

Изх. № 30/13.07.18

**ДО: Г-ЖА НИКОЛИНА АНГЕЛКОВА
ПРЕДСЕДАТЕЛ
НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ**

ОТНОСНО: ЗАСЕДАНИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ПО ТУРИЗЪМ

УВАЖАЕМА ГОСПОЖО ПРЕДСЕДАТЕЛ,

Като Ви благодарим за получената покана за участие в заседание на Националния Съвет по Туризм по - долу представяме позицията на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти, АБТТА по т.1 от обявения Дневен ред:

Годишна програма за национална туристическа реклама за 2019 година

ПОЗИЦИЯ

Въпреки, че изразява принципно съгласие с дефинираните маркетингови цели и подобрения формат на представяне на годишната национална програма за туристическа реклама, АБТТА изказва мнение, че разработката не може да изпълни предназначението си на програмен документ за управление на дейностите за национален туристически маркетинг през следващия програмен период поради следните

ПРИЧИНИ

- ✓ Разработката е прекалено обобщена и не съдържа количествени показатели, въз основа на които да бъдат дефинирани целевите аудитории за предвидените маркетингови дейности;
- ✓ Представената статистическа информация е лишена от конкретика, част от изнесените данни не корелират със съответните официални показатели на сайта на НСИ и като цяло, не позволява извършването на своевременно и точна ситуационна оценка на фирмено ниво;
- ✓ Планираните дейности не са обвързани с времева рамка за тяхното изпълнение;
- ✓ Отсъствието на бюджет с ясни финансови параметри за реализация на програмните виждания и на планираните рекламни-маркетингови дейности не дава увереност, че декларираните цели ще бъдат реализирани;
- ✓ Материалът не съдържа задължителните за подобен вид документи конкретни отчетни показатели и не установява взаимовръзка между осъществените дейности и тяхното въздействие върху състоянието на българския туризъм. Липсата на анализ на ефективността на Годишната програма за национална туристическа реклама за текущата година създава предпоставки за възпроизвеждане на стари грешки и пропуски и в новия програмен период;
- ✓ Формулирани са изводи и очаквани резултати без да е ясно на какви аргументи се основават, като например, че вече привличаме по-платежоспособни туристи

На основание горното, АБТТА внася следните

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

- Да бъде предприета инициатива за усъвършенстване на произвежданата статистическа информация, нейното диференциране и разширяване на нейния обхват в съответствие с информационните нужди на българския туристически бизнес;
- Да бъде създаден табличен формат за периодично публично отчитане на изразходваните бюджетни средства за национална туристическа реклама, съдържащ детайлизирана информация за осъществените дейности по пазари, месеци, използвани медии, съдържание на рекламата, финансови показатели по

реализирани дейности и източници на финансиране, както и анализ на ефективността на предприетите рекламно – маркетингови кампании за насърчаване на българския туризъм

- Да бъде подобрена организацията и осигурено професионално презентиране на България по време на планираните медийни срещи и интерактивни мероприятия в рамките на туристически изложения ITB Берлин, WTM Лондон и Salon Mondial du Tourisme;
- Да бъдат планирани съвместни рекламno-маркетингови кампании за промоция на дестинация България с по-малките български и чуждестранни ТО, освен заложените такива с големи ТО;
Предложението отчита препоръките и констатациите на Европейската комисия за значимостта и приноса на малките и средните предприятия за Европейската икономика и е насочено срещу предоставянето на нерегламентирана държавна помощ при финансиране на рекламната дейност на отделни, единични туроператори;
- Усилията на съответните експерти в Министерството на туризма да бъдат фокусирани върху разработване на действена национална маркетингова стратегия и ефективни средносрочни и краткосрочни програми за национална туристическа реклама вместо върху създаването на туристически маршрути - професионална туроператорска дейност;

В заключение, и като не открива съответната информация в предоставените материали, АБТТА би искала да получи по-подробни сведения по следните въпроси:

1. Какви конкретни действия се планират за постигане на основната декларирана цел на програмен документ 2019 - *Утвърждаване на България като целогодишна туристическа дестинация с добре разпознаваем висококачествен туристически продукт?*
2. Какви конкретни действия са били предприети за повишаване разпознаваемостта на България и нарастване на посещенията в неактивни сезони, респ. подобряване функционалността на официалния туристически портал посредством заложената в Годишната програма за национална туристическа реклама 2018 маркетингова цел №04 - *10% повишаване на директния трафик към www.bulgariatravel.org?*
3. В кои направления са били предприети действията, заложен в изпълнение на маркетингова цел № 02 - *20% увеличение на туристопоток от стратегически нови и бързоразвиващи се перспективни пазари през 2018 г.* и какъв прираст е бил действително реализиран?
4. Какви суми са инвестирани в докладваните съвместни рекламни акции с туроператори Томас Кук, ТУИ Груп и Корнър Медия, както и за разработването и популяризирането на платформа IloveBulgaria?

С уважение

Ирина Найденова

Член на НСТ

Зам. Председател УС