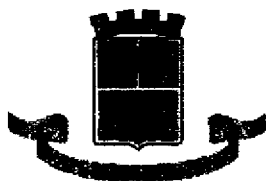


Приложение № 1
Към Решение № 124
взето с протокол № 6...
от 11.04.2024 г.
на Общински съвет - Пловдив



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

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

ОТЧЕТ НА ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ ЗА 2023 г.

Годишната програма за развитие на туризма за 2023 г. се изпълнява от отдел „Туризъм“, създаден с Решение № 28, взето с Протокол № 2 от 16.02.2021 г. на Общински съвет – Пловдив. Дейността на отдела следва основните приоритети, заложи в Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ 2014-2030 г., разработената Общинска програма за развитие на туризма за 2021-2027 г., приета с Решение № 29, взето с Протокол № 2 от 16.02.2021 г. на Общински съвет – Пловдив и Годишната програма за развитие на туризма за 2023, приета с Решение №78, взето с Протокол №7 от 06.04.2023 г. на Общински съвет – Пловдив. В настоящия отчет са включени проекти и дейности за провеждане на политиката за развитие на туризма на територията на община Пловдив съгласно чл.11 от действащия Закон за туризъм и дейности в направление категоризация на места за настаняване и заведения за хранене на територията на Община Пловдив, съгласно чл.12 и чл.128 от Закона за туризъм.

Програмата е финансово обезпечена чрез постъпленията от туристически данък (чл.60, ал.1, т.2 от ЗТ) и такса за категоризиране на места за настаняване и заведения за хранене и развлечения.

I. ТУРИСТИЧЕСКА ИНФОРМАЦИЯ И ПУБЛИКАЦИИ

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

1.1. Туристически портал www.visitplovdiv.com

Отдел „Туризъм“ поддържа официалния туристически портал www.visitplovdiv.com в две езикови версии (на български и английски език), който е ориентиран към посетителите и гражданите на Пловдив. Страницата предоставя

подробна информация, отнасяща се към престоя на туристите и посетителите на града, видове туризъм, които са развити на територията на Пловдив и околностите му, места за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, туристически атракции и забележителности, и събитията. Периодично се отразяват промените в събитийния календар на общината, както и новини свързани с туризма в Пловдив и България, обновява се информацията за туристическите обекти и др.

1.2. Фейсбук страница Visit Plovdiv:

Към месец декември 2023 г., фейсбук страница Visit Plovdiv има 13 469 харесвания и 14 200 последователя. През изминалата година не са отделени средства от ГПРТ за реклама на страницата и спонсорирани връзки, а резултатът е постигнат с качествени постове и постоянна активност. Работата в страницата изисква педантичност, защото тя трябва не само да привлече вниманието на потребителите, но и да не нарушава изградената целева аудитория. На Visit Plovdiv се актуализира събитийния календар на общината и се отразяват новини на тема туризъм.

1.3. Платформа Cultural gems

През 2020 г. дестинация Пловдив се включи в дигиталната карта на платформата Cultural gems (Културни богатства), създадена от Съвместния изследователски център към Европейската комисия. Дигиталната карта на Пловдив включва общо 137 културни обекти с актуализирани локации и наименования на български и английски език. През изминалата година отдел „Туризъм“ периодично актуализира информацията за туристическите обекти в Пловдив и акцентите от събитийния календар на Община Пловдив за 2023 г.

2. Публикации в печатни и онлайн медии и издания

2.1. Реклама в национални медии:

✓ *Издателска къща „Домино“:*

Община Пловдив се включи с реклама на дестинацията в издания на Издателска къща „Домино“ на: гръб-корица на „Карта на гр. Пловдив“ 2023 г. (издание на български и на английски език), водеща снимка на „Карта на гр. Пловдив“ 2023 г. (издание на български и английски език) и рекламна гръб-корица на „Атлас България - лукс“ 2023 г. (издание на български и на английски език). Изданията се разпространяват в хипермаркети, бензиностанции, книжарници и сред над 200 по-малки дистрибутори в цялата страна, включително и в гр. Пловдив.

✓ *Каталозите на международно туристическо изложение „Ваканция Експо“ гр. София - кратко представяне „Пловдив – привлекателна туристическа дестинация“.*

✓ *Каталозите на международно туристическо изложение „Културен туризъм“ във Велико Търново - кратко представяне „Пловдив – привлекателна туристическа дестинация“.*

✓ *Национален конкурс „Read & Travel“*

Община Пловдив участва в Националния конкурс „Read & Travel“ („Чети и Пътувай“), проведен се в рамките на Международно туристическо изложение „Културен туризъм“ във Велико Търново в категория „Най-ефективни журналистически рубрики и публикации (репортажи)“ с публикацията „Готови ли сте за Европа? 20-те най-добри и

най-безопасни места за пътуване и туризъм през 2023 г.“ според European Best Destinations (Forbes.com) с автор Сесилия Родригес.

✓ Списание „Дестинация България“ и онлайн изданието destinationbulgaria.bg. Медията представя предмета на дейност и туристическите продукти на сдружения и асоциации, туристически центрове, туристически обекти, общини и др. Списанието е двуезично (на български и на английски език) и се разпространява в рамките на различни национални и международни специализирани форуми. С цел популяризиране на богатия събитийен календар, община Пловдив взе участие със следните рекламни публикации:

- В брой от месец февруари 2023 г. с рекламна публикация „Акценти от Афиша на Община Пловдив 2023“ и реклама на начална корица;
- В брой от месец юни 2023 г. с рекламна публикация „Фестивално лято Пловдив 2023“ и реклама на гръб-корица;

2.2. Реклама в местни медии:

Отдел „Туризъм“ е ангажиран след всяко значимо събитие да изпраща информация, която се публикува в печатни и онлайн медии. В медиите Darik News, Под Тепето, Пловдив 24, Марица и др. са отразени събитията, организирани от община Пловдив в партньорство със Съвет по туризъм - Пловдив и Регионална занаятчийска камара, откриването на нови туристически обекти, както и участията на представители на отдел „Туризъм“ в туристически изложения, кръгли маси и други форуми.

3. Туристически информационни центрове

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

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

През 2023 г. завърши процедурата за сертифициране на общински информационен център на туристическия център, намиращ се на ул. „Райко Даскалов“ 1.

II. Маркетинг

1. Комуникационни кампании

5.2. Рекламна кампания „Фестивално лято Пловдив 2023“

Популяризирането на събитийния календар на Пловдив се реализираше целогодишно и чрез планирането и провеждането на комуникационна кампания „Фестивално лято Пловдив 2023“. Концепцията за инициативата включва селекция от музикални, танцови, театрални и други фестивали, с продължителност не по-малко от два дни, които се проведоха в периода от юни до септември на традиционни и алтернативни сцени в Пловдив. Целта на инициативата бе да се популяризират по-значимите за Пловдив събития, което от своя страна да повиши интереса и туристопотока към него, и да утвърди имиджа му на водеща дестинация за събитисен туризъм. Рекламната кампания включи следните акценти:

✓ *Визуална концепция за рекламна кампания „Фестивално лято 2023“*

В изработването на визията са използвани утвърдените се графични линии и пиктограми от визуалната идентичност на Пловдив-Европейска столица на културата 2019. Тя съдържа кратко послание към аудиториите, представящо Пловдив като атрактивна фестивална дестинация.

✓ *Външна реклама* – изработване и поставяне на визии на рекламни-информационни елементи тип „Скролер“, „Лиза“ и „LED екран“ в големите български градове- София, Пловдив, Варна, Бургас, Стара Загора.

✓ *E-mail кампания* - за целите на кампанията по имейл периодично се подготвяха и изпращаха нюзлетъри, които са директно и точно таргетирани към специални целеви групи – туроператори и туристически агенции, места за настаняване, неправителствени организации с предмет на дейност - популяризиране на културно-историческото наследство и туризъм, места за настаняване, общини.

✓ *Комуникация с медии и PR* (прессъобщения, интервюта в онлайн и печатни издания, ТВ участия и др.);

✓ *Реклама в социални мрежи* – създаване и публикуване на интересно съдържание и съчетаването му с новини, в социалните мрежи Facebook и Instagram.

2. Туристически изложения и други форуми

2.1. Туристически изложения – основен инструмент за популяризиране на дестинацията

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

2.1.1. Международни туристически борси

- ✓ *World Travel Market (WTM) – 6-8 ноември, 2023 г. в Лондон, Великобритания*

Община Пловдив взе участие във второто най-голямо в света изложение за професионалисти в туристическата индустрия World Travel Market. На информационен деск в рамките на националния щанд на Министерството на туризма на Република България, служители от отдел „Туризм“ представиха културно-историческите забележителности, събитийния и културен календар на града.

2.1.2. Национални туристически изложения

Характерно за националните изложения е, че фокусът е насочен към българските туристи, които през 2023 г., отбелязаха ръст в броя реализираните нощувки с 18% спрямо 2022 г. и 38 % спрямо 2019 г., а по отношение на пренощуващите лица – увеличение от 12 % спрямо 2022 г., и 30 % спрямо 2019 г. (табл.1). От представянето на Пловдив на националните туристическите борси зависят и посещенията на туристическите атракции и събития, които не са обвързани с нощувка. Форумите дават възможност да се анализира и оцени представянето и на други дестинации - конкуренти на вътрешния пазар.

- ✓ *Международно туристическо изложение „Ваканция и Спа Експо“ – 39-то издание, 15-17 февруари 2023 г., гр. София;*

Под мотото „Динамика и доверие!“ се проведе ежегодното издание на Международното туристическо изложение „Ваканция и Спа Експо“ в Интер Експо Център в гр. София. Щандът на Пловдив представляваше оригинална визия, включваща стилизирани елементи на Античния театър, с голям екран, показващ богатото културно-историческо наследство на Пловдив и най-емблематичните туристическите обекти в града. В дните на изложението, посетителите имаха възможност да се насладят на винени дегустации с подбрани сортове вина от регион Пловдив и музикалните изпълнения на класическо дуо - арфа и флейта.

- ✓ *Международно туристическо изложение „Културен туризъм“ - 18-то издание, 20-23 април 2023 г., Велико Търново;*

Международното изложение „Културен туризъм“ е утвърдена платформа за представяне на усилията на общини, туристически компании, граждански сдружения за развитието на културния туризъм. Със самостоятелен атрактивен щанд, Община Пловдив представи културно-историческото наследство и събитийния календар на града за 2023 г. На голям екран за любознателните посетители се представи най-новият рекламен филм за Пловдив, включващ утвърдени и нови туристически атракции. Международното изложение „Културен туризъм“ се организира от Община Велико Търново в партньорство с Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти и Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация, и с подкрепата на Министерството на туризма.

3. Печатни рекламни материали

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

Един от основните акценти в работата на отдел „Туризъм“ е изготвяне на текстове и актуализация на информацията и дизайна на рекламно-информационните материали за Пловдив (брошури, туристическа карта и др.). През 2023 г. бяха отпечатани имиджова брошура „Опознай Пловдив“ с любопитни факти за Пловдив на английски, немски, френски, испански и български езици, „Музеи и галерии“ на английски, немски, френски, испански и български езици, брошура „Хотели и ресторанти“ на английски език, туристическа карта на английски и български езици. Изброените рекламни материали са публикувани в дигитален формат на официалния туристически портал – www.visitplovdiv.com

През 2023 г. отдел „Туризъм“ отпечата рекламни материали на Пловдив с единна рекламна визия „Посети Пловдив“ – календар, настолен календар-планер, пирамида-календар, джобен календар, тефтер А5, тефтер 14x10 см, ключодържател два вида, торбички, пъзел и подложка за мишка, магнит, рекламен стикер. Визията съдържа стилизирани изображения на най-известните туристически атракции на града ни и анимирани изображения, в съответствие с новите тенденции във визуализацията графичния дизайн.

- ✓ Туристическа карта на Пловдив на български и английски език – 60 000 броя;
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на български език – 1000 броя;
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на английски език – 1500 броя;
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на немски език – 1000 броя;
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на испански език – 1100 броя;
- ✓ Каталог „Музеи и галерии“ на френски език – 1100 броя;
- ✓ Двустранен каталог „Хотели“ и „Заведения за хранене и развлечение“ на английски език – 2000 броя;
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на английски език – 1500 броя;
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на немски език – 1000 броя;
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на български език – 1000 броя;
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на испански език – 1100 броя;
- ✓ Брошура „Опознай Пловдив“ на френски език – 1100 броя;
- ✓ Рекламни хартиени торбички с визия „Visit Plovdiv“ – 1000 броя;
- ✓ Папка с визия „Visit Plovdiv“ – 300 броя;
- ✓ Тефтер малък „Visit Plovdiv“ – 500 броя;
- ✓ Календар стенен „Visit Plovdiv“ 2024 г. – 500 броя;
- ✓ Джобен календар „Visit Plovdiv“ на български и английски език 2024 г. – 2000 броя;
- ✓ Настолен планер с дните от седмицата 2024 г. – 500 броя;
- ✓ Тефтер А5 „Visit Plovdiv“ – 400 броя;
- ✓ Настолен календар (пирамида) на български и английски езици 2024 г. – 1000 броя; Стикер 5 см „Visit Plovdiv“ – 5000 броя;
- ✓ Ключодържател метален лък „Visit Plovdiv“ – 100 броя;
- ✓ Ключодържател HDF „Visit Plovdiv“ – 100 броя;
- ✓ Подложка за мишка „Visit Plovdiv“ – 100 броя;
- ✓ Пъзел А4 „Visit Plovdiv“ – 100 броя;
- ✓ Магнит 5x7 см „Visit Plovdiv“ – 300 броя;



4. Изработка на тематични аудиовизуални и фотографски произведения - видеа и снимки.

С цел популяризирането на приоритетни видове туризъм/продукти на международен и български пазар, тяхното ефективно представяне сред целевите аудитории и стимулиране мотивацията за избор на Пловдив като дестинация за посещение, част от усилията на отдел „Туризъм“ бяха насочени към изработването на концепция и подбор на туристически атракции за заснемане на 4 тематични рекламни клипове на специализирани форми туризъм: културно-исторически (в две части), събитийен и винен туризъм и фотографски произведения на избрани туристически обекти и локации. Всяко от видеата е със средна продължителност от 3 минути, като същите ще бъдат излъчвани в рамките рекламни кампании на Пловдив, за реализиране целите на маркетинга на дестинацията.

5. Награди

По време на Годишната балканска среща на туристическия бранш от България и съседните страни, Медийна компания „К и П Адвъртайзинг“, издател на списание „Дестинация България“, удостои Община Пловдив с Награда за „Най-бързо развиваща се дестинация за културен туризъм“ на Годишните награди на „Дестинация България“. Това е заслужено признание и оценка за приноса на Община Пловдив за развитието, припознаването и утвърждаването на България като целогодишна туристическа дестинация.

V. СЪБИТИЯ И СЪБИТИЕН КАЛЕНДАР

Събитията организирани от община Пловдив, както и събитията подпомагани от ГПРТ и изпълнени в партньорство, освен с чисто културни и образователни цели са и основен инструмент за изпълнението на основната цел на ГПРТ, а именно повишаване на туристопотока в Пловдив.

1. Събития организирани от Община Пловдив

✓ Франкофоли България

В периода 16-17 юни 2023 г. 2023 г., за първи път на Гребната база в Пловдив, се проведе шестото издание на най-големия фестивал за съвременна френска и поп музика – Франкофоли България (под марката на френския фестивал Les Francfolies). Международният фестивал Francfolies de Bulgarie е едно от най-ярките мулти-жанрови събития за представяне на съвременна френска култура в национален мащаб. В два поредни дни редица световноизвестни звезди създадоха невероятна атмосфера и незабравими преживявания за многобройната публика. Освен голямата сцена на Гребната база бяха предвидени и открити сцени и пространства в градска среда, включително в кв. Капана, както и в отдалечени от градския център места. Сред големите имена, които взеха участие на българското издание на фестивала, са Имани, LP или Лаура Перголизи, рап звездата Метр Гимс, Елена Папаризо и др. Поп звездата Миро и бг хитът на годината – Молец също бяха част от програмата на събитието. Фестивалът е сред най- мащабните събития, които се проведоха през изминалата година в Пловдив и

с реален потенциал за привличане на целеви аудитории и популяризирането на Пловдив като дестинация за събитийен туризъм.

✓ *Медиен тур - Международния ден на мавруда*

В рамките на инициативата Международен ден на мавруда, през 2023 г. се проведе четири градски винени фестивала (Urban Wine Fest) в четири последователни уикенда в няколко градове в страната - София, Пловдив, Варна и Велико Търново. В периода 20-21 октомври група от представители на български специализирани медии проведе тур в България с цел опознаване на страната, като качествена туристическа, винено-кулинарна и културно-историческа дестинация. По програма, изготвена от отдел „Туризъм“, групата посети културно-исторически забележителности в град Пловдив и проведе винена дегустация с подбрани сортове вина от региона. Инициативата допринася за изграждане на положителен имидж на Пловдив като дестинация за качествен, устойчив и целогодишен туризъм, и провокира интереса на българските медии към възможностите за винен и кулинарен туризъм в региона, чието популяризиране увеличава ръста на туристите, практикуващи алтернативни и устойчиви форми на туризъм в района на град Пловдив.

✓ *IX-та Годишна среща на туристическия бизнес и местната власт*

В периода 22-24 ноември 2023 год. Пловдив бе домакин на организиран от Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти (АБТГА) форум за сътрудничество между частния и общественния сектор. Акцент в Деветото издание бе устойчивото развитие на културния туризъм в България, затова събитието се проведе под мотото *„Сътрудничеството между общественния и частния сектор – платформа за устойчиво туристическо развитие“*. В него взеха участие представители на Министерство на туризма, Министерство на културата, Фондация „Америка за България“, туристически агенции и туроператори. Организация за управление на Тракийски туристически район, общините Пловдив, Варна, Поморие, Велико Търново, Ловеч, Сандански, Чирпан, Банско, Кюстендил, Казанлък, Стара Загора и др.

2. Събития в партньорства

През 2023 г. се проведе изданията на традиционните за Пловдив събития, организирани със съдействието на Община Пловдив и заложи в Годишната програма за развитие на туризма.

✓ *Дефиле „Вино и гурме“*

Деветото издание на Дефиле „Вино и гурме“ се проведе в периода от 12 до 14 май 2023 г. Организатор е Съвет по туризъм – Пловдив, а домакини на събитието бяха емблематичните къщи – музеи и галерии, заведения и културни средища в Стария град на Пловдив. За първа година събитието се проведе в три дни. Участниците в събитието бяха 68: 47 винопроизводители, 17 производители на храни и продукти и 2 съпътстващи фирми, разположение в 17 локации. По данни на Съвет по туризъм Пловдив новите участници в събитието са 17, а реализираните дегустации над 56 хил. броя. В програмата бе включен дегустационен конкурс за „Най-удачно съчетание между вино и храна“, а така също и разнообразна, съпътстваща фестивална програма.

✓ *Пролетно издание на „Панаир на занаятите“*

Традиционното за града ни издание, организирано от Регионална занаятчийска камара-Пловдив се проведе от 25 до 28 май 2023 г. на ул. „11-ти август“ и ул. „Д-р Вълкович“ с акцент пленер „Накити от мъниста“. В рамките на формата, пловдивчани и гости на града имаха възможност да се докоснат до изяществото и традициите на занаята, пазен от хилядолетия. По време на „Пролетен панаир на занаятите“ бяха проведени две безплатни детски работилници и благотворителна изложба-базар „Деца творят за деца“ с изделия, сътворени в Занаятчийско училище – Пловдив.

✓ *Фестивал „Уикенд в Пловдив“*

В периода 18 - 20 август 2023 г. се проведе шестото издание на фестивал „Уикенд в Пловдив“. Форматът се организира от Съвет по туризъм – Пловдив, и има за цел да популяризира Пловдив като туристическа дестинация, и да увеличи туристопотока към града, чрез предоставянето на преференциални отстъпки в местата за настаняване, заведенията за хранене и туристическите атракции. През 2023 г. фестивалът „Уикенд в Пловдив“ предложи на пловдивчани и гостите на града различни ценови предложения за местата за настаняване и заведенията за хранене (от 10% до 50% отстъпка), посещение на туристически забележителности, игри, награди и съпътстваща уикенд- програма. Част от събитието бяха и дегустациите на вино „Пловдивски летни винени нощи“, които се проведоха на пл. „Централен“ - Античен форум Запад.

✓ *Фестивал „Гурмето под тепето“*

В периода 28 септември – 1 октомври 2023 г. на площада между улиците „Д-р Стоян Чомаков“ №1, „Съборна“ и „4-ти януари“ в Стария град, Сдружение „Филибелийски майсторлъци“ и община Пловдив представиха второто издание на събитието „Гурмето под тепето“. Форматът е продължение на последователните усилия на община Пловдив и туристическия бранш за насърчаване на туристическия поток в града, популяризирането на местната кухня и преоткриването на алтернативни локации (конкретно Стария град) за провеждане на събития. В рамките на второто издание на фестивала, основно място зае тематиката на една от най-старите обработени храни за човечеството, а именно хляба и печивата. Част от програмата беше и демонстрация на замесването и изпичането на пловдивски хлябове. На пловдивчани и гостите на града бяха представени приготвени на BBQ традиционни деликатеси от пловдивския регион, подправки, сладки изкушения, винени коктейли, домашни лимонади и много други. Събитието бе съпроводено с много музика, в изпълнение на Биг Бенд-Пловдив и трио „Соулмейт“.

✓ *Есенно издание на „Панаир на занаятите“*

Есенното издание на „Панаир на занаятите“, организирано от Регионална занаятчийска камара – Пловдив се проведе от 22 до 24 септември 2023 г., на „Улица на занаятите“ /ул. „Стръмна“ № 1, 1А, 2 и 3/ и ул. „Съборна“ в Стария град, под надслов „Занаятите - наследство и бъдеще“. Програмата на събитието включваше многобройни демонстрации на занаятите: терзийство, иконопис, дърворезба, художествена керамика, художествени тъкани, плъсти, духано стъкло, рисувано стъкло, пекарство и накити, работилници, ателиета за деца и възрастни, базар и томболи с награди, всички обединени от пет теми: „Да съхраним традициите“, „По следите на изчезващите занаяти“, „Майсторете ръчички за радост на всички“, „От тетрадката на баба“, и „Улови занаята“.

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

На 21 и 22 октомври по повод Международния ден на мавруда на пл. „Централен“ в Пловдив се състоя „Градски винен фестивал - Пловдив“ (Urban Wine Fest). Винени любители от Пловдив и гости на града дегустираха над 40 местни сорта вино, представени от винени експерти. Посветен на българското вино и наречен на един от най-ценените български сортове, Международният ден на мавруда е инициатива, която допринася за популяризирането на българското вино и винения туризъм сред местни и чуждестранни потребители, и чиято цел е да повиши интереса не само към България, но и в частност към Пловдив, като предпочитана дестинация за винен, устойчив и целогодишен туризъм.

✓ *Дефиле на младото вино*

За петнадесета поредна година, през последния уикенд на месец ноември, в рамките три дни – 24, 25 и 26 ноември, фестивалът „Дефиле на младото вино“ събра винопроизводители и винолюбители в забележителните възрожденски къщи на Стария град в Пловдив. Участниците в събитието бяха 67, от които рекорден брой винопроизводители – 50. Организаторите на събитието отчетоха над 70 хил. броя дегустации. В 19 локации любителите на древната напитка имаха възможност да опитат над 300 вида вина и множество деликатеси и да се насладят на богата съпътстваща програма. За поредна година фестивалът се проведе под патронажа на Министерството на туризма.

3. Събитийен календар

През 2023 година събитийният календар на Пловдив наброяваше повече от 900 събития. Той обединява информацията за фестивали, форуми, изложения и събития от Културния календар на Община Пловдив, Спортния календар на Община Пловдив, ОФ Пловдив 2019, Годишната програма за развитие на туризма, проявите на Международен панаир – Пловдив, зала „Колодрума“, зала С.И.Л.А и др. Целта на събитийния календар на Пловдив е да допринася за изпълнението на целите на ГПРТ – повишаването на туристопотока в града. Той има амбицията да обхване всички значими събития и да предоставя информацията на крайните и потребители, с което изпълнява горепосочената цел. Събирането, обобщаването и актуализирането на данните за събитийния календар е изключително трудоемък и продължителен процес и представлява предизвикателство от гледна точка предоставянето на навременна и актуализирана информация за целите на организиране престоя на туристите. Отдел „Туризъм“ постоянно развива и стандартизира изискваната информация от всички заинтересовани страни, публикува я на официалния туристически портал Visit Plovdiv, официалната страница Visit Plovdiv в социалната мрежа Фейсбук, и я изпраща до заинтересованите страни (туроператори, места за настаняване и туристически информационни центрове в Пловдив и страната).

VI. ДЕЙНОСТИ ПО ИЗГРАЖДАНЕ И ПОДДЪРЖАНЕ НА ИНФРАСТРУКТУРА

1. Изработване на рекламno-информационни карти-табла за спирки на общественя транспорт - проект „Пешеходна навигация“

Предходните две години част от усилията на отдел „Туризъм“ бяха насочени към изработването на нова авторска, двуезична туристическа карта на град Пловдив и поставянето и на съществуващите 14 информационни табла, монтирани в различни точки в града (централната част, пред централна ЖП гара, автогарите, Гребната база и летище Пловдив). При проектирането им бяха заимствани добри европейски практики по създаването на системи за ориентиране и особености при поднасяне на информация с помощта на знаци, пиктограми и др. През 2023 г. отдел „Туризъм“ завърши и последния етап на проекта „Пешеходна навигация“; който включи изработване и монтиране на 40 бр. цветни, двуезични, карти-схеми на автобусния градски транспорт, културно-исторически забележителности и значими обществени сгради в град Пловдив на спирки на обществения транспорт в централна градска част.

Графичната информация на картата е поместена в лист с размери 120 см / 120 см. Съдържанието на таблото включва информация за номера на текущата спирка, нейното наименование на български и английски език/транслитерация и автобусните маршрути, минаващи през нея с техните номера.

В основната графична част е нанесена картографската основа с уличната мрежа на гр. Пловдив, разработена специално за настоящия проект. Върху нея е наложена актуалната маршрутна схема, представена чрез отделни 29 бр. цветни линии, всяка отговаряща за отделен автобусен маршрут. Всяка линия е надписана със съответния си номер в началото, края и по протежение на маршрута. Спирките са изобразени с условен знак, показващ тяхното местоположение. Всички видове линии, условни знаци и спомагателни елементи са уточнени в легенда. В горния десен ъгъл на таблото е поместена туристическа карта, с обхват на централната градска част на града, където са разположени основни туристически, архитектурни и природни обекти, на които е решено да се акцентира. В отделна легенда в дясната част е поместена информация на български и английски език за 27 бр. притегателни точки, разпределени в няколко групи - музеи, галерии, културно-исторически забележителности и къщи-музеи, с поредна номерация, които могат да се локализируют на картите. В долната част на таблото е поместен списък на автобусните маршрути по номер и наименование на първа и последна спирка, легенда, поясняваща работата с автобусната схема и легенда с използваните условни знаци. На всяко табло е посочено текущото местоположение върху картата с условен знак и текст: „Вие сте тук“.

VII. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ

1. Икономически показатели 2023/ 2022 и 2023/ 2019

През 2023 г. в световен мащаб, туристическата индустрия показва почти напълно възстановяване от безпрецедентната криза от COVID-19, като много дестинации достигнаха или надвишиха международните пристигания и приходи от преди пандемията. Според първото издание на UNWTO World Tourism Barometer за 2024 г., което проследява възстановяването на сектора по региони, подрегиони и дестинации, международният туризъм е завършил 2023 г. достигайки до 88% от нивата преди пандемията, с приблизително 1,3 милиарда международни пристигания и постъпления от международен туризъм в размер на 1,4 трилиона щатски долара.

По данни на UNWTO Tourism Recovery Tracker през 2023 г., икономическия принос от туризъм, измерен чрез прекия брутен вътрешен продукт реализира 3,3 трилиона щатски долара и съставлява 3% от световния брутен продукт, показвайки подем на сектора дължащ се основно на силния вътрешен туризъм и постепенното подновяване на търсенето на международните пътувания. Устойчивото възстановяване е отразено и в представянето на икономически показатели като заетост на въздушен трафик и търсене на пътувания, които в края на месец октомври 2023 г. са достигнали почти 90% от стойностите преди пандемията. Нива на заетост на местата за настаняване в световен мащаб също регистрират ръстове и през ноември 2023 г. достигат 65% от нивата преди пандемията.

Близкият изток е единственият регион, постигнал напълно възстановяване и регистрира пристигания с 22% повече от 2019 г. Африка възстановява 96% от международните пристигания преди пандемията, а Америка - 90%. Азия и Тихия океан достигат 65% от нивата преди пандемията след повторното отваряне на няколко пазара и дестинации. Най-посещаваният регион в света - Европа, достига 94% от нивата през 2019 г., като съществен фактор в неговото възстановяване се очерта вътрешното регионално търсене и пристиганията от САЩ.

През 2023 г. Европа посреща 700 милиона от регистрираните в световен мащаб пътници, което представлява 54% от световния туристопоток. Нивата на международните пътувания в края на изминалата година са само с 1,6% под нивата от 2019 г. за целия континент като цяло, и се очаква тази тенденция да продължи и през 2024 г. По отношение възстановяване на туристическия сектор в Европа по подрегиони, Южна Европа и Средиземноморието заемат първо място, като надминават своите нива от 2019 г. (1%), следвани от Северна и Западна Европа, които са под нивата на 2019 г., съответно с 1,6% и 2,9%. Най-бавно е възстановяването на подрегион Централна и източна Европа, който е с 25,2% под нивата на 2019 г.

Сред страните, отбелязващи най-голямо увеличение на пристигащите международни пътувания спрямо 2019 г., са много южноевропейски дестинации, включително Португалия (+11%), Черна гора (+10%), Турция (+9%) и Малта (+8%). Това са популярни дестинации за по-ценово ориентирани ваканционни пътувания, тип „Ол инклузив“, които поради благоприятните климатични условия, които продължават да посрещат туристи и през по-късните месеци на 2023 г. От друга страна, дестинациите, граничещи с Русия, продължават да отбелязват най-бавното възстановяване на пристигащите чужденци.

След успешната 2023 г. очакванията са през 2024 г., международният туризъм да постигне окончателно възстановяване, като първоначалните прогнози на UNWTO посочват и 2% ръст спрямо нивата от 2019 г. Това в голяма степен зависи от темпа на възстановяване на регион Азия, развитието на международните конфликти в Близкия изток и на източния фронт на Европа, както и от съществуващите икономически предизвикателства - нестабилни стойности на горивата, инфлационен натиск и липса на квалифициран персонал. Очаква се Европа отново да постигне високи резултати през 2024 г. като Румъния и България ще се присъединят към въздушното Шенгенско пространство през март 2024 г., а Париж ще бъде домакин Летните олимпийски игри през 2024 г., в месеците юли и август.

По официални данни на НСИ през 2023 г. България реализира приходи от нощувки в местата за настаняване в размер на 2 080 228 543 лв. По този показател се отбелязва ръст съответно с 24% спрямо 2022 г., и с 37% спрямо 2019 г. През 2023 г. броят на пренощуващите лица в местата за настаняване възлиза на 8 640 448, като отбелязва общ ръст от 13,5% - българските граждани са се увеличили с 10,3% спрямо 2022 г., а чуждите граждани с 18%. Спрямо 2019 г. по този индикатор има общо увеличение с 5,5%, като за български граждани то е 22%, а чуждестранните лица не са достигнали нивата от 2019 г. и са с 11% по-малко. Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2023 г. е 26 865 046 и бележи увеличение с 11 % спрямо 2022 г.- българските граждани са реализирали 9%, а чуждестранните 13% повече нощувки. Съпоставен с 2019 г. този показател отчита общ спад с 1%, като чуждестранните граждани са с 17 % по- малко, а при българските граждани положителната тенденция от увеличение е запазена и те бележат ръст с 27%.

По данни на НСИ за 2023 г., Пловдив реализира следните резултати:

- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2023 г. възлиза на 661 967, и регистрира ръст от 28 % спрямо предходната 2022, и 30% в сравнение със същия период на 2019 г. По този показател, повишението при българските граждани е с 18% за 2023 спрямо 2022 г., и с 38 % спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани, реализираните нощувки са 43% повече спрямо 2022 г., и надвишават нивата от 2019 г. - 20% повече (табл.1).
- ✓ Общият брой на пренощуващите лица в местата за настаняване през 2023 г. е 356 095 и отбелязва общ ръст от 25% спрямо 2022, и с 22 % спрямо същия период на 2019 (табл.1).
- ✓ През 2023 г. пренощуващите чуждестранни граждани в местата за настаняване са 134 244 и отбелязват 52% ръст спрямо 2022 г., и категорично надвишаване нивата на този показател, с 11% спрямо 2019 г. (табл.1).
- ✓ Като основни генериращи пазари за 2023 г. се очертаха: Турция (18% от общия дял пренощували лица), Израел (7,6% от общия дял пренощували лица), Гърция (7,4% от общия дял пренощували лица), Германия (6,9% от общия дял пренощували лица), Испания (4,7% от общия дял пренощували лица), Италия (4,3% от общия дял пренощували лица), Обединено Кралство (4% от общия дял пренощували лица), САЩ (4% от общия дял пренощували лица), Румъния (3,7% от общия дял пренощували лица), Франция (3,5% от общия дял пренощували лица) (табл.6).
- ✓ През 2023 г. общият брой пренощували български граждани възлиза на 221 851 като отбелязва увеличение с 12 % спрямо 2022 г., и надминава с 30% нивата от 2019 г.
- ✓ През 2023 г., Община Пловдив отбеляза увеличение от 37% на общите приходи от нощувки в местата за настаняване в сравнение с 2022 г., и увеличение от 59% спрямо 2019 г. При българските граждани повишението е с 32% спрямо 2022 г. и с 79% спрямо 2019 г. Приходите от чуждестранни граждани през 2023 г. са с 42% повече спрямо същия период на 2022 и изравняват нивата на 2019 г.
- ✓ По отношение на конкурентните на дестинации на вътрешния пазар София и Велико Търново за 2023 г., Пловдив отбелязва следите резултати:

По показател „Реализирани нощувки“ за България, София реализира 8,1 % от общия дял, 2,5 % се падат на Пловдив и 1% на Велико Търново. По този индикатор Община Пловдив реализира 70% по-малко нощувки от Столична община и над 150% повече от община Велико Търново. В сравнение със столицата, процентът на пренощуващите чуждестранни лица в Пловдив е 80% по-малко, а на българските 50% по-малко. По този показател спрямо Велико Търново, Пловдив отбелязва ръстове над 100 % за чуждестранните и българските посетители. Приходите от нощувки за Пловдив са 79% по-ниски в сравнение със София и 183% повече спрямо Велико Търново (табл.2).

2. Дейност на местата за настаняване през 2023 г.

- ✓ За 2023 г. приходите от туристически данък възлизат на 609 500 лв. и съответно регистрират увеличение с 29%. За същия период на 2023 г. събираемостта от туристически данък е 473 129 лв.
- ✓ По данни на ЕСТИ общият брой на функциониращите места за настаняване (категоризирани и регистрирани) през 2023 г. се е увеличил с 25,9 % и възлиза общо на 616.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., на територията на община Пловдив са функционирали общо 136 места за настаняване (категоризирани и регистрирани) с 10 и повече легла. Общият брой на функциониращите легла в тях през 2023 г. е 6960.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., общият брой на местата за настаняване с капацитет под 10 легла е 480 (категоризирани и регистрирани), с общ брой функциониращи легла 1843.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., общият брой места за настаняване от категория 4 & 5 звезди е 21, от категория 3 звезди – 59, и от категория 1&2 звезди - 99.
- ✓ През 2023 г., общата заетост на местата за настаняване с над 10 легла е 31 % и отбелязва ръст от 14% спрямо 2022 г.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г. 51,1% от реализираните нощувки са в места за настаняване от категория 4 & 5 звезди, 35 % в места за настаняване от категория 3 звезди и 14,1 % в места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г., 43% от пренощуващите български граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 41% места за настаняване от категория 3 звезди и 16,4% места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г. 70% от пренощуващите чуждестранни граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 24,3% места за настаняване от категория 3 звезди и 6% - места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ През 2023 г., най-висок е процентния дял от приходи от места за настаняване категория 4 и 5 звезди – 59,5%, следвани от местата за настаняване категория 3 звезди с 32,5%. и 1 и 2 звезди съответно 8%.

- ✓ През 2023 г. средната продължителност на престоя на българските граждани е 1,7 нощувки, а на чуждестранните граждани-2,1 нощувки. Българските граждани са отделили от бюджета си средно по 66 лв. за нощувка, а чуждестранните – по 74 лв. (табл.1).

3. Дейност на ОЕККТО и КСВТ през 2023 г.

3.1. Общинската експертна комисия по категоризация (ОЕККТО)

В периода на 1 януари – 31 декември на 2023 г. Общинската експертна комисия по категоризация проведе 18 редовни присъствени заседания.

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

- ✓ Определяне на категория на туристически обекти – 146;
- ✓ Промяна на вписаните обстоятелства в туристически обекти -5;
- ✓ Потвърждаване на категория на туристически обекти – 21;
- ✓ Прекратяване на категория на туристически обекти – 14;
- ✓ Изготвени заповеди за откази за категоризиране на туристически обекти – 3;
- ✓ Прекратяване на открити процедури за категоризиране на туристически обекти – 1;
- ✓ Откриване на процедура по категоризиране на туристически обекти -234;
- ✓ Удължаване срока на временното удостоверение съгласно ЗТ – 1;
- ✓ Регистриране за упражняване на дейност „Хотелиерство“ в стая за гости или апартамент за гости - 208;
- ✓ Прекратяване на регистрация за упражняване на дейност хотелиерство в стаи за гости или апартаменти за гости – 33;

Успоредно с успешното възстановяването на туристическия сектор в Пловдив през 2023 г. се наблюдава тенденцията към настанявания в къщи, апартаменти и стаи, част от тях некатегоризирани, и присъстващи в сайтове Airbnb и Booking.com. Това очертава предизвикателство не само на местно, но и на национално ниво, свързано с реалното отчитане на реализираните нощувки чрез подобни платформи в статистическите данни от НСИ. В подкрепа на това отдел „Туризъм“ направи проучване и установи, че към 01.03.2023 г., в Airbnb за Пловдив са регистрирани над 700 (по-точно 717) места за настаняване. Въпреки, че платформата Booking.com изисква удостоверение за категоризация на местата за настаняване за град Пловдив (при филтър до 5 км от центъра на града), се идентифицират 47 некатегоризирани места за настаняване. В тази връзка, отдел „Туризъм“ подготви мотивирано предложение до кмета на община Пловдив за предприемане на действия в посока промяна на правилника на работа на Пловдивски общински инспекторат и последващо вменяване на конкретни задължения за редовен контрол чрез планови и извънредни проверки на местата за настаняване - на място и по документи.

3.2 Консултативен съвет по въпросите на туризма (КСВТ)

През 2023 г. консултативен съвет по въпросите на туризма проведе 1 редовно заседание, с активното участие на представители на туристическия бранш в Пловдив.

VIII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

След пандемичните сривове от последните две години 2023 г. показва, че туристическия сектор в Пловдив е достигнал пълно възстановяване от кризата, като статистическите данните сочат и ръстове в повечето икономически индикатори спрямо успешната 2019 г., в която Пловдив беше Европейска столица на културата. През 2024 г. усилията на отдел „Туризм“ ще бъдат насочени към надграждане на постигнатите резултати, чрез активно популяризиране на събитийния календар и нови туристически атракции, част от културно-историческото наследство, чието откриване предстои, като основни инструменти за привличане на туристопоток към града. Независимо от благоприятния общ фон по отношение на посетителите и приходите, следва да се установи тясно сътрудничество и работа с представители туристическия бранш за подобряване на качеството на туристическия продукт, предвид факта, че като туристическа дестинация страната ни се изправя пред ново сериозно предизвикателство - ценовите нива изпреварват развитието на качеството на българския туризъм.

Приложения:

Прил. 1 Финансов отчет към ГПРТ

Прил. 2 Статистически показатели

Изготви:

Юлиана Йорданова
Началник отдел „Туризм“

Приложение 1

ОТЧЕТ НА ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ				
2023 година				
Преходен остатък 2022 г.: 309 680 лв.				
Заложени средства от туристически данък за 2023 г.: 500 000,00 лв.				
Заложени средства от такса категоризиране на МН и ЗХР в Община Пловдив: 109 500,00 лв.				
Общо за 2023 г.: 919 180 лв.				
№	Дейности	Заложени средства	Изразходени	Остатък
I	Дейности по изграждане на инфраструктура, обслужваща туризма	68 000	34 800	33 200
1	Брандиране на спирки за автобусен транспорт с туристически карти включващи транспортна схема и обозначени в близост забележителности.	35 000	34 800	200
2	Дейности по изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма (ремонт и поддръжка на метални конструкции, указателни и информационни табели и др.).	33000	0	33000
II	Дейности по организация на събития с местно и национално значение	200 000	183 264,32	16 735,68
1	Възлагане организацията на събития с туристическа насоченост на външен изпълнител, съгласно методология за проектно финансиране.	84 000	81 437,60	2562,4
2	Домакинство на Община Пловдив при провеждане на събития с местно и национално значение (журналистически и инфо турове, блогърски посещения, кръгли маси, изнесени заседания на държавни и браншови структури и др.)	116 000	101 826,72	14 173,28
III	Проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма	37 000	1 359,60	35 640,40
1	Данни от НСИ	2 000	1 359,60	640,40
2	Провеждане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи и др.	35 000	0	35 000
IV	Реклама на туристическия продукт	492 940	209 994,52	282945,48
1	Реклама в печатни издания в страната и чужбина	23 000	4 656	18 344
2	Реклама в мобилни приложения, социални мрежи, електронни, радио и телевизионни медии в България и чужбина	190 000	19 554,64	170 445,36
3	Печатна реклама и рекламни сувенири (билбордове, винили, транспаранти, календари, брошури, каталози, визитки, постери, флаери, тефтери, сувенири и др.)	233 940	154 163,88	79 776,12
4	Провеждане на промоционални опознавателни пешеходни турове	10 000	0	10 000
5.	Изработка на аудиовизуални и фотографски продукти	33 000	29 760	3 240
6.	Преводачески услуги	3 000	1 860	1 140
V	Участие на туристически борси и изложения	78 000	56 188,56	21 811,44
1.	Участие в туристически борси в България	48 500	48 500	0

2	Туристически борси и изложения в чужбина (Мадрид, Лондон)	24 500	6 506,31	17 993.69
3	Участие в др. туристически форуми (АБТТА, НСОРЕ, БХРА и др.)	5 000	1 182,25	3 817,75
VI	Взаимодействие и членство на общината в тур. Сдружения и организация за управление на тур. район	6 240	6 240	0
1	Членски внос			
1.1	Съвет по туризъм	780	780	0
1.2	ОУТИР	5 460	5 460	0
VII	Разработване, поддръжка и оптимизация на туристически портал	37 000	0	37 000
1	Изработване на нов тур. портал и моб.приложение	35000	0	35000
2	Поддръжка на сайтове - хостинг, домейн и др.	2000	0	2000
ОБЩО ЗА 2023 г.		919 180	491 847	427 333

Деятельность на местах за настаняване в община Пловдив за 2023 г.
спрямо 2019, 2021 и 2022 г.

(Табл. 1)

Показател / Период		2019	2021	2022	2023	Ръст 2023 спрямо 2019	Ръст 2023 спрямо 2021	Ръст 2023 спрямо 2022
Реализирани нощувки в места за настаняване - брой	общо	510 676	329 418	517 883	661 967	30%	101%	28%
	от българи	271 509	214 960	317 931	375 156	38%	75%	18%
	от чужди граждани	239 167	114 458	199 952	286 811	20%	151%	43%
Пренощували лица в места за настаняване - брой	общо	292 102	175 097	285 804	356 095	22%	103%	25%
	от българи	170 624	131 060	197 441	221 851	30%	69%	12%
	от чужди граждани	121 478	44 037	88 363	134 244	11%	205%	52%
Приходи от нощувки в места за настаняване - левове	общо	28 787 404	18 487 479	33 573 224	45 861 179	59%	148%	37%
	от българи	13 805 549	10 753 118	18 644 285	24 643 850	79%	129%	32%
	от чужди граждани	14 981 855	7 734 361	14 928 939	21 217 329	42%	174%	42%
Среден приход от нощувка - левове	общо	56,4	56,1	64,8	69,3	23%	23%	7%
	от българи	50,8	50,0	58,6	65,7	29%	31%	12%
	от чужди граждани	62,6	67,6	74,7	74,0	18%	9%	-1%
Средна продължителност на престоя - бр. нощувки	общо	1,7	1,9	1,8	1,9	6%	-1%	3%
	от българи	1,6	1,6	1,6	1,7	6%	3%	5%
	от чужди граждани	2,0	2,6	2,3	2,1	9%	-18%	-6%
Средна заетост (нощувки/ легладенонощ.). %	общо	33%	20%	27%	31%	-8%	51%	14%
	от българи	18%	13%	17%	17%	-2%	31%	5%
	от чужди граждани	16%	7%	10%	13%	-15%	88%	28%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

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

**Дейност на местата за настаняване в общините Столична, Пловдив и Велико
Търново за 2023 г. (Табл. 2)**

Показател за 2023 г. / Общини	Реализирани нощувки - брой			Пренощували лица - брой			Приходи от нощувки - левове		
	Общо	от българи	от чужденци	Общо	българи	чужденци	Общо	от българи	от чужденци
Общо за страната	26 865 046	12 311 004	14 554 042	8 640 448	5 019 035	3 621 413	2 080 228 543	824 078 153	1 256 150 390
Велико Търново	259 688	188 052	71 636	157 721	109 809	47 912	16 186 384	10 866 092	5 320 292
Пловдив	661 967	375 156	286 811	356 095	221 851	134 244	45 861 179	24 643 850	21 217 329
Столична	2 185 868	764 499	1 421 369	1 145 946	443 186	702 760	219 919 834	58 419 579	161 500 255
Дял на Велико Търново спрямо "Общо за страната"	1%	1,5%	0%	2%	2%	1%	1%	1%	0%
Дял на Пловдив спрямо "Общо за страната"	2,5%	3,0%	2%	4%	4%	4%	2%	3%	2%
Дял на Столична спрямо "Общо за страната"	8,1%	6,2%	10%	13%	9%	19%	11%	7%	13%
Ръст на Пловдив сравнен с В.Търново	155%	99%	300%	126%	102%	180%	183%	127%	299%
Ръст Пловдив сравнен със Столична общ.	-70%	-51%	-80%	-69%	-50%	-81%	-79%	-58%	-87%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

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

Посещения в туристическите информационни центрове за 2022 и 2023 г.

(Табл. 3)

2022 г.				2023 г.			
Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО	Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО
Общо	6 471	9 349	15 820	Общо	14 589	25 522	40 111
Българи	1 926	2 183	4 109	Българи	2 906	6 942	9 848
Чужденци	4 545	7 166	11 711	Чужденци	11 683	18 580	30 263

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

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

Посещения на туристическите забележителности в община Пловдив

за 2022 и 2023 г.

(Табл. 4)

Туристически обект / Период	2022 г.			2023 г.		
	Българи	Чужденци	Общо	Българи	Чужденци	Общо
ОИ „Старинен Пловдив“	255 950	100 721	356 671	272 346	131 996	404 342
Регионален исторически музей	12 656	5 939	18 595	9 895	2 906	12 801
Регионален етнографски музей	27 519	12 209	39 728	32 134	18 055	50 189
Регионален природонаучен музей	92 044	960	93 004	115 571	3 634	119 205
Градска художествена галерия	23 215	4 104	27 319	27 263	10 200	37 463
Регионален археологически музей	7 463	2 370	9 833	26 696	8 688	35 384
Културен център „Тракарт“	8 422	2 089	10 511	4 150	840	4 990
Общо:	427 269	128 392	555 661	488 055	176 319	664 374

Посещенията на събития в туристическите забележителности

в община Пловдив за 2022 и 2023 г.

(Табл. 5)

Туристически обект	Посещения на събития за 2022 г.	Посещения на събития за 2023 г.
ОИ „Старинен Пловдив“	122 957	129 332
Регионален исторически музей	3 970	3 265
Регионален етнографски музей	6 538	9 304
Регионален природонаучен музей	4 870	7 750
Градска художествена галерия	6 806	12 267
Регионален археологически музей	405	5 595
Културен център „Тракарт“	6 882	3 400
Общо:	152 428	170 913

¹ До мес. август 2023 г. сграда „Ейрене“ в Археологическия подлез се стопанисва от Културен център „Тракарт“, а впоследствие - от Община Пловдив.

**Топ 10 реализирани нощувки от чужденци по страни в местата за настаняване в
Община Пловдив за 2023 г.**

(Табл. 6)

№	Държави	Брой за 2023 г.	Дял
1	Турция	42 857	15%
2	Израел	26 787	9,3%
3	Германия	20 594	7,2%
4	Гърция	18 980	6,6%
5	Италия	14 316	5%
6	Румъния	12 820	4,5%
7	САЩ	12 541	4,4%
8	Обединено кралство	12 493	4,4%
9	Испания	11 887	4,1%
10	Франция	9 038	3,2%
	Общо за всички държави	286 811	

**Топ 10 пренощували чужденци по страни в местата за настаняване в Община
Пловдив за 2023 г.**

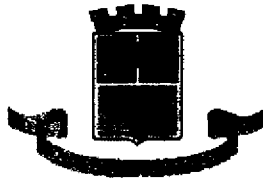
(Табл. 7)

№	Държава	Брой за 2023 г.	Дял
1	Турция	24 409	18%
2	Израел	10 230	7,6%
3	Гърция	9 999	7,4%
4	Германия	9 281	6,9%
5	Испания	6 362	4,7%
6	Италия	5 714	4,3%
7	Обединено кралство	5 375	4%
8	САЩ	5 342	4%
9	Румъния	5 005	3,7%
10	Франция	4 701	3,5%
	Общо за всички държави	134 244	

¹ Справките са изготвени на база официални данни от НСИ

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

Приложение № 2
Към Решение № 124
взето с протокол № 6...
от 11.04.2024 г.
на Общински съвет - Пловдив



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

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

ГОДИШНА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ ЗА 2024 Г.

ВЪВЕДЕНИЕ

Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив за 2024 година е разработена в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., Годишната програма за национална туристическа реклама за 2024 г. на МТ, Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2027 г., Общинската програма за развитие на туризма за 2021-2027 г., представляваща неразделна част от Плана за интегрирано развитие на Община Пловдив за 2021-2027 г.

Дейностите по програмата са финансово гарантирани в съответствие с постъпленията от туристически данък от местата за настаняване на територията, на общината (чл.60, ал.1, т.2 от ЗТ) и средствата от категоризиране на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения на територията на Община Пловдив. Финансовата обосновка – проектобюджет за 2024 г. е неразделна част от Годишна програма за развитие на туризма (Прил.1).

Годишната програма за развитие на туризма в община Пловдив за 2024 г. се обсъжда и одобрява от Консултативния съвет по въпросите за туризъм към Община Пловдив и се приема от Общински съвет - Пловдив. Програмата се изпълнява от отдел „Туризъм“, и в партньорство с държавни и общински организации, туристически сдружения, културни институти, неправителствени организации и туристическия бранш.

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

I. ВИЗИЯ

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

II. МИСИЯ

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

III. ПРИОРИТЕТИ

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

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

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

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

IV. ОСНОВНИ СЪСТАВКИ НА ТУРИСТИЧЕСКИ БРАНД ПЛОВДИВ

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

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

както и чрез тяхното комбиниране.

V. АНАЛИЗ НА ТЕКУЩОТО СЪСТОЯНИЕ

1. Икономически показатели 2023/ 2022 и 2023/ 2019

Настоящата програма стартира с направения анализ в отчета за изпълнение на ГПРТ 2019.

1.1.Тенденции в световен мащаб

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

- ✓ По данни на първото издание от доклада на Световната организация по туризъм (UNWTO) World Tourism Barometer за 2024 г., който проследява

възстановяването на сектора по региони, подрегиони и дестинации, международният туризъм е завършил 2023 г. достигайки до 88% от нивата преди пандемията, с приблизително 1,3 милиарда международни пристигания и постъпления от международен туризъм в размер на 1,4 трилиона щатски долара.

- ✓ Икономическият принос от туризъм, измерен чрез прекия брутен вътрешен продукт реализира 3,3 трилиона щатски долара и съставлява 3% от световния брутен продукт, показвайки подем на сектора дължащ се основно на силния вътрешен туризъм и постепенното подновяване на търсенето на международните пътувания. Устойчивото възстановяване е отразено и в представянето на икономически показатели като заетост на въздушен трафик и търсене на пътувания, които в края на месец октомври 2023 г. са достигнали почти 90% от стойностите преди пандемията. Нива на заетост на местата за настаняване в световен мащаб също регистрират ръстове и през ноември 2023 г. достигат 65% от нивата преди пандемията.
- ✓ Близкият изток е единственият регион, постигнал напълно възстановяване и регистрира пристигания с 22% повече от 2019 г. Африка възстановява 96% от международните пристигания преди пандемията, Америка - 90%, а Азия и Тихия океан достигат 65% от нивата преди пандемията.
- ✓ През 2023 г. Европа посреща 700 милиона от регистрираните в световен мащаб пътници, което представлява 54% от световния туристопоток. Нивата на международните пътувания в края на изминалата година са само с 1,6% под нивата от 2019 г. за целия континент като цяло, и се очаква тази тенденция да продължи и през 2024 г.
- ✓ Сред страните, отбелязващи най-голямо увеличение на пристигащите международни пътувания спрямо 2019 г., са много южноевропейски дестинации, включително Португалия (+11%), Черна гора (+10%), Турция (+9%) и Малта (+8%). Това са популярни дестинации за по-ценово ориентирани ваканционни пътувания, тип „Ол инклузив“, които поради благоприятните климатични условия, които продължават да посрещат туристи и през по-късните месеци на 2023 г. От друга страна, дестинациите, граничещи с Русия, продължават да отбелязват най-бавното възстановяване на пристигащите чужденци.

1.2. Тенденции в национален мащаб

- ✓ По данни от доклада World Tourism Barometer на Световната туристическа организация (UNWTO), България е сред най-добре възстановяващите се дестинации през 2023 спрямо предпандемичната 2019 г. отношение на: брой туристическите посещения и по приходи от международен туризъм .
- ✓ По официални данни на НСИ през 2023 г. България реализира приходи от нощувки в местата за настаняване в размер на 2 080 228 543 лв. По този показател се отбелязва ръст съответно с 24% спрямо 2022 г., и с 37% спрямо 2019 г.
- ✓ През 2023 г. броят на пренощуващите лица в местата за настаняване възлиза на 8 640 448, като отбелязва общ ръст от 13,5% - българските граждани са се увеличили с 10,3% спрямо 2022 г., а чуждите граждани с 18%. Спрямо 2019 г. по този индикатор има общо увеличение с 5,5%, като за български граждани то е 22%, а чуждестранните лица не са достигнали нивата от 2019 г. и са с 11% по-малко.

- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2023 г. е 26 865 046 и бележи увеличение с 11 % спрямо 2022 г.- българските граждани са реализирали 9%, а чуждестранните 13% повече нощувки. Съпоставен с 2019 г. този показател отчита общ спад с 1%, като чуждестранните граждани са с 17 % по- малко, а при българските граждани положителната тенденция от увеличение е запазена и те бележат ръст с 27%.

1.3 Тенденции в Община Пловдив

На този фон по данни на НСИ за 2022 г., Пловдив реализира следните резултати:

- ✓ Общият брой реализирани нощувки в местата за настаняване за 2023 г. възлиза на 661 967, и регистрира ръст от 28 % спрямо предходната 2022, и 30% в сравнение със същия период на 2019 г. По този показател, повишението при българските граждани е с 18% за 2023 спрямо 2022 г., и с 38 % спрямо 2019 г. При чуждестранните граждани, реализираните нощувки са 43% повече спрямо 2022 г., и надвишават нивата от 2019 г. - 20% повече (табл.1).
- ✓ Общият брой на пренощуващите лица в местата за настаняване през 2023 г. е 356 095 и отбелязва общ ръст от 25% спрямо 2022, и с 22 % спрямо същия период на 2019 (табл.1).
- ✓ През 2023 г. пренощуващите чуждестранни граждани в местата за настаняване са 221 851 и отбелязват 52% ръст спрямо 2022 г., и категорично надвишаване нивата на този показател, с 11% спрямо 2019 г. (табл.1).
- ✓ Като основни генериращи пазари за 2023 г. се очертаха: Турция (6,9 % от общия дял пренощували лица), Израел (3 % от общия дял пренощували лица), Гърция (2,8% от общия дял пренощували лица), Германия (2,6% от общия дял пренощували лица), Испания (1,8 % от общия дял пренощували лица), Италия (1,6% от общия дял пренощували лица), Обединено Кралство (1,5% от общия дял пренощували лица), САЩ (1,5% от общия дял пренощували лица), Румъния (1,4% от общия дял пренощували лица), Франция (1,3% от общия дял пренощували лица) (табл.2).
- ✓ През 2023 г. общият брой пренощували български граждани възлиза на 197 441 като отбелязва увеличение с 12 % спрямо 2022 г., и надминава с 30% нивата от 2019 г.
- ✓ През 2023 г., Община Пловдив отбелязва увеличение от 37% на общите приходи от нощувки в местата за настаняване в сравнение с 2022 г., и увеличение от 59% спрямо 2019 г. При българските граждани повишението е с 32% спрямо 2022 г. и с 79% спрямо 2019 г. Приходите от чуждестранни граждани през 2023 г. са с 42 % повече спрямо същия период на 2022 и изравняват нивата на 2019 г.
- ✓ По отношение на конкурентните на дестинации на вътрешния пазар София и Велико Търново за 2023 г., Пловдив отбелязва следите резултати: По показател „Реализирани нощувки“ за България. София реализира 8.1 % от общия дял, 2,5 % се падат на Пловдив и 1% на Велико Търново. По този индикатор Община Пловдив реализира 70% по-малко нощувки от Столична община и над 150% повече от община Велико Търново. В сравнение със столицата, процентът на пренощуващите чуждестранни лица в Пловдив е 80% по-малко, а на българските 50% по-малко. По този показател спрямо Велико Търново, Пловдив

отбелязва ръстове над 100 % за чуждестранните и българските посетители. Приходите от нощувки за Пловдив са 79% по-ниски в сравнение със София и 183% повече спрямо Велико Търново (табл.2).

По данни на ЕСТИ:

- ✓ За 2023 г. приходите от туристически данък възлизат на 609 500 лв. и съответно регистрират увеличение с 29%. За същия период на 2023 г. събираемостта от туристически данък е 473 129 лв.
- ✓ По данни на ЕСТИ общият брой на функциониращите места за настаняване (категоризирани и регистрирани) през 2023 г. се е увеличил с 25.9 % и възлиза общо на 616.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., на територията на община Пловдив са функционирали общо 136 места за настаняване (категоризирани и регистрирани) с 10 и повече легла. Общият брой на функциониращите легла в тях през 2023 г. е 6960.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., общият брой на местата за настаняване с капацитет под 10 легла е 480 (категоризирани и регистрирани), с общ брой функциониращи легла 1843.
- ✓ По данни на ЕСТИ през 2023 г., общият брой места за настаняване от категория 4 & 5 звезди е 21, от категория 3 звезди – 59, и от категория 1&2 звезди - 99.
- ✓ През 2023 г., общата заетост на местата за настаняване с над 10 легла е 31 % и отбелязва ръст от 14% спрямо 2022 г.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г. 51,1% от реализираните нощувки са в места за настаняване от категория 4 & 5 звезди, 35 % в места за настаняване от категория 3 звезди и 14,1 % в места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г., 43% от пренощуващите български граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 41% места за настаняване от категория 3 звезди и 16,4% места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ По данни на НСИ през 2023 г. 70% от пренощуващите чуждестранни граждани са предпочели места за настаняване от категория 4 и 5 звезди, 24,3% места за настаняване от категория 3 звезди и 6% - места за настаняване от категория 1 и 2 звезди.
- ✓ През 2023 г.. най-висок е процентния дял от приходи от места за настаняване категория 4 и 5 звезди – 59,5%, следвани от местата за настаняване категория 3 звезди с 32,5%, и 1 и 2 звезди съответно 8%.
- ✓ През 2023 г. средната продължителност на престоя на българските граждани е 1,7 нощувки, а на чуждестранните граждани-2.1 нощувки. Българските граждани са отделили от бюджета си средно по 66 лв. за нощувка, а чуждестранните – по 74 лв. (табл.1).

2. Генериращи пазари

През 2024 г. страните от Европейския съюз, както и българските туристи продължават да са най-важният генериращ пазар за Пловдив

2.1. Вътрешен пазар България включително и община Пловдив;

2.2. Външни пазари;

- ✓ Съседни държави: Гърция, Турция, Македония, Сърбия, Румъния;

- ✓ Други държави от Европейски съюз: Испания, Италия, Франция, Великобритания, Германия;

VI. ОСНОВНИ ПРИОРИТЕТИ ЗА РАБОТА 2024

1. Маркетингови дейности

1.1. Дигитални активности

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

1.2. Външна реклама

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

1.3. Реклама в електронни медии

- ✓ Реклама в специализирани телевизии като „Телевизия Туризм“, Travel TV и др. Добре планираната телевизионна рекламна кампания гарантира информираност за предлаганите видове туризъм и разпознаваемост на дестинация Пловдив.
- ✓ Радио реклама (местни и национални) - насочена към индивидуалните туристи, със собствени транспортни средства.

1.4. Реклама в социални мрежи

- ✓ Планиране и организиране на постинг план за целогодишна рекламна кампания за популяризиране на страницата Visit Plovdiv в социалните мрежи за промотиране на дестинация Пловдив.

1.5. Печатна реклама

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

2. PR комуникация и събития

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

- ✓ Събитиен календар на Пловдив – подобряване на комуникацията със заинтересованите субекти, с цел популяризиране на организиранияте от тях събития.
- ✓ Домакинство на Община Пловдив на национални конференции, форуми, дискуссионни панели, кръгли маси и други активности с представители на туристическия бранш, държавната и местната власт, регионални туристически структури и браншови организации и други заинтересовани страни.
- ✓ Домакинство, участие и организация на Община Пловдив на публични, медийни и бизнес събития и извличане на максимален медиен и PR ефект (международни)

спортни мероприятия със състезателен характер, конкурси, домакинства, конференции, инициативи, фестивали и др.)

- ✓ Регулярни тематични прес-съобщения, статии, журналистически видеа и цялостна PR комуникация с медии в български, европейски и световни печатни и онлайн издания.
- ✓ Провеждане на опознавателни турове.
Провеждане на безплатни турове за туристи и гости на града, както и организиране на журналистически и експедиентски турове за представители на медии, блогъри, влогъри и инфлуенсъри, туроператори, туристически агенти.
- ✓ Подкрепа на събития с местно и национално значение.
Събитията, част от Годишната програма за развитие на туризма в Община Пловдив, следва да се превърнат в културни традиции, които се развиват и надграждат във времето, като същевременно стимулират туристопотока в града.

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

- ✓ Fitur Madrid, Spain
- ✓ Ваканция и Спа Експо – София;
- ✓ ITB Berlin, Germany;
- ✓ WTM – London, UK
- ✓ Други формати;

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

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

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

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

4.2. Проучвания за българските и чуждестранните посетители в Пловдив.

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

5. Дейности по изграждане и поддръжка на туристическа инфраструктура

- ✓ Подмяна на рекламно-информационни елементи;
- ✓ Ребрандиране на съществуващите табла :
- ✓ Други;

Очаквани резултати:

1. Количествени

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

2. Качествени

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

Приоритет I: Съхраняване на културната идентичност на туристическия продукт, развитие, усъвършенстване и интегритет на туристическото предлагане.	
Специфична цел 1. Утвърждаване на конкурентоспособността на приоритетните видове туризъм- културен, събитийен, бизнес, вино и гурме, спортен, уикенд и шопинг туризъм. Увеличаване на периода на престой.	
Мярка 1.1.1. Утвърждаване на позициите на културен туризъм в община Пловдив.	Дейност 1.1.1.1: Оптимизиране на използването на културните ресурси на Община Пловдив като културни активи за туризъм на Община Пловдив.
	Дейност 1.1.1.2: Подобряване на социализацията на културно-историческото наследство.
	Дейност 1.1.1.3: Инициране на общи мерки съвместно със заинтересованите страни за подобряване качеството на предлаганите туристически услуги.
	Дейност 1.1.1.4: Създаване и поддържане на единно брандирано съдържание на езиците на целевите пазари.
	Дейност 1.1.1.5: Участие на община Пловдив в специализирани форуми, свързани с културния туризъм, с цел реклама на Пловдив.
	Дейност 1.1.1.8: Провеждане на безплатни опознавателни пешеходни турове с цел популяризиране на културно-историческите забележителности на Пловдив.
	Дейност 1.1.1.9: Проучване и предприемане на действия за включване на дестинация Пловдив в обиколни маршрути в страната.
Мярка 1.1.2 Утвърждаване на позициите на събитийния туризъм в община Пловдив.	Дейност 1.1.2.1: Създаване на база данни с цел директна реклама на събитийния туризъм в Пловдив.
	Дейност 1.1.2.2: Популяризиране на събитийния календар на община Пловдив.
Мярка 1.1.3 Утвърждаване на позициите на винен и гурме туризъм в община Пловдив.	Дейност 1.1.3.1: Създаване и поддържане на единно брандирано съдържание на езиците на целевите пазари.
	Дейност 1.1.3.2: Провеждане на проучвания за идентифициране на нагласите и установяване интереса към винен и гурме туризъм.
Мярка 1.1.4 Утвърждаване на уикенд и шопинг, бизнес и спортен туризъм в община Пловдив.	Дейност 1.1.4.2: Организация и домакинство на бизнес форуми и спортни мероприятия.

	Дейност 1.1.4.3: Създаване на съдържание и издаване на рекламни материали.
Специфична цел 2: Разработване на атрактивни туристически продукти	
Мярка 1.2.1.Формиране на предложения за тематични познавателни турове, предназначени за различни целеви аудитории.	Дейност 1.2.1.1: Провеждане на проучвания за идентифициране на интересите и напласите на туристите за техните предпочитания за пътувания.
Мярка 1.2.2. Включване на културно-историческото наследство в предложенията за разработването на туристически продукти.	Дейност 1.2.2.1: Изготвяне на база данни на природните и културно-историческите атракции на територията на община Пловдив.
Мярка 1.2.3.Подкрепа на ключови събития в града с потенциал популяризиране на туристическа дестинация Пловдив.	Дейност 1.2.3.1: Разработване на предложения за съпътстващи туристически програми по време на важни културни, спортни и други прояви, провеждани в град Пловдив.
	Дейност 1.2.3.2: Селектиране и брендиране на водещи събития от календара на община Пловдив, с цел популяризиране на дестинацията.
Специфична цел 3 : Провеждане на политика за повишаване квалификацията и кадровото осигуряване на туристическите дейности	
Мярка 1.3.1. Насърчаване на обществената съпричастност към утвърждаването на Пловдив като водеща целогодишна туристическа дестинация.	Дейност 1.3.1.1: Провеждане на конкурси (фотографски, литературни, за визуална идентичност, за изработка на сувенир - символ на Пловдив).
Приоритет 2. Подобряване на маркетинговите комуникации и дейности за устойчив растеж на туристическа дестинация Пловдив. Създаване на бранд на Пловдив.	
Специфична цел 1: Утвърждаване на туристически бранд Пловдив.	
Мярка:2.1.1. Създаване на бранд идентичност на Пловдив като туристическа дестинация.	Дейност 2.1.1.1: Провеждане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи, потребителската удовлетвореност и факторите, влияещи върху избора на дестинация, брендинг стратегиите на конкурентни дестинации и др.
	Дейност 2.1.1.2: Анализ на получените резултати и съпоставка с извършените до момента дейности за формиране на туристически бранд на града.
	Дейност 2.1.1.3: Разработване на бранд идентичност на туристическа дестинация Пловдив (история на марката, лого, слоган, ръководство за стила на бранда/brand book, съдържание, мониторинг).

<p>Мярка:2.1.2. Интегриране на бранд идентичността на Пловдив в маркетинговите дейности.</p>	<p>Дейност 2.1.2.2: Провеждане на консултации и обсъждания с представители на туристическия бранш относно създаването на маркетингова стратегия за развитие на дестинация Пловдив и формиране на приоритети.</p>
<p>Специфична цел 2: Позициониране на дестинация Пловдив в онлайн пространството</p>	
<p>Мярка 2.2.1. Изработване на нов дизайн, оформление и структура на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>	<p>Дейност 2.2.1.1: Избор на платформа за изработване новия дизайн на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>
	<p>Дейност 2.2.1.2: Изработване на функционална структура, менюта, подменюта и страници на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>
	<p>Дейност 2.2.1.3: Създаване на тема/дизайн на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>
	<p>Дейност 2.2.1.4: Изработка на адаптивна/мобилна версия на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com.</p>
	<p>Дейност 2.2.1.5: Изграждане на онлайн платформа за индивидуално планиране на престоя на туристите в дестинация Пловдив на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com</p>
	<p>Дейност 2.2.1.6: Изграждане на онлайн платформа за публикуване на информация и регистрация на участници в туристически форуми, организирани от община Пловдив.</p>
<p>Мярка 2.2.2. Актуализиране на цялостното съдържание за туристическа дестинация Пловдив в туристическия портал www.visitplovdiv.com.</p>	<p>Дейност 2.2.2.1: Актуализация на туристическа информацията на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com : културно-исторически забележителности, места за настаняване, заведения за хранене и развлечения, транспорт, шопинг и др. на български и английски език.</p>
	<p>Дейност 2.2.2.2: SEO оптимизация на сайта на официалния туристически портал www.visitplovdiv.com. (работа по сайта/onpage и грижа за сайта/offpage).</p>
<p>Специфична цел 3: Комуникация с целевите аудитории в онлайн пространството</p>	
<p>Мярка 2.3.1. Активна кампания за популяризиране на туристическа дестинация Пловдив в онлайн пространството.</p>	<p>Дейност 2.3.1.2: Развиване на рекламните страници на дестинация Пловдив в социалните мрежи Facebook, Instagram и YouTube.</p>
	<p>Дейност 2.3.1.3: Онлайн реклама в социалните мрежи и сайтове на партньори Съвет по туризъм-Пловдив, ОУТГР, близки и далечни общини, във връзка с популяризиране на събитийния календар на Пловдив – позициониране на видеа, банери и лого на дестинация Пловдив, използване на хаштагове и постове в социални мрежи и други.</p>

	<p>Дейност 2.3.1.4: Реализиране на дигитални кампании в допълнителни канали за достъп до аудиторията в Интернет като: Spotify, електронен нюзлетър, поставяне на банери и видеа в специализирани туристически сайтове като TripAdvisor, Skyscanner, EasyVoyage, сайтове на авиокомпаниите, осъществяващи полети от и до София и Пловдив, директен B2B и B2C и-мейл маркетинг.</p> <p>Дейност 2.3.1.5: Използване на адаптивна/мобилна версия на Visit Plovdiv за популяризиране на дестинация Пловдив (информация за туристически обекти и услуги и лесното им за намиране в реално време чрез GPS & QR код, създаване на положителни преживявания чрез аудио/видео гид).</p> <p>Дейност 2.3.1.7: Съвместни дигитални маркетингови кампании с туроператори на основни целеви европейски и български пазари (банери в техните партньорски сайтове, реклами в социалните мрежи, изпращане на имейли и електронни бюлетени до професионалисти в бранша).</p>
Мярка 2.3.2. Взаимодействие и мониторинг на поведението на посетителите на туристическия портал visitplovdiv.com.	Дейност 2.3.2.1: Електронен информационен бюлетин Newsletter.
	Дейност 2.3.2.2: Анкетирание в публичния сайт www.visitplovdiv.com
	Дейност 2.3.2.3: Анализ на потребителите на туристическия портал www.visitplovdiv.com.
Мярка 2.3.3. Мониторинг на поведението на посетителите в социалните мрежи на дестинация Пловдив.	Дейност 2.3.3.1: Таргетиране на аудиторията (масова, нишова, ангажирали се със съдържанието, според интереси, демография и др.)
	Дейност 2.3.3.2: Статистически данни и анализи за посещаемостта на дестинация Пловдив в социалните мрежи.
	Дейност 2.3.3.3: Статистически данни и анализи за увеличаване на харесванията на дестинация Пловдив в социалните мрежи.
	Дейност 2.3.3.4: Анализ на публикациите (текстове и/или изображения), с цел привличане на нови аудитории.
Специфична цел 4: Информационно осигуряване на маркетинговите дейности - създаване и актуализиране на база данни.	
Мярка 2.4.1. Създаване и актуализиране на база данни с категоризираните МН и ЗХР, функциониращи на територията на община Пловдив.	Дейност 2.4.1.1: Създаване и поддържане на актуална база от данни на всички места за настаняване на територията на община Пловдив.
	Дейност 2.4.1.2: Създаване и поддържане на актуална база от данни на всички заведения за хранене и развлечения на територията на община Пловдив.

Мярка 2.4.2. Създаване и актуализиране на база данни на транспортни фирми ТО и ТА.	Дейност 2.4.2.1: Създаване и поддържане на актуална база от данни на транспортни компании на територията на община Пловдив.
	Дейност 2.4.2.2: Създаване и поддържане на актуална база от данни на ТО и ТА, работещи с приоритетен пазар Пловдив.
Мярка 2.4.3. Създаване и актуализиране на база данни за директен маркетинг.	Дейност 2.4.3.1: Създаване и поддържане на актуална база от данни за директен маркетинг.
Мярка 2.4.4. Обработка и актуализиране на статистическа информация.	Дейност 2.4.4.1: Обработка и анализ на данни от ЕСТИ - предоставяне на информация за легловата база и приходите от категоризация на тримесечие.
	Дейност 2.4.4.2: Обработка и анализ на данни от Национален статистически институт.
	Дейност 2.4.4.3: Предоставяне на информация за платения туристически данък от дирекция „Местни данъци и такси“.
Мярка 2.4.5. Провеждане на специализирани проучвания за нуждите на туризма.	Дейност 2.4.5.3: Проучване на политиките, инструментите и най-добрите практики в устойчивото развитие на туризма.
Специфична цел 5: Провеждане на комуникационни кампании за популяризиране и позициониране на туристическа дестинация Пловдив.	
Мярка 2.5.1. Създаване на печатни и електронни материали на различни езици.	Дейност 2.5.1.1: Създаване и актуализиране на печатни рекламни материали - имиджова брошура на дестинация Пловдив, брошури и флаери за отделните туристически обекти на български, английски и др. езици.
	Дейност 2.5.1.2: Рекламни материали за представителни цели и изложения: календар, тефтер, химикал, торбичка, магнит и др.
	Дейност 2.5.1.3: Актуализиране на туристическата карта с културно-исторически забележителности, места за настаняване, заведения за хранене, храмове, търговски обекти в Пловдив и др.
	Дейност 2.5.1.4: Създаване на двуезични на туристически карти, предназначени за монтиране в сградата на Летище Пловдив и ТИЦ.
	Дейност 2.5.1.5: Актуализиране на карта с винарските изби в Пловдив и региона.
Мярка 2.5.2. Реклама в електронни медии.	Дейност 2.5.2.1: Телевизионна реклама в национален ефир и в специализирани телевизии като „Телевизия Туризм“ и Travel TV

	Дейност 2.5.2.2: Радио реклама в местни и национални медии.
Мярка 2.5.3. Печатна, външна и онлайн реклама.	Дейност 2.5.3.1: Външна реклама - разработване на визии за билбордове в дигитални и други формати.
	Дейност 2.5.3.2: Реклама в български, европейски и световни печатни и онлайн издания (прес-съобщения, статии, карета и др.)
Мярка 2.5.4. Участие в национални и международни туристически изложения.	Дейност 2.5.4.1: Участие в национални туристически изложения и борси.
	Дейност 2.5.4.2: Участие в международни туристически изложения и борси с присъствие на националните информационни щандове на България.
Мярка 2.5.5. Домакинство, организиране и участие на събития с цел популяризиране на туристическа дестинация Пловдив.	Дейност 2.5.5.1: Организиране на журналистически и експедиентски турове за представители на медии, блогъри, влогъри и инфлуенсъри, туроператори, туристически агенти и посещения на снимачни екипи.
	Дейност 2.5.5.2: Домакинство на община Пловдив на национални конференции, форуми, и други активности с представители на туристическия бранш, държавната и местната власт, регионални туристически структури и браншови организации и други заинтересовани страни.
	Дейност 2.5.5.3: Подкрепа на събития с местно и национално значение.
	Дейност 2.5.5.4: Популяризиране на възможностите за туризъм на Община Пловдив в рамките на публични, медийни и бизнес събития (международни спортни мероприятия, конкурси, домакинства, конференции, инициативи, фестивали и др.)
Мярка 2.5.6. Изработка и създаване на архив на аудиовизуални и фотографски произведения- клипове и снимки.	Дейност 2.5.6.1: Създаване на архив от налични снимки за Пловдив.
	Дейност 2.5.6.2: Създаване на архив от създадени видео материали за Пловдив (рекламни, документални и др.)
Специфична цел 6: Насърчаване на туристическото потребление на място.	
Мярка 2.6.2. Разширяване на мрежата от туристически информационни центрове.	Дейност 2.6.2.2: Разкриване на терминали/информационни точки до ТИЦ, от които туристите да имат достъп до туристическа информация извън работното време на ТИЦ.
Приоритет 3: Формиране на гостоприемна, достъпна и ориентирана към туриста среда.	
Специфична цел 1: Разширяване и подобряване на специализираната инфраструктура	
Мярка 3.1.2. Подобряване на достъпността до обекти от туристически интерес.	Дейност 3.1.2.4: Изработване на проект за система от указателни табели от входовете на града по маршрута до туристически атракции.

Приоритет 4: Институционално развитие, партньорство със заинтересованите страни и международно сътрудничество.	
Специфични цел 1. Повишаване на капацитети на заинтересованите страни и разширяване на партньорствата	
Мярка 4.1.1. Институционално развитие на отдел „Туризм“ и разширяване на човешките ресурси в отдела.	Дейност 4.1.1.2: Повишаване на кадровото осигуряване на служителите в административно звено "Туризм" и прилагане на мерки за допълнителна квалификация и обучение.
Мярка 4.1.2. Предложения за актуализиране и промени в действащата нормативна уредба в туризма.	Дейност 4.1.2.3: Анализ на събираемостта и разходването на туристическия данък.
Специфична цел 2. Развитие на сътрудничеството между заинтересованите страни, ангажирани пряко и косвено в туристическото предлагане.	
Мярка 4.2.3. Развитие на междуинституционалното сътрудничество	Дейност 4.2.3.1: Оперативно сътрудничество с Министерството на туризма за обсъждане и внасяне на предложения за промяна в действащата нормативната база на туризма.
	Дейност 4.2.3.2: Оперативно сътрудничество и включване на дестинация Пловдив в провежданите от Министерството на туризма политики в областта на стратегическото планиране, развитието на туристическия продукт, маркетинга и др.
Мярка 4.2.4. Развитие на международното сътрудничество	Дейност 4.2.4.1: Ефективно сътрудничество с побратимените на Пловдив градове (с приоритет на такива от целевите пазари).

VII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

През 2024 г. туристическият поток ще продължава да се влияе от политически, социални и икономически фактори и тенденциите в развитието им. Община Пловдив като основополагащ фактор за развитието на туристически бранд Пловдив, чрез своята Годишна програма за развитие на туризма, както и чрез координирането на работата на собствените си туристически ресурси, държавните и частни такива, ще се фокусира върху подобряване на дигиталните форми на промотиране на града като водеща туристическа дестинация, предлагаща качествен туристически продукт.

Приложените мерки и дейностите в Годишната програма за развитие на туризма за 2024 г. са описани подробно и в проект на финансова обосновка 2024 към нея. (Приложение 1).

Приложения:

Прил.1 Финансова обосновка към ГПРТ 2024 г.

Прил. 2 Статистически показатели

Изготвил:

Юлиана Йорданова

Началник отдел „Туризъм“

ПРОЕКТ НА ОБЩИНСКА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ПЛОВДИВ		
2024 година		
Преходен остатък 2024 г.: 427 333 лв.		
Заложени средства от туристически данък за 2024 г.: 600 000,00 лв.		
Заложени средства от такса категоризиране на МН и ЗХР в Община Пловдив: 112 024,00 лв.		
Общо за 2024 г.: 1 139 357 лв.		
№	Дейности	Заложени средства
I	Дейности по изграждане на инфраструктура, обслужваща туризма	90 000,00
1	Изработване на проект и поставяне на указателни табели от входовете на града по маршрута до туристически атракции.	55 000,00
2	Дейности по изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма (ремонт и поддръжка на метални конструкции, указателни и информационни табели и др.).	35 000,00
II	Дейности по организация на събития с местно и национално значение	240 000,00
1	Възлагане организацията на събития с туристическа насоченост на външен изпълнител, съгласно методология за проектно финансиране.	120 000,00
2	Домакинство на Община Пловдив при провеждане на събития с местно и национално значение (журналистически и инфо турове, блогърски посещения, кръгли маси, изнесени заседания на държавни и браншови структури и др.)	120 000,00
III	Проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма	53 893,00
1	Данни от НСИ	5 000,00
2	Провеждане на качествени и количествени изследвания свързани с имиджа на Пловдив като туристическа дестинация, неговата разпознаваемост и позиционирането му сред български и чуждестранни потенциални туристи и др.	48 893,00
IV	Реклама на туристическия продукт	555 000,00
1	Реклама в печатни издания в страната и чужбина, вкл. и от дейности по одобрени заявки през 2022 г.	10 000,00
2	Реклама в мобилни приложения, социални мрежи, електронни, радио и телевизионни медии в България и чужбина, вкл. и от дейности по одобрени заявки през 2022 г.	240 000,00
3	Печатна реклама и рекламни сувенири (билбордове, винили, транспаранти, календари, брошури, каталози, визитки, постери, флаери, тефтери, сувенири и др.)	285 000,00
4	Провеждане на промоционални опознавателни пешеходни турове	15 000,00
6	Преводачески услуги	5 000,00
V	Участие на туристически борси и изложения	135 000,00
1.	Участие в туристически борси в България	65 000,00
2	Туристически борси и изложения в чужбина	65 000,00
3	Участие в др. туристически форуми и изложения (АБТТА, НСОРЪ, БХРА и др.)	5 000,00

VI	Взаимодействие и членство на общината в тур. Сдружения и организация за управление на тур. район	7 464,00
1	Членски внос	
1.1	Съвет по туризъм	933,00
1.2	ОУГТР	6 531,00
VII	Разработване, поддръжка и оптимизация на туристически портал	58 000,00
1	Изработване на нов тур. портал и моб.приложение	55 000,00
2	Поддръжка на сайтове - хостинг, домейн и др.	3 000,00
ОБЩО ЗА 2024 г.		1 139 357,00

**Дейност на местата за настаняване в община Пловдив за 2023 г.
спрямо 2019, 2021 и 2022 г.
(Табл. 1)**

Показател / Период		2019	2021	2022	2023	Ръст 2023 спрямо 2019	Ръст 2023 спрямо 2021	Ръст 2023 спрямо 2022
Реализирани нощувки в места за настаняване - брой	общо	510 676	329 418	517 883	661 967	30%	101%	28%
	от българи	271 509	214 960	317 931	375 156	38%	75%	18%
	от чужди граждани	239 167	114 458	199 952	286 811	20%	151%	43%
Пренощували лица в места за настаняване - брой	общо	292 102	175 097	285 804	356 095	22%	103%	25%
	от българи	170 624	131 060	197 441	221 851	30%	69%	12%
	от чужди граждани	121 478	44 037	88 363	134 244	11%	205%	52%
Приходи от нощувки в места за настаняване - левове	общо	28 787 404	18 487 479	33 573 224	45 861 179	59%	148%	37%
	от българи	13 805 549	10 753 118	18 644 285	24 643 850	79%	129%	32%
	от чужди граждани	14 981 855	7 734 361	14 928 939	21 217 329	42%	174%	42%
Среден приход от нощувка - левове	общо	56,4	56,1	64,8	69,3	23%	23%	7%
	от българи	50,8	50,0	58,6	65,7	29%	31%	12%
	от чужди граждани	62,6	67,6	74,7	74,0	18%	9%	-1%
Средна продължителност на престоя - бр. нощувки	общо	1,7	1,9	1,8	1,9	6%	-1%	3%
	от българи	1,6	1,6	1,6	1,7	6%	3%	5%
	от чужди граждани	2,0	2,6	2,3	2,1	9%	-18%	-6%
Средна заетост (нощувки легладенонощ.), %	общо	33%	20%	27%	31%	-8%	51%	14%
	от българи	18%	13%	17%	17%	-2%	31%	5%
	от чужди граждани	16%	7%	10%	13%	-15%	88%	28%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

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

**Дейност на местата за настаняване в общините Столична, Пловдив и Велико Търново
за 2023 г. (Табл. 2)**

Показател за 2023 г. / Общини	Реализирани нощувки - брой			Пренощували лица - брой			Приходи от нощувки - левове		
	Общо	от българи	от чужденци	Общо	българи	чужденци	Общо	от българи	от чужденци
Общо за страната	26 865 046	12 311 004	14 554 042	8 640 448	5 019 035	3 621 413	2 080 228 543	824 078 153	1 256 150 390
Велико Търново	259 688	188 052	71 636	157 721	109 809	47 912	16 186 384	10 866 092	5 320 292
Пловдив	661 967	375 156	286 811	356 095	221 851	134 244	45 861 179	24 643 850	21 217 329
Столична	2 185 868	764 499	1 421 369	1 145 946	443 186	702 760	219 919 834	58 419 579	161 500 255
Дял на Велико Търново спрямо "Общо за страната"	1%	1.5%	0%	2%	2%	1%	1%	1%	0%
Дял на Пловдив спрямо "Общо за страната"	2.5%	3.0%	2%	4%	4%	4%	2%	3%	2%
Дял на Столична спрямо "Общо за страната"	8.1%	6.2%	10%	13%	9%	19%	11%	7%	13%
Ръст на Пловдив сравнен с В.Търново	155%	99%	300%	126%	102%	180%	183%	127%	299%
Ръст Пловдив сравнен със Столична общ.	-70%	-51%	-80%	-69%	-50%	-81%	-79%	-58%	-87%

¹ Справката е изготвена на база официални данни от НСИ.

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

Посещения в туристическите информационни центрове за 2022 и 2023 г.

(Табл. 3)

2022 г.				2023 г.			
Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО	Показател	ТИЦ 2	ТИЦ 3	ОБЩО
Общо	6 471	9 349	15 820	Общо	14 589	25 522	40 111
Българи	1 926	2 183	4 109	Българи	2 906	6 942	9 848
Чужденци	4 545	7 166	11 711	Чужденци	11 683	18 580	30 263

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

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

Посещения на туристическите забележителности в община Пловдив за 2022 и 2023 г.

(Табл. 4)

Туристически обект / Период	2022 г.			2023 г.		
	Българи	Чужденци	Общо	Българи	Чужденци	Общо
ОИ „Старинен Пловдив“	255 950	100 721	356 671	272 346	131 996	404 342
Регионален исторически музей	12 656	5 939	18 595	9 895	2 906	12 801
Регионален етнографски музей	27 519	12 209	39 728	32 134	18 055	50 189
Регионален природонаучен музей	92 044	960	93 004	115 571	3 634	119 205
Градска художествена галерия	23 215	4 104	27 319	27 263	10 200	37 463
Регионален археологически музей	7 463	2 370	9 833	26 696	8 688	35 384
Културен център „Тракарт“	8 422	2 089	10 511	4 150	840	4 990
Общо:	427 269	128 392	555 661	488 055	176 319	664 374

Посещенията на събития в туристическите забележителности в община Пловдив за 2022 и 2023 г.

(Табл. 5)

Туристически обект	Посещения на събития за 2022 г.	Посещения на събития за 2023 г.
ОИ „Старинен Пловдив“	122 957	129 332
Регионален исторически музей	3 970	3 265
Регионален етнографски музей	6 538	9 304
Регионален природонаучен музей	4 870	7 750
Градска художествена галерия	6 806	12 267
Регионален археологически музей	405	5 595
Културен център „Тракарт“	6 882	3 400
Общо:	152 428	170 913

¹ До мес. август 2023 г. сграда „Ейрене“ в Археологическия подлез се стопанисва от Културен център „Тракарт“, а впоследствие - от Община Пловдив.

**Топ 10 реализирани нощувки от чужденци по страни в местата за настаняване в
Община Пловдив за 2023 г.**

(Табл. 6)

№	Държави	Брой за 2023 г.	Дял
1	Турция	42 857	15%
2	Израел	26 787	9,3%
3	Германия	20 594	7,2%
4	Гърция	18 980	6,6%
5	Италия	14 316	5%
6	Румъния	12 820	4,5%
7	САЩ	12 541	4,4%
8	Обединено кралство	12 493	4,4%
9	Испания	11 887	4,1%
10	Франция	9 038	3,2%
	Общо за всички държави	286 811	

**Топ 10 пренощували чужденци по страни в местата за настаняване в Община Пловдив
за 2023 г.**

(Табл. 7)

№	Държава	Брой за 2023 г.	Дял
1	Турция	24 409	18%
2	Израел	10 230	7,6%
3	Гърция	9 999	7,4%
4	Германия	9 281	6,9%
5	Испания	6 362	4,7%
6	Италия	5 714	4,3%
7	Обединено кралство	5 375	4%
8	САЩ	5 342	4%
9	Румъния	5 005	3,7%
10	Франция	4 701	3,5%
	Общо за всички държави	134 244	

¹ Справките са изготвени на база официални данни от НСИ

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