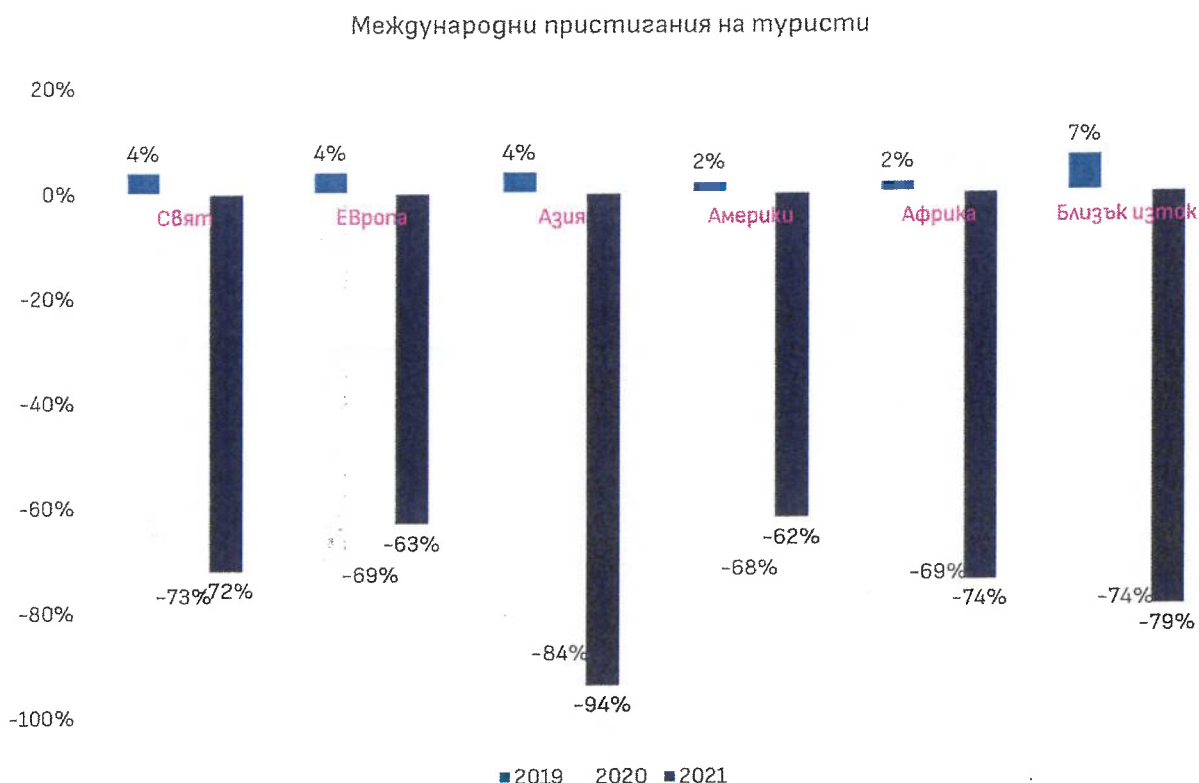


Приложение №1

ОТЧЕТ
ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА НА
ТЕРИТОРИЯТА НА СТОЛИЧНА ОБЩИНА ЗА 2021 Г.

I. Ситуационен анализ

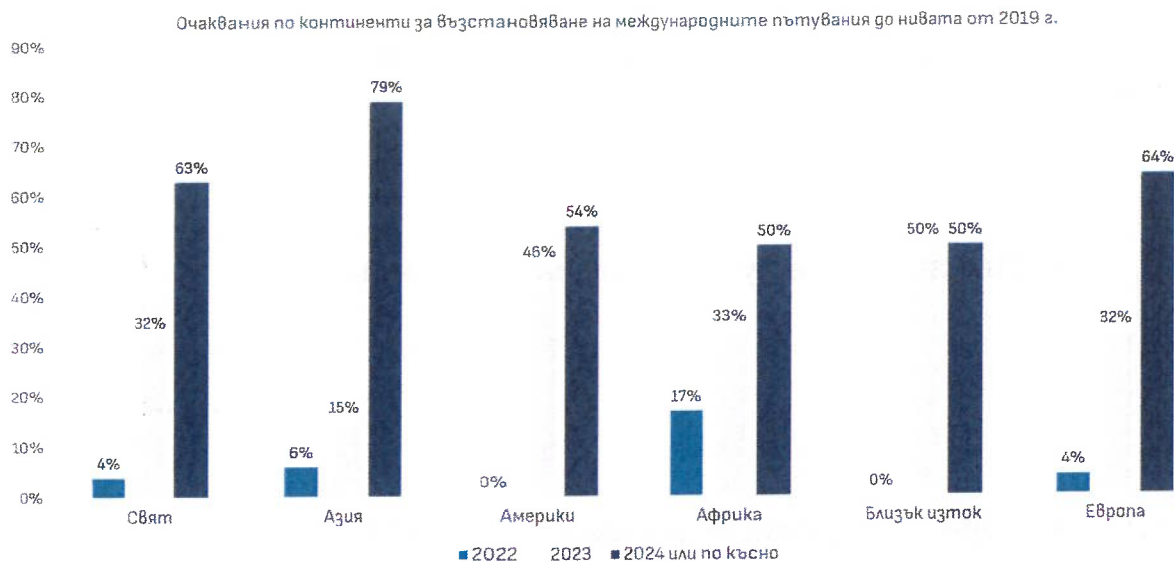
2021-ва година беше естествено продължение на най-неблагоприятната в сектор туризъм година (2020 г.). Новите мутации на Ковид-19 възпрепятстваха очакванията на туристическата индустрия за по-бързо и в по-големи обеми възстановяване. В световен мащаб спада спрямо предкризисната 2019г. се запази в почти непроменен размер - 73% през 2020 г. и 72% през 2021 г. Единствено Европа и Северна, Централна и Южна Америка отбелязват слабо нарастване при международните пристигания. При останалите континенти спадовете през 2021 г. надвишават тези от 2020 г. (графика 1).



Графика 1

Източник: Световна организация по туризъм (UNWTO)

В следствие на нереализираните очаквания за възстановяване, прогнозите на туристическата индустрия и експертите бяха значително по-предпазливи. Към момента за по-голямата част от изследваните пазари се предвижда пълното възстановяване на сектора да настъпи през 2024 г. За някои от тях прогнозите са това да се случи през 2023 г., докато очакванията за 2022 г. при всички, с изключение на Африка, са много песимистични. (графика 2)



Графика 2

Източник: Световна организация по туризъм (UNWTO)

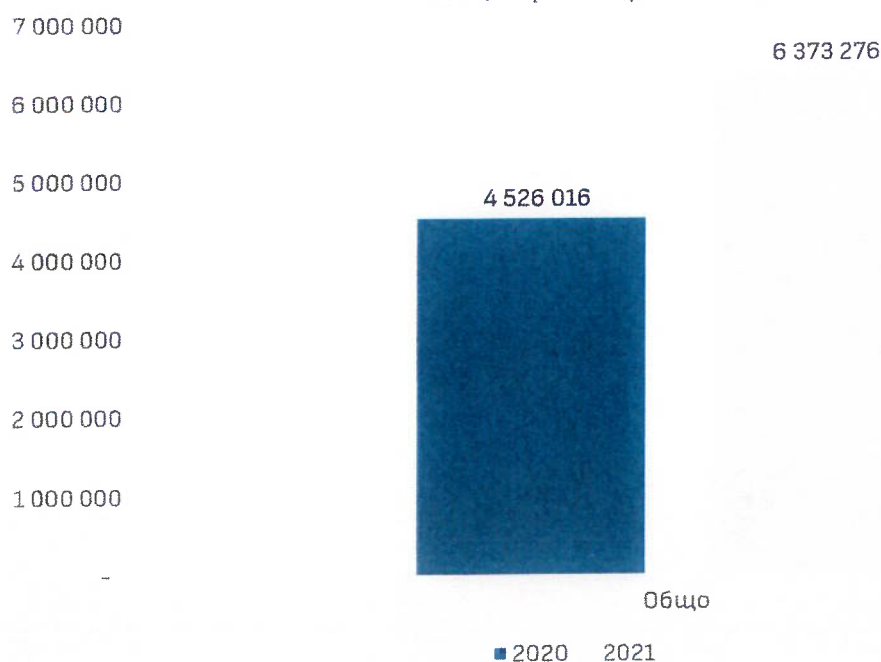
Какво се случи в България през 2021 г.?

От 2022 г. всички данни и анализи в сектор туризъм ще се базират на внедрената през м. октомври 2019 г. от Министерството на туризма „Единна система за туристическа информация“ (ЕСТИ), в която вече има достатъчно информация (2+ години). Същата се различава значително от НСИ, тъй като включва в себе си всички места за настаняване, но и дава възможност да се наблюдава динамиката в развитието на сектора в реално време.

Данните на Световната организация по туризъм (COT) за 2021 г. показват спад от приблизително 45% спрямо 2019 г. относно броя на пренощуващите лица при общ спад за Европа от 63%. Конкурентни дестинации като Турция (-32%), Гърция (-42%), Хърватия (-38) са с близки до показателите на България.

В абсолютни стойности в България тази година са пренощували малко над 6,3 млн. туристи, което е увеличение с 41% спрямо 2020г. (графика 3).

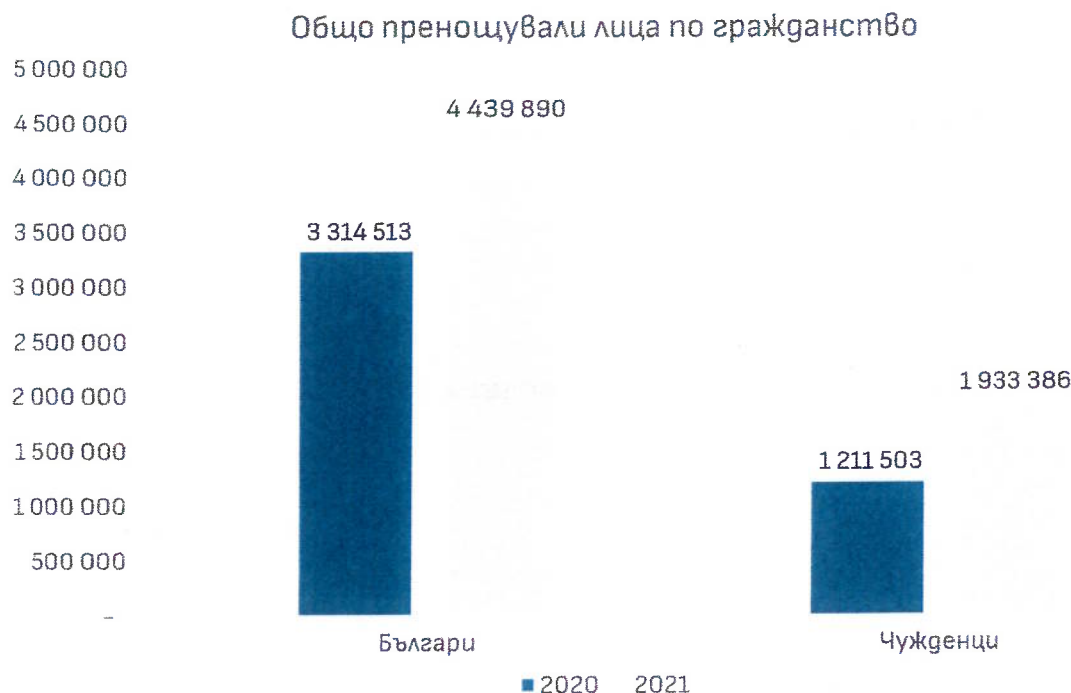
Общо пренощували лица



Графика 3

Източник: ЕСТИ

От тях 70% или малко над 4,4 млн. души са българи, докато чуждестранните граждани възлизат на 1,9 млн. или 30%. Ръстът при българските граждани спрямо 2020 г. е 34%, докато този при чужденците е 60% (графика 4).



Графика 4

Източник: ЕСТИ

Както и през 2020 г., по абсолютен брой туристи българите са водещ фактор в туристическото потребление в страната. Сред чуждестранните туристи за поредна година водеща роля имат гражданите от Румъния (пристигнали близо 700 хил. туристи), следвани от Германия, Полша, Украйна и Чехия. Прави впечатление резкия ръст на гостите от Молдова, Словакия, Нидерландия и Белгия. Спад на национално ниво се наблюдава при туристите от Великобритания, Гърция, Израел, Северна Македония, Ирландия и др. (графика 5)

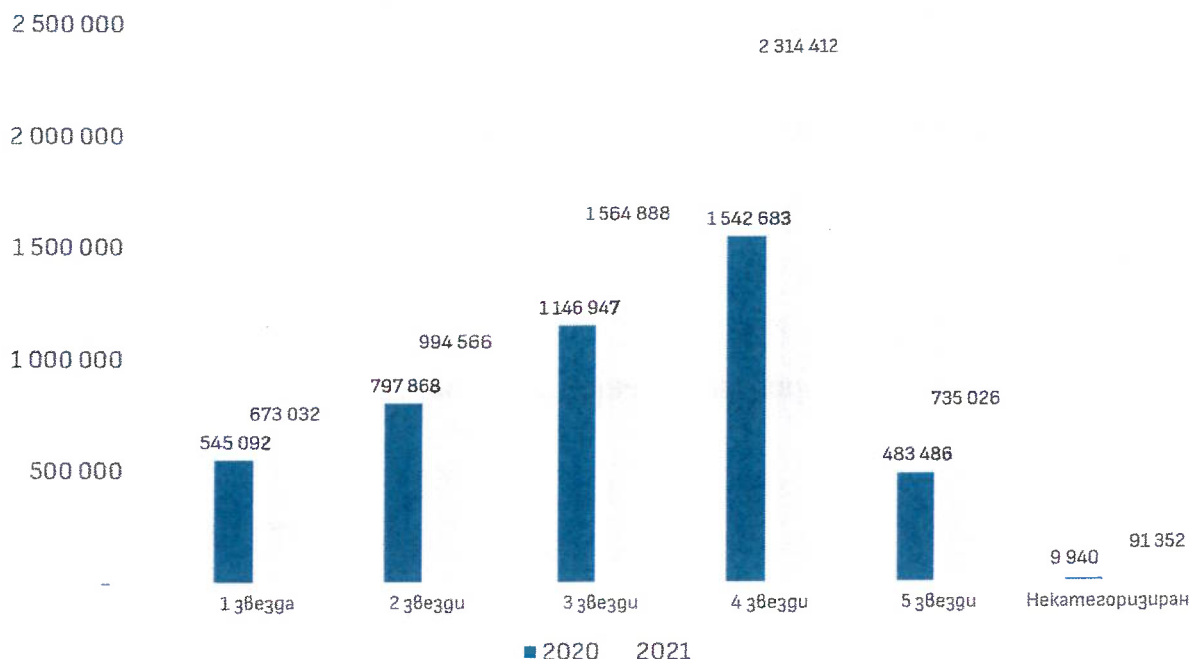


Графика 5

Източник: ЕСТИ

В следващите графики е представена информация за пренощуващите лица по категория на мястото за настаняване, в което са отседнали (графика 6) и спрямо своето гражданство (графика 7)

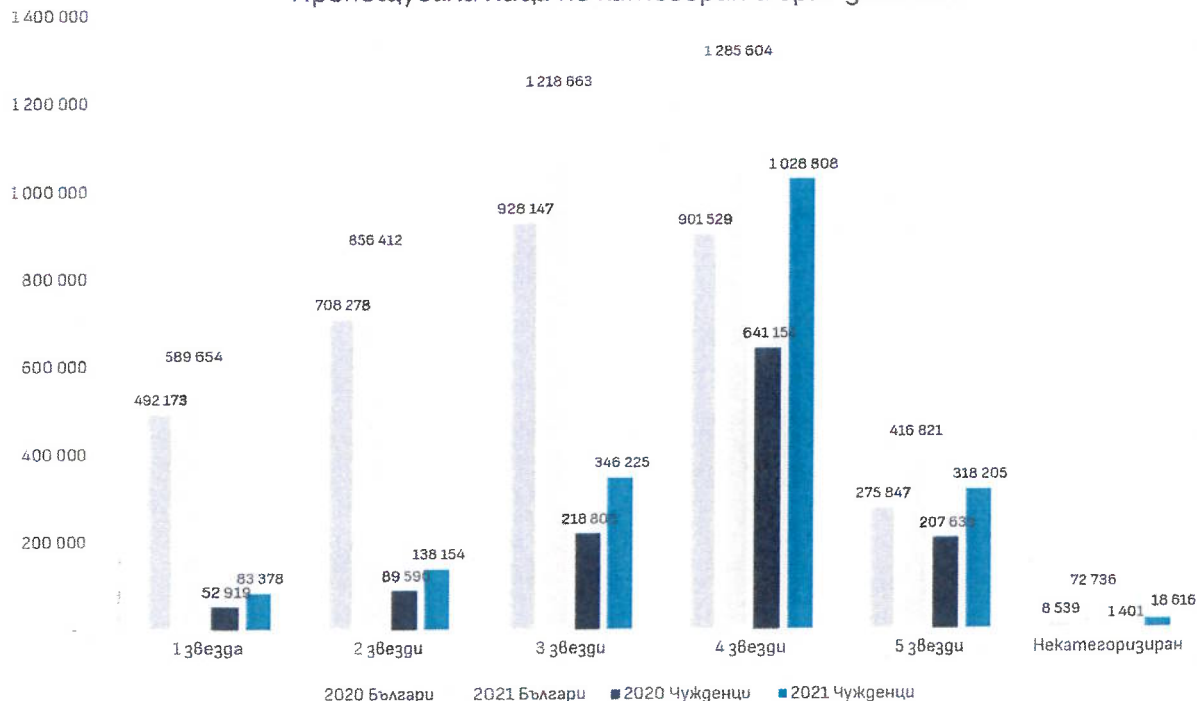
Пренощували лица по категория



Графика 6

Източник: ЕСТИ

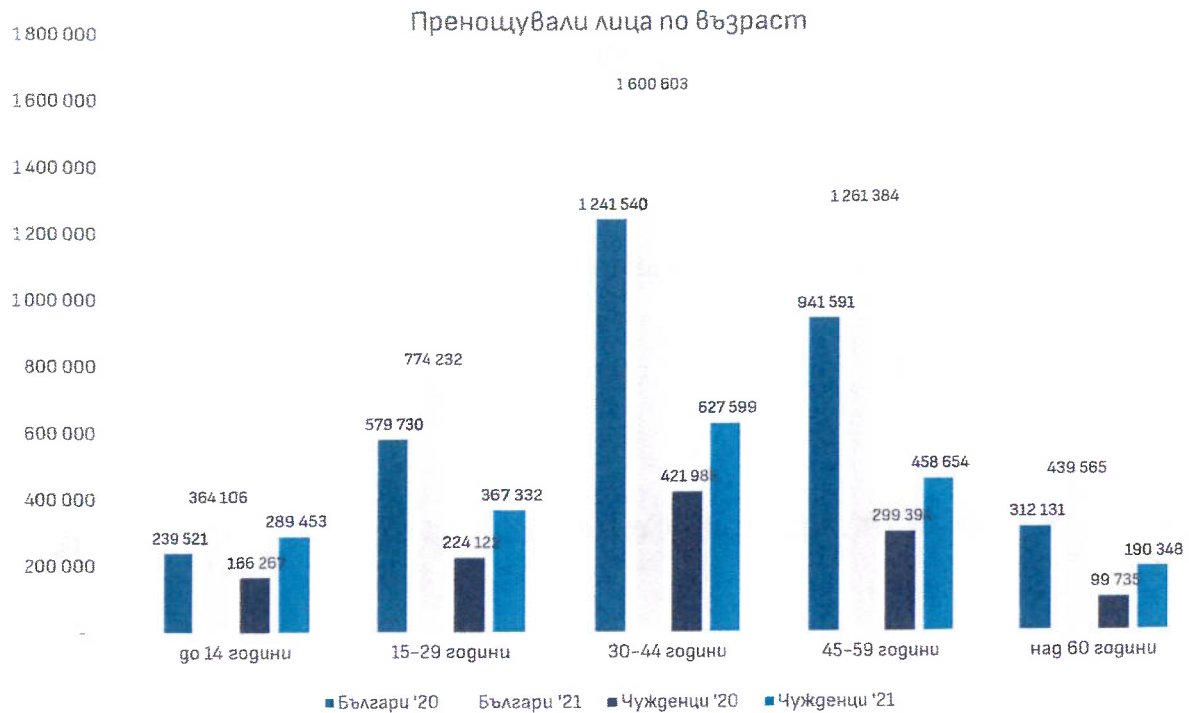
Пренощували лица по категория и гражданство



Графика 7

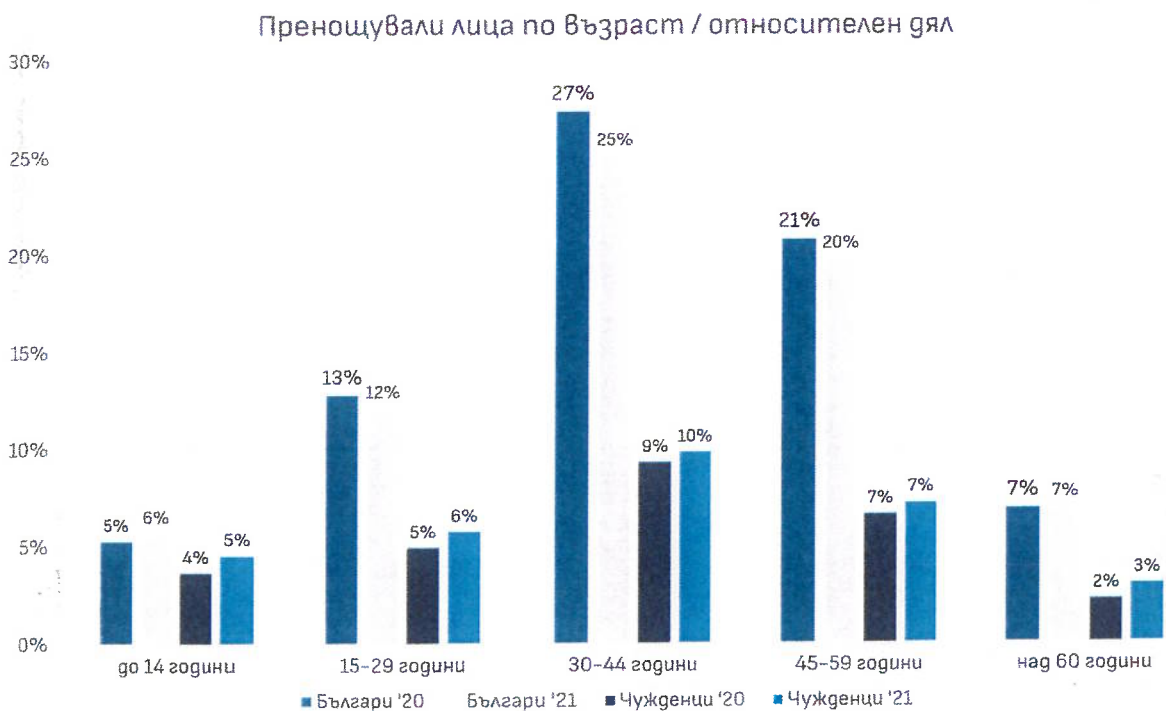
Източник: ЕСТИ

Туристите сред възрастовата група 30-44 години са най-активно пътуващите, както при българите, така и при чужденците (графика 8 и 9). Забелязва се превес на мъжкия пол, както при българските, така и при чуждестранните граждани. (графика 10)



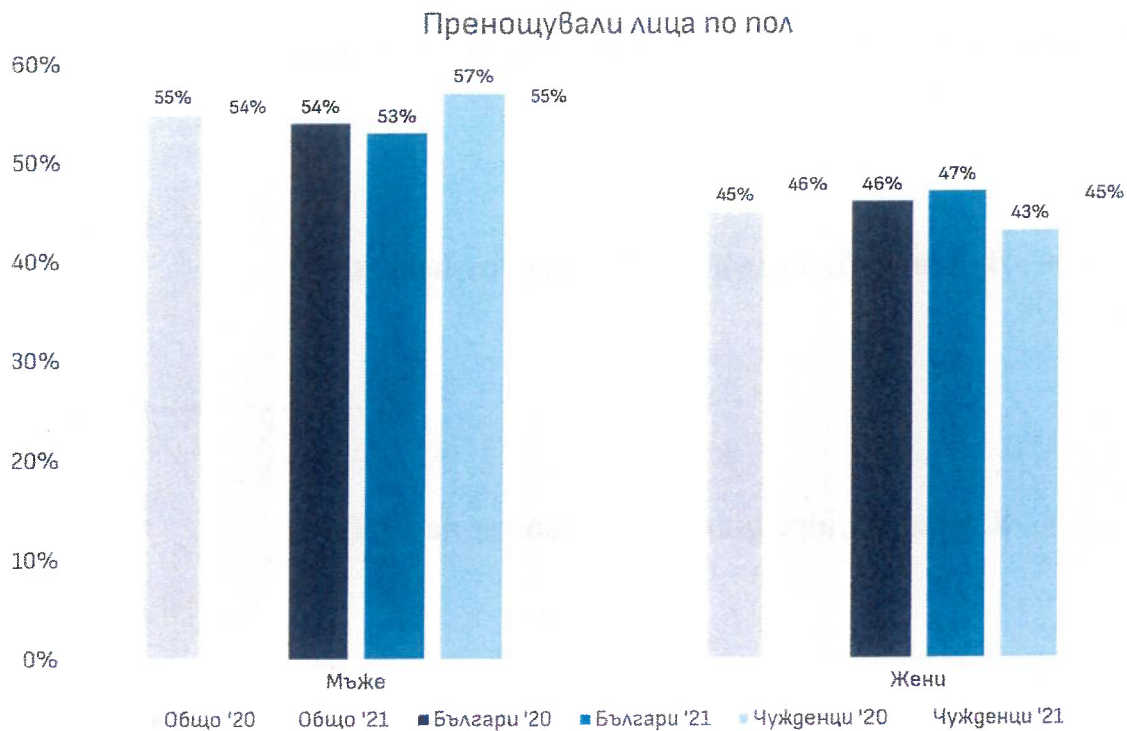
Графика 8

Източник: ЕСТИ



Графика 9

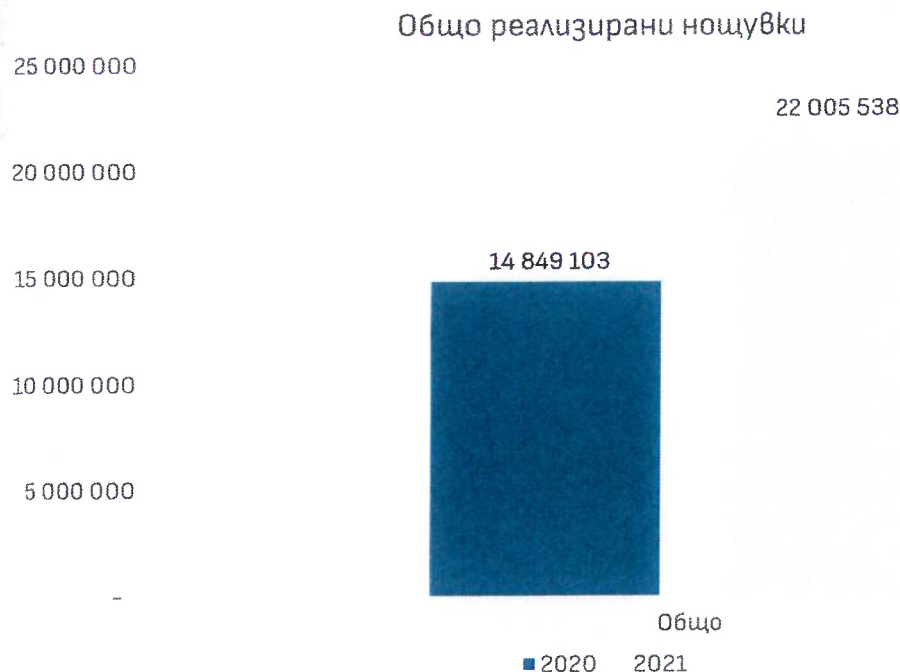
Източник: ЕСТИ



Графика 10

Източник: ЕСТИ

Общо реализираните нощувки за 2021 г. са малко над 22 млн., което е ръст с 48% спрямо предходната 2020 г., когато те са били 14,8 млн. (графика 11)

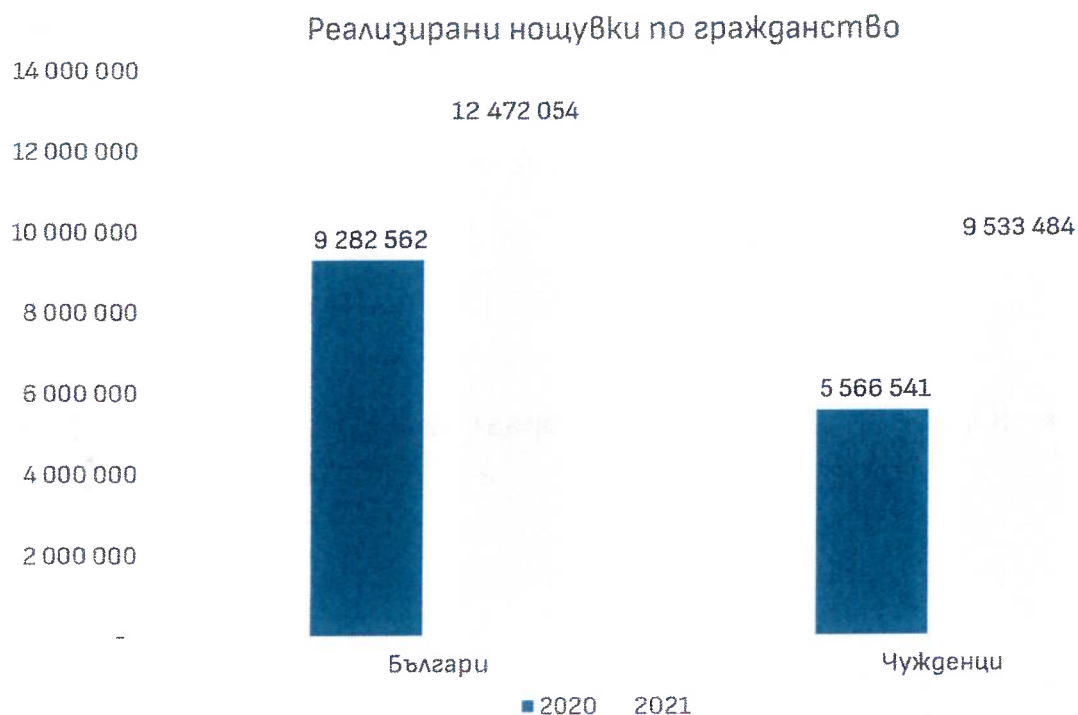


Графика 11

Източник: ЕСТИ

При реализираните нощувки българите отново са с водеща роля. От общо реализирани 22 млн. нощувки, 57% или 12,5 млн. са на български граждани и 43% или 9,5 млн. на чуждестранни граждани. За разлика от абсолютния брой туристи, където разликата е значителна (70% към 30%), то тук не се наблюдава голяма разлика. Ръстът

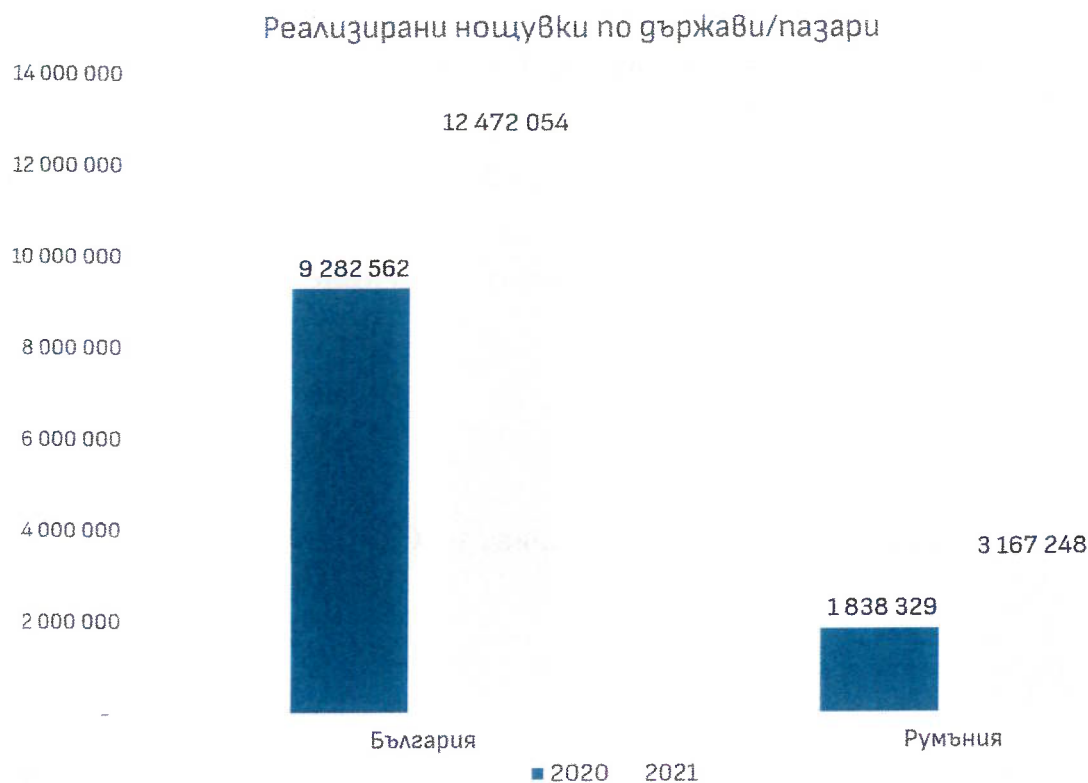
при българските граждани за 2021 г възлиза на 34% спрямо 2020 г., докато при чуждестранните той е 71%. (графика 12)



Графика 12

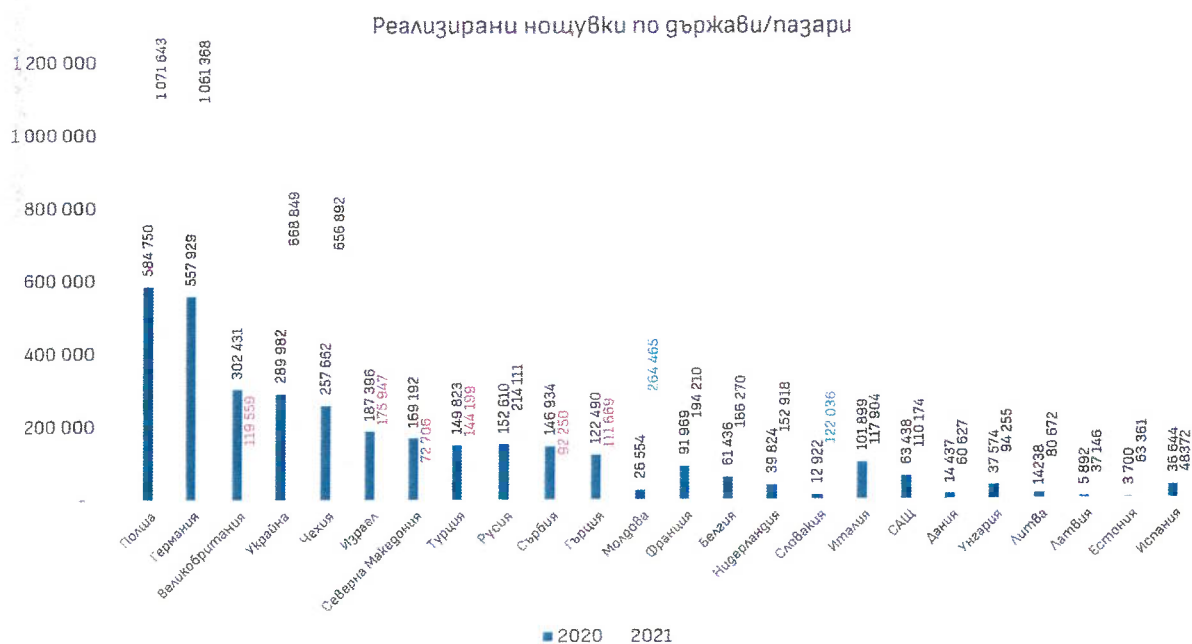
Източник: ЕСТИ

При реализираните нощувки по пазари след българските граждани, следват тези на Румъния с малко над 3,2 млн. нощувки, следвани от Полша, Германия, Украйна, Чехия и изненадващо дестинация Молдова. По този показател най-значителен е спадът при пазарите Великобритания, Израел, Северна Македония, Турция, Сърбия и Гърция (графика 13 и 14).



Графика 13

Източник: ЕСТИ



Графика 14

Източник: ЕСТИ

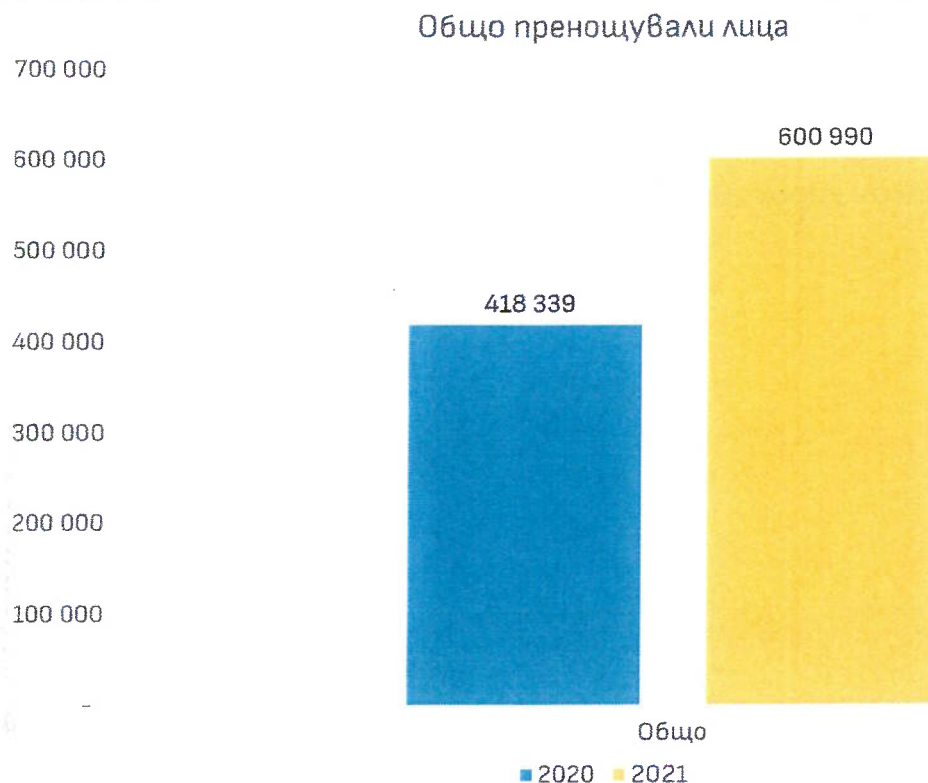
След анализ на наличната в ЕСТИ информация може да се направят следните изводи:

- 3.5 дни е средния престой за 2021г. на турист, при 3.3 дни през 2020 г.;
- 2.8 дни е средния престой з 2021г. на български граждани – без промяна спрямо 2020 г.;

- 4.9 дни е средния престой за 2021г. на чуждестранни граждани, при 4.6 дни през 2020 г.

Какво се случи в София през 2021 г.?

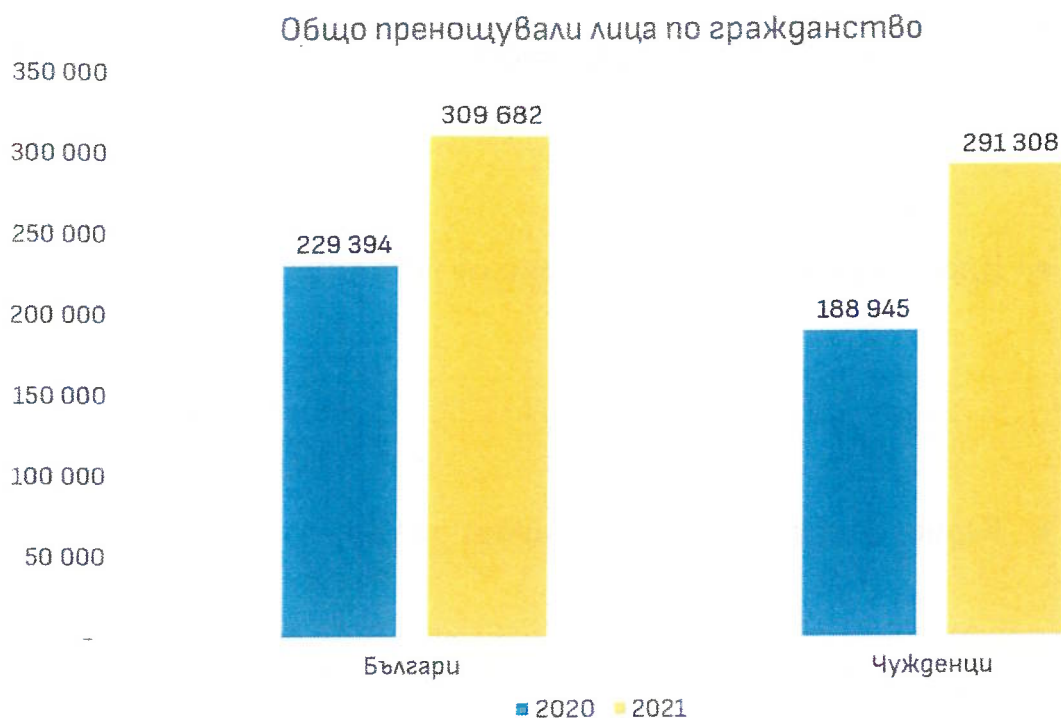
В рамките на 2021 г. София следва общата тенденция на национално ниво с растеж спрямо 2020 г., но все още далеч от нивата на предкризисната 2019 г. (над 1,1 млн. туристи). На територията на Столична община са пренощували близо 600 хил. туристи, което е увеличение с 44% спрямо 2020 г., когато са били малко под 420 хил. (графика 15)



Графика 15

Източник: ЕСТИ

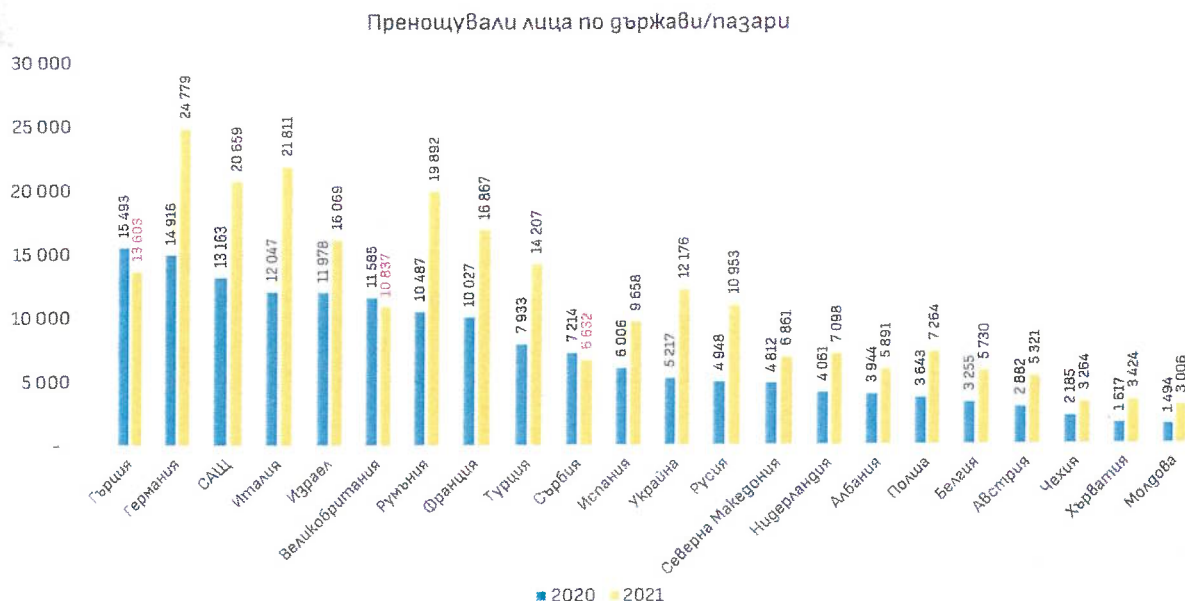
С 52% водещ дял сред пренощувалите туристи имат тези от България, срещу 48% за чуждестранните такива. (графика 16)



Графика 16

Източник: ЕСТИ

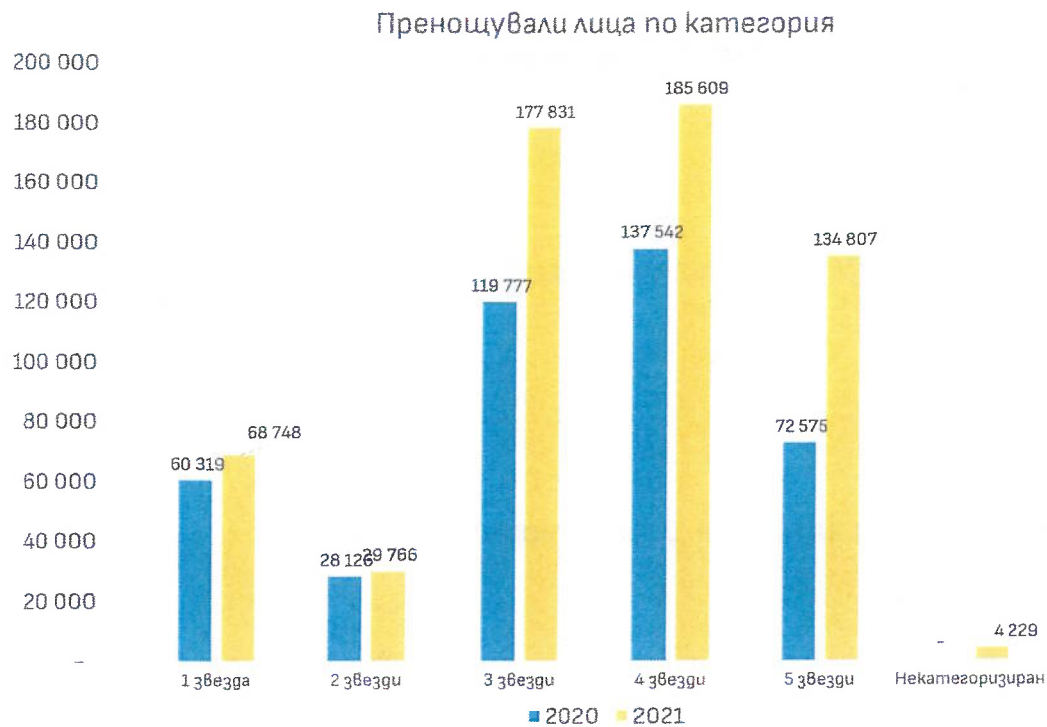
По брой пристигнали туристи сред чуждестранните пазари няма ясно изразени лидери. Водещи емитиращи пазари за София през 2021 г. са Германия, САЩ, Италия, Румъния, Франция, Израел, Турция и Украйна. За разлика от националната статистика, в София се отчита спад само при пазари Гърция, Великобритания и Сърбия, докато Северна Македония и Израел бележат стабилен ръст. (графика 17)



Графика 17

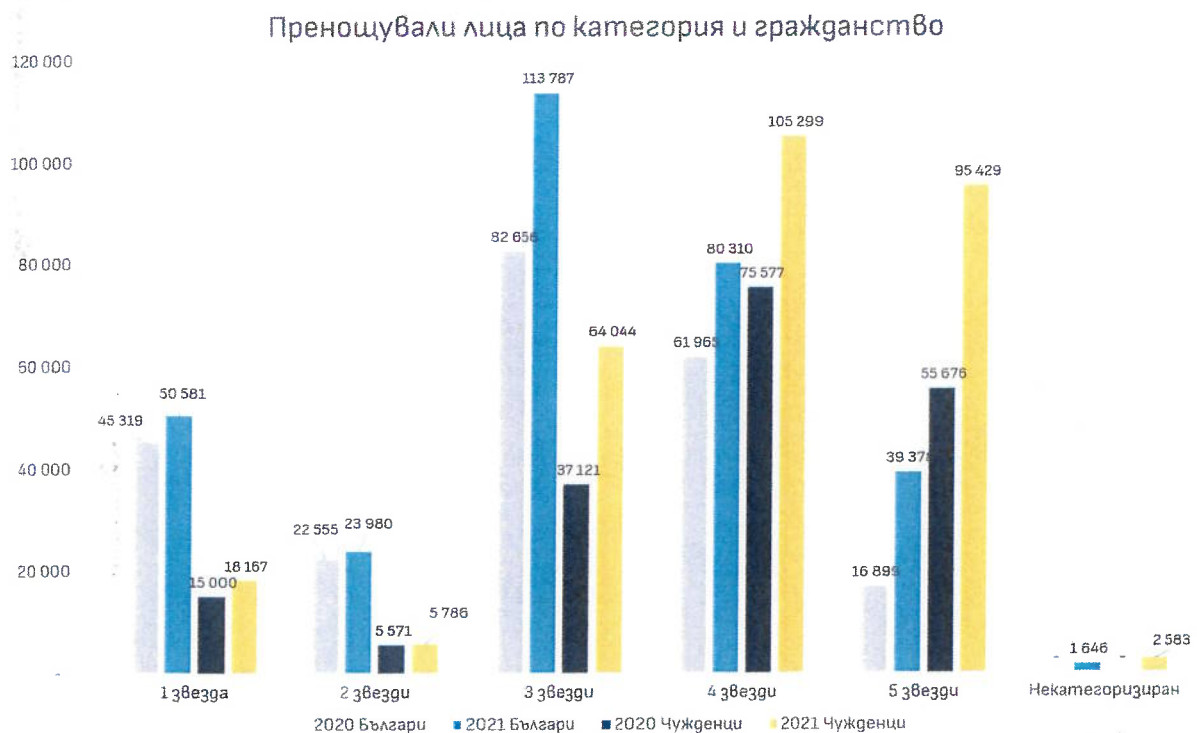
Източник: ЕСТИ

В следващите графики е представена информация за пренощувалите лица по категория на мястото за настаняване, в което са отседнали (графика 18) и спрямо гражданството им (графика 19).



Графика 18

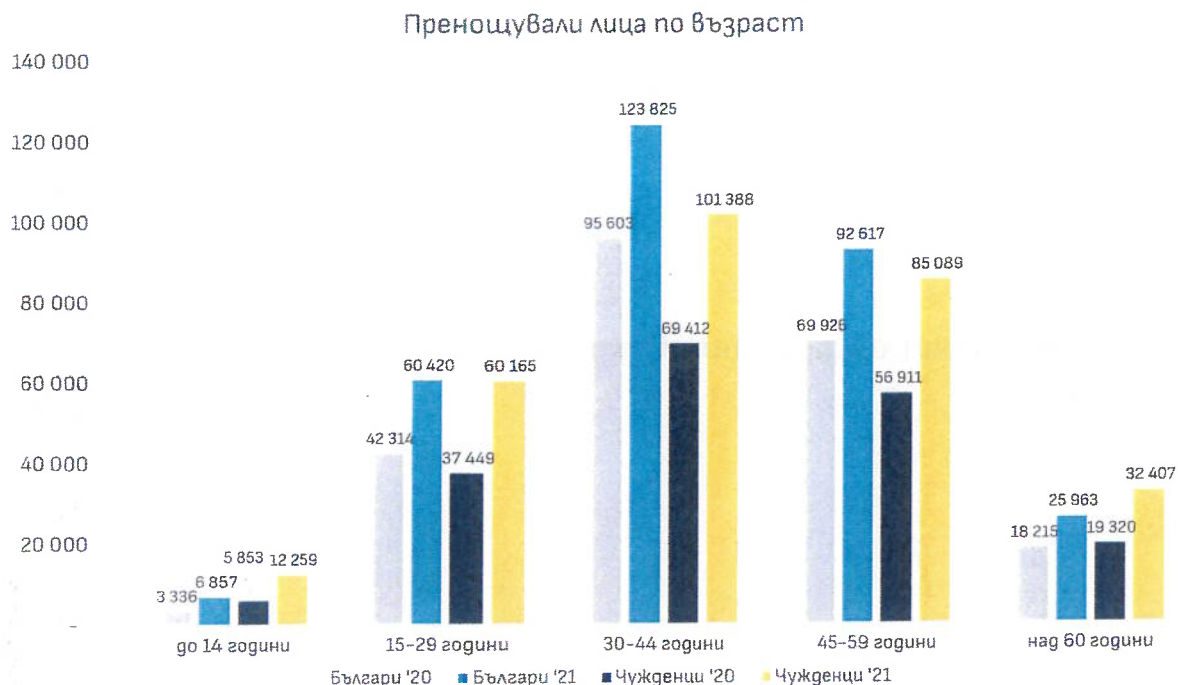
Източник: ЕСТИ



Графика 19

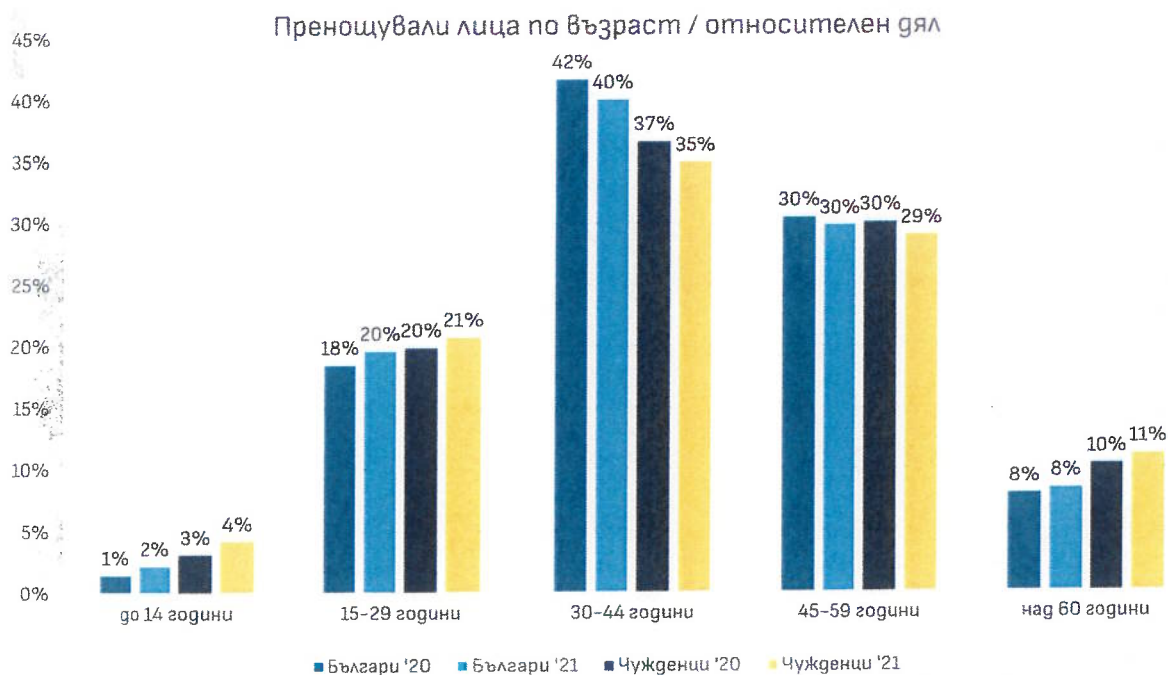
Източник: ЕСТИ

Туристите сред възрастовата група 30-44 години са най-активно пътуващите, както при българите, така и при чужденците (графика 20 и 21). Забелязва се силна доминация на мъжкия пол, както при българските, така и при чуждестранните граждани. (графика 22)



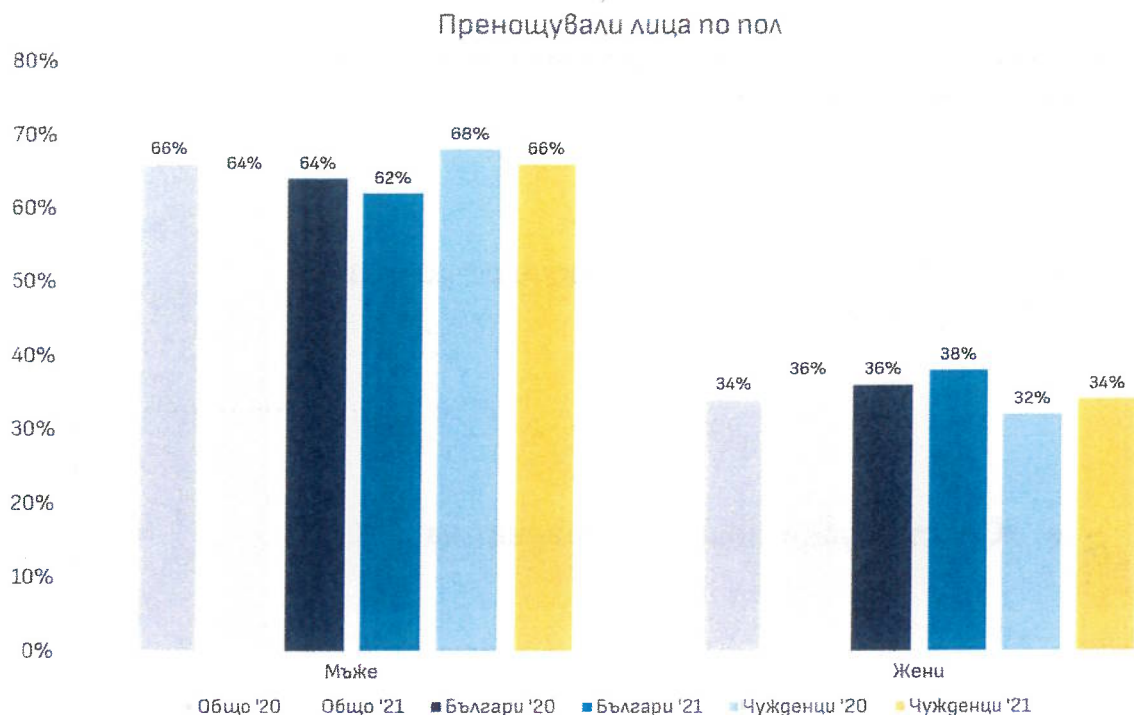
Графика 20

Източник: ЕСТИ



Графика 21

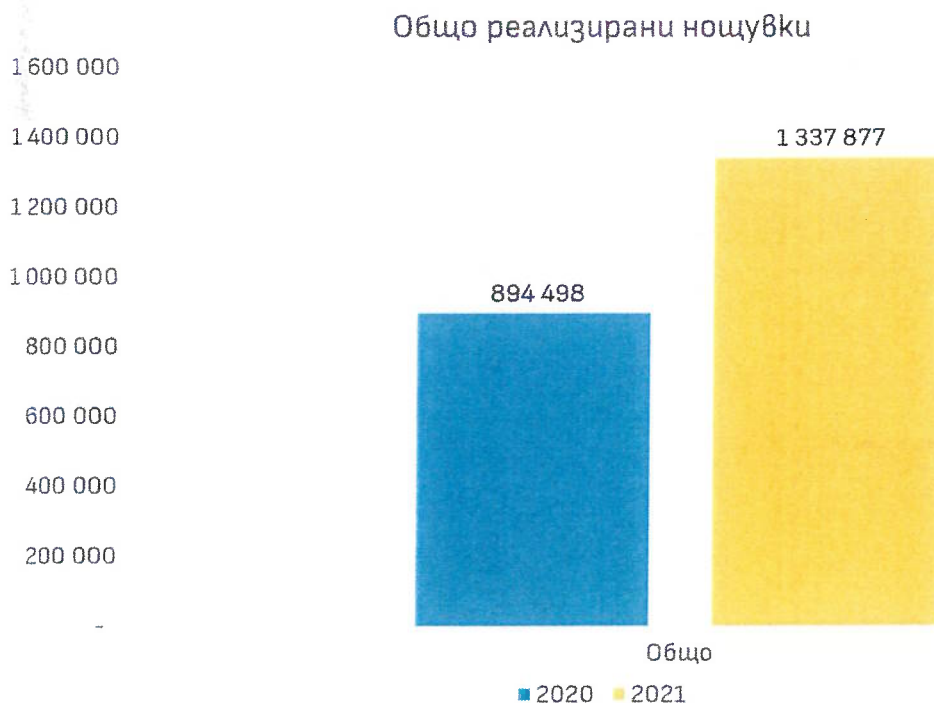
Източник: ЕСТИ



Графика 22

Източник: ЕСТИ

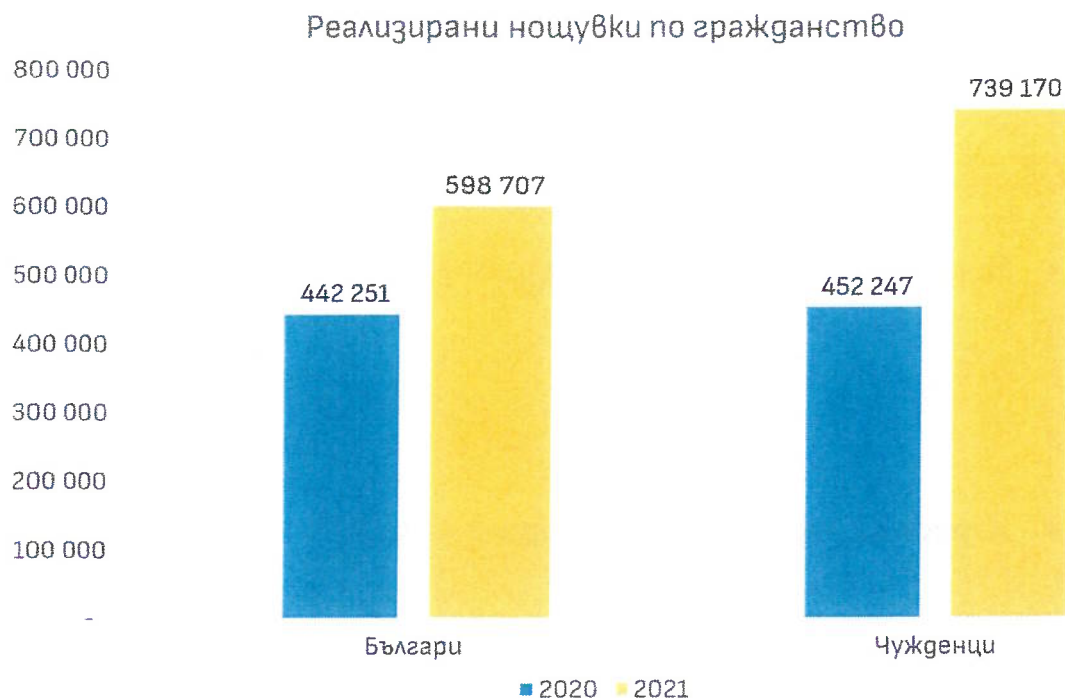
Общо реализираните нощувки за 2021 г. възлизат на малко над 1,3 млн., което представлява ръст от 50% спрямо предходната 2020 г., когато те са били приблизително 900 хил. (графика 23)



Графика 23

Източник: ЕСТИ

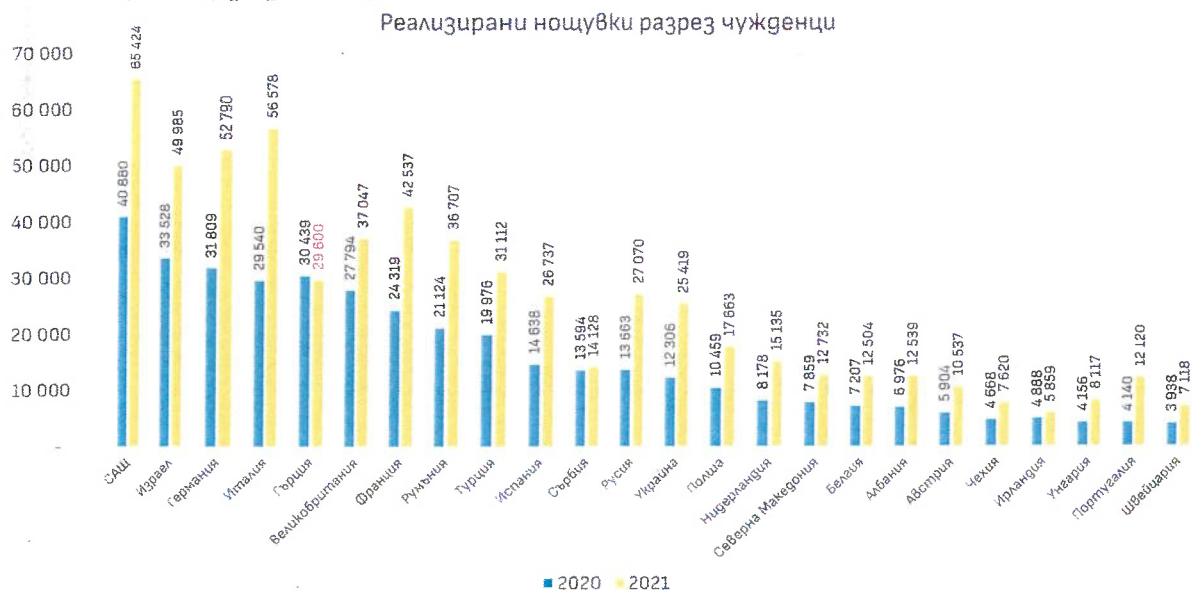
Важно е да се отбележи, че независимо от факта, че българските туристи са с 4% повече от чуждестранните, то последните реализират 14% повече нощувки (графика 24).



Графика 24

Източник: ЕСТИ

При реализираните нощувки по пазари, за първа година лидер са САЩ, следвани от Италия, Германия, Израел и Франция. Единствения спад е при пазар Гърция, с около 2000 нощувки. (графика 25)



Графика 25

Източник: ЕСТИ

ЕСТИ дава възможност да бъдат извадени и други важни данни за:

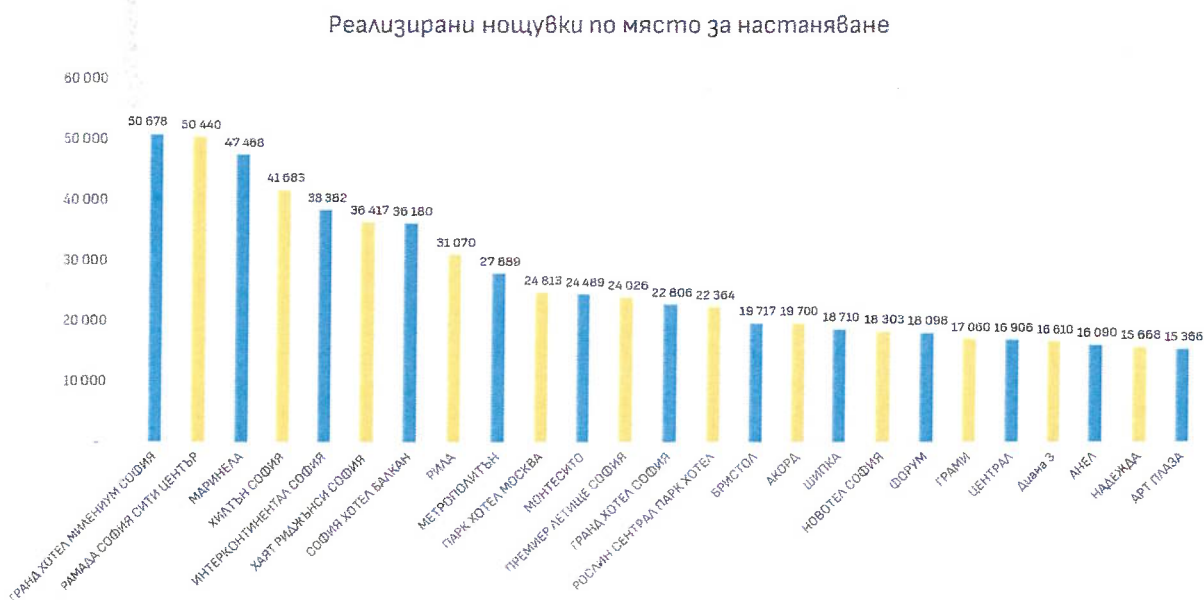
25-те най-посетени места за настаняване по брой туристи в Столична община. (графика 26)



Графика 26

Източник: ЕСТИ

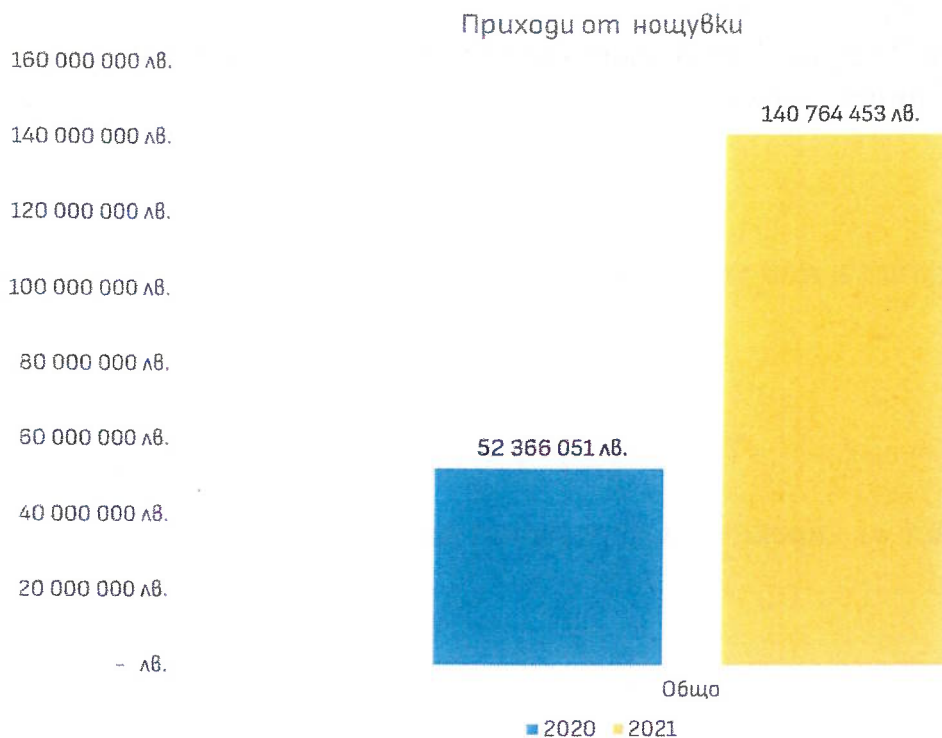
25-те места за настаняване, реализирали най-голям брой нощувки в Столична община. (графика 27)



Графика 27

Източник: ЕСТИ

В графика 28 са показани приходите от нощувки за 2020 г. и 2021 г. Ръстът през изминалата година възлиза на 172%.



Графика 28

Източник: ЕСТИ

Хотелите от категория 3,4 и 5 звезди представляват 10% от общия брой места за настаняване и 14 % от функционираните през 2021 г. Общият брой легла в тези три категории представляват 57% от общите и 64% от работилите. Близко 480 хил. туристи са пренощували в горещитираните хотели, което представлява 80% всички туристи в Столична община. В тях са реализирани малко над 1 млн. нощувки, съставляващи 84% от всички. Тези три категории места за настаняване внасят 94% от общите приходи от туристически данък в общинския бюджет (таблица 1).

Категория	Места за настаняване	%	Активни МН за '21	%	Общ брой легла	%	Активни легла в МН '21	%	Брой туристи	%	Брой нощувки	%	Данъчна ставка	Очакван приход	%
„3“ звезди	41	4%	33	6%	3 341	14%	3 011	16%	180 000	27%	304 000	25%	0,80 лв.	243 200 лв.	24%
„4“ звезди	44	4%	33	6%	6 481	27%	6 579	30%	183 900	31%	396 000	33%	1,00 лв.	396 000 лв.	39%
„5“ звезди	15	2%	12	2%	3 878	16%	3 409	18%	192 900	22%	321 800	26%	1,20 лв.	386 160 лв.	32%
Общо	100	10%	78	14%	13 700	57%	11 999	64%	476 800	80%	1 021 800	84%		1 025 360	94%
Общо за София	995		547		23 833		18 699		595 881		1 217 580			1 217 580	

Таблица 1

Източник: ЕСТИ

Интересни факти:

- 995 обекта за настаняване в т.ч. хижи, апартаменти, къщи за гости, бунгала и т.н.
- 547 места за настаняване са отчели поне една нощувка през 2021 г. или 55% работещи
- 23 833 легла е броя на официално категоризирани и регистрирани легла
- 18 699 легла е броя на активните легла през 2021
- Малко над 1,19 млн. лева очакван приход от туристически данък
- Близко 1,26* млн. лева е реално събрания туристически данък (* при възможни внесени задължения от минали години)
- 0,89 лв. среден приход от едно лице / туристически данък
- 15 – “5” звездни хотела с общ капацитет от 3878 легла. От тях 3 неработещи с 330 места|
- 44 – “4” звездни хотела с общ капацитет от 6481 легла. От тях 11 неработещи с 902 легла
- 41 – “3” звездни хотела с общ капацитет от 3341 легла. От тях 8 неработещи с 469 легла
- 72% от туристическия данък идва от 4 и 5 звездните хотели в СО
- 94% от туристическия данък идва от 3, 4 и 5 звездните хотели в СО
- 2.2 дни е средния престой за 2021 г. на турист за София
- 3.3 дни е средния престой за 2021 г. на туристи в страната
- 1.9 дни е средния престой за 2021 г. на Български граждани в София
- 2.8 дни е средния престой за 2021 г. на Български граждани в страната
- 2.5 дни е средния престой за 2021 г. на чуждестранни граждани в София
- 4.9 дни е средния престой за 2021 г. на чуждестранни граждани в страната

II. Отчет за изпълнението на Програмата за развитие на туризма на територията на Столична община за 2021 г

Приоритет 1 - „Развитие на туристическия продукт“.

Със заповед № СОА21-РД91-428/02.12.2021 г. на кмета на Столична община (СО) беше създадена работна група, която да проучи добрите практики, политики и модели за развитие на конферентния и конгресния туризъм във водещите дестинации и да предложи най-оптималния модел на участие на СО в развитието на конгресния и конферентен туризъм. Предстои да бъде изготвен анализ и да бъдат предложени формите за участие на СО в организационна структура за привличане и обслужване на конгресни и конферентни събития в града.

За първи път Столична община, чрез ОП „Туризъм“ участва в специализирани изложения свързани с конгресния и конферентния туризъм. Това бяха изложенията „Конвента“ в гр. Люблина и „Международно изложение за бизнес събития“ (IBTM) в гр. Барселона.

Диалогът с представителите на туристическия сектор за конгресен и конферентен туризъм, в частност с Българското конгресно бюро, се превърна в регулярен. Сътрудничеството се реализира чрез обмен на информация, помощ при позиционирането на София като дестинация за конгресен и конферентен туризъм, получаване на препоръки от трети страни за кандидатстване за членство в асоциацията за Маркетинг на градовете в Европа, партньорство при посрещане на чуждестранни журналисти, с цел популяризиране на дестинация София.

В рамките на този приоритет през 2021 г. бяха създадени три специализирани туристически продукта, които имат за цел създаването на допълнителен интерес към дестинацията, което да доведе до повече на брой посетители, по-дълъг престой в дестинацията и пр.

1. „Градска винена карта на София“ (на български и английски език) – имаща за цел да популяризира местата (40бр.) за качествено българско вино в София в две групи:

- магазини с предмет на дейност – продажба на вино, с асортимент от поне 10 български изби, в които присъства и вино от местни сортове. Същите следва да имат подготвен консултант и да организират винени събития или тематични представяния, свързани с българското вино.

- ресторанти и барове, в чиито винен лист поне 50% от виното е българско, вината са от минимум 5 български изби, предлага се и вино от местни сортове, в т.ч. и „на чаша“.

„Градската винена карта на София“ представя и най-важните винени събития в столицата и възможностите за включване в организирани винени турове.

2. Карта „Опознай птиците на София“ (на български и английски език), включваща 5 маршрута. София е една от най-богатите на птици (над 200 вида) столици в Европа. През 2011 г. големият синигер е избран за птица символ на града ни. Обхванати са 3-те големи зелени площи/парка - Южен парк, Западен парк и Борисова градина, в които са обособени общо 5 маршрута, както за любители, така и за изследователи. В два по-малки парка - Въртопо и Аерогара, са поставени информационни табели за възможностите за наблюдение на птици. Картата има за цел и създаването на положително отношение към птиците, познаването и опазването им.

3. Карта на уличното изкуство (графити) в София (на български и английски език). Тази карта се явява естествено продължение на подкрепата, която Столична община оказва на градското улично изкуство. Този продукт показва града през нова перспектива, добавяйки тази „галерия на открито“ към културното наследство на столицата. В първото издание на картата са включени 20 произведения на уличното изкуство, оформени в туристически маршрут в централна част на столицата.

Приоритет 2 - „Усъвършенстване на маркетинговите комуникации“

През 2021 г. беше разработена цялостна концепция за създаване на продуктов бранд на туристическа дестинация София. За реализирането на тази марка бяха сформирани две работни групи:

- Работна група за разработване на комуникационна стратегия за продуктов бранд на туристическа дестинация София.
- Работна група за организиране и подготовка на цялостния процес по провеждане на конкурс „Бранд идентичност на София като туристическа дестинация“ чрез разработване на задание и методология за провеждането на конкурса, критерии за подготовка и оценка и предложение за поименен състав на жури.

През изминалата година продължи актуализирането и поддържането на сайта www.visitsofia.bg. През 2021 г. беше разработено техническо задание, на чиято основа да бъдат извършени промяната в системата за управление на съдържанието, разработването на нови функционалности и редизайн на визуалната част.

Една от основните задачи през 2021 г. беше работата върху унифицирането на представянето в социалните мрежи на сектор туризъм в Столична община. За целта бяха уеднаквени профилите в социалните мрежи (Facebook, Instagram, You Tube). Всички те са с име отговарящо на сайта, а именно Visit Sofia. Създаден беше и профил в LinkedIn, отново със същото име. Използвана е еднотипна визия във визуалното представяне. Към днешна дата социалните мрежи се поддържат с вътрешен ресурс.

Независимо от епидемиологичната обстановка, бяха реализирани няколко опознавателни пътувания за чуждестранни журналисти. Вследствие от посещенията, бяха произведени два видео клипа за Катарските авиолинии и едновременно предаване за София в Канал 1 на руската телевизия.

През 2021 г. започна работата по създаването на мултимедийна библиотека на София като туристическа дестинация. Започна заснемането на туристическите забележителности и атракции на територията на СО в четири сезона, както и осигуряването на ежедневен снимков материал за публикуване в социалните мрежи.

След решение на СОС №606/23.09.2021 г., СО чрез ОП „Туризъм“ кандидатства и беше приета за пълноправен член на асоциацията „Маркетинг на градовете в Европа (European Cities Marketing)“. Членството в асоциацията ще способства за по-доброто позициониране на София сред всички активни туристически дестинации и столици в Европа, предоставяйки възможност за споделяне и придобиване на важна и всеобхватна информация, в т. ч. прогнози, сравнителни анализи, проучвания, обмен на добри практики, свързани с туристическото развитие на градовете и др.

Поради въведените противоепидемични мерки, СО чрез ОП „Туризъм“ участва (присъствено и дигитално) в ограничен брой туристически борси и изложения: „Уикенд Туризъм“-гр. Русе, ИТБ (ITB) – Берлин, „Конвента“-гр. Люблина, „Международно туристическо изложение“- гр. Ниш, „Световен туристически пазар“ (WTM) - гр. Лондон и „Международно изложение за бизнес събития“ (IBTM) - гр. Барселона.

Със заповед №СОА21-РД91-429/02.12.2021 г. на кмета на СО беше създадена работна група, която да обсъди и предложи модел, концепция и начин на функциониране на „София пас“ (Sofia Pass) като интегриран туристически продукт, чрез надграждане на съществуващата карта, който да включва обществен транспорт, вход за туристически атракции и забележителности, турове, културни събития и др.

Приоритет 3 - „Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата“ се изпълняваше в съответствие с инвестиционната програма на СО.

Развитието и модернизацията на инфраструктурата на града е съществен приоритет поради факта, че реновирането на градските пространства, подобряването на градската среда, инфраструктурата и обществения транспорт имат ключово значение за развитието на туризма в София. Този приоритет се изпълнява в съответствие с инвестиционната програма на СО за съответната година.

Приоритет 4 – „Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни“.

През 2021 г. бяха проведени 4 социологически проучвания за потенциала на София като туристическа дестинация сред различни фокус групи:

- жителите на София;
- гражданите на България;
- чуждестранните посетители и туристи в София;
- различните сектори на туристическата индустрия в София.

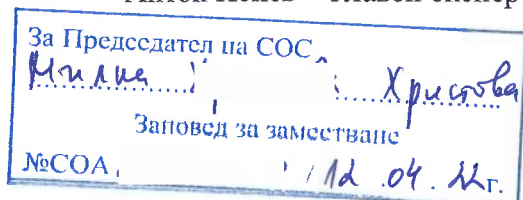
В рамките на сътрудничеството с Министерството на туризма беше поддържан постоянен диалог по отношение на нормативната уредба в сферата на туризма, функционирането на Единната система за туристическа информация, възможностите за промоция на София като туристическа дестинация посредством Годишната програма за националната реклама и др.

С концесионера на летище София – „Соф Кънект“ АД бяха осъществени поредица от срещи, на които бяха обсъдени възможностите за сътрудничество по отношение подобряване на информационното обслужване на пътниците, съвместното презентиране на дестинация София на туристически борси, изложения и др.

Изготвили:

Иво Маринов – директор на ОП „Туризъм“

Антон Пенев – главен експерт, дирекция „Европейски политики, програми и туризъм“



ПРЕДСЕДАТЕЛ:

ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ/