, но и бизнес възможности. Специално внимание беше обърнато върху облекчените условия, които предоставя Столична община при заснемане на филми, подкрепени от Общината, както и на факта, че София е в челната десетка на европейските столици по принос на културните и творческите индустрии в

икономиката на града . Това участие е възможност за използване на киното за насърчаване на туризма.

### **Туристически панаир „България – Традиции и култура“ в гр. Париж, Франция“, в периода 3-5 юли 2015 г.**

Туристически панаир „България – Традиции и култура“ се организира от Министерство на туризма с подкрепата на Столична община, Френския културен институт в София и кметството на Париж като част от съпътстващата програма към експозицията "Епопея на тракийските царе – археологически открития в България" в Лувъра. Проведе се на открито, на площад „Пале Роял“ срещу музея Лувър.

Основната цел на нашето представяне беше да се презентира туристическия продукт на София пред туристи от цял свят, дошли да посетят Лувъра, голям брой французи и българи, живеещи в Париж и околностите. София представи възможностите за целогодишен туризъм с акцент върху културно-историческото наследство, планински и еко туризъм. На посетителите беше предоставен богат набор от рекламни-информационни материали на френски и английски език, представящи най-интересното и новото, което предлага София като градска дестинация. Столицата ни беше популяризирана и като Град на киното, част от мрежата на творческите градове на ЮНЕСКО, и Европейска столица на спорта 2018 г.

### **Дни на София в Любляна, 2-5 септември 2015 г., Любляна, Република Словения**

Събитието се организира за първи път и се проведе под егидата на кметовете на двете столици. В рамките на инициативата Българската столица се представи на щанд с площ от 9 кв.м., разположен на централния площад на Любляна, декориран със снимки от забележителностите на града. За това участие бяха подготвени специални брошури и видео DVD-та за София на английски език. Рекламните материали бяха приети много добре от посетителите на щанда. Представянето на София беше съпътствано от концерти на Софийски духов оркестър и изпълнение на танцов състав „Пендари” и изложба на български художници – Васил Стоев и Николай Янакиев. Кулминацията на богатата културна програма, с която се представи София, беше представянето на Софийската опера и балет „Тристан и Изолда“ в сградата на Операта в Любляна.

През септември 2015 г., по време на гостуване на Софийската опера и балет във фестивалния театър на град Фюсен, Германия, където постави пълния цикъл на трилогията „Пръстенът на Нибелунга” от Рихард Вагнер, беше използвана възможността София да промотира богатия си продукт като дестинация за културен туризъм. По успешен начин за пореден път бе представено богатото културно-историческо наследство на българската столица на пазар Германия и пред туристи от цял свят. Успоредно с това със спектаклите си Софийската опера показва, че столицата на България разполага с един от най-стойностните културни календари в Югоизточна Европа.

### **World Travel Market, Лондон, 2-5 ноември 2015 г.**

Столична община чрез ОП „Туризъм” се представи на 36-тото издание на най-значимото международно туристическо изложение WTM в Лондон. София участва със самостоятелен информационен деск на националния щанд на България. Акцентите в



презентацията на София през 2015 бяха богатото културно-историческо наследство, както и развитието на града като модерна европейска столица. Засегнати бяха едни от най-актуалните събития и форуми , на които София е домакин през 2015, включително Детската Евровизия. На фокус бяха изведени още ролята на София като творчески град на киното от мрежата на UNESCO, и Европейска столица на спорта 2018 г. Столична община се представя с разнообразни рекламни материали и мултимедия. Част от тях- свързани с успешното осъществяване на проект „София – Своге - Ихтиман” по схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ: BG161PO001/3.2-02/2012 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите” на Оперативна програма „Регионално развитие”.

### **Международно туристическо изложение Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, 29 октомври- 1 ноември 2015 г.**

Това е единственият подобен форум в Европа, който обединява културен туризъм, опазване и съхранение на културно-историческото наследство и археология. Столична община чрез ОП „Туризъм” участва в ВМТА на информационния щанд на България. Столицата бе презентирана с рекламно-информационните материали на италиански език – „Открий София” – основна маркетингова брошура, представяща забележителностите на столицата, тематичните брошури Древна, Средновековна и Модерна София, брошурата „Базилика Света София – Некрополът”, туристическа карта на град София и карта „Храмовете на София”. На вниманието на посетителите бяха представени и рекламните материали за тематични маршрути, разработени по проект „Създаване на регионален туристически продукт в общините София, Ихтиман и Своге” по схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ: BG161PO001/3.2-02/2012 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите” на Оперативна програма „Регионално развитие”.

### **Срещата на върха на Федерацията на Световните Туристически Градове, 20-23 септември 2015 г., Рабат и Фес, Мароко**

През месец септември 2015 година Столична Община участва в срещата на върха на Федерацията, 20-23 септември 2015 г., в Рабат и Фес, Мароко . Участието на София беше в качеството ѝ на пълноправен член на федерацията. Такива са още четири български града – Пловдив, Велико Търново и Поморие, а от 2015 г. член е и град Варна. Целта на събитието е промотиране на разнообразни форми на обмяна на полезни практики и коопериране между градовете-членове във връзка с развитието на туристическата им индустрия. В Организацията вече членуват 151 туристически градове, разположени на всички континенти. На срещата бяха дискутирани актуални въпроси, свързани с развитието на градския туризъм. Бяха обсъдени възможностите за по-ефективни маркетингови дейности, за сътрудничество с цел създаване на общи туристически продукти между няколко градски дестинации и подобряване качеството на туристическите услуги.

За това участие бе представена и брошура за София на китайски език, отговаряща на спецификите на пазара. В рамките на срещата бяха проведени разговори и за евентуално домакинство на София на срещата на върха през 2017 г.

## **17-та годишна среща на Европейската федерация на екскурзоводите (FEG), 17-22 ноември 2015 г., Москва, Русия**

През месец ноември 2015 година Столична Община участва в срещата на членовете на Федерацията, 17-22 ноември 2015 г., Москва, Русия. Федерацията е основана през 1986 г. в Париж, Франция и цели да представи професията на европейско равнище и да се подобри качеството на услугите, предлагани на всички посетители в Европа. Тази година в срещата се включиха експерти в сферата на туризма от 32 страни, много ръководители на международни организации, свързани с туризма и близо 120 представители на руския туристически бранш.

В рамките на срещата участниците имаха възможност да се запознаят с туристическия потенциал на Москва, последните постижения на руската столица в развитието на туристическите продукти. Всички участници се включиха в семинари и кръгли маси, където се обсъждаха актуалните проблеми в екскурзоводството и туризма в Европа. В рамките на срещата се проведе международна конференция на екскурзоводите на тема „За развитие на туристическите услуги“. По време на конференцията бяха обсъдени важни въпроси, свързани с туристическите услуги, както и възможностите за провеждане на обучения на разменни начала между страните-членки на федерацията.

## **5. ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ НА ТУРИСТИТЕ И ГОСТИТЕ НА ГРАД СОФИЯ**

Друга 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, които вече са три.

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“. На 1 декември 2015 г. пред гражданите и гостите на София беше представен „Ретро трамвай“, който ще бъде поредния туристически информационен център на София.

Бъдещият туристически информационен център е завършен проект на Столична община и „Сименс България“ по възстановяване на трамвайна мотриси от 1935 г.

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 рекламно - 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**

През 2015 г. на посетителите в ТИЦ бяха предоставени рекламно-информационни материали на 10 чужди езика – английски, немски, френски, руски, испански, италиански, гръцки, сръбски, японски и китайски. Най-търсени от посетителите са туристическите карти със забележителностите на София. През второто полугодие предаването на карти беше обогатено с карта-гид София, в която 4 рекламни карета са посветени на София и се актуализират ежемесечно. На второ и трето място сред най-търсените материали са туристическа карта „Храмовете на София” на български език и същото издание на английски език.

Голям е интересът и към брошурата „Календар на събитията“, брошура „Базилика „Св. София. Некрополът” и дипляна „Открий София”.

В резултат на анализ на интереса на посетителите към различните печатни рекламни материали, както и анализ на търсенето и предлагането на туристически продукти, се правят предложения за промени в съдържанието на съществуващи рекламно-информационни материали, както и предложения за нови, отговарящи на търсенето.

- **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.

Постъпват и искания за изпращане по пощата на рекламни материали за София – карти и брошури. Това е услуга, която до скоро не се извършваше, но вече подобни искания се изпълняват.

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

През 2015 г. бяха удовлетворени всички искания за изпращане по поща на печатни рекламно-информационни материали за София, постъпили от страна на потенциални посетители на София, както и от страна на български представителства в чужбина. Поради интерес към София като туристическа дестинация на немския пазар и промотирането ѝ от страна на

туристическото аташе във Франкфурт, неколккратно са изпращани рекламно-информационни материали до Франкфурт.

- **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 ежесечно от ОП „Туризм“, както и с LCD телевизор, на който се излъчват филми за София. Съдържанието се обновява на месечна база.

Предлаганите в тези ТИЦ рекламни материали са предназначени за всички пътници, преминаващи през летище София. Техният брой бележи постоянен ръст през последните години. В навечерието на коледните празници 2015 г. Летище София посрещна своя 4-милионен пътник.

- **Туристически сайт на София**

През първото полугодие на 2015 г. служителите в отдела бяха ангажирани с обновяването и актуализирането на информацията в сайта на София [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg). Този подход не доведе до желания резултат и информацията в сайта не се актуализираше редовно. Това наложи с тази функция да бъде ангажиран външен специалист, който регулярно да обновява информацията и визията на сайта. Последвалите резултати доказаха ефективността от това решение.

С цел подобряването на структурата и функционалността на туристическия сайт [www.visitsofia.bg](http://www.visitsofia.bg) и развитие на социалните мрежи през годината се прегрупира информацията и разработиха няколко тематични начални страници. Преработи се таб Добре дошли в София, галерия начална страница, както и визията на страниците с обекти. Създаде се възможност за автоматично публикуване на новините и събитията от сайта в профилите на visitsofia във facebook, на български и английски.

Разработи се и мобилна версия на сайта, което улесни и стимулира разглеждането му от потребители с мобилни устройства. Това е подкрепено и от анализа в Google Analytics, който разкрива, че от всички потребители, разгледали уебсайта чрез мобилни устройства са над 30%.

През изминалата 2015 година разпределението на всички сесии, потребители и показвания на страници е: 69502, 58299 и 177280, като от тях трафикът от мобилни устройства е: 17083, 14256 и 34020.

Като основен език за ползване на сайта е използван българският – близо 40%. На второ място е английският с около 35%. С много малък процент са използвани версиите на италиански, немски и френски език.

Като цяло се наблюдава тенденция на увеличаване на потребителите на туристическия уебсайт на Столична община, като те са най-много през пролетта, лятото и началото на есента.

- **Провеждане на анкетни проучвания**

Служителите в отдела организират и извършват проучвания, които служат за основа при разработването и осъществяването на рекламни и комуникационни кампании - проучвания за нови туристически продукти, проучване на туристическото търсене с цел открояване на тенденции и предлагане на подходящ туристически продукт спрямо целевите пазари; събиране и обработване на статистическа информация за броя и структурата на посетителите в ТИЦ – София според тяхната националност, цел на посещение, продължителност на престоя, възрастова група и пр.; извеждане на основните характеристики в поведението на туристите при посещението им в дестинация София;

В началото на 2015 г. бяха осъществени анкетни проучвания в София в рамките на Европейска система за мониторинг на устойчивото туристическо развитие (ETIS) Проучванията бяха съобразени с въпросите, зададени в Наръчника на Европейската комисия за прилагане на ETIS. Реализирани бяха анкетни проучвания сред няколко групи заинтересовани от развитието на туризма страни – туристически предприятия, местни жители и туристи.

През месец юни стартира провеждането на анкетно проучване сред посетителите на ТИЦ на тема „ Изследване на нагласата на туристите относно дигиталните (уебсайт, социални медии и т.н.) туристическите услуги на ОП „Туризм“ София. Разработената анкетна карта се състои от 15 въпроса, от които един е отворен, а останалите са с ртурикурирани. Пет въпроса от анкетните карти се отнасят към използването на дигитални медии от потребителите. Пет въпроса изследват информацията за туристическите дестинации. Останалите 5 са социално-демографски и включват пол, възраст, финансов статус, местожителство и посещение на дестинации. Целта на въпросното изследване се свеждаше до следното : Да се изследва въздействието на дигиталните медии като фактор, който влияе върху промяната на потребителското поведение.

Получените данни от проучването дават достатъчно основание да се посочи, че:

- Дигиталните маркетингови комуникации оказват съществено влияние върху потребителите.
- Въпреки, че уебсайтовете са основен източник за добиване на информация, използването на социалните мрежи в световен мащаб нараства. Мобилните устройства добиват все по-голяма популярност и влияние.
- Потребителите все по-често използват дигиталните медии за добиване на туристическа информация.
- Цените на са определящ фактор при проучване за туристическа дестинация.
- Туристите предпочитат информацията за дадена дестинация да е комбинация от текст и визия, като визията следва текста и го допълва.

- **Събиране и обработване на статистическа информация за посетителите в Туристически информационен център – София**

Представената в отчета информация за броя и структурата на посетителите в ТИЦ се отнася само за посетителите, които са обслужени директно от информатор, с които е

проведено интервю за набирание на информация за впечатленията и нагласите, както и степента на удовлетвореност от престоя им в града. Представената статистика не включва посетителите, които самостоятелно ползват интернет терминалите или вземат рекламни материали и не желаят допълнителна информация.

Посетителите в ТИЦ са предимно индивидуални туристи.

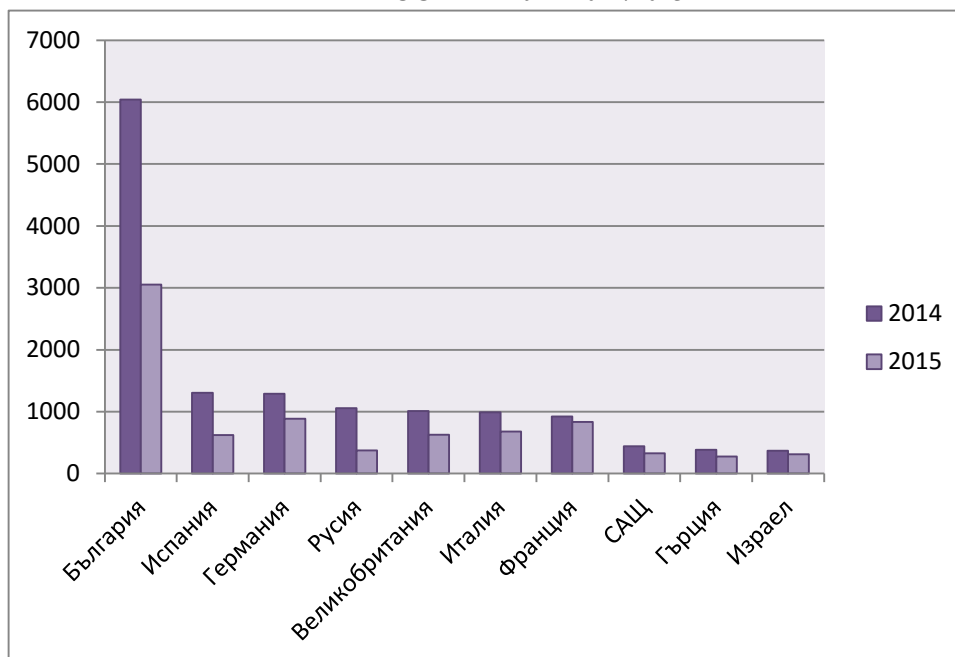
• **Брой посетители**

През разглеждания отчетен период в трите туристически информационни центрове на Столична община – София, Читалнята и Ларго, са обслужени **11 233 посетители** - гости и жители на столицата, от които **3052 българи /27 %/** и **8 181 чужденци /73 %/**, от **90 страни**.

СТРАНИ С НАЙ-МНОГО ПОСЕТИТЕЛИ В ТИЦ					
№	СТРАНА	БРОЙ ПОСЕТИТЕЛИ	№	СТРАНА	БРОЙ ПОСЕТИТЕЛИ
1	България	3052	11	Гърция	278
2	Германия	887	12	Холандия	226
3	Франция	835	13	Белгия	218
4	Италия	679	14	Япония	171
5	Испания	620	15	Турция	167
6	Англия	625	16	Канада	154
7	Русия	374	17	Българи живеещи в чужбина	125
8	Израел	314	18	Китай	118
9	САЩ	330	19	Швейцария	105
10	Полша	299	20	Сърбия	104
			21	други	1552

Чуждестранните посетители на Туристическите информационни центрове на София през отчетния период са от над 90 различни страни. На първите 10 места се нареждат туристи от Германия, Франция, Италия, Испания, Англия, Русия, Израел, САЩ, Полша и Гърция. Макар и с малки размествания през годината, както и в сравнение с 2014 г., тези пазари неизменно държат първите 10 места сред посетителите както в София, така и в ТИЦ.

### ПОСЕТИТЕЛИ 2014/2015



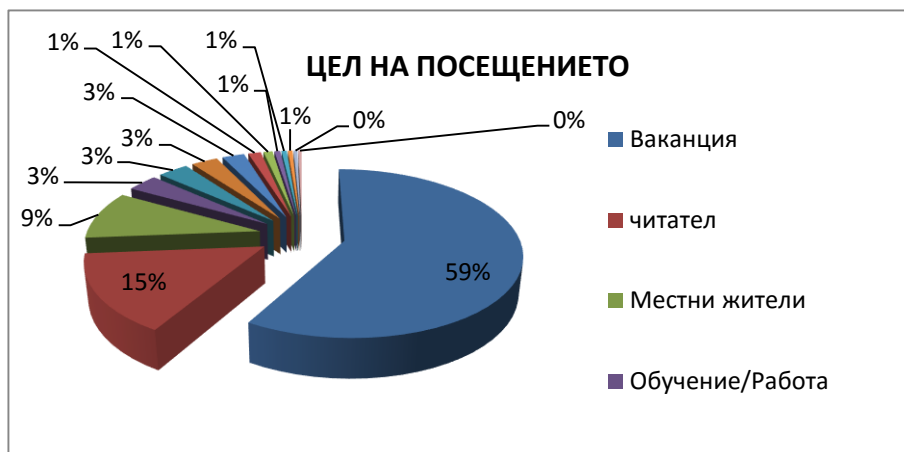
Фиг. №1

Както се вижда от диаграмата Фиг.№1, като цяло е регистрирано намаляване на броя на посетителите в информационните центрове през 2015 г. в сравнение с 2014 г.

### СТРУКТУРА НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ СПОРЕД ЦЕЛТА НА ПОСЕЩЕНИЕ ЗА ПЕРИОДА 01.01.2015 – 31.12.2015 г.

От общо **11 233** посетители, получили информационна услуга в трите ТИЦ, в периода януари-декември 2015 г., 6567 души (59%) са пребивавали в София с цел ваканция, 1059 души или **9 %** са били местни жители. През 2015 г. с откриването на инфо точка „Читалнята“, отчитаме и една нова категория посетители, а именно читатели.

цел на посещението	брой
Ваканция	6567
читател	1712
Местни жители	1059
Обучение/Работа	<b>380</b>
Бизнес	373
Младежки обмен	324
Посещение при роднини/приятели	273
Сити брейк	155
Транзит	112
Посещение на музикална проява	71
некатегоризирани	64
Посещение на спортна проява	56
Посещение на делово събитие	47
Уикенд	40
<b>ОБЩО</b>	<b>11233</b>



**ВЪЗРАСТОВА СТРУКТУРА НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ  
ЗА ПЕРИОДА 01.01.2015 - 31.12.2015 г.**

възраст	брой
20-29	2201
30-39	1966
40-49	2921
50-59	1323
60 и над 60	891
под 20	582
семейства с деца	927
други	<b>422</b>
<b>общо</b>	<b>11233</b>





Възрастовата структура на посетителите в ТИЦ-София за периода 01.01-31.12.2015 г. показва превес на групата 40-49 години (33%), следвана от групата 20-29 (17%). Най-малък е дялът на посетителите от възрастова под 20 години (2%). В сравнение със същия период на 2014 г. се наблюдава увеличение на броя на посетителите от възрастова група 20-29 години.

## **5. УЧАСТИЕ НА ПРЕДСТАВИТЕЛИ ОТ ОП „ТУРИЗЪМ” В РАБОТНИ ГРУПИ И КОМИСИИ**

### **Организационно обезпечаване на работата на Консултативен съвет по въпросите на туризма към Столична община**

На служителите в отдел „Маркетинг, реклама и информация” е възложено и организационното обезпечаване работата на Консултативния съвет по въпросите на туризма към Столична община.

През отчетния период е проведено едно заседание на КС. Информацията за работата на КС се публикува на административния сайт на ОП ”Туризъм”.

### **Организационно обезпечаване на заседанията на Комисията по реклама при ОП „Туризъм”**

Комисията е сформирана със заповед на директора на ОП”Туризъм”. Тя включва представители на туристическия бранш, както и експерти в областта на рекламата и дизайна.

Целите и задачите на Комисията са да подпомага ръководството на ОП „Туризъм” при разработването на проекти за рекламно представяне на София като туристическа дестинация, да разглежда, оценява и одобрява проекти на макети на рекламно-информационни материали за град София, да прави предложения и дава становища по въпроси, свързани с участието и рекламното представяне на Столична община на национални и международни туристически изложения; в края на всяка календарна година да обсъжда, одобрява и предлага за приемане на годишната План-програма за рекламно представяне на София за следващата година и да следи за нейното изпълнение.

На своите заседания членовете на комисията одобряват съдържанието и визията на рекламно-информационните материали, изготвяни от Предприятието.

През 2015 г. бяха организирани и проведени две заседания на Комисията по реклама.

## **6. РЕЗУЛТАТИ ПО ОСНОВНИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

Цялостната дейност на отдела е подчинена на изпълнение на стратегическата цел, дефинирана в План-програмата увеличаване на познаваемостта на София и подобряване на имиджа на града като туристическа дестинация чрез:

- Позициониране на София като целогодишна дестинация за културно-познавателен и градски туризъм
- Провеждане на целева рекламно-информационна политика и създаване и налагане на атрактивни продукти, с които да се асоциира дестинацията
- Специално внимание и подход към вътрешния пазар

Доколко е била ефективна нашата работа, можем да оценим единствено, отчитайки резултатите по следните показатели:

- брой на реализираните нощувки в София и
- брой на пренощувалите в София туристи

Тази информация се набира от подадените справки-декларации в ОП »Туризм» от местата за настаняване, разположени на територията на Столична община. Тя ще бъде представена детайлно и анализирана в статистическия справочник «София-туризмът в цифри 2015» , който ще бъде изготвен от служителите в отдела до края на месец февруари 2016 г.

Резултатите за 2015 г. показват, че въпреки трудната за туризма година, положителната тенденция в София се запазва. Отбелязваме 11% увеличение при броя на регистрираните в местата за настаняване гости на града в сравнение с 2014; 11% увеличение на броя на реализираните нощувки и 12 % увеличение на приходите от туристически данък, т.е. София успява да запази възходящата тенденция от 2011 г. до сега.