



06.02.2017

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

УТВЪРДИЛ:

ИВО МАРИНОВ
ДИРЕКТОР НА
ОП „ТУРИЗЪМ“

О Т Ч Е Т

ЗА ДЕЙНОСТТА НА ОТДЕЛ "МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ" В ОП "ТУРИЗЪМ" ЗА ПЕРИОДА ОТ 01.01-30.12.2016г.

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 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 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, блогъри.

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%.

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 14 до 21 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.

В резултат на посещението към края на месец юни бяха реализирани две обширни позитивни публикации, отразяващи впечатленията от визитата в София и страната и представящи многообразието от възможности за любителите на различни видове туризъм, съответно в специализираното електронно издание „Турпром“ и в „Травел вест“.

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 швейцарски журналисти, представители на френската етнолингвистична група, работещи за различни медии. Сред тях г-н Жерар Блан, президент на Асоциацията на швейцарските журналисти за туризъм, който е и директор на специализираното туристическо издание „Аз заминавам...“. както и Жан-Клод Жигон от „Макс ТВ“, Соня Мермуд – „Събитието“, Ребека Фабр Каспери – „24 часа“, Орели Льобро – „Свобода“. Всички те посещаваха България и София за първи път.

Целта на този опознавателен тур беше да се повиши информираността на журналистите, да им предоставим възможност да се запознаят на място с условията и възможностите за практикуване на разнообразни форми на туризъм в София през цялата година, да се убедят сами колко гостоприемна и красива е българската столица, колко е богата на културно-исторически забележителности, да се докоснат до

кулинарните изкушения на българската национална кухня и магията на българския фолклор и всичко това да споделят със своите зрители и читатели.

Програмата на обиколката включваше посещение на най- емблематичните за града забележителности: базиликата „Св. София“ с некропола и гробницата на Хонорий, храм-паметник „Св. Александър Невски“, Боянска църква, Национален исторически музей, най-новите туристически атракции в Столицата - АКК „Сердика“, „Музей за История на София“. След София гостите посетиха Велико Търново и Габрово. В рамките на отчетния период вече са реализирани четири публикации – в 24 Neures, La Liberte, L' Evenement, в списание Je Pars. Във всички публикации София и България са представени в позитивна светлина, като красива и богата на културно-историческо наследство дестинация, която си заслужава да се посети.

Предвид обявените за есента на 2016 г. нови дестинации на „Райън еър“ от Летище София, с които общият им брой става 21, беше установен контакт и проведена среща с представители на авиокомпанията, на която бяха обсъдени възможности за рекламиране на София в новите дестинации. За целта беше изпратен богат снимков материал за публикуване в летищни журналы. Със съдействието на авиокомпанията и представители на хотелския бизнес в София беше организиран и проведен експедиентски тур на професионални блогъри, които работят за Ryanair. В периода 30.09 – 03.10 2016 г. 2 блогъри, представители на водещи великобритански и испански дигитални медии, посетиха София. Целта на посещението бе промотирането на новите полети на Ryanair от Обединеното Кралство (Лондон, Ливърпул, Бирмингам и Глазгоу) и от Испания (Мадрид, Барселона и Валенсия) до София. Програмата включваше запознаване на гостите с възможностите за културно-исторически и религиозен туризъм, посещение на атрактивни за туристите обекти и на най-новите туристически атракции в Столицата. След приключване на обиколката, на сайта <http://blog.ryanair.com/> на „Райън еър“ и във фейсбук страницата на авиокомпанията, на 14 октомври 2016 г. беше публикуван материал от Fiona Hilliard ,озаглавен Six Ways to Get to Know Sofia.

През месец декември бяха посрещнати в София 4-ма блогъри от Италия. В периода 8-10 декември – авторите на блога Idee di Viaggi. Единият от тях – Алесандро Бертини е съучредител и вицепрезидент на италианската блогър асоциация АИТВ (Associazione Italiana Travel Blogger). Блогът има над деветнадесет хиляди последователи в Туитър, над осем хиляди последователи във Фейсбук- Facebook.com/girovagare и <https://twitter.com/girovagare> Алесандро Бертини създаде следните хаштагове за София: #SofiaIn2days и #GiroSofia.

В периода 11-13 декември за първи път посетиха София авторите на блог за пътешествия „The Greta escape“. Блогът има над шест хиляди последователи в Туитър, над осем хиляди последователи във Фейсбук и близо девет хиляди последователи в Инстаграм/ във Фейсбук <https://www.facebook.com/thegretaescape/> те създадоха хаштаг #EscapetoSofia.

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“.
- „София – столицата с най-голям брой минерални извори в региона“ и „Културно-исторически туризъм в модерна среда“. Това бяха темите на презентациите, изнесена в рамките на Конференцията по линия на българското председателство на Процеса за сътрудничество в Югоизточна Европа/ПСЮИЕ/27-29 юни 2016 г. в София, организирана съвместно от Министерство на туризма и Столична община под надслов „Столицата-устойчива туристическа дестинация. Роля и значение на медиите за устойчиво развитие на дестинациите“.

По покана на Летище София беше изнесена презентация „Sofia is...” на форума Europe and U.S. Transatlantic Aviation Trade and Investment Partnership Conference /„Европейско и американско партньорство на авиационния бизнес и инвестициите/11-13 септември 2016 г. Пред участниците във форума бяха представени туристическите ресурси и туристическите атракции в столицата, както и актуална информация за състоянието на туристическия отрасъл. На конференцията бяха обсъдени възможностите за развитие на авиобизнеса между САЩ и Европа.

Презентация на тема: „Ролята на материалното и нематериалното културно наследство като основен двигател за атрактивността и конкурентноспособността на градските дестинации” пред участниците в Първата среща на кметовете на столиците на страните от формата 16+1 (ЦИЕ и Китай), 26-28 септември 2016 г. в София под надслов “София – пресечна точка на нови възможности”.

„София привлекателно място за туризъм, живеене и инвестиции“ беше темата на презентацията, изнесена в НДК пред участници в голямото международно събитие в София – 62-ят Европа Лайънс Форум, който се проведе от 27 до 29 октомври под патронажа на Кмета на София и в който участваха представители от 42 страни. София беше представена и със свой рекламно-информационен щанд, на който на участниците се предлагаха рекламни материали и сувенири от Столицата.

Презентацията на тема: „София – дестинация за културен и поклоннически туризъм“ беше подготвена за представянето на София на 4-та конференция Санкт Петербург и християнския свят , която се проведе през месец ноември 2016 г.

➤ **Провеждане на поклоннически турове**

През 2016 г. в план-програмата за рекламно представяне на София като туристическа дестинация отново е планирано провеждането на, станалите вече традиционни 4 поклоннически маршрута. Първият от тях- „Възнесение Господне“ - от с.

Долни Лозен до Лозенския манастир - 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“.

За пети пореден път на един от най-големите празници през годината „Свети Дух“, на 20 юни 2016, се проведе поклоннически път „Света Троица“ - от храм „Св. Св. Кирик и Юлита“ в град Банкя до Дивотински манастир „Света Троица“. Участниците взеха участие в Божествената Света литургия, отслужена от Бранички епископ Григорий, в присъствието на Негово Светейшество Българския патриарх Неофит и Министър председателя Бойко Борисов. Тазгодишното издание на поклонническия път, организиран от ОП „Туризъм“ и Богословски факултет към Софийския университет, събра над 30 участници.

От 1 до 6 август за седма поредна година се проведе поклонническият път „Рилският Чудотворец“ или „Малкият Камино“, както го наричат вече тези, които го изминават вече няколко години . През 2016 г в това духовно и физическо изпитание се включиха над 200 души не само от България, но и от Германия, Етиопия, както и наши сънародници, живеещи отвъд граница.

„Покров Богородичен“ е поклонническият път, който участниците извървяват от храма в кв. Кремиковци до Кремиковския манастир и всяка година се провежда на 1 октомври. През тази година той се проведе за 6-ти път и в него се включиха около 25 души.

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 отчетния период бяха проведени **74 обиколки** – „Опознай София-централна градска част“. Броят на участниците в тях е над **2 000** души. Турът се провежда от професионални екскурзоводи, членове на АЕБ. Участниците в тях са ученици от столични училища, чуждестранни партньори и гости на Столична община, на държавни институции и неправителствени организации и др.

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 изготвен 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 The Guardian. През месец януари излезе от печат ABTA Country by Country Guide, в който София е представена като туристическа дестинация в обем от 2 страници А4 – една рекламна страница и една страница информация за дестинацията със заглавие Sofia is yours to explore. Присъствието в печатното издание се допълва от онлайн представяне, което включва информация за Предприятието, линкове, рекламен банер за 12 месеца, включване в дигиталното издание. През месец март в National Geographic Traveller на една цяла страница беше публикувана реклама за София - Fancy Sofia. През месец април София беше представена като дестинация в публикация, озаглавена Sofia is yours to enjoy, в съботната притурка The Travel Guide на The Guardian. Информацията беше разпространена и онлайн- имейли до 250 000 души, съдържащи и линк към туристическия сайт на София. През месец септември излезе от печат ASTA Worldwide Destination Guide 2016/2017. В това издание София е представена с рекламno-информационен текст и снимки на 2 страници А4. Онлайн присъствието е осигурено чрез включване в дигиталното издание, линкове, рекламен банер за 12 месеца. Това рекламno присъствие на пазара на Великобритания, в комбинация с новите дестинации на лоукост превозвачите, има своя принос за увеличаването на туристите от този пазар с 20% в сравнение с 2015 г. /данните са към 7 декември 2016 г./

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 с размер на карето 103x207 мм и в Голям пътен атлас на 1-ва вътрешна корица с размер 168x280 мм.

Продължава рекламната на София в изданието Map Guide Sofia. Върху рекламна площ от 6 рекламни карета с размер 12.3см x7.5 см ОП “Туризм” 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 последващите издания: 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 списание „Туризм и отдих” – в броевете за „Ваканция и спа 2016“ и за WTM Лондон.

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 - 2 рекламни страници, 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.

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. 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 бяха представени пазарите на открито на София – Женският пазар, фермерските пазари; през месец юли - възможностите за поклоннически туризъм- поклоннически маршрут „Рилският чудотворец“; август- - фестивалът „София диша“ и реклама на фестивала на първа корица на изданието;- септември - корица, посветена на форума 16+1 и обръщение на Кмета; представяне на събитията, посветени на празника на София 17 септември; октомври- Столицата- свята и изпълнена със събития- макетът на „Св. София“ от житни класове и седмото издание на фестивала So Independent; ноември - София празнува Деня на будителите и през декември - Коледна София.

Реклама на общинските туристически информационни центрове се публикува в изданието Sofia In Your Pocket mini guide – книжното тяло и електронната версия.

С цел насърчаване на вътрешния туризъм беше публикувана реклама на София като туристическа дестинация в специално приложение на в. „24 часа“ бр. от 16 септември 2016 г. - „48 часа в София“.

Онлайн реклама

През отчетния период продължи изготвянето на ежемесечен информационен бюлетин „Култура и туризъм“ на български, английски и руски език; работата по актуализирането и обогатяването на съдържанието на туристическия сайт www.visitsofia.bg. Поддържа се страницата във Facebook, където се публикува актуална информация за събития в София.

В рамките на отчетния период бяха подготвени рекламни клипове за София във връзка с форума 16+1. Направи се нов монтаж на рекламния клип “Sofia is...”. На други два рекламни клипа “Sofia – city of film” и “Sofia – digital capital” бяха монтирани английски и китайски субтитри.

Рекламно представяне на София – текст и снимки в ноемврийското издание на Travel Trade Europe - специализирано пан-европейско издание за пътувания, което се издава два пъти в месеца в електронен формат. Предлага се и като печатно издание на абонати и се разпространява на най-големите международни туристически изложения. Изданието съдържа новини, интервюта с ключови фигури от отрасъл туризъм, информация, свързана с туризма в Европа. Изпраща се до 150 000 професионалисти от цял свят – туроператори, турагенти и др. София е представена на първа корица +2 страници текст и снимки.

В изданията, в които София участва с печатна реклама, е осигурено онлайн присъствие чрез включване в дигиталните им издания.

3. ИЗРАБОТВАНЕ/ ЗАКУПУВАНЕ НА РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ И СУВЕНИРИ

-Печатни материали

Служителите от отдела организират и консултират издаването на печатни рекламно-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.

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”. 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 преиздадени следните рекламни материали:

1. Дипляна „Открий София” – английски език - 10 000 бр.; френски език - 3 000 бр.; немски език - 3 000 бр.; италиански език - 3 000 бр.; руски език- 3 000 бр.; испански език - 3 000 бр.; български език - 2 000 бр.; сръбски език - 1 000 бр.

2. Брошура „ Календар на събитията“ – двуезично издание

„Пролет” /март, април, май/ - 1 000 бр.;

„Лято” /юни, юли, август/ - 1 000 бр.;

„Есен” /септември, октомври, ноември/ - 1 000 бр.

„Зима“ /декември 2016 г. – февруари 2017 г./ - 1 000 бр.

3. Туристическа карта София – с основните забележителности в централната градска част; - английски език – 40 000 бр.

4. Туристическа карта „Храмове на религиите в София” – английски език – 12 000 бр.; български език– 12 000 бр.; руски език– 5 000 бр.; сръбски език – 2 000 бр.

5. Рекламни торбички – 2 000 бр.

6. Кутия за трите брошури за София – Древна, Средновековна , Модерна – 1 000 бр.

7. Брошура „Базилика „Св. София- Некрополът” – английски – 2 500 бр.; български – 2 000 бр.; немски – 1 000 бр.; руски – 1 000 бр.; френски – 1 000 бр.; сръбски – 500 бр.

8. Дипляна „Открий София” /ретиражиране/ - английски език 10 000 бр.

9. Дипляна „Открий София” /ретиражиране/ - български, руски, италиански, испански, френски и немски език по 5 000 бр. от всяка езикова версия.

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.

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 се публикува 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 бяха подготвени и отпечатани изданията пролет, лято есен и зима. 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 публикува 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 деловия 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 четирите поклоннически маршрута.

Изданието се публикува на официалния туристически сайт на София www.visitsofia.bg
През отчетния период не бяха изработени нови мултимедийни продукти.

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

Една от дейностите 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 част от туристически изложения в страната и чужбина, включени в План-програмата за рекламно представяне на София като туристическа дестинация през 2016 г .

План –програмата за 2016 г. предвижда 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 ефектна 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, дигитални „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, организирани от Богословския факултет на Софийския университет със съдействието на Столична община.

Зелени дни – 30 септември- 2 октомври 2016 г.

Изложението „Зелени дни“ се провежда за седма поредна година и представя социално и екологично отговорни бизнеси и техните успешни практики пред гражданите и гостите на София. Организатор на форума е Българската асоциация за алтернативен туризъм /БААТ/ съвместно с туроператора „Одисея-ин“. Столична община е сред партньорите на „Зелени дни“ и участва във всички досегашни издания на фестивала. През 2016 г. на щанда на Столична община ОП „Туризъм“ се представи в сътрудничество с „Пазари Юг“ ЕАД.

Черноморски туристически форум, 13-15 октомври 2016г.

Традиционно събитието се провежда под патронажа на Министъра на туризма и кмета на Варна и в него участват български и чуждестранни държавни институции, неправителствени организации, научни институти, общини, туристически фирми и др. Форумът вече осем години успешно съчетава науката и практиката в туризма и е подходяща платформа за създаване на нови бизнес контакти, обмяна на ценен опит и идеи

През 2016 г. Столицата се представи с рекламна страница в Сборника с доклади и страница в Каталога на изложението

Go2Balkans, 17-18 октомври 2016 г. в Интер Експо Център София под надслов ‘Входящ, изходящ туризъм и СПА‘

София ежегодно участва в този форум със самостоятелен щанд, на който представя пред български и чужди туроператори и турагенти многообразието от туристически атракции и събития в дестинацията и богатия ресурс на столицата, насочвайки вниманието им към предимствата от включване на дестинацията в техните програми. Участниците през 2016 г. бяха от над 15 страни, изложителите - над 70. Подчертан бе интересът от страна на посетителите на щанда на Столична община към най-новите атракции в сърцето на столицата - Античния културно-комуникационен комплекс “Сердика”, Музеят за история на София и предложенията за алтернативни форми на туризъм и по-специално поклонническите маршрути, които се провеждат с подкрепата на

Столична

община.

Организатор на туристическия форум е консорциум от туроператори, членове на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти (АБТТА). Основната цел на Go2Balkans е да привлече интереса на туроператори от цял свят към предлаганите туристически услуги в България и другите държави на Балканите. В рамките на форума се провежда и изложение, което дава възможност за осъществяване на директни бизнес срещи, обособена зона за презентации и зона за професионални разговори. За първи път тази година вторият ден бе отворен за посетители.

ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ В ЧУЖБИНА

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

IFT 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 рекламно-информационни материали и карти на сръбски език.

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

диплянтите „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.

- Международна туристическа борса в Ниш, Сърбия;

В изпълнение на План-програмата за национално и международно представяне на София като туристическа дестинация през 2016 г., Столична община чрез ОП ”Туризм“ взе участие за четвърти пореден път в Международната туристическа борса в Ниш, Сърбия със самостоятелен щанд. Участието е залегнало и в подписаното през 2013 г. Споразумение за сътрудничество между ОП ”Туризм“ и Туристическата организация на Ниш. Международното туристическо изложение в гр. Ниш се проведе за 17-и път в спортен комплекс „Чаир“. То е второто по значимост в Република Сърбия след това в Белград. Отворено е както за професионалисти, така и за широката публика. В тазгодишното издание участваха голям брой туристически организации, туроператори и туристически агенции от страната, както и представители от Унгария, Черна гора, България, Македония, Хърватска. Фокусът на 17-ото издание на изложението беше поставен върху темата „Кулинария и вино“. Столична община чрез ОП“Туризм“ се представи на изложението в Ниш за четвърта поредна година. Участието е по покана на Туристическата организация на Ниш, която е организатор на събитието. В рамките на туристическото изложение Fair of Tourism and Adventure Holiday се проведе едnodневна конференция, посветена на приключенския туризъм и активна почивка сред природата на тема „Значението на развитието на приключенския туризъм за развитие на местната общност и икономиката“. Изложението предлага много добри възможности за представяне на София като атрактивна туристическа дестинация. Акцентът през 2016 г. беше поставен върху новите атракции, богатия културен календар възможностите за културно-познавателен, приключенски и шопинг туризъм. За представянето на столицата се използваха рекламни-информационни материали на сръбски език с разнообразна тематика, които по вид и съдържание са насочени както към професионалисти от туристическия бранш, така и към широката публика. При това си представяне София, съвместно с Националния институт за изследване на вино и спиртни напитки, презентира пред участниците в изложението една от новите си атракции – Дом на виното - най-старата и единствена винарска изба в София. Избата е част от Националния институт за изследване на вино и спиртни напитки и се намира в подземие на сградата, която е една от първите архитектурни забележителности на София след Освобождението.

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

- Международно туристическо изложение World Travel Market 2016 г. в Лондон, Великобритания, 06 - 09 ноември

Столична община чрез ОП „Туризм“ участва на WTM като съизложител на националния щанд на България, организиран от Министерство на туризма, на самостоятелен информационен деск. България се представи с национален щанд с площ от 295,75 кв.м.

Представянето на София като градска туристическа дестинация на международно туристическо изложение WTM в Лондон, Великобритания, позволи пред професионалисти и пред широката публика да бъдат представени културно-историческите и туристически ресурси на града и региона, което ще допринесе за по-доброто позициониране на дестинацията на пазар Великобритания. Поради усложнената геополитическа обстановка, както и новите дестинации на лоукост превозвачите, интересът към региона беше подчертано висок. Активното промотиране на богатия ресурс за развитие на туризма в София и региона, проведените срещи с представители на туристическия бизнес, различни медии – печатни, електронни, блогъри и др. и посетителите на щанда, дават основание в бъдеще да се очаква по-силен интерес от страна на чуждите туроператори към региона.

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/ ПОДКРЕПА НА ДРУГИ СЪБИТИЯ, ПРОВЕЖДАНИ В СОФИЯ

С цел създаване на благоприятни условия за провеждане и подпомагане на организаторите на големи прояви в София, ОП“Туризм“ оказва съдействие и подкрепа със следните дейности:

1. Организиране на пешеходна обиколка на забележителностите на София с професионален екскурзовод от АЕБ
2. Предоставяне на рекламни-информационни материали за София на различни езици
3. Предоставяне на карти със забележителностите на София
4. Предоставяне на мултимедийни продукти за излъчване в рамките на събитието
5. Организиране на изнесени информационни центрове на мястото на събитието
6. Публикуване на информация за събитията на сайта www.visitsofia.bg; в информационния бюлетин за култура и туризъм
7. Организиране на фолклорна програма със съдействието на Общинските културни институти
8. Посещение на Музей на история на София, Некропола „Света София“, Парк „Врана“, Мавзолей на Батенберг – със съдействието на ОКИ „Музей за история на София”

През отчетния период ОП“Туризм“ участва и/или подкрепи следните по-значими 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 фойето 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.

- **Форумът „София - устойчива туристическа дестинация. Роля и принос на медиите за устойчивото развитие на дестинациите“**

Форумът се проведе на 28.06.16 година в София. В него взеха участие кметът на Столична община Йорданка Фандъкова и министърът на туризма Николина Ангелкова, представители на държави от ПСЮИЕ (Държавите от Процеса за сътрудничество в Югоизточна Европа), Европейската туристическа комисия, туристически сдружения, медии и др. Столицата бе представена чрез две презентации на теми: „София – столицата с най-много минерални извори в региона“ и „Културно-исторически туризъм в модерна среда“.

- **Белград се представя в София – 30 юни 1 юли 2016 г.**

. Туристическата организация на Белград, с подкрепата на Столична община и в партньорство с български туроператори, представи туристическия продукт на Белград в София. В Централния военен клуб бе проведена среща на представителите на туристическия бизнес от София и Белград, която предостави възможност за директни бизнес контакти между участниците и обсъждане на перспективни идеи за увеличаване на двустранния туристообмен. Форумът съчета бизнес срещи на представители на туроператорски фирми, туристически агенции и хотели от Белград и София и презентации на Белград и Ниш - градове, с които ОП "Туризъм" има многогодишно партньорство.

- **„Sofia Restaurant Week“ – 11-17 септември 2016 г.**

Първото издание на проекта „Sofia Restaurant Week“ се проведе с подкрепата на Столична община. София стана първият град в България, който се включва в световния формат за кулинарно изкуство „ресторант уик“ (седмица на ресторантите) В него участваха 25 туристически обекта на територията на Столична община, които предложиха на жителите и гостите на София изискана храна на достъпна цена. 3-

степенно меню на фиксирана цена 25 лв. В резултат в 25-те ресторанта е генериран от участници в събитието допълнителен приход от 200 000 лв и в него са се включили 6070 души. Организаторите: Sofia In Your Pocket, Zavedenia.BG, Sofia the Insider's Guide подготвят и пролетно издание на формата.

- Участие в срещата на върха на Федерацията на Световните туристически градове, 18-22 септември 2016 г., Чончин, Китай.

София е член на Федерацията, която има за цел да промотира разнообразни форми на обмяна на полезни практики и коопериране между градовете-членки във връзка с развитието на туристическата им индустрия. На срещата бяха дискутирани актуални въпроси, свързани с развитието на градския туризъм. Обсъдиха се 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. След гласуване на членовете на съвета, град Лос Анджелис бе избран за домакин на срещата на върха през 2017 г., а през 2018 - град Куиндао, Китай.

Под темата за „Градско развитие и споделена икономика“, участниците имаха възможност да дискутират и обменят идеи за развитие на пазара, дигиталното присъствие и сътрудничеството между членовете.

- Първа среща на кметовете от страните от Централна и Източна Европа от формата 16+1 (ЦИЕ и Китай) -27-29 септември 2016 г.

Инициативата 16+1 е на КНР и цели засилването и разширяването на сътрудничеството между и Китай и България, Албания, Босна и Херцеговина, Хърватска, Чешка Република, Естония, Унгария, Литва, Латвия, Черна гора, Полша, Румъния, Сърбия, Словакия, Словения, БЮР Македония. Форумът под надслов „София – пресечна точка на нови възможности“ се проведе в София Тех Парк и включи дискусии и B2B срещи, посветени на възможностите за сътрудничество в сферата на туризма, иновациите, транспорта, земеделието и агробизнеса.

В първия панел, посветен на туризма, беше изнесена презентация на тема „Ролята на материалното и нематериалното културно наследство като основен двигател за атрактивността и конкурентоспособността на градските дестинации“, която представи туристическия потенциал на София, столицата като пример за запазване и промотиране на материалното и нематериалното културно наследство, както и политиката на Столична община, която е насочена към утвърждаването на София като зелен и лесно достъпен град, отворена към младите и отговорна към гражданите, креативна столица

- XI-та Международна научна конференция под надслов “Химия, физика и биология на водата“, София от 6 до 9 октомври 2016 г.

Форумът се провежда за четвърти път в България и за първи път в София. Столична община оказва съдействие за подготовка на културната програма за участниците във форума и придружаващите ги лица и организира тур за запознаване със забележителностите на столицата.

- Лайънс Европа форум- 27-29 октомври 2016/

В периода 27-29 октомври 2016 София беше домакин на 62-рото издание на Лайънс Европа Форум. Хуманитарната организация Лайънс клуб избра София за домакин на форума, в който участваха представители на 46 страни. България и София получават за пръв път подобна възможност - да бъдат домакин на най-важното Лайънс събитие за Европа. Тазгодишното издание на форума празнува 100 години от създаването на организацията, чието мото е „Обединени да служим“. Представител на Общинско предприятие „Туризм“ изнесе презентация, с която запозна посетителите с възможностите за туризъм и инвестиции, които българската столица предлага. Акцент бе поставен върху културно-историческия туризъм и възможностите за инвестиции в ИТ сектора. В допълнение беше организиран щанд, където представи на гостите на форума рекламно-информационни материали за българската столица.

- Първи „Международен конгрес на световните цивилизации и модерния туризъм“, 29-ти ноември – 1-ви декември 2016 г. в гр. София

София беше домакин на първия „Международен конгрес на световните цивилизации и модерния туризъм“, съвместно събитие на Министерството на туризма на Република България и Световната организация по туризъм (СОТ) към ООН. ОП „Туризм“ подготви програмата за запознаване на участниците във форума със забележителностите на София и осигури екскурзоводи за провеждане на опознавателните турове.

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 и от културните институции в София, с които е изградено добро сътрудничество.

- **Разпространение на печатни рекламни материали**

На посетителите в ТИЦ се предоставят 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 „Добре дошли в София“, която съдържа рекламни карети, посветени на София, които се актуализират на всеки 2 месеца. Сред най-търсените материали са туристическа карта „Храмовете на София“, брошурата „Календар на събитията“, брошура „Базилика „Св. София Некрополът“ и дигитална „Открий София“. Голям е интересът към „София сити инфо гайд“ и към Sofia in your pocket mini guide“.

- **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 еднодневни 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. Изпратени са по тяхно искане и рекламни материали на потенциални гости на столицата от Украйна, Нидерландия, Франция, Италия, Чехия, Белгия, Индонезия.

- **Продажба на сувенири**

От месец септември 2016 г. посетителите на информационните центрове на Столична община могат да си закупят сувенири от София. Все още асортиментът не е достатъчно богат, но основната причина за това е, че позицията на СО е в ТИЦ да се предлагат само сувенири на български автори, произведени в България, а такива, свързани със София, все още са малко.

- **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 рекламни-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 рекламни-информационни материали за София, осигурявани ежемесечно от ОП „Туризм“, както и с LCD телевизор, на който се излъчват филми за София.

- **Туристически сайт на София**

През разглеждания период беше подготвено предложение за актуализация на контролния панел на туристическия уебсайт 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.

III. ПОДОБРЯВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА УСЛУГИТЕ, ПРЕДЛАГАНИ В ОБЩИНСКИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТИ

- **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.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Всички дейности, които са изпълнени от служителите в отдела през отчетния период, са подчинени на стратегическата цел, дефинирана в План-програмата за рекламно представяне на София през 2016 г, а именно - увеличаване на познаваемостта на София и подобряване на имиджа на града като туристическа дестинация.

Целите, които си поставихме за 2016 г. бяха да постигнем:

- увеличаване на броя на регистрираните в местата за настаняване гости на града със 7% спрямо 2015 г.
- увеличаване на броя на реализираните нощувки с 9 % спрямо 2015 г.

Резултатите, които постигнахме са:

- **11,45 % ръст** при броя на регистрираните в местата за настаняване **гости** на града; като броят им през 2016 г. възлиза на **1 197 592 души**
- **12.44 % увеличение** на броя на реализираните **нощувки**; /нощувки/, 1.77 дни средна продължителност на престоя /1.76 дни за 2015 г/

Отчетените резултати са на база информацията, подадена от местата за настаняване в ежемесечните справки –декларации.

През отчетния период в местата за настаняване на територията на София са регистрирани **1 197 592** души от страната и чужбина, както следва :

Брой регистрирани гости в настанителната база на територията на СО през 2016 г.

N	Националност	Януари - Декември
1	България	458 853
2	Други държави	88 017
3	Германия	54 711
4	Гърция	53 650
5	Великобритания	51 149
6	Италия	51 005
7	Израел	42 130
8	Турция	39 426
9	Съединени щати	36 652
10	Франция	29 575
11	Румъния	26 996
12	Испания	21 909
13	Русия	20 792
14	Македония	17 173
15	Сърбия	16 821
16	Нидерландия	15 585
17	Полша	15 192
18	Украйна	14 406
19	Австрия	14 353
20	Белгия	12 040
21	Китай	11 602
22	Унгария	9 587
23	Швейцария	7 752

N	Националност	Януари - Декември
24	Япония	7 418
25	Чехия	7 366
26	Швеция	6 879
27	Канада	6 228
28	Индия	5 673
29	Австралия	5 551
30	Хърватска	5 428
31	Словения	5 059
32	Ирландия	4 935
33	Норвегия	4 410
34	Кипър	4 381
35	Дания	4 362
36	Молдова	3 531
37	Финландия	3 463
38	Словакия	2 916
39	Литва	2 390
40	Бразилия	2 335
41	Латвия	1 583
42	Грузия	1 317
43	Естония	1 212
44	Беларус	1 162
45	Армения	617
	ОБЩ БРОЙ	1 197 592

Каква е динамиката в сравнение с предходната 2015 г. е показано в таблицата по-долу, която илюстрира изменението в проценти на посетителите от различните пазари.

Процентно изменение в броя на регистрираните гости в настанителната база на територията на СО в сравнение с 2015 г.

Националност	Изменение	N	Националност	Изменение
Беларус	47,65%	24	Нидерландия	15,12%
Испания	46,37%	25	Белгия	13,90%
Бразилия	32,00%	26	Грузия	13,34%
Индия	31,02%	27	Швеция	12,94%
Израел	30,56%	28	Франция	11,18%
Канада	30,35%	29	Русия	10,80%
Армения	28,27%	30	Швейцария	9,85%
Кипър	26,58%	31	Германия	8,45%
Италия	25,46%	32	България	7,60%
Литва	25,33%	33	Латвия	7,54%
Финландия	24,34%	34	Румъния	7,53%
Великобритания	23,44%	35	Други държави	6,97%
Македония	22,48%	36	Чехия	4,41%
Украйна	22,13%	37	Словакия	1,21%
Норвегия	21,35%	38	Хърватска	0,50%
Сърбия	20,98%	39	Съединени щати	0,29%
Гърция	20,66%	40	Австрия	-1,73%
Китай	20,17%	41	Словения	-5,40%
Дания	20,03%	42	Унгария	-6,99%
Молдова	18,41%	43	Естония	-7,41%
Турция	17,92%	44	Австралия	-19,14%
Полша	17,66%	45	Япония	-28,74%
Ирландия	15,30%			

Изменението в ОБЩИЯ БРОЙ регистрирани гости спрямо предходната 2015 година е 12.44%

През 2016 г. е регистрирано увеличение с 12.44 % на броя на реализираните **нощувки**, които през 2016 г. са 2 126 522 .

**Брой декларирани реализирани нощувки в настанителната база
на територията на СО през 2016 г.**

N	Националност	Януари - Декември
1	Други държави	161 455
2	Италия	104 903
3	Великобритания	96 041
4	Германия	92 798
5	Израел	92 063
6	Гърция	91 183
7	Съединени щати	71 665
8	Турция	58 157
9	Франция	52 611
10	Румъния	46 616
11	Испания	43 286
12	Русия	38 812
13	Нидерландия	29 513
14	Полша	29 114
15	Сърбия	28 990
16	Македония	27 653
17	Украйна	25 141
18	Белгия	21 737
19	Австрия	21 699
20	Китай	21 398
21	Унгария	17 468
22	Индия	15 522

N	Националност	Януари - Декември
23	Швейцария	14 963
24	Швеция	14 226
25	Чехия	13 319
26	Япония	12 900
27	Канада	11 643
28	Австралия	10 141
29	Хърватска	10 021
30	Ирландия	9 475
31	Дания	9 062
32	Норвегия	8 922
33	Словения	8 676
34	Кипър	8 672
35	Финландия	6 802
36	Молдова	5 481
37	Словакия	5 041
38	Бразилия	4 808
39	Литва	4 584
40	Латвия	3 852
41	Грузия	2 769
42	Естония	2 554
43	Беларус	2 294
44	Армения	1 485

ОБЩ БРОЙ : 2 126 522 нощувки

През 2016 г е постигнато и увеличение на средната продължителност на престоя на гостите на Столицата– 1,77 дни при 1,76 дни за 2015 г.

Със средна продължителност на престоя два и над два дни са гостите от следните държави:

№	Държава	Средна продължителност на престоя/дни	№	Държава	Средна продължителност на престоя/дни
1	Латвия	2,43	7	Канада	2,05
2	Армения	2,41	8	Норвегия	2,02
3	Гърция	2,16	9	Швейцария	2,02
4	Естония	2,11	10	Бразилия	2,01
5	Грузия	2,10	11	Индия	2,00
6	Япония	2,07			

Забележка : Статистическите данни са актуални към 26 януари 2017 г.

Изготвил: М. Орешкова, н-к отдел „Маркетинг, реклама и информация“