

Приложение 1
към р. № 258, взето с Пр. № 12
от 28.06.2012г.

ОТЧЕТ ПО ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ГОДИШНАТА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ ЗА 2011 ГОДИНА

ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

За 2011 година оперативните дейности по Програмата за развитие на туризма в Община Пловдив бяха насочени към следните основни направления съгласно Закона за туризма:

1. Изграждане и поддържане на инфраструктура, обслужваща туризма на територията на Община Пловдив;
2. Изграждане на информационни туристически центрове и организация на информационното обслужване на туристите, справочно-информационна дейност;
3. Рекламна и маркетингова дейност;
4. Категоризации и подобряване събираемостта на туристическите такси, контрол по дейността на туристическите обекти;
5. Статистически отчети;
6. Финансов отчет.

I. Изграждане и поддържане на инфраструктура, обслужваща туризма на територията на Община Пловдив:

Годишната програма за развитие на туризма в Пловдив за 2011 година предвиждаше инвестиране на сумата от 400 000 лв. като първи етап от общо три за Небет тепе. Проектът за тепето беше включен в общия такъв на Общината за туристически атракции по оперативна програма на МРРБ.

Планирано е и поставяне на художествено осветление на Акведукта или изработване проект за ремонт на къщи в Стария град. През 2011 година няма стартирани процедури по тези дейности.

Посочените дейности присъстват в Годишната програма, но не са обект на дейността на бившата вече дирекция „Туризмъ“, нито на общинското предприятие. Те са изцяло в задълженията на ОИ „Старинен Пловдив“ и районните администрации.

II. Изграждане на информационни туристически центрове и организация на информационното обслужване на туристите:

1. С цел по-ефективното функциониране на компютърните терминали за туристическа информация се сключи нов договор с „Инфотур Център“ ООД за поддържане на софтуера и създаване на допълнителен такъв на френски език. Цялата база данни, необходима за тях, бе събрана, обобщена, редактирана и преведена на английски и френски език от експертите в Туристически информационен център.



2. След проведена процедура беше сключен договор за изработване на проект за визия и разполагане на информационни и указателни табели и табла на културно-историческите и природни забележителности. Проектът е изготвен от изпълнителя и разгледан от назначена с кметска заповед работна група, която след поредица от заседания прие така изготвения проект. Предстои възлагане на обществена поръчка за изработване, доставка и монтаж на табелите и таблата.

III. Рекламна и маркетингова дейност –

1. Изработване на информационно – рекламни материали:

- *Създаване и тиражиране на туристическа карта „Пловдив сити тур”.* В резултат на няколко годишно сътрудничество с „Макта” ООД беше изработена туристическа карта на град Пловдив, която се актуализира на всяко тримесечие. Чрез нея се популяризират, освен туристическите обекти на града /забележителности, хотели, ресторанти/, и дейности и събития като културния календар на Пловдив, пешеходната обиколка всяка сряда и конкретни прояви през тримесечието.
- *Продуктов туристически каталог на Пловдив на английски и френски език.* Концепцията, авторството, съставянето, подборът на снимков и текстови материал, идеята за дизайна и оформлението, коригирането на преводите на английски и френски са изцяло дело на експертите от Туристически информационен център. Понастоящем каталогът е преведен и на испански език от стажанти по програмата „Еразъм” с цел отпечатването му. Беше актуализиран снимковият фонд на туристически информационен център.
- *Тиражиране на филма „Пловдив – пътешествие през вековете”,* върху който Община Пловдив има неизключително право за ползване. Беше изготвена от експертите нов дизайн и оформление на обложката.
- *Създаване и тиражиране на информационна двуезична брошура „Културни събития Пловдив 2011 г.”.* Материалът съдържа най-представителните за града културни събития през годината.
- *Изработване на банер и стикер „Пловдив – кандидат за европейска столица на културата 2019 г.” на два езика.* Рекламният продукт е предназначен за популяризиране на Пловдив като кандидат за европейска столица чрез сайтове, плакати, публикации в печатни издания, поставяне по официални входове на туристически обекти.

2. Участие в печатни и електронни медии:

- *Списание „Адис”* /издание на Агенцията за дипломатически имоти в страната/ – шест рекламни страници за Пловдив. В рубриката „Да пътуваме заедно” бяха публикувани на български и английски език илюстриран публицистичен очерк „Защо Пловдив?” и културният календар на града.



2

- **Пътен атлас на България на издателство „Домино“** – една рекламна илюстрирана двуезична страница.
- **Списание „Туризм и бизнес“** – беше публикуван културният календар „Пловдив – четири сезона култура“, както и публикация за седмичния пешеходен тур.
- **Списание „Черга БГ“** /специализирана туристическа печатна медия/ - илюстрирана двуезична публикация от две страници върху организираната изложба на открито пред ТИЦ „От къде започва историята на Европа“.
- **Списание „Хайфлайт“**/летишно издание на „Вагабонд медия“/ - илюстрирана публикация „Пловдив – разходка през вековете“ и рекламно каре за „Дефиле на младото вино“. И двата материала са двуезични.
- **Програмата Пловдив /седмичник/** - рекламни карета за:
 - Откриване на туристическата година на 12 май`11;
 - Детска изложба, проведена в Туристически информационен център на ул. „Съборна“ през юни`11;
 - Честване на световния ден на туризма и петгодишнината от създаването на Туристически информационен център на площад „Централен“ № 1;
 - „Дефиле на младото вино“ през ноември`11;
 - Рекламна страница на тема „Пловдив – четири сезона култура“ в зимния гид за 2012 г.;
 - Две рекламни страници в Пловдив гид – ресторанти и клубове – за пешеходния тур и електронния събитийен календар на Пловдив.
- **Предоставяне на Летище Хам /Франкфурт/ на рекламни пано**, представящо Летище Пловдив като южната врата на България във връзка с откриването на редовната авиолиния Пловдив-Франкфурт, Пловдив. Предоставени бяха още и филми и печатни информационни материали за града.
- **Вестник „Марица“** – публикации за пешеходния тур и анализ на посещенията в туристическите информационни центрове.
- **Презентации** – изготвяне и популяризиране на презентациите „Туристическа дестинация Пловдив“ и „Новите културни събития на град Пловдив“ във връзка с участието на международни туристически изложения.

3. Подготовка и реализация на инициативи които допринасят за развитието и обогатяването на културния туристически продукт на Пловдив:

- **Откриване на туристическата година май 2011 – май 2012** - най-новата инициатива в културния календар на Пловдив. Мероприятието имаше за цел да представи според концепцията на експертите в ТИЦ обобщен преглед на потенциала на туристическия продукт на града през предстоящия сезон пред журналисти, туроператори и широката публика. Кулминационен момент в

откриването беше тракийски обичай за посрещане на слънцето и анимационни етюди, характеризиращи отделните акценти на туристическия продукт. Събитието беше съпроводено от пешеходно шествие, което тръгна от Туристически информационен център на площад „Централен” и завърши на сцената на Античния театър. По пътя беше обявен конкурс за рекламното мото на туристическата година, като бяха наградени пет послания, от които голямата награда бе присъдена на мотото „Пловдив – древното сърце на модерна Европа”. Съпътстващи събития бяха фотоизложба „Пловдив – дърен и вечен”, изпълнения на Ансамбъл „Тракия”, театър „Хенд”, академична хорова формация към АМТИИ, актьори от НГСЕИ, духов оркестър на Музикално училище „Добрин Петков”. Наградата на победителите от конкурса за рекламното послание за града беше посещения по избор на две културни събития.

- **Кулинарна купа – 13-14 май 2011 година** – най-голямото кулинарно състезание в България, което се организира от Българската асоциация на професионалните готвачи с финансовата подкрепа на община Пловдив. Финансирането беше по Годишната програма за развитие на туризма за 2011 г. По време на състезанието, което се провежда в Международен панаир, беше демонстриран таланта на майстори-кулинари в България. На община Пловдив като партньор беше предоставена изложбена площ, на която беше представен туристическия продукт на града.
- **Античен фестивал – 27 – 29 май 2011 година** – провежда се за трети път, финансово е обезпечен от Годишната програма за развитие на туризма. Организира се от Сдружение за антични и средновековни реконструкции „Сила”, които демонстрират обичаи, ритуали, въоръжение, облекло, кухня от древността, като акцентират на траките и римляните.
- **Детска изложба – юни '11** – посветена на международния ден на детето и под надслов „Моят свят – моят град”, експонирана в Туристически информационен център на ул. „Съборна” № 22.
- **Средновековен панаир – 23 – 25 септември** - провежда се за трети път, финансово е обезпечен от Годишната програма за развитие на туризма. Организира се от Сдружение за антични и средновековни реконструкции „Сила”, които демонстрират обичаи, ритуали, въоръжение, облекло, кухня от Средновековието в България.
- **Честване на световния ден на туризма и 5 години от откриване на Туристически информационен център на пл. „Централен” № 1.** Събитието бе отбелязано с две прояви – фотогалерията на открито „От къде започва историята на Европа” пред сградата на ТИЦ на Йордан Детеv, разкриваща праисторическото културно наследство на България, и камерен симфоничен концерт „От Моцарт до Бърстейн” в изпълнение на международно трио сопран, фагот и пиано.
- **„Дефиле на младото вино” – 26 – 27 ноември 2011 г.** - празник на виното в Стария град, конкурсен характер, дегустации и културна програма. Провежда се за трети път, финансово е обезпечен от Годишната програма за развитие на туризма, организира се в партньорство със Съвет по туризъм – Пловдив.



4

Благодарение на инициативността на експертите от туристическите центрове и финансовата подкрепа от Годишната програма за развитие на туризма към културния туристически продукт се повиши неговото разнообразие, ниво на информираност и реклама.

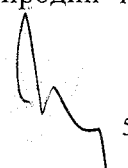
4. **Туристически борси** – през 2011 година Община Пловдив, представена от Туристическите информационни центрове взе участие в следните национални и международни туристически борси, планирани в Годишната програма за развитие на туризма:

- **„Ваканция Експо”, София, НДК, 17 – 19 февруари 2011 г.** – участие със самостоятелен щанд;
- **ITB, Берлин, 09 – 13 март 2011 г.** – участие на националния щанд на България под патронажа на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма;
- **Изложение на общините, Международен панаир – Пловдив, 30 март - 03 април 2011 г.** - участие със самостоятелен щанд;
- **„Културен туризъм”, Велико Търново, 13 – 15 април 2011 г.** - участие със самостоятелен щанд;
- **Онлайн изложения в градовете Лийдс и Манчестър, Великобритания, април и май`11** – изложенията се проведоха в големи търговски центрове и бяха организирани от медийна компания под патронажа на МИЕТ. Дестинациите се промотираха чрез рекламно-информационни материали, презентации, прожекции, интернет страници от страна на медийната компания и министерството. Не се налагаше командироване на служители на Община Пловдив.
- **„Топ Реза”, Париж, Франция, 20 – 23 септември 2011 г.** – участие на информационния щанд на България под патронажа на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма;
- **Черноморски туристически форум, Варна, 29 септември – 01 октомври 2011г.** - участие в семинарите в рамките на изложението;
- **„Планините на България”, Смолян, 14 – 16 октомври 2011 г.** – участие в семинарите в рамките на изложението;
- **World Travel Market, Лондон, 07 – 10 ноември 2011 г** - участие на националния щанд на България под патронажа на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма;
- **„Филоксения”, Солун, 18 – 20 ноември 2011 г.** - участие на информационния щанд на България под патронажа на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма;

В рамките на изложенията бяха осъществени контакти с водещи туроператори, печатни и електронни медии, както и с представители на други общини и европейски сродни и побратимени на Пловдив градове. Чрез рекламно-информационни материали, презентации, прожекции и участие в семинари и конференции бе успешно рекламиран Пловдив като туристическа дестинация.

IV. Справочно-информационна дейност –

1. **Информационни бази данни** – Туристическите информационни центрове събират обобщават, актуализират и предоставят информационни бази данни, свързани с всички аспекти на туристическия продукт на града – културно-исторически, природни и



5

съвременни забележителности, културни и други събития, спорт и развлечения, места за настаняване и средства за подслон, заведения за хранене и развлечения, транспорт, услуги, както и за всички продукти, периферно свързани с туризма.

2. Интернет страници – в голямата си част информационните бази данни се съдържат и в интернет порталите, създадени и администрирани от туристическите центрове. Това са www.plovdiv-tour.info, който е представителен за дестинацията Пловдив и eventsplovdiv.info – единен събитийен календар на Община Пловдив, създаден по идея на туристическите центрове, прецедент за българските общини.

3. Инфотерминали – допълват справочно-информационната дейност на туристическите центрове, предназначени са за директно и самостоятелно ползване от потребителите, съдържат огромна база данни за туристическия продукт на града.

4. Пешеходен тур – ежеседмична обиколка, безплатна за туристите. Стартира през септември 2010 година. През 2011 година вече се ползва с огромен интерес и популярност сред гражданите и гостите на Пловдив. Обхваща Форумата и Одеона, Главната улица и Стария град. Води се от професионални екскурзоводи.

5. Стажанти – установи се като практика стажуването на студенти от специалности по туризъм в пловдивски учебни заведения в туристическите информационни центрове. Ученици от горните класове на езиковите и гимназии с туристически профил, както и чуждестранни студенти по програмата „Еразъм”, също провеждат стажове. Дейностите, които изпълняват са: информационно обслужване на туристи, редактиране и актуализиране на бази данни, преводи на туристическа информация.

6. Регистрирани посетители в Туристическите информационни центрове през 2011 година:

- *Туристически информационен център на пл. „Централен” – общо 13 057 посещения*, от които 3787 на българи и 9270 на чужденци.
- *Туристически информационен център на ул. „Съборна” - общо 4265 посещения*, от които 1168 на българи и 3097 на чужденци.

Общо за двата центъра – 17 322 посещения, от които 4955 на българи и 12 367 на чужденци.

V. Участие в клъстер

Съвместно с Националната асоциация за трансфер на технологии през м. октомври Община Пловдив, представлявана от ОП „Туризъм”, учреди **бизнес клъстер „Пловдив – дъвен и съзидателен”**, чиято цел ще бъде възраждането на Старинен Пловдив като туристическа атракция. Клъстерът бе регистриран от Пловдивски окръжен съд на 07 ноември 2011 г.

VI. Финансов отчет

№	I. Мероприятия за изграждане и поддържане на инфраструктура, обслужваща туризма на територията на Община Пловдив /ЗТ- чл. 10/1-2//	Актуализирана План сметка в лева	Усвояване
1.	Небет тепе – първи етап /от общо 3 етапа/	208 928 лв.	Неусвоени
2.	Поставяне на худ.осветление на Акведукта или изработване проект за ремонт на къщи в Стария град		
II	Зелена система /ЗТ – чл.10/2//		
1.	Поддържане зелени площи в Централна градска част	110 200 лв.	Усвоени 110 304 лв.
III.	Изграждане на информационни туристически центрове и организация на туристическото обслужване на туристите, реклама в страната и чужбина на Пловдив /ЗТ – чл.10/3-4//		
1.	Туристически информационни центрове – ТИЦ 1 и ТИЦ 2 – целогодишна издръжка, както консултативни, интернет, поддържане сайтовете на ТИЦ, почистване, офис техника	2809 лв.	Усвоени за ел. енергия, интернет, климатик, сайтове, измиване стъкла и други. 4780 лв.
2.	Втори етап инфотур системи	6800 лв.	2040 лв. – авансово «Инфотур център» ООД по договор
3.	Изработване на проект за визия и разполагане на информационно-указателни табели, табла, карти за културни и природни забележителности в Пловдив	6500 лв.	1950 лв. – авансово ЕТ «Бимарх – Мария Божанова» по договор
4.	Изработване на туристически указателни табели, табла, карти	45 000 лв.	Усвоени 2500 лв. - карти
5.	Създаване на съпътстващи софтуерни продукти - (актуализиране на туристически регистър)	3000 лв.	Усвоени 500 лв. – мултимедийен продукт
6.	Изработване на категорийна символика.	7500 лв.	Усвоени: 7500 лв.



7.	Подготовка и реализация на мероприятия по инициатива на Община Пловдив, свързани с различни аспекти на туристическия продукт на града и съвместно с културни институти и формации, браншови сдружения, и др.	24000 лв.	Усвоени 22 174 лв. 690 лв. – Сирни заговезни 240 лв. – членски внос СТ 5000 лв. – Кулинарна купа 5000 лв. – Античен и Средновековен фестивал – Сила 7000 лв. – Дефиле на младото вино 2600 лв. – пешеходен тур 1500лв. Международен ден на туризма 144 лв. -филм
8.	Покупка и изработване на информационно-рекламни материали : карти, продуктов каталог, културен календар, карти, маршрутен музеен билет, пана, размножаване дискове, създаване на клипове, филми, ревизиране на стари, откупване права	27160 лв.	Усвоени 24 045 лв. 4998 лв. –продуктов каталог 4000 лв. – Костов 4080 лв. – Чипански 2079 лв. –анимац. продукт 5000 лв. – реквизит 3888 лв. – френски гид
9.	Материално стимулиране на комисиите по категоризиране:	6 600 лв.	Усвоени: 10 965 лв.



10.	Туристически борси и панаири в България и чужбина – такса участие, наем щанд, наем зала, техническо оборудване и материали за презентации	35 099 лв.	Усвоени: 35 716 лв. <i>Ваканция Експо`11:</i> 11 900 лв. – щанд, материали, командировъчни <i>Берлин`11 –</i> 6239 лв. – командировъчни, баджове, тур. пакет <i>„Културен туризъм”</i> <i>Велико Търново`11 –</i> 5600 лв. – щанд, материали, комендировъчни <i>Изложба на общините`11-</i> 493 лв. <i>Лийдс и Манчестър-Великобритания –</i> 1057 лв. <i>Париж`11-</i> 6055 лв <i>Откриване на туристическата година –</i> 2000 лв <i>Лондон`11</i> 1496 лв – наем щанд, командировъчни <i>Солун`11-</i> 861 лв. наем щанд <i>Неустойка</i> 15 лв.
11.	Участия в национални, международни печатни и електронни целеви медии	840 лв.	Усвоени: 840 лв. – атлас «Домино»
12.	Към Фонд за развитие на летище Пловдив	363 036 лв.	363 036 лв.
13.	За ползване на изключителни права на идеен проект на арх. Пройкиова и арх. Вера Коларова за Небет тепе	1500 лв.	Неусвоени
	ОБЩО	848 973 лв.	586 350 лв. 32 480 лв. – ОП „Туризъм” Общо: 618 830 лв. усвоени

Изготвили:

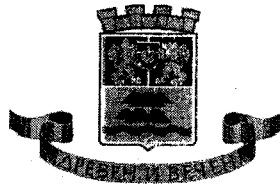
Виделина Гандева

И. Д. Директор на ОП „Туризъм”

Анна Тодорова

Експерт в отдел „Маркетинг и реклама на дестинацията ” при ОП „Туризъм”

Приложение 2
към Р. № 258, Бюджет № 12
от 28.06.2011г.



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Пловдив, 4000, пл. "Стефан Стамболов" №1 тел: (032) 656 701, факс: (032) 656 703

Годишна програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2012 г.

I. ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2012 година е съобразена с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2009 – 2013 и Стратегията и плана за развитие на туризма в Пловдив 2009 – 2013 година. Програмата систематизира основните цели и приоритети, задачите и дейностите, които предстои да бъдат реализирани през 2012 г.

Дейностите по програмата са финансово обезпечени в съответствие с постъпленията от туристически данък и такси от категоризации на туристически обекти на територията на общината, като икономическата ѝ обосновка е неразделна част от програмата - Проектобюджет към Годишна програма за развитие на туризма в община Пловдив за 2012 г. Представени са в табличен вид икономически измерими показатели, към чието постигане програмата ще се стреми. Предвидените дейности са съобразени с аналитични данни, също представени в таблици към програмата.

Годишната програма за развитие на туризма в община Пловдив за 2012 г. се изпълнява административно от трите отдела на Общинско предприятие „Туризм“ – „Административен“, „Маркетинг и реклама на дестинацията“ и „Категоризации“.

Изпълнението на програмата изисква активното участие на всички заинтересовани страни, работещи в синхрон за най-пълноценното постигане на нейните цели – местни власти, туристически сдружения, културни институти и туристически бизнес.

II. АНАЛИЗ НА СЕГАШНОТО СЪСТОЯНИЕ

ПРЕДИМСТВА:

- Наличие на природни и антропогенни туристически ресурси;
- Модерна хотелска база;
- Удобно местоположение на средствата за подслон и местата за настаняване;
- Множество заведения за хранене;
- Конкурентни цени в заведенията за хранене и развлечения;
- Съществуват традиции в развитието на културен, конгресен, спортен и винен туризъм;
- Наличие на добър междуградски транспорт;
- Идентичност, духовна и творческа атмосфера на града;
- Наличие на сдружения с туристическа насоченост – Асоциация на екскурзоводите в България – клон Пловдив, Съвет по туризъм – Пловдив, Тракийски туристически район, Регионална лозаро-винарска камара, Регионална занаятчийска камара;
- Редовни полети до Лондон и Франкфурт от летище Пловдив;
- Наличие на два туристически информационни центъра на възлови места в града;
- Положителна нагласа от страна на местния туристически бранш по отношение на фестивалните събития;
- 28 фестивала с високо ниво на художествено майсторство, планиране и организация, с отношение към традициите и съвременността.

СЛАБИ СТРАНИ:

- Сезонност на посещенията;
- Недостатъчно средства за реклама на дестинацията;
- Недостатъчно добра координация и единомислие между отделните туристически обекти;
- Недостатъчен анализ на туристопотока за културен туризъм в Пловдив;
- Неактивно и неадекватно представяне на културния продукт на града в Интернет;
- Лошо състояние на градския и ЖП транспорт;
- Липса на организирано обозначение на туристическите обекти;
- Незадоволително количество паркоместа;
- Неразработени туристически пакети
- Липса на консолидация и единоедействие сред туристическия бранш;
- Липса на вътрешни и достатъчно международни полети от и до летище Пловдив;
- Липса на интерес от страна на туроператорите към организирани посещения на Пловдив с продължителност повече от два дни;
- Неизползване потенциала на река Марица;
- Недостатъчно места за кратка почивка и освежаване на възлови туристически места– пейки, чешми, тоалетни;
- Пасивно отношение към PR кампаниите в България и по света, към рекламата и информацията от страна на частните организации, пряко инициращи фестивални събития, както и от страна на заинтересования туристически бранш;
- Слаби страни на фестивалните събития: недостатъчно финансиране; недостатъчна реклама чрез собствени средства и канали; не се води статистика на посещенията; незадоволителна атрактивност; скромно международно участие; недостатъчна продължителност на събитията като дни;



- Остарялата материално-техническа база на културните институти и липсата до момента на закрыта сцена с повече от 1 000 места предопределя сезонността на събитията и техния мащаб;
- Липса на експедиентски турове в Пловдив.

ВЪЗМОЖНОСТИ:

- Създаване на нишови туристически продукти и събития в областта на културния туризъм: Пловдив@ViaDiagonalis,, „Пловдив по римските пътища”, „Младежка сцена Одеон”, „Нощният Пловдив” , „Кулинарен тур”, „Археологически тур”, „Уикенд тур”, Хазартен тур”, „Ретро тур”, музикални фестивали, турове във възрожденските къщи в Стария град и др.;
- Инициативи в областта на публично-частните партньорства за привличане на инвеститори в туризма;
- Развитие на пешеходните зони и велосипедни алеи;
- Разработване и използване потенциала на река Марица;
- Ремонтване на тротоарите и калдъръма в Стария град;
- Реставрация на къщи по Главната улица и Стария град;
- Финансовата подкрепа чрез постъпките от страна на общината за кандидатстване в културни проекти, касаещи културния туризъм;
- Планиране и реализиране на целенасочени ПР кампании и засилване на рекламата за популяризиране на фестивалните събития в града – презентации по време на престижни туристически форуми, привличане на известни ПР специалисти и публични личности, прожектиране на имиджови филми по релевантни канали, производство и разпространение на заинтригуващи рекламни традиционни и електронни материали;
- Производство и търговия на сувенири с акцент върху автентични за града символи, които да се предлагат на пазара, особено активно по време на фестивални събития ;
- Да се формират и реализират анимационни продукти, съпътстващи фестивалните прояви и създаващи атрактивност около археологическите обекти -- възстановки на събития, етюди от различни епохи, модни дефилета и дефилета на бит и обичаи;
- Обособяване и маркиране на открити площи на възлови места в града, където да се представят целогодишно улични атракции.

ЗАПЛАХИ:

- Ограничени държавни средства за култура и информационни дейности;
- Известност и промотиране на държавно ниво на България като дестинация за морски и ски туризъм;
- Силни кампании на конкурентни дестинации като Хърватска, Македония, Турция и Испания;
- Оскъдни средства за реклама;
- Изземване имиджа на Пловдив като „културна столица на България” от Велико Търново и Варна;
- Спад на интереса от вътрешни туристи, поради спадане имиджа на града като туристическа дестинация.

Таблица 1 на реализираните нощувки от чужденци през 2011 г.
в град Пловдив / първите десет по данни на НСИ /

<i>Държава</i>	<i>Брой нощувки</i>
ГЪРЦИЯ	9 549
ТУРЦИЯ	5 935
ФРАНЦИЯ	5 594
ИТАЛИЯ	5 504
ГЕРМАНИЯ	5 032
ИЗРАЕЛ	4 199
ДРУГИ	2 959
САЩ	2 546
АВСТРИЯ	2 202
ЯПОНИЯ	2 191

Таблица 2 на реализираните посещения в ТИЦ – Пловдив
по страни през 2011 г. / по данни на ТИЦ – Пловдив/

<i>№</i>	<i>Държава</i>	<i>ТИЦ 1</i>	<i>ТИЦ 2</i>	<i>Общо</i>
1.	Пловдив	1846	540	2386
	България /други градове/	1941	628	2569
2.	Франция	1791	448	2239
3.	Англия	1543	256	1799
4.	Испания	696	297	993
5.	Германия	645	315	960
6.	САЩ	639	109	748
7.	Италия	501	118	619
8.	Русия	375	209	584
9.	Израел	347	129	476
10.	Гърция	336	294	630



**Таблица 3 на реализираните нощувки
в България по градове
през 2011 г. / по данни на НСИ/**

	ОБЩИНА	РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ
1	Несебър	5 333 722
2	Варна	4 165 920
3	Балчик	1 611 204
4	Столична	1 173 064
5	Созопол	584 873
6	Приморско	509 497
7	Банско	374 138
8	Пловдив	327 270
9	Самоков	317 143
10	Велинград	314 007
11	Бургас	235 975
12	Хисаря	228 552
13	Поморие	225 741
14	Аврен	217 586
15	Велико Търново	196 119
16	Сандански	193 692
17	Смолян	187 825
18	Чепеларе	175 909
19	Царево	158 829
20	Русе	128 557

III. ЦЕЛИ:

Годишната програма за развитие на туризма в община Пловдив за 2012 г. ще се стреми към постигане на **основната цел: повишаване на конкурентноспособността на туристическия продукт на дестинация Пловдив чрез пълноценно използване на наличните културно-исторически ресурси, подобряване на информационната и рекламна среда и усъвършенстване на нови събитийни форми на туристическо предлагане.**

За постигане на основната цел набелязваме следните **стратегически цели:**

1. Изработване на брандова идентичност на града за позициониране на Пловдив като основна дестинация за културен туризъм в България и естествен логистичен център на Тракийски туристически район.
2. Повишаване броя на реализираните нощувки и увеличаване средната продължителност на престоя.
3. Разнообразяване на културния събитийен календар и подобряване събираемостта на точна и навременна информация за културните събития.
4. Повишаване броя на посещенията в музеите и културно-историческите забележителности.

5. Подобряване на регионалното сътрудничество и връзките с балканските градове и развитие на съвместни проекти.
6. Подобряване на информираността за качеството на услугите, във връзка с категоризацията на туристическите обекти.

Таблица 4 на икономически измерими показатели по НСИ

Дейности	2010 г.	2011 г.	Очаквано изпълнение 2012 г.
Реализирани нощувки	308 627	327 270	380 000 – 106 607 до м.април
Пренощували лица	178 134	186 262	190 000 – 60 676 до м. април
Реализирани приходи в лв.	14 525 415	16 147 837	17 691 252 - 5 897 084 лв. до април
Продължителност на престоя от 1 до 3 нощувки	128 378	120 212	110 000
Продължителност на престоя 4 и повече нощувки	49 756	66 050	80 000
Средна продължителност на престоя	1.7	1.8	2 1.8 до м. април 2012

IV. ПРИОРИТЕТИ

1. Разработване на отговаряща на съвременните изисквания маркетингова и рекламна стратегия и брандове на дестинация Пловдив.
2. Ефективен маркетинг и реклама на града като туристическа дестинация и като център на Тракийски туристически район.
3. Разширяване на кантактите с туроператорите в България и чужбина и ангажиране на туристическия бизнес в изработването на адекватен за българския и чуждестранен пазар туристически продукт на Пловдив.
4. Подобряване на координацията между институциите и туристическия бранш за синхронизиране дейностите по реализиране на програмата.

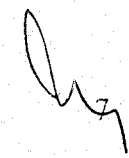
V. ДЕЙНОСТИ

Програмата за развитие на туризма в Пловдив през 2012 година предвижда следните основни дейности за постигане на горепосочените специфични цели:

1. Дейности по изграждане и поддръжка на туристическите информационни центрове, организацията на информационното обслужване на туристите и стопанска дейност:

- Изработване и разполагане на информационни и указателни табели и табла – карти на територията на определените по предварителен проект места след провеждане на вътрешни и външни обсъждания. В настоящата година предстои избор на фирма за сключване на договор за изработка и монтаж на картите и бордовете за табели. Поради възникнали полемики относно вида и материала на носещите конструкции да се възложи на изпълнителя по предишния договора /проект за визия и разполагане на информационни и указателни табели и табла/ да предложи и втори модел на метална стойка.
- Развитие на ТИЦ 2 на територията на Римски стадион.
- Обновяване на сайтовете, администрирани от ОП „Туризм“, с адреси www.eventsplovdiv.info, www.plovdiv-tour.info и www.southgate.bg.
- Продажба на сувенири и рекламни материали от двата туристически офиса чрез сключване на консигнационни договори.
- Предоставяне на рекламни площи в карти, сайтове и информационни терминали.
- Закупуване на нови компютри, мултифункционални устройства, касови апарати и офис консумативи за нуждите на ТИЦ.
- Инсталиране на програми за дизайн на рекламни материали.
- Разполагане на подходящи места на насочващи към двата туристически офиса информационни табели.
- Разполагане на бордове с културния календар за 2012 г. на няколко места в града.
- Поддържане на тесни контакти с МИЕТ, ОИ „Старинен Пловдив“, фондация „Пловдив 2019“, отдел “Култура” и синхронизиране на дейностите с тях.

2. Рекламни, маркетингови и ПР кампании:

- Организиране на форум с участието на туроператори от България и чужбина по предварително изготвено проучване на туристическите фирми, заинтересовани от Пловдив и региона. Предвиждаме форумът да се състои първата седмица на месец октомври.
 - Подобряване на туристическата статистика и разпространяване на данните сред по-широки кръгове на обществеността.
 - Организиране и финансиране на следните мероприятия, свързани с туристическия продукт на град Пловдив, след направено проучване на интереса към тях: Кулинарна купа 2012, ретро рали „Марица“, Античен фестивал, фестивал „Филмови дни на наследството“, „Панаир на занаятите“ и „Дефиле на младото вино“.
 - Продължаване на инициативата „Безплатен за туристите пешеходен тур на Пловдив“. За целта е необходимо сключване на договор за извършване на услугата от екскурзоводи.
- 

- Реализиране на кампания за изпращане на писма до МИЕТ с предложение градът да бъде включен в експедиентските турове, организирани на национално ниво.
 - Участие в следните туристически изложения в страната и чужбина с цел затвърждаване на пазари и разширяването им, съгласно предварителни проучвания: в България - София, Велико Търново, Пловдив; в чужбина - Германия, Гърция, Сърбия и Италия.
 - Печатни информационно-рекламни материали – Предвижда се отпечатване и електронно издание на туристически каталог по обществена поръчка на община Пловдив и закупуване на отпечатани рекламни материали: Календар «Пловдив – 4 сезона култура», Дипляна «Пловдив–музеи, настаняване», дипляна «По римските пътища», туристическа карта на Пловдив, пътни карти и пътеводители на България.
 - Реклама чрез електронни, телевизионни канали и други нетрадиционни способи, организиране на инфотур за индийски туроператори и журналисти, съвместно със „Сдружение за развитие на бизнес и културни отношения между България и Индия“, участие в електронно издание на „Ин йор покет“.
 - Участие в национални и международни печатни целеви медии – участие в печатно издание на „Ин йор покет“; участие в проекта «Общините за развитие на туризма», съвместно с консорциум «Еврорегион» и МИЕТ; създаване и разпространение в България и чужбина на дипляна «Тракийски туристически район».
 - Предвиждаме изработването на маркетингова и рекламна стратегия и брандови послания.
3. **Дейности по категоризация на туристически обекти:** Работи се по задание за нов туристически регистър, отговарящ на съвременните изисквания.
4. Предвидена е необходимата сума, според устава на сдружение „**Летище Пловдив – южната врата на България**“ за финансово подпомагане на фонда от страна на община Пловдив. Целта е безпроблемно продължаване на договора с „Райнеър“ за осъществяване на полетите до Лондон и Франкфурт и разширяване на възможностите за нови дестинации.
5. **Други дейности:**
- ✓ Изработване на система за ефективно партньорство между Община Пловдив, туристическите субекти и браншовите туристически сдружения в името на качеството на туристическия продукт;
 - ✓ Изработване на система за ефективен контрол спрямо туристическите обекти от страна на Община Пловдив съвместно с Пловдивски Общински Инспекторат, Общинска Охрана, Регионалната дирекция на Комисията за защита на потребителите и Съвет по туризъм за максимална събираемост на дължимите средства, спазване критериите на обслужване, съответстващо на категориите, както и на единната професионална етика;
 - ✓ Разработване на проектно предложение по дарителска програма на мотото Пфое за създаване на видеофилми за 2 антични обекта – по подобие на филма, прожектиран в Културен център „ТракАрт“ – представящ първоначално схема на античния град, самият обект и неговото постепенно изграждане в детайли, начини на експлоатация;
 - ✓ Монтаж на нови указателни табели на ОМВ на територията на Пловдив и в близост, като 2/3 от указателната площ ще популяризира културни и природни забележителности.

- ✓ Кандидатстване по международна програма схема 43/G/ENT/CIP/12/B/N/02SO022 „Подкрепа на транснационални тематични туристически продукти за повишаване на конкурентноспособността и устойчивостта на европейския туризъм”, съвместно с фондация „Пловдив 2019” и Туристическа организация – град Ниш.

VI. ФИНАНСОВО ОСИГУРЯВАНЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ ПРЕЗ 2012 Г.

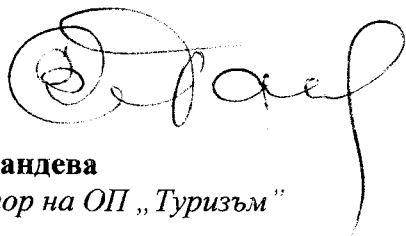
А. Приходна част на програмата за развитие на туризма в гр. Пловдив за 2011-2012 г.

1. Средствата за развитие на туризма и реализирането на долупосочените дейности, съгл. Чл. 16, ал.2 от ЗТ се набират от:
- Туристически данък;
 - Такси за категоризиране на туристическите обекти по чл. 55, ал.4 от ЗТ;
 - Наложени от кмета глоби и имуществени санкции по ЗТ;
 - Средствата, предоставени за изпълнение на целеви програми и споразумения;
 - Дарения и помощи, средства по международни програми и споразумения;
 - Лихви;
 - Други източници.

Б. Разходна част на програмата за развитие на туризма в гр. Пловдив за 2012 г.:

2. Съгласно чл. 16, ал.2 от ЗТ приходите от туризъм се изразходват по приета от Общински съвет Пловдив „Годишна програма за развитие на туризма”, единствено за:
- Изграждане и поддържане на инфраструктура, обслужваща туризма на територията на общината, вкл. пътища, свързващи курортите с аерогари, автогари, ЖП гари и др., както и паметници на културата и на историческото наследство;
 - Изграждане на информационни туристически центрове и организацията на информационното обслужване на туристите;
 - Маркетинг и Реклама в страната и чужбина на туристическия потенциал на Общината.

Изготвил:



Виделина Гандева

И.Д. Директор на ОП „Туризъм”



ПРОЕКТОБЮДЖЕТ

към Годишна програма за развитието на туризма в Община Пловдив ` 2012

Остатък от 2011 г.: 287 786 лв.

Очаквани приходи за 2012 г.: 250 000 лв.

Общо за 2012 г.: 537 786 лв., разпределени, както следва:

№	Дейности	Необходими средства	Забележки
I.	Дейности по изграждане и поддържане на инфраструктура, обслужваща туризма на територията на Община Пловдив /ЗТ- чл. 10/1-2//	<u>Общо:</u> <u>94 550 лв.</u>	
	Проектиране, изработване и разполагане на информационни табели и табла /по разработен проект за визия и разполагане/	90 000лв. за сключване на договор за изработка и монтаж	4 550 лв. са остатък, неразплатен от 2011 г. – 70% по договор № 11ДГ314/25.03.2011
II.	Изграждане и издръжка на туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите, реклама в страната и чужбина на туристическите обекти в Пловдив /ЗТ – чл.10/3-4//+ §10 00, 10 15, 10 16, 10 20, 10 51, 10 52 и 10 98от Проектобюджета на предприятието	<u>Общо:</u> <u>224 060лв.</u>	
1	Туристически информационни центрове – ТИЦ 1 и ТИЦ 2, и организация на информационното обслужване на туристите	51 550 лв.	Текущи разходи ТИЦ-ове за една година – ел.енергия, ВИК, телефони и интернет, командировки в страната, разходи за външни услуги, касови апарати, мултифункционални устройства, офис консумативи, поддържане сайтовете на ТИЦ, почистване, офис техника, други непредвидени
2.	Финализиране договор за поддържане, актуализиране и адаптиране софтуера на инфотерминалите	4 760 лв.	Договор от 2011 г.

3.	Мероприятия, свързани с туристическия продукт на града, иницирани от Община Пловдив и провеждани съвместно с други институции и сдружения.	39 600 лв.	Атракция «Мартенско дърво»-1600лв. Кулинарна купа – 5 000 лв. Ретро рали «Марица» - 2 000 лв. Панаир на занаятите-5 000лв. Дефиле на младото вино–7 000 лв.; Есенен античен фестивал – 7 000 лв. Пешеходен тур – 7 000 лв. Инфотур с туроператори – 5000 лв.
4.	Печатни информационно-рекламни материали	23 700 лв.	5 700 – каталог по обществ.поръчка на община Пловдив, и 18 000 - закупуване на материали по план
5.	Електронна и онлайн реклама	19 000 лв.	Реклама чрез банери, лога, филми, клипове 3Д изображения и др. Проектът «Ин йор покет» /електронен вариант/ - 5 000 лв.
6.	Участие в международни туристически изложения в България и чужбина	15 000 лв.	<u>България</u> : Велико Търново, Пловдив, Смолян /Пловдив – наем щанд – 740 лв., В.Търново – пана - 860 лв., наем щанд –1 668 лв.,командировки–600 лв. <u>Чужбина</u> : Германия, Гърция, Италия, Сърбия и други.
7.	Участие в национални и международни печатни целеви медии.	8 000 лв.	Проектът «Ин йор покет»/печатен вариант/ - 5 000 лв., Еврорегион /780 лв./, Черга БГ, диплояна ТТР и др.
8.	Маркетингова и рекламна стратегия, изработка на брандове – финансиране на кампании	60 000 лв.	
9.	Членски внос към СТ и ТТР	290 + 2160 = 2450 лв.	
III.	Дейности по категоризацията на туристически обекти	<u>Общо:</u> <u>27 960 лв.</u>	
1.	Създаване на съпътстващи софтуерни продукти /нов туристически регистър/	10 760 лв.	
2.	Категорийна символика	2 500 лв.	Задължение по ЗТ
3.	Материално стимулиране на комисиите по категоризация	14 700 лв.	По правилниците на на ОЕКК и ЕРГ
IV.	Допълнителна вноска към Фонда за развитие на летище Пловдив	<u>Общо:</u> <u>191 215 лв.</u>	

Общо предвидени : 537 786 лв.

Изготвили:

Виделина Гандева

И.Д. Директор на ОП „Туризъм“

Анна Годорова -Експерт „МРД“