

30 януари 2026
Топлоцентрала

SOFIA
visitsofia.bg

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 *Топлоцентрала*

ДАНИИ 2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 *Топлоцентрала*

ПРИХОДИ
И
РАЗХОДИ
2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

6 659 276 лв.

Декларирани туристически
данък от МН за 2025

Вид на мястото за настаняване	Деклариран данък	% от общо събраната сума
Некатегоризирани	387 444 лв.	6%
1 звезда	220 972 лв.	3%
2 звезди	158 037 лв.	2%
3 звезди	1 211 862 лв.	18%
4 звезди	2 716 303 лв.	41%
5 звезди	1 964 658 лв.	30%

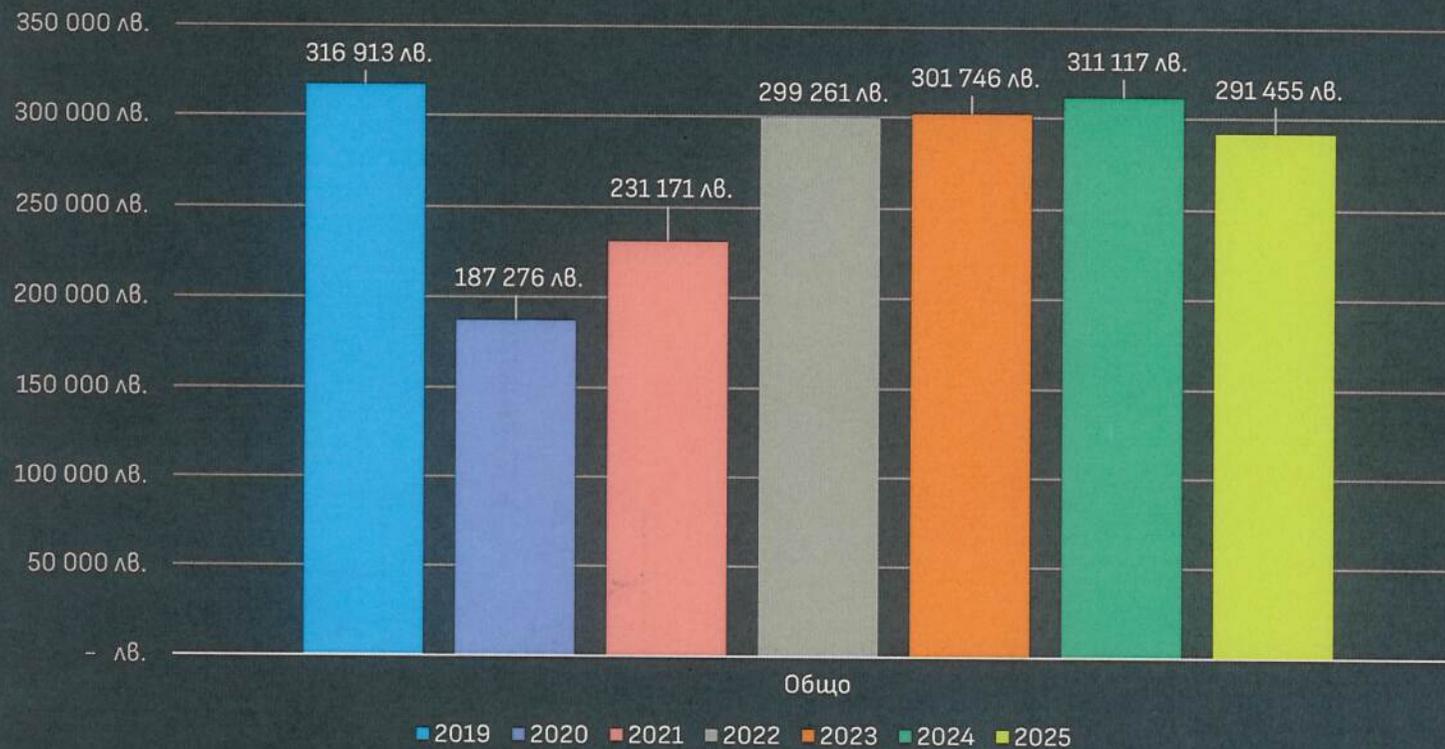
SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентрала

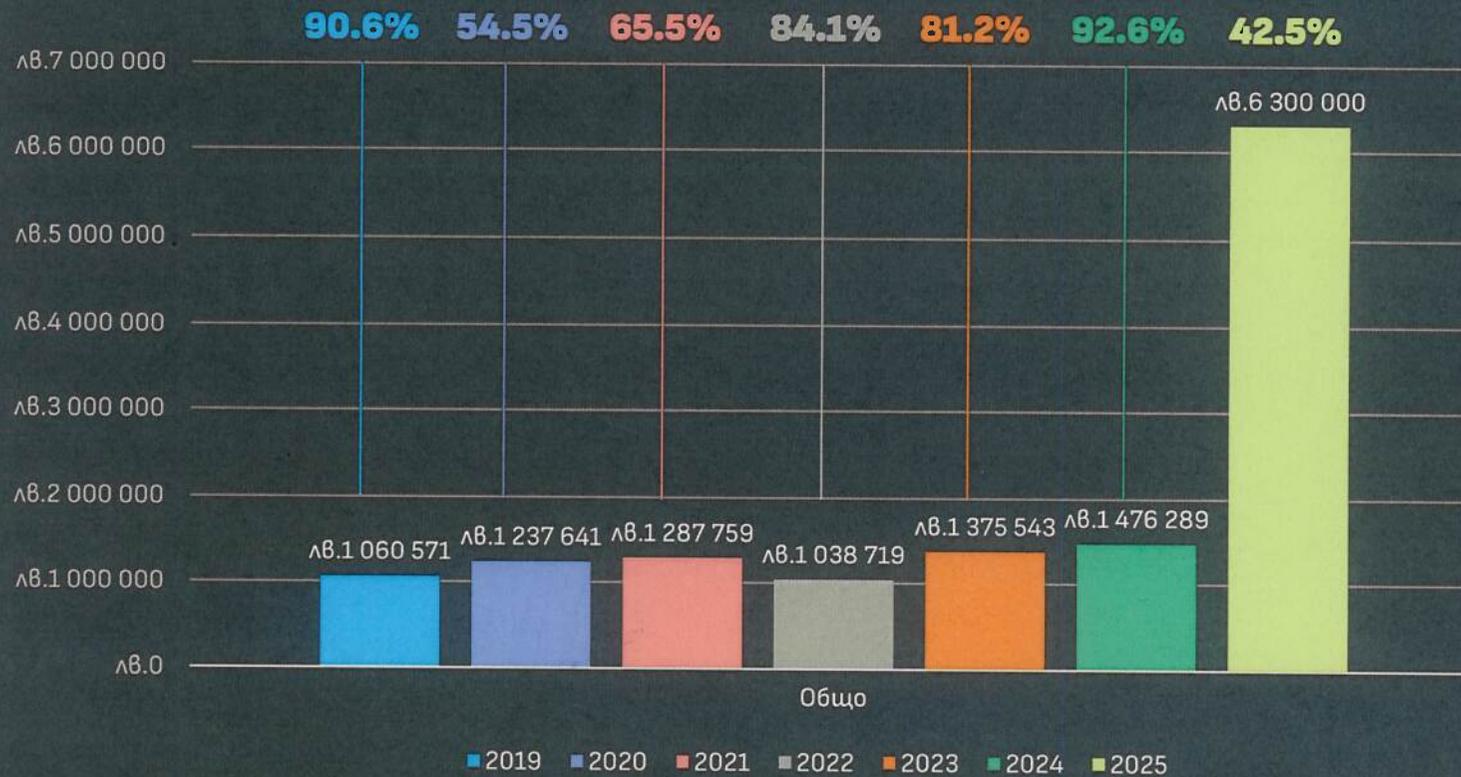
Приходи от туристически данък по години



Приходи от такси за категоризации и регистрации по години



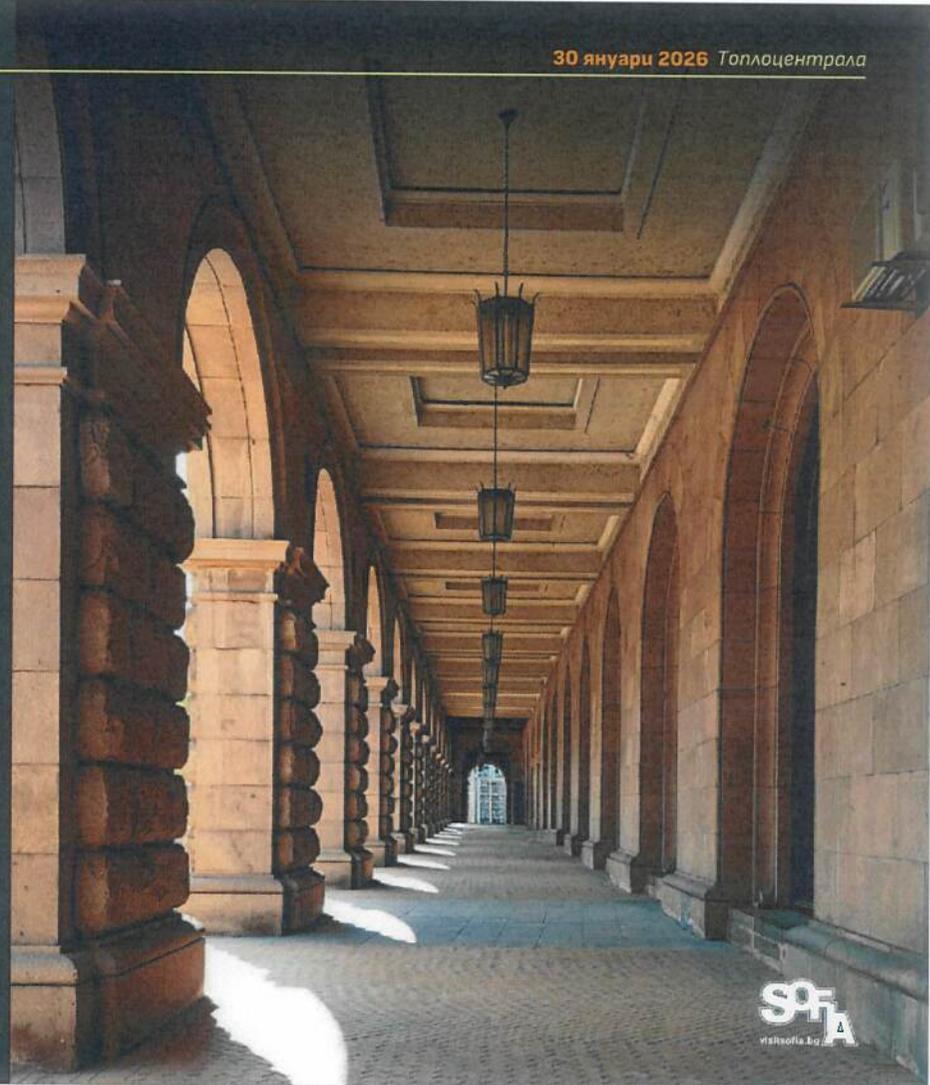
Бюджети 2019-2025 г.



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 *Топлоцентра*

КАТЕГОРИЗАЦИЯ И КОНТРОЛ



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Теплоцентра

Категоризирани и регистрирани през 2025 г.

496

Заведения за хранене
и развлечения

20

Места за настаняване
клас А и Б

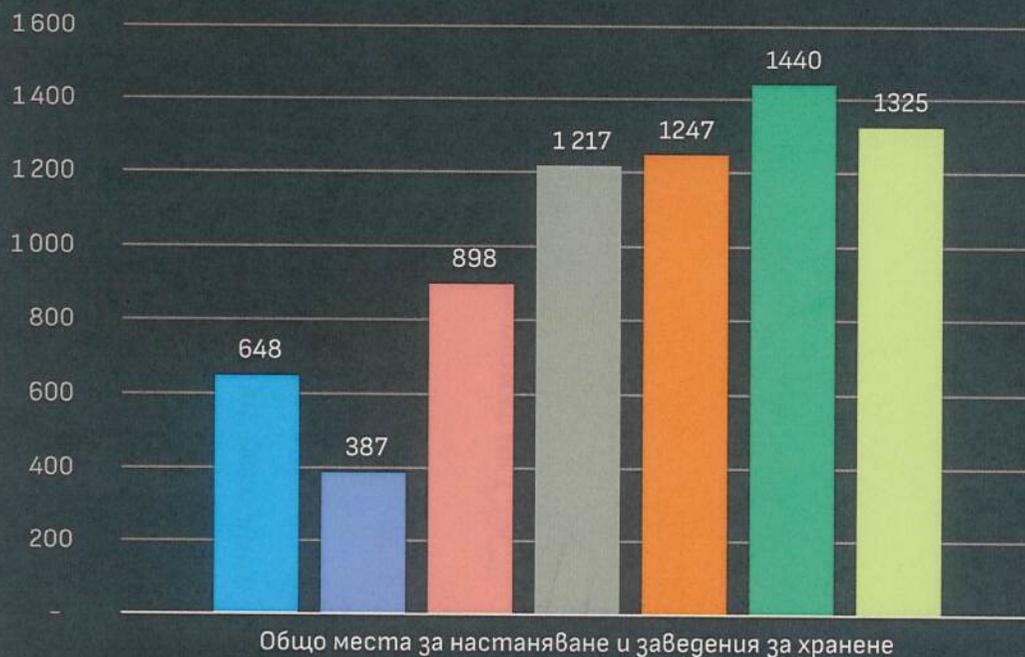
809

Места за настаняване
клас В

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентрала

Категоризации и регистрации на МН и ЗХР по години



■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Заведения за хранене и развлечения



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Общо категоризирани ЗХР

2796

Заведения за хранене
и развлечения в
Столична община

253 195

места

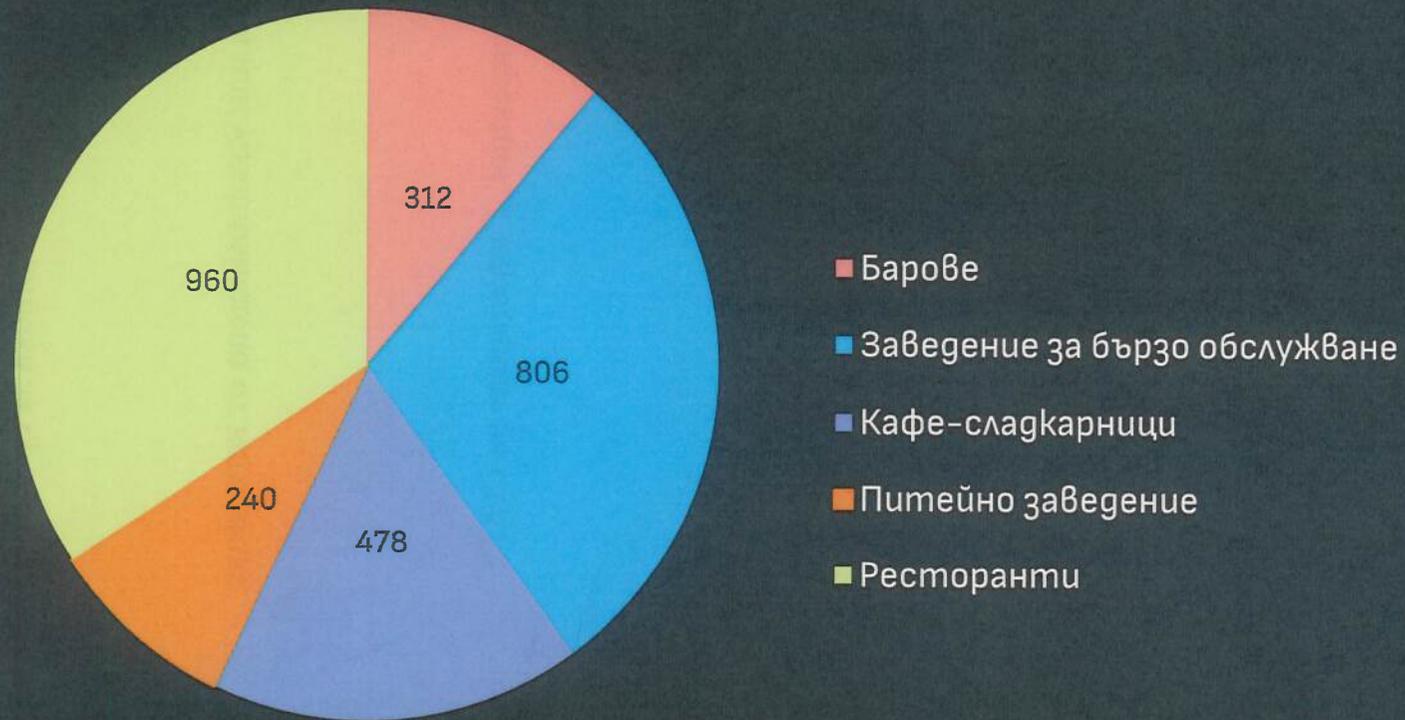
40%

60%

■ На закрито ■ На открито

SOFIA
watsofia.bg

Категоризирани ЗХР по категории



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Категоризирани ЗХР общо

83%



8%



5%



2%



1%



→ 91% от ЗХР в Столична община се категоризират от ОП „Туризм“

Места за настаняване



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Места за настаняване в Столична община общо

3033

броя

14 798

стаи

31 386

легла

1 звезда ☆☆☆☆	2 звезди ☆☆☆☆	3 звезди ☆☆☆☆	4 звезди ☆☆☆☆	5 звезди ☆☆☆☆	Клас В
89 броя	40 броя	69 броя	59 броя	17 броя	2759 броя
1516 стаи	801 стаи	2496 стаи	4472 стаи	2474 стаи	3039 стаи
3502 легла	1735 легла	4607 легла	8559 легла	4280 легла	8703 легла

Активни места за настаняване в Столична община общо 1745 броя с 26 530 легла (реализирали поне една нощувка)



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Места за настаняване в София

3 206

броя

1 741

активни (поне 1 нощ.)

3 033

броя

1 745

активни (поне 1 нощ.)

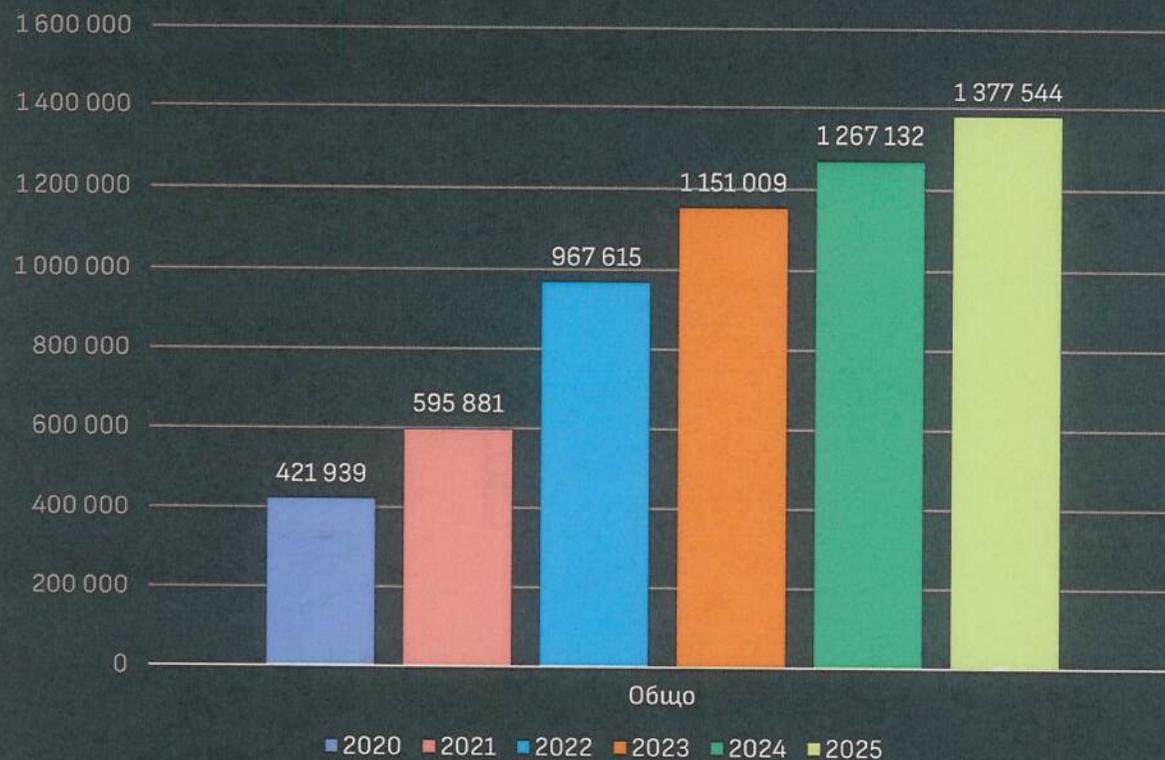


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Отчет 2025

Общо пренощували лица



↑
9%
ръст
2025 vs 2024

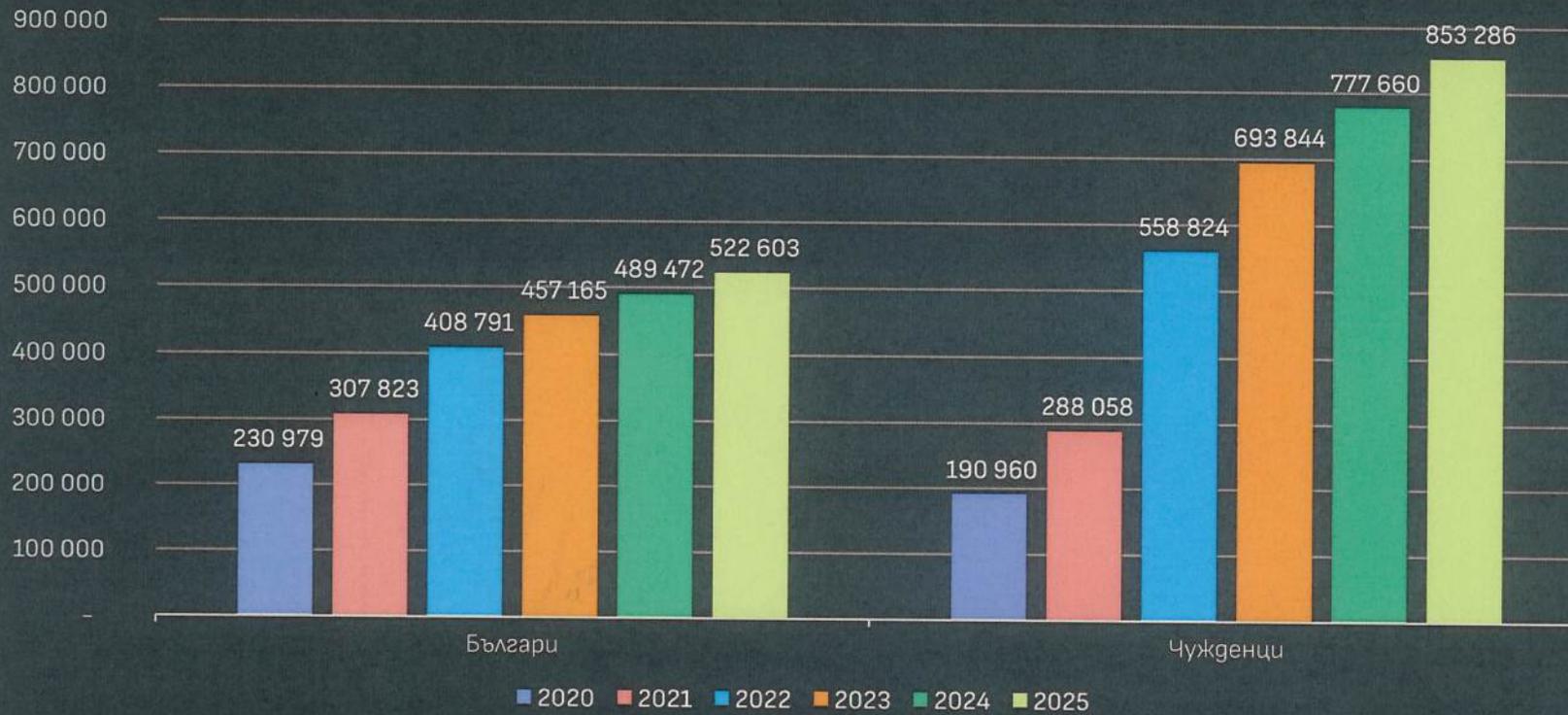


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

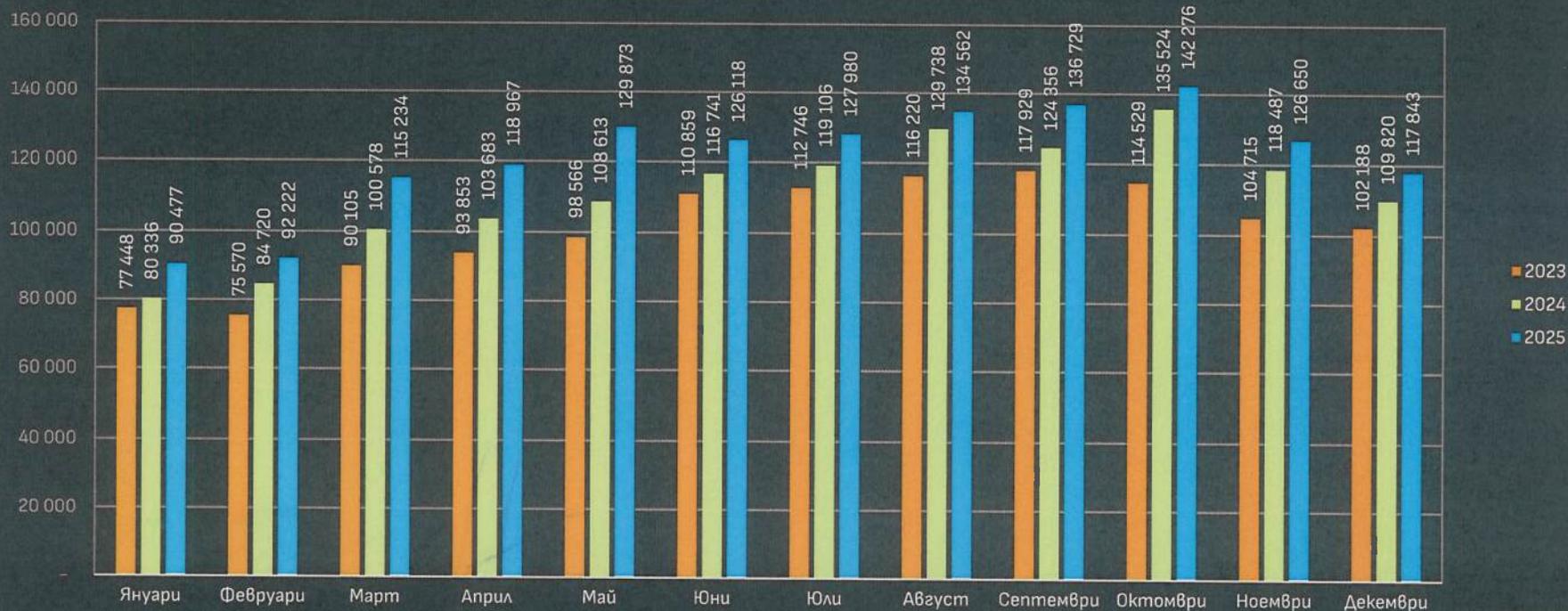
Отчет 2025

Общо пренощували лица по гражданство



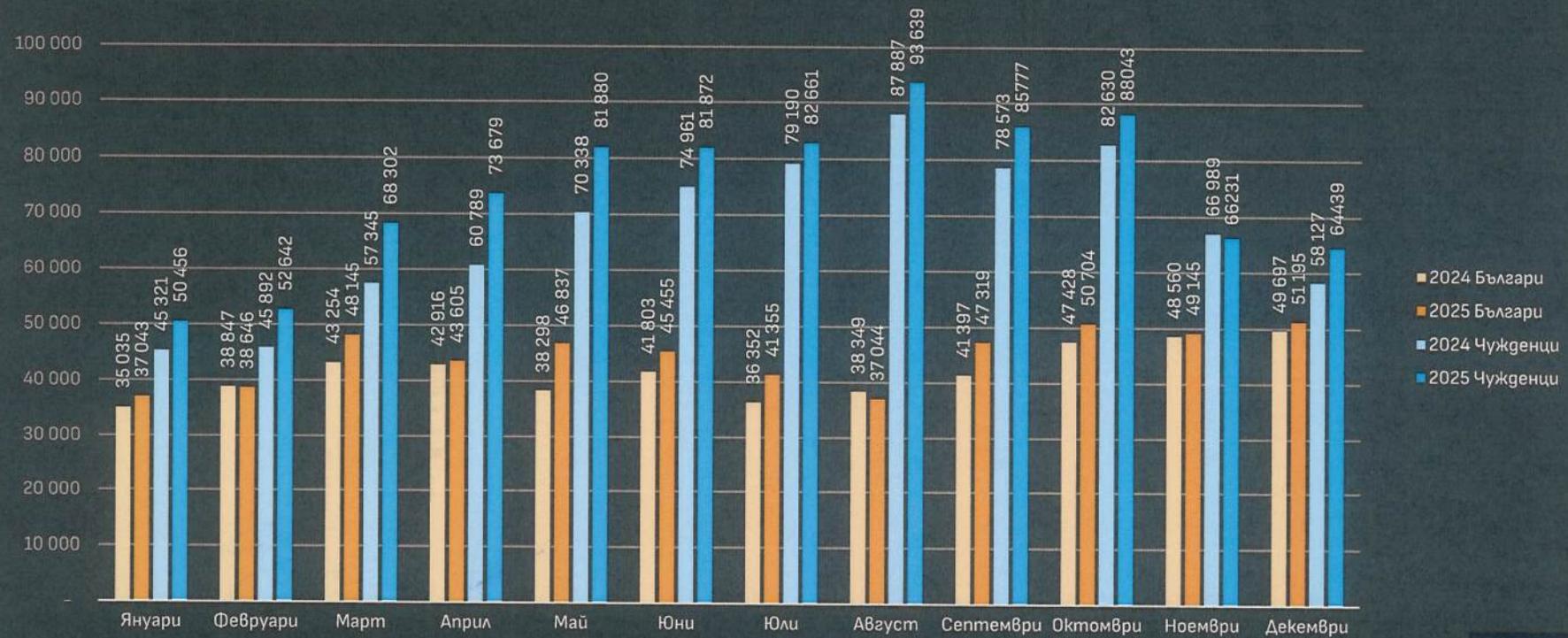
Отчет 2025

Пренощували лица по месеци 2023/2024/2025



Отчет 2025

Пренощували лица по месеци 2023/2024/2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

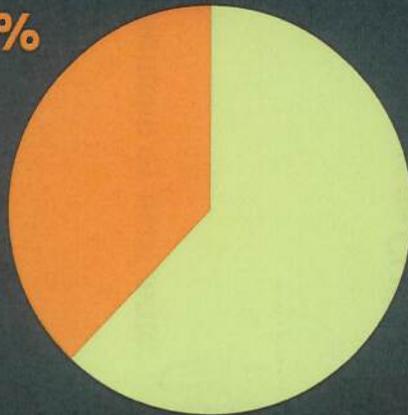
БРОЙ ТУРИСТИ посетили София

1 377 544

общ брой

522 603 ↑7%

38%



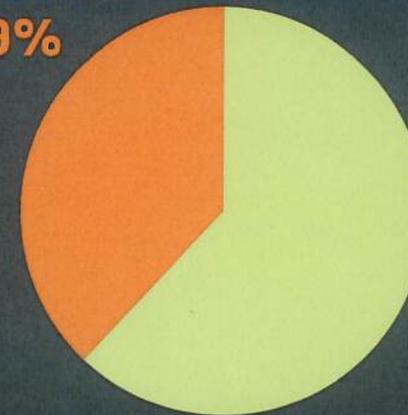
■ Чужденци ■ Българи

1 267 132

общ брой

489 472

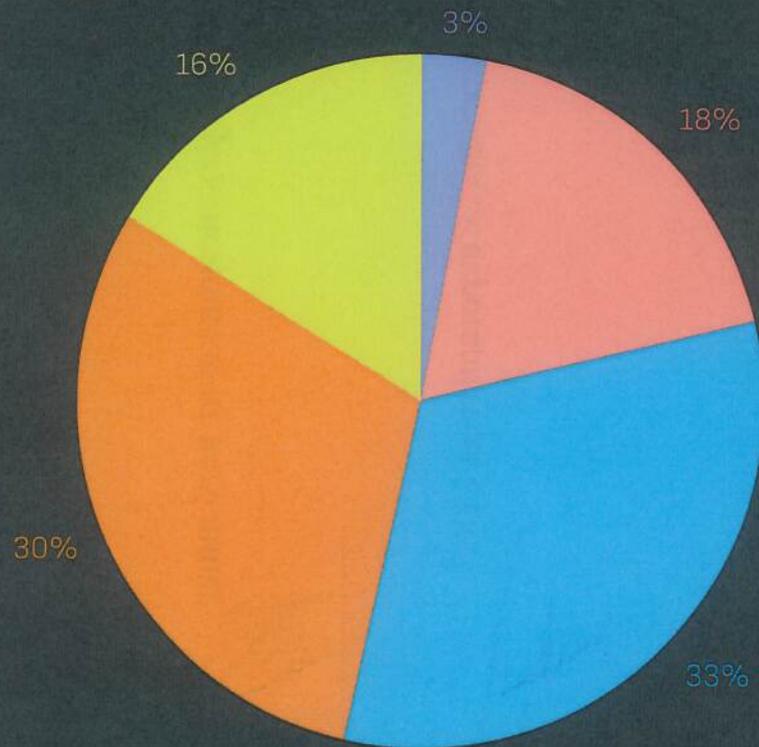
39%



■ Чужденци ■ Българи



ТУРИСТИ пол и възраст 2025



Българи и чужденци общо

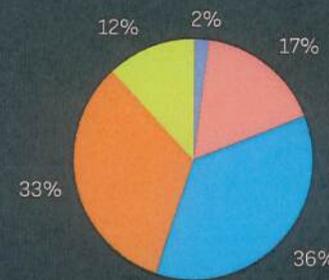
- до 14 год.
- 15 - 29 год.
- 30 - 44 год.
- 45 - 59 год.
- 60+ год.



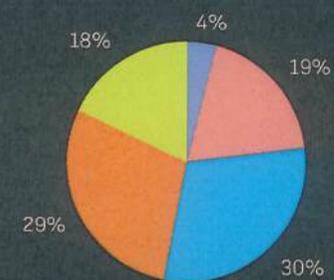
59% МЪЖЕ



41% ЖЕНИ



Българи



Чужденци

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

ТУРИСТИ ПО ПАЗАРИ

	2024	2025		2024	2025
	64 968	72 635		42 593	46 884
	41 957	67 629		45 948	45 137
	55 665	58 362		43 232	40 624
	50 419	58 600		38 034	39 451
	50 169	53 517		27 760	31 541



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

ТУРИСТИ ПО КАТЕГОРИЯ



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

ТУРИСТИ ПО КАТЕГОРИЯ



12%



4%



6%



2%

31%



19%

32%



40%

10%



27%

9%

НЕКАТЕГОРИЗИРАНИ

8%



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Таблоцентрала

БРОЙ ТУРИСТИ по гържави

2025 спрямо 2024 год.

Италия ↑11%
ръст през 2024 г.

Израел ↑62%
ръст през 2024 г.

Турция ↑16%
ръст през 2024 г.

Румъния ↑10%
ръст през 2024 г.

Франция ↑14%
ръст през 2024 г.

Полша ↑33%
ръст през 2024 г.

Китай ↑21%
ръст през 2024 г.

Великобритания ↓6%
спад през 2024 г.

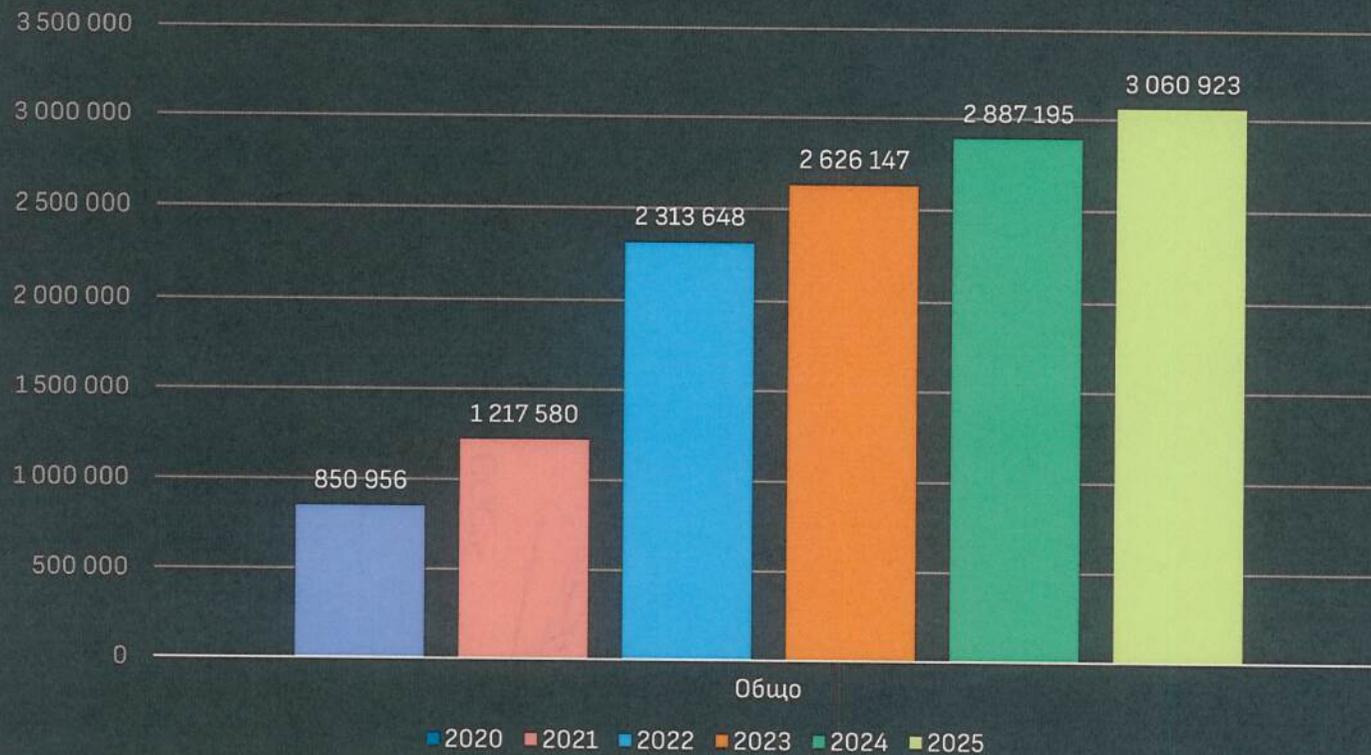
Кипър ↓9%
спад през 2024 г.



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Общо реализирани нощувки



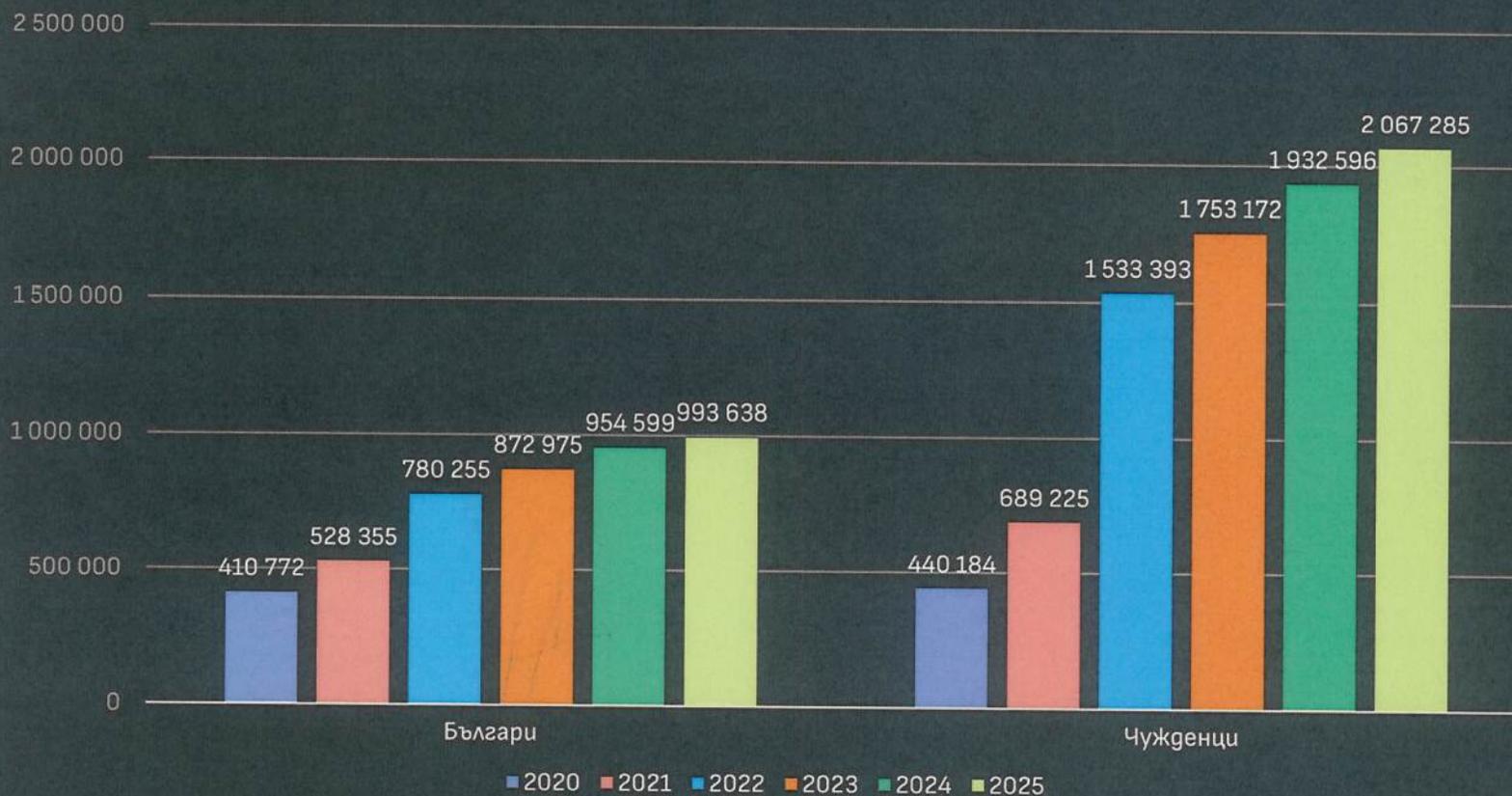
↑
6%
ръст
2025 vs 2024



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

Реализирани нощувки по гражданство



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ по категория

↓ 7%	★★★★☆	8%
↓ 3%	★★★★☆	4%
↑ 20%	★★★★☆	19%
36%	★★★★☆	36%
21%	★★★★☆	21%
↑ 13%	НЕКАТЕГОРИЗИРАНИ	12%

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Глоблцентрала

РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ по категория



14%



4%



7%



2%

26%



17%

31%



37%

9%



27%

13%

НЕКАТЕГОРИЗИРАНИ

13%



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентрал

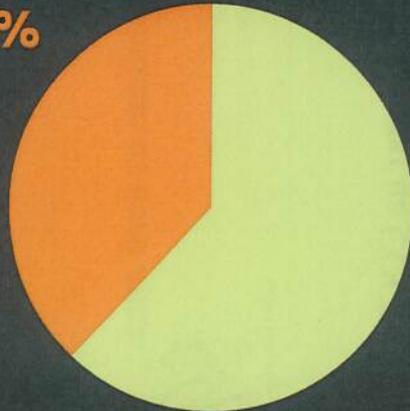
БРОЙ НОЩУВКИ

3 060 923 ↑6%

общ брой

993 638 ↑4%

32%



■ Чужденци ■ Българи

2 067 285 ↑7%

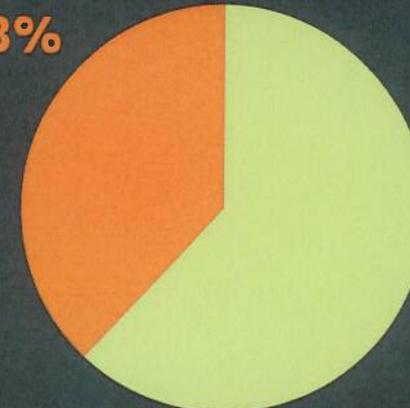
68%

2 887 195

общ брой

954 599

33%



■ Чужденци ■ Българи

1 932 596

67%



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

НОЩУВКИ ПО ПАЗАРИ

	2024	2025		2024	2025
	125 466	197 135		87 272	106 918
	171 235	180 576		117 867	105 167
	126 325	136 066		97 672	104 341
	119 240	118 789		74 228	79 348
	120 190	111 435		74 553	77 690

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

БРОЙ НОЩУВКИ по държави

2025 спрямо 2024 год.

Израел ↑57%
ръст през 2025 г.

Турция ↑23%
ръст през 2024 г.

Полша ↑28%
ръст през 2024 г.

Китай ↑29%
ръст през 2024 г.

Португалия ↑11%
ръст през 2024 г.

Северна Македония ↑57%
ръст през 2024 г.

Великобритания ↓7%
спад през 2024 г.

САЩ ↓11%
спад през 2024 г.

Кипър ↓15%
спад през 2025 г.

Русия ↓10%
спад през 2025 г.



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентрална

2,3

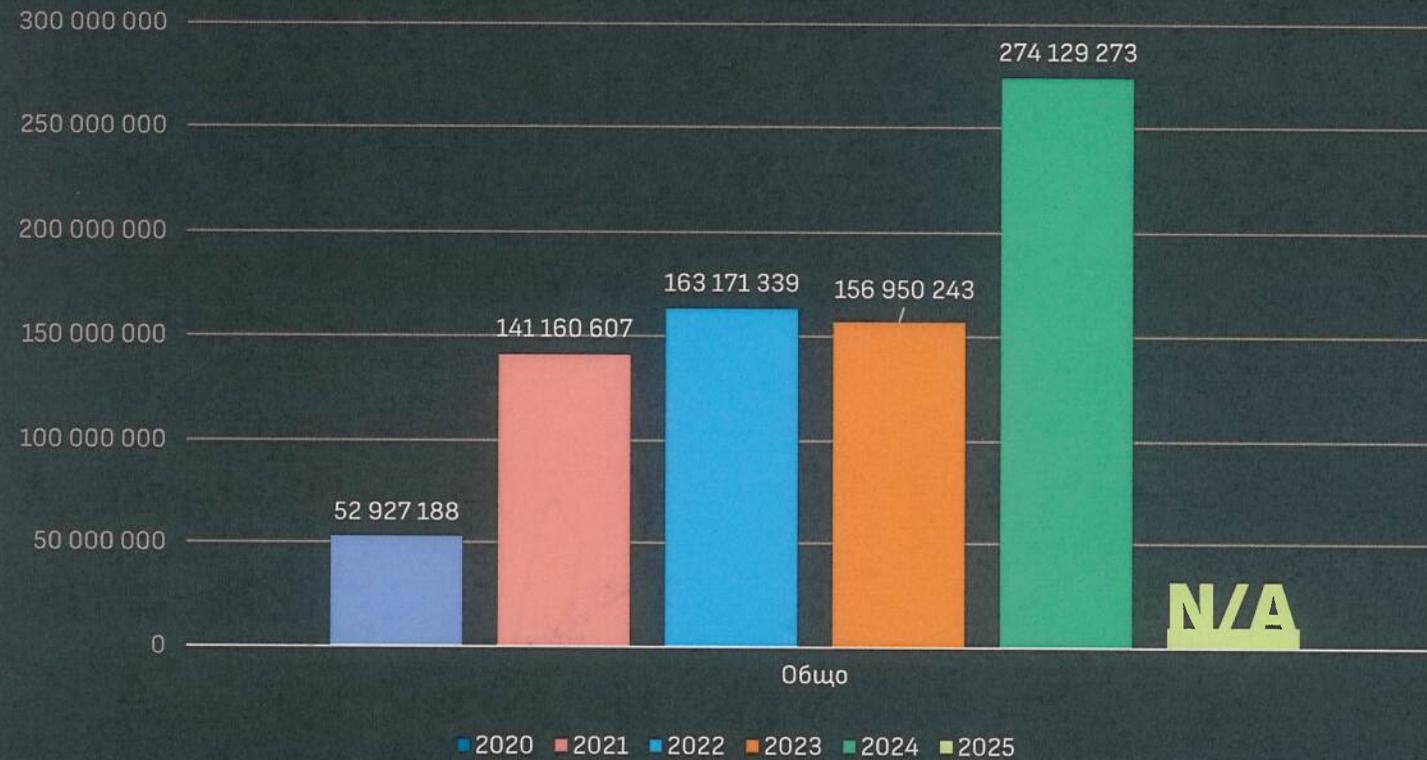
Среден престой (в дни)

SOFIA
visitsofia.bg

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Приходи от нощувки



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Теплоцентра

ДРУГИ

**СРЕДЕН ПРИХОД НА
НОЩУВКА ОТ ТУРИСТ**

**СРЕДНА ЦЕНА
НА НОЩУВКА**

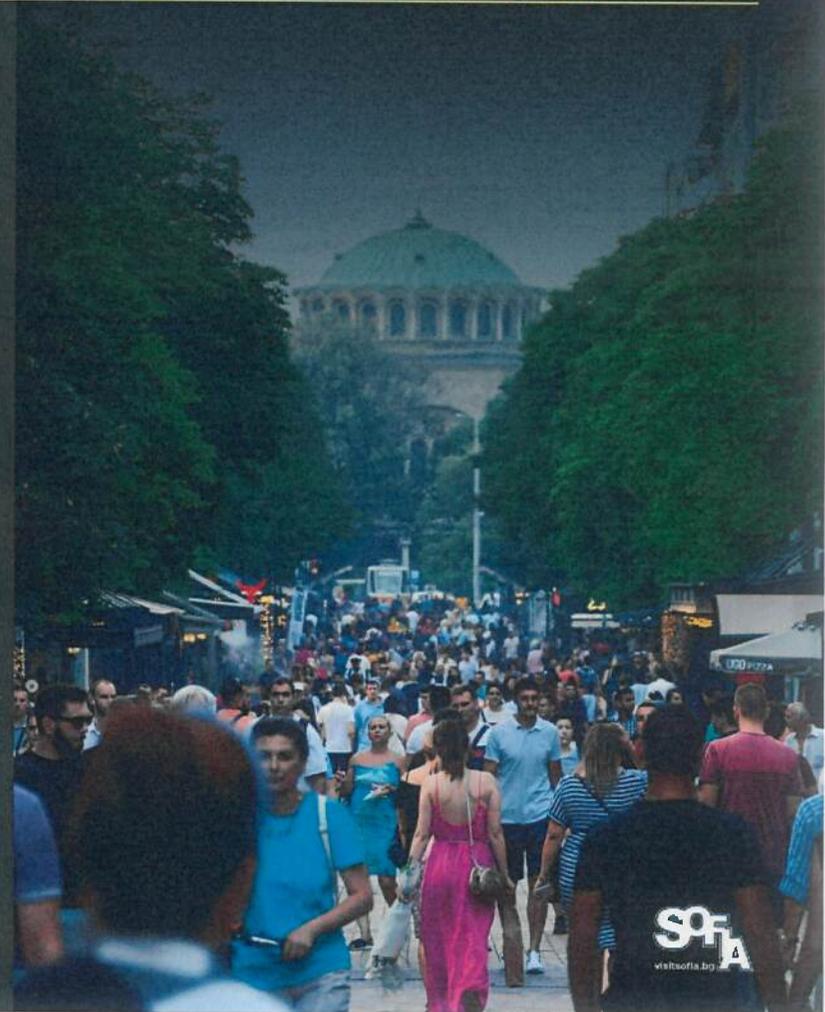


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 *Топлоцентрала*

- 1 **ГРАНД ХОТЕЛ МИЛЕНИУМ СОФИЯ**
- 2 **РАМАДА СОФИЯ СИТИ ЦЕНТЪР**
- 3 **СОФИЯ БАЛКАН ПАЛАС**
- 4 **ПРЕМИЕР ЛЕТИЩЕ СОФИЯ**
- 5 **МАРИНЕЛА**
- 6 **АСТОРИЯ ГРАНД ХОТЕЛ**
- 7 **ИНТЕРКОНТИНЕНТАЛ СОФИЯ**
- 8 **РИЛА**
- 9 **ХИЛТЪН СОФИЯ**
- 10 **ХАЯТ РИДЖЪНСИ СОФИЯ**
- 11 ГРАНД ХОТЕЛ СОФИЯ
- 12 ПАРК ХОТЕЛ МОСКВА
- 13 МОНТЕСИТО
- 14 ЦЕНТРАЛ
- 15 БИ УАН СИТИ ХОТЕЛ
- 16 ХОТЕЛ 300 СОФИЯ
- 17 МЕТРОПОЛИТЪН
- 18 СЛАВЯНСКА БЕСЕДА
- 19 ФОРУМ
- 20 ШИПКА
- 21 МЕЗОН СОФИЯ / MAISON SOFIA
- 22 НОВОТЕЛ СОФИЯ
- 23 ХЕМУС
- 24 КРАУН ПЛАЗА СОФИЯ/CROWNE PLAZA SOFIA
- 25 РОСЛИН СЕНТРАЛ ПАРК ХОТЕЛ СОФИЯ/ROSSLYN CENTRAL PARK HOTEL SOFIA

**Т
У
Р
И
С
Т
И**



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

- 1 РАМАДА СОФИЯ СИТИ ЦЕНТЪР
- 2 ГРАНД ХОТЕЛ МИЛЕНИУМ СОФИЯ
- 3 СОФИЯ БАЛКАН ПАЛАС
- 4 ИНТЕРКОНТИНЕНТАЛ СОФИЯ
- 5 ХИЛТЪН СОФИЯ
- 6 ХАЯТ РИДЖЪНСИ СОФИЯ
- 7 МАРИНЕЛА
- 8 КИТЧЪН 59
- 9 АСТОРИЯ ГРАНД ХОТЕЛ
- 10 РИЛА
- 11 ВИТОША ПАРК ХОТЕЛ
- 12 ПАРК ХОТЕЛ МОСКВА
- 13 ПРЕМИЕР ЛЕТИЩЕ СОФИЯ
- 14 ГРАНД ХОТЕЛ СОФИЯ
- 15 МЕТРОПОЛИТЪН
- 16 ЦЕНТРАЛ
- 17 МЕЗОН СОФИЯ / MAISON SOFIA
- 18 БИ УАН СИТИ ХОТЕЛ
- 19 НОВОТЕЛ СОФИЯ
- 20 МОНТЕСИТО
- 21 КРАУН ПЛАЗА СОФИЯ/CROWNE PLAZA
- 22 РОСЛИН СЕНТРАЛ ПАРК ХОТЕЛ СОФИЯ
- 23 ХОТЕЛ ЗОО СОФИЯ
- 24 СЛАВЯНСКА БЕСЕДА
- 25 ШИПКА

Н
О
Щ
У
В
К
И



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 *Топлоцентрала*

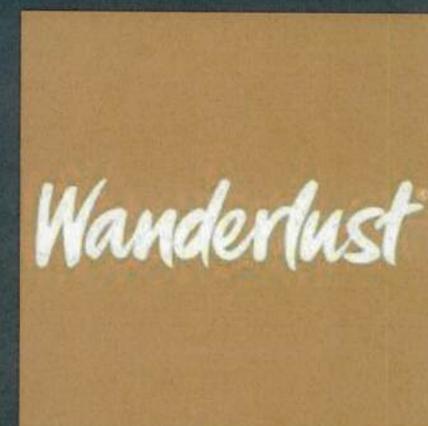
МАРКЕТИНГ 2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

Международен маркетинг и стратегически партньорства



В края на 2025 г. **Visit Sofia координира и договори целенасочен микс от международни платформи и партньорства**, които покриват целия път на туриста – от първоначално вдъхновение до реална резервация.

Подборът на канали и формати следва пазарния потенциал, туристическото поведение и ефективното използване на бюджета, като поставя основа за устойчивото развитие на София като европейска градска дестинация.

София в международния туристически разговор

- Партньорства с глобални брандове и авторитети
- Преход от „дестинация за посещение“ към „дестинация с разказ и стойност“
- Фокус върху дългосрочно позициониране, не еднократни кампании

Логика на микса: пътят на туриста

Какво постигаме с този микс

- Постоянно присъствие през сезона и в ключови моменти на избор
- Баланс между имидж (дългосрочно) и резултат (краткосрочно)
- Канали с ясна роля: вдъхновение → сравнение → резервация
- Комбинация от медии, платформи и партньорства с доказана аудитория

Как подхождаме

- Работим там, където хората реално търсят и сравняват дестинации
- Пазарите са избрани по потенциал и свързаност
- Форматите са подбрани според етапа на решението
- Акцент върху качество и стойност за дестинацията

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Пазарен обхват

Великобритания (UK)

Полша (PL)

Германия (DE)

Унгария (HU)

Чехия (CZ)

Франция (FR)

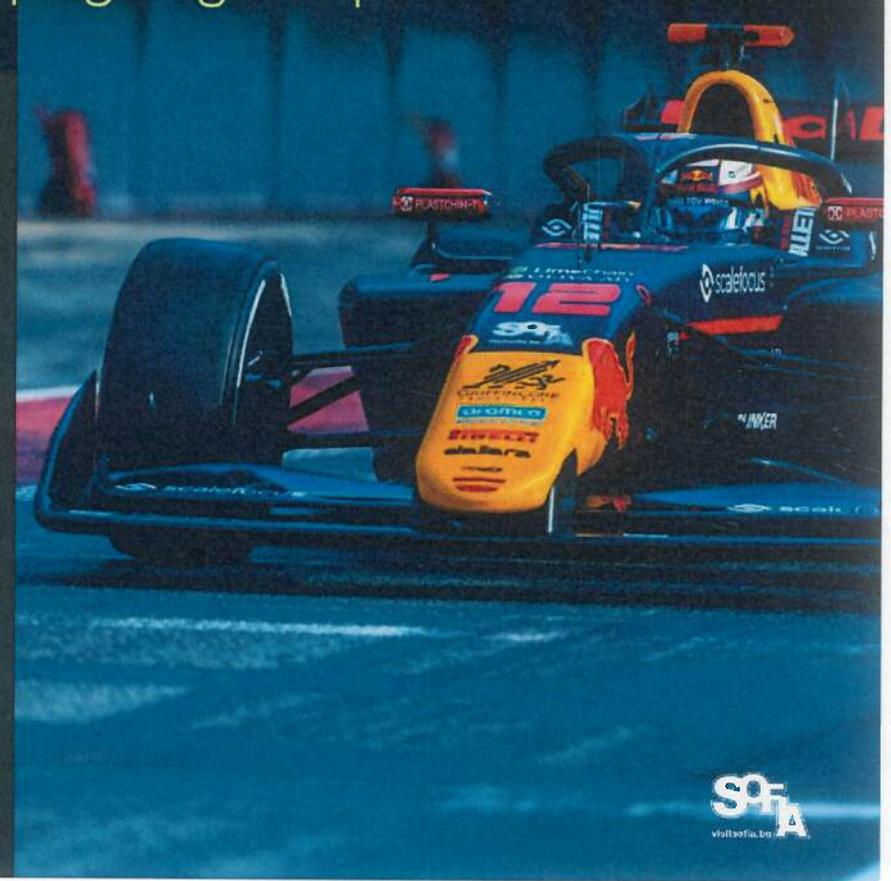
Италия (IT)



Awareness: международен образ и доверие

Никола Цолов – международна видимост и премиум асоциация за София

- **Защо:** Партньорството с Никола Цолов позиционира София в контекст на млади таланти, високи постижения и международна спортна сцена, като създава силна емоционална и премиум асоциация с дестинацията.
- **Подход:** Интегрирано брандиране и комуникация чрез присъствие на Visit Sofia в професионалната среда на състезателя и в неговите социални канали.
- **Реализация:**
 - Премиум брандиране на състезателния автомобил с логото на Visit Sofia, включително централната зона на носа и страничните панели
 - Брандиране на състезателната екипировка на Никола Цолов с логото Visit Sofia
 - Съвместно съдържание в социалните мрежи на Никола Цолов и Visit Sofia с го 12 публикации във Facebook и Instagram в рамките на партньорството
- **Ефект:** Висока международна видимост и асоцииране на София с динамика, амбиция и новото поколение европейски лидери и спортни фенове.



Awareness: международен образ и доверие

Michelin Guide (brand authority)

- **Защо:** Стратегическа инвестиция в дългосрочното позициониране на София като гастрономическа дестинация. 80% от пътуващите смятат Michelin звездите за Оскарите на гастрономията. 2/3 биха избрали Michelin дестинация; 57% биха удължили престоя; 71% биха увеличили разходите.
- **Аудитория:** Платежоспособни пътувачи, гастрономически ентузиасты
- **Пазари:** Глобално (мултипазарно)
- **Подход:** Партньорство за позициониране на софийската гастро-сцена
- **Формат:** Одит на софийската гастро-сцена като първа стъпка към потенциално включване в Michelin Guide
- **Период:** Еднократно с потенциално преминаване към многогодишен договор

Awareness: международен образ и доверие

Sandstone Global Productions – The greatest cities with Bettany Hughes

- **Защо:** Документалният формат създава дълготрайна стойност и авторитет за дестинацията пред глобална аудитория. Историческият разказ позиционира София като град с богата история и културно наследство.
- **Аудитория:** Глобална аудитория, ценители на история и култура
- **Пазари:** Глобално (международно разпространение)
- **Формат:** Телевизионен документален епизод (60 мин.)
- **Период:** 2026 (продукция и разпространение)

Awareness: международен образ и доверие

Wanderlust Magazine (UK)

- **Защо:** Най-голямото британско туристическо издание (236,718 тираж). Достига до високообразована аудитория с висок туристически потенциал, страстни пътешественици. Форматът „специална редакционна статия“ позволява разказване на истории, които резонират с аудитория, водена от ценности.
- **Аудитория:** Високообразована, платежоспособна аудитория, страстни пътешественици
- **Пазари:** Великобритания (UK)
- **Подход:** Многоформатна комуникационна кампания за изграждане на разпознаваемост със специално разработено съдържание
- **Формат:** Дигитална редакционна статия, newsletters (430 000+ абонати), платено присъствие в социалните мрежи, печатна реклама
- **Период:** Q1 2026 (активна кампания)

Awareness: международен образ и доверие

Sustain Europe

- **Защо:** Позиционира София като устойчива туристическа дестинация. Осигурява легитимност и разпознаваемост сред водещи бизнес лидери. Дистрибуцията в луксозни хотели и VIP салони асоциира София с висок клас устойчив туризъм.
- **Аудитория:** Европейски decision makers, C-level executives, инвеститори
- **Пазари:** Европа (мултипазарно покритие)
- **Подход:** Позициониране на София като устойчива дестинация чрез редакционно съдържание и премиум дистрибуция
- **Формат:** 12-странична редакционна публикация (печат и дигитално издание), печатна реклама (160 000 тираж, 698 000 преглеждания на страниците)
- **Период:** Q1 2026

Consideration: сравнение и избор на дестинация

TripAdvisor

- **Защо:** Улавя потребители в ключовия Dreaming and Planning етап при активно търсене и сравнение на дестинации.
- **Аудитория:** Двойки и семейства, интересуващи се от култура, изкуства, природа
- **Пазари:** UK, FR, DE, IT
- **Подход:** Интегрирано редакционно-рекламно присъствие във фазата на активно сравнение и планиране
- **Формат:** Статични и каруселни интегрирани банери. Интегрирано видео съдържание.
- **Период:** Q1 2026 (активна кампания)

Michelin Guide (choice driver)

- **Защо:** Конкретен мотив за избор и планиране. Доказан икономически ефект: +50% приходи след първа звезда, +65% ръст на работна сила (San Francisco), +79% (Singapore). Ефект: по-дълъг престой и по-високи разходи.
- **Аудитория:** Гастрономически ентузиастаи, платежоспособни пътуващи
- **Пазари:** Глобално (мултипазарно)
- **Подход:** Гастрономията като причина да се избере София спрямо други градове

Consideration: сравнение и избор на дестинация

Skyscanner

- **Защо:** Позиционира София в критичния момент на вземане на решение – когато потребителите активно търсят дестинации. City Explorer служи като централен hub, а Sponsored Results улавят аудитории преди резервация.
- **Аудитория:** Активни търсачи на дестинации с високо намерение за пътуване
- **Пазари:** UK, PL
- **Подход:** Многоформатна видимост в момента на активно търсене и сравнение
- **Формат:** Destination Spotlight, City Explorer, Sponsored Results, Brand Banners
- **Период:** Q1 2026 (активна кампания)



Пример: Активна кампания UK & PL

Conversion: подкрепена на реалното пътуване

eSKY Group

- **Защо:** Осигурява силна видимост на приоритетните CEE пазари през целия туристически сезон. Трисезонната стратегия гарантира постоянно присъствие и покрива различни моменти на решението – от ранно планиране до last-minute резервации.
- **Аудитория:** CEE пътуващи на различни етапи на решението (от планиране до last-minute)
- **Пазари:** CEE (PL, DE, HU, CZ)
- **Подход:** Три сезонни кампании с многоточково присъствие през целия туристически сезон
- **Формат:** Дисплей реклама, newsletters, социални мрежи (Facebook / Instagram), travelguide статии
- **Период:** Q2 - Q4 2026

Като вече имаме една реализирана кампания с тях през Q2 2025:

Комуникация на пазарите Полша, Германия и Унгария чрез newsletters и push известия към над 350 000 абонати.

Публикации и stories във Facebook и Instagram каналите на eSky във всички таргетираны пазари.

Кратки статии и промоционално съдържание на партньорски и външни платформи.

National Geographic Traveller

Също реализирана кампания през Q2 2025

- Дигитална статия в National Geographic Traveller, разработена от редакцияния екип и интегрирана в Destination Hub.
- Тримесечно рекламно присъствие с ексклузивни банери, насочващи трафик към официалния сайт.
- Newsfeed story – гео таргетирано за Великобритания

Conversion: подкрепена на реалното пътуване

Lastminute.com

- **Защо:** Осигурява интегрирано присъствие през цялата резервационна логика – от първоначално запознаване с дестинацията до реална резервация.
Фокусът върху градски пътешественици и културно ориентирани посетители съответства напълно на профила и предимствата на София.
- **Аудитория:** Пътуващи за кратки градски почивки и посетители с културни интереси
- **Пазари:** Великобритания (UK)
- **Подход:** Интегрирано присъствие през цялата фуния на пътуване с фокус върху градски почивки
- **Формат:** Специализирана микросайт страница, присъствие на начална страница, спонсорирани резултати при търсене
- **Период:** Q1-Q2 2026



Conversion: подкрепена на реалното пътуване

Wizz Air

- **Защо:** Осигурява директен достъп до аудитория, готова за резервация.
Насочената комуникация чрез бюлетини към пътуващи с изразен интерес към София води до висока ефективност и конверсия.
- **Аудитория:** Пътуващи, готови за резервация, с интерес към София и региона
- **Пазари:** Мултипазарно (по интерес към София и налични директни полети)
- **Подход:** Целенасочена комуникация към заинтересована аудитория чрез каналите на авиокомпанията
- **Формат:** Newsletter, основен банер на начална страница, географски насочено присъствие в Instagram
- **Период:** Q1 2026

Conversion: подкрепена на реалното пътуване

Holiday Pirates

- **Защо:** Осигурява навлизане на италианския пазар чрез аудитория, ориентирана към промоционални предложения, с висока мотивация и готовност за резервация. Многоканалното присъствие гарантира максимален обхват и честота на контакта.
- **Аудитория:** Пътувачи, ориентирани към промоционални оферти, с високо намерение за резервация
- **Пазари:** Италия (IT)
- **Подход:** Интензивна четириседмична многоканална комуникационна кампания
- **Формат:** SEO оптимизирана целева страница, банерно присъствие на начална страница, присъствие в социалните мрежи (Facebook / Instagram), newsletter, банер в мобилно приложение
- **Период:** Q1 – Q2 2026

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Роля на всяка платформа в общата рамка

Brand building (дългосрочна стойност)

Sandstone • Michelin •
Sustain Europe •
Wanderlust

Performance / high- intent reach (високо намерение)

Skyscanner •
TripAdvisor • eSKY

Market penetration (целево навлизане)

eSKY (CEE) • Holiday
Pirates (IT)

Partnerships (свързаност и готова аудитория)

Wizz Air •
Lastminute.com



Статус и изпълнение: от договаряне към активиране

Как следим ефективността

- Awareness: reach, качествени прочити/гледания, медийна стойност
- Consideration: engagement, time on content, click-through към планиране
- Conversion: трафик към оферти/страници, lead/booking proxies (в рамките на наличните данни)
- Cross-platform attribution: проследяване на пътя от първо докосване до резервация

КЛЮЧОВО

**Миксът е планиран като
система, не като отделни
кампании.**

*Фокус: Прозрачност на резултата и
оптимизация по време на изпълнение.*

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Какво остава като резултат за София

360°
присъствие с
ясно
разпределени
роли на
каналите

Пазарен фокус
върху UK, CEE,
FR/DE/IT +
мултипазарни
европейски
платформи

Съчетание от
престижни
формати и
канални с
директен
ефект върху
пътуването

Устойчиво
позициониране
на София като
евроградска
йиска
дестинация

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Таплоцентрала

Бюджетът работи едновременно за
имидж, избор и реално пътуване —
последователно и измеримо.



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Теплоцентра

От международно позициониране към ежедневен дигитален разговор

СОЦИАЛНИ МЕДИИ VISIT SOFIA

Докато международните партньорства позиционират София в ключови глобални канали, социалните мрежи са мястото, където този разговор се поддържа ежедневно и се превръща в реален интерес към дестинацията.



Общата картина

Facebook

7.4M views | 320K engagement (+580%)

LinkedIn

37K impressions | 923 followers (+345 followers)

Instagram

25.2K interactions | 30K visits (+185%)

TikTok

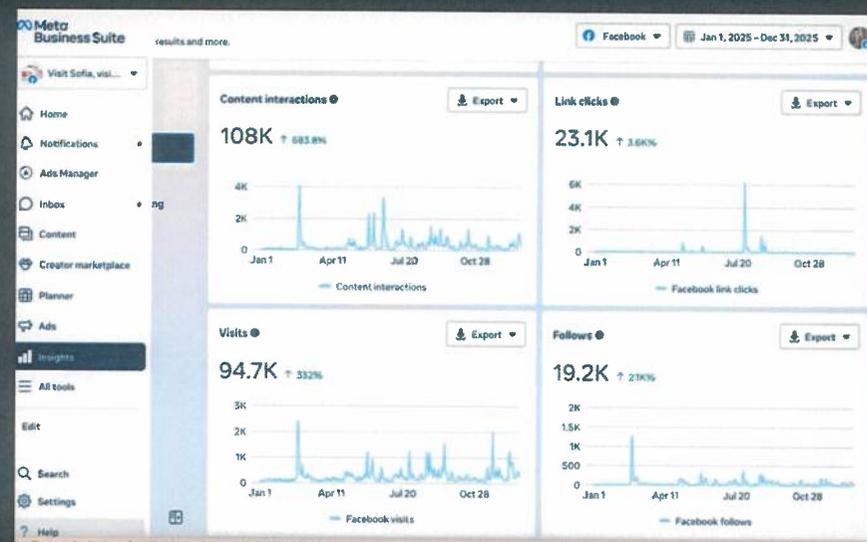
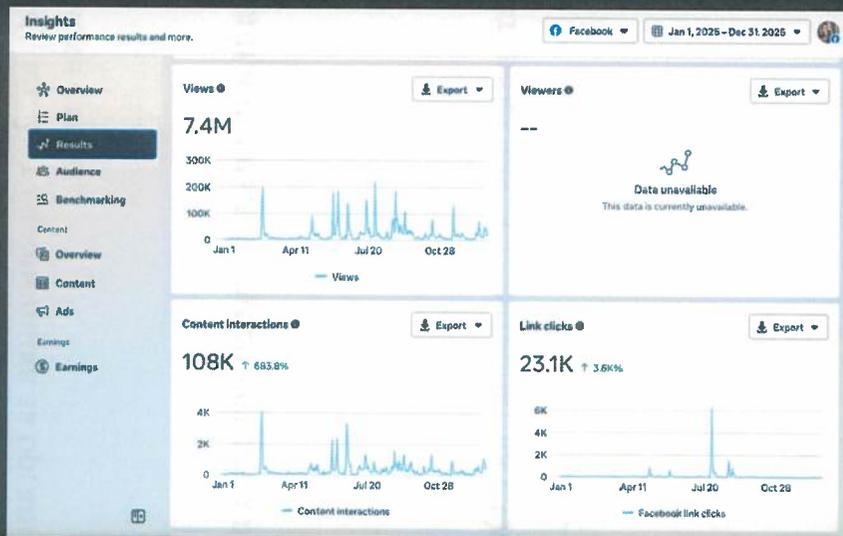
1.2M video views | 777K viewers (250K нови)

- Video съдържанието доминира – Reels, TikTok video и video posts генерират най-висок engagement
- Силен растеж на всички платформи – Facebook +683.8% interactions, Instagram +184.7% visits, демонстрират ефективността на съдържателната стратегия
- Multi-platform стратегия успешно разширява обхвата към различни демографски групи:
 - Facebook: 7.4M views, broad reach, всички възрасти
 - Instagram: 25.2K interactions, 25-45, visual storytelling
 - LinkedIn: 37K impressions, бизнес аудитория, MICE сегмент
 - TikTok: 1.2M views, Gen Z
- Organic reach надминава очакванията – без paid promotion, резултатите показват сериозно качество на съдържанието и стратегията зад него

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топацентрала

Facebook: Взаимодействия и трафик



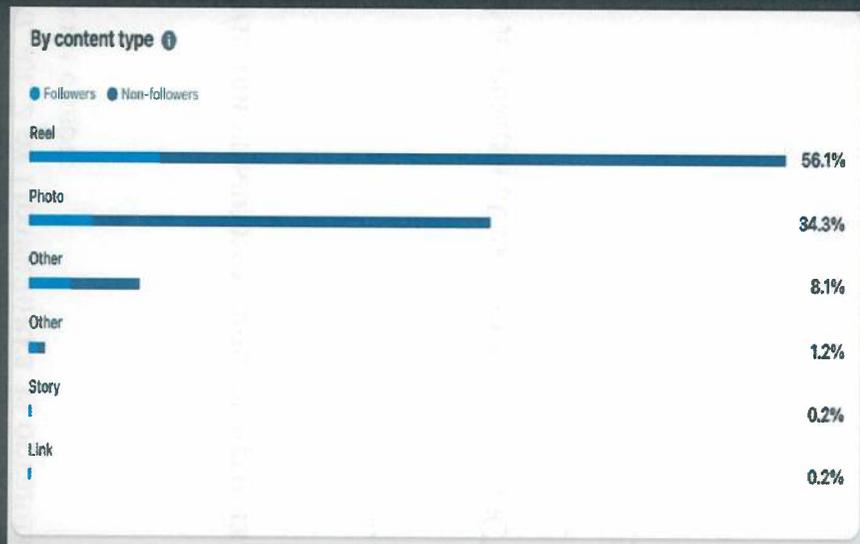
Facebook е водещият канал за мащабен обхват и бърз растеж на аудиторията за София. Платформата достига 7.4 млн. гледания и отчита ръст от над 680% във взаимодействията (interactions) както и 19.2 хил. нови последователи, като по този начин набира приблизително 70% от цялата си аудитория само за 2025 (19.2 хил. от общо 27.1 хил.).

Facebook: Ангажираност и растеж на аудиторията



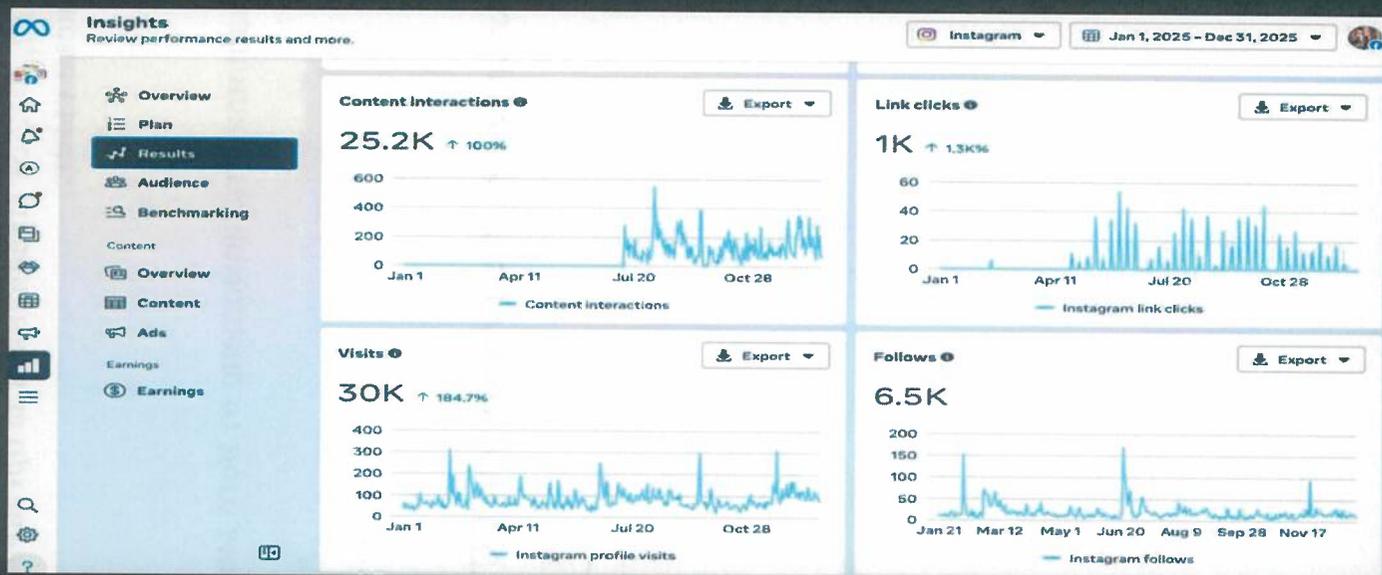
Facebook отчита изключително силен ръст в ангажираността към съдържанието. Общата ангажираност достига 320 569 и нараства с +580.2% спрямо предходната година, което показва значително по-висока ефективност на публикациите. Аудиторията нараства до 27,167 последователи с 18,390 нови последователи нетно (+201.6% спрямо общ брой нови последователи за 2024г.). Ясни пикове на активност през февруари, май-юли и август.

Facebook: Съдържание и видео гледания



Видео форматът е водещ. Reels доминират с 56.1% от ангажираността, следвани от Photos (34.3%). Забележителен е растежът на 3-секундните гледания (+827,489%) и 1-минутните гледания (+509,750%), което показва силна задържаща способност на съдържанието и ефективна видео стратегия.

Instagram: Взаимодействия и трафик



Instagram работи като основен визуален канал за вдъхновение и загълбочен интерес към София. Платформата генерира висока ангажираност и значителен брой профилни посещения, което показва активно търсене на допълнителна информация за дестинацията. Наблюдаваме 25.2K content interactions (+100%). Профилните посещения достигат 30K (+184.7%), което индикира значителен интерес към страницата. Новите последователи са 6.5K (от общо 9500). Profile visits са стабилни на ниво 100-200 дневно, което също показва устойчив интерес към дестинацията през целия период.

LinkedIn: Бизнес аудитория и engagement



36,684 Impressions

1,638 Reactions | 38 Comments | 27 Reposts

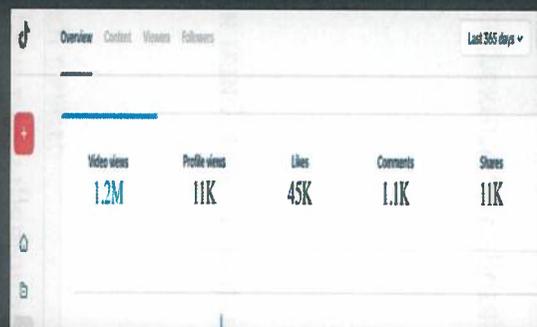


923 Total Followers

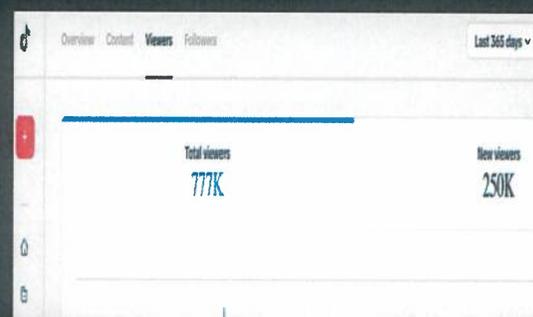
345 New Followers (последните 365 дни)

LinkedIn изпълнява стратегическа роля за позициониране на София през професионална и институционална аудитория. Страницата има 923 последователи с 345 нови само през изминалия период. Въпреки че числата са по-малки в сравнение с Facebook и Instagram, LinkedIn играе стратегическа роля за достигане до decision makers, MICE сегмента и бизнес туристи. Платформата е важна за B2B комуникация и позициониране на София като конферентна и бизнес дестинация.

TikTok: Млага аудитория и viral reach



1.2M
Video Views



777K
Total Viewers



4.6K
Followers

250K
New Viewers

45K Likes
1.1K Comments

TikTok се утвърждава като канал с висок органичен обхват и потенциал за достигане до нови аудитории. Платформата позволява представяне на София по неформален и автентичен начин, с фокус върху кратко видео съдържание. Там постигаме 1.2M video views и 777K total viewers, включително 250K нови. Платформата има 4.6K followers и генерира 45K likes и 1.1K коментара. TikTok играе ключова роля за достигане до Gen Z, които са бъдещите туристи. Viral potential на платформата осигурява и значителен organic reach.

Социалните мрежи работят като допълваща се екосистема, в която всяка платформа изпълнява различна роля в **изграждането на интерес към София.**

Комбинацията от обхват, ангажираност и органично съдържание осигурява устойчиво дигитално присъствие на дестинацията.

Те поддържат интереса към София между големите кампании и международните партньорства.

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

И ОЩЕ



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ

16-19.01.2025

FERIEN – Виена, Австрия

22-26.01.2025

FITUR – Мадрид, Испания

05-07.02.2025

EMITT – Истанбул, Турция

06.02.2025

WORKSHOP LYON AIRPORT, организиран от Летище Лион с фокус към MICE туризма

18-20.02.2025

CONVENTA – Любляна, Словения

B2B срещи с фокус към MICE индустрията

20-23.02.2025

TTR – Букюрещ, Румъния

20-23.02.2025

IFT – Белград, Сърбия

21-23.02.2025

DTSh, Хернинг, Дания

04-06.03.2025

ITB – Берлин, Германия

21-23.03.2025

ITTS – Вроцлав, Полша

06.04.2025

Sajam Turizma – Ниш, Сърбия

28.4-01.05.2025

ATM – Дубай, ОАЕ

20-22.05.2025

IMEX – Франкфурт на Майн, Германия

23-25.09.2025

IFTM Top Resa – Париж, Франция

04-06.11.2025

WTM – Лондон, Великобритания

18-20.11.2025

IBTM World – Барселона, Испания

19-23.11.2025

Самостоятелен имиджов щанд и B2B срещи с фокус към MICE индустрията

20-22.11.2025

Touristik & Caravaning – Лейпциг, Германия

ITTF Warsaw – Варшава, Полша





SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентрала

УЧАСТИЕ В ТУРИСТИЧЕСКИ ИЗЛОЖЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ

09-11.03.2025

Ваканция & Спа Експо - София, България

Отличен за най-креативен щанд

08-10.10.2025

Културен туризъм – Велико Търново, България



SOFIA TOURISM REPORT

УЧАСТИЕ В CityDNA – Алианс за маркетинг и управление на градските дестинации

25-29.08.2025

Лятно училище с цел повишаване на експертния капацитет в областта на събитийния туризъм – Люксембург, Белгия

30.09-02.10.2025

Есенната конференция с фокус: Преосмисляне на градския туризъм и икономиката на посетителите – Торсхавн, Фарьорски острови

27-28.11.2025

Среща на експертите с цел повишаване квалификацията на експерти относно посетителския опит – Вилнюс, Литва



Събития, които организира Visit Sofia

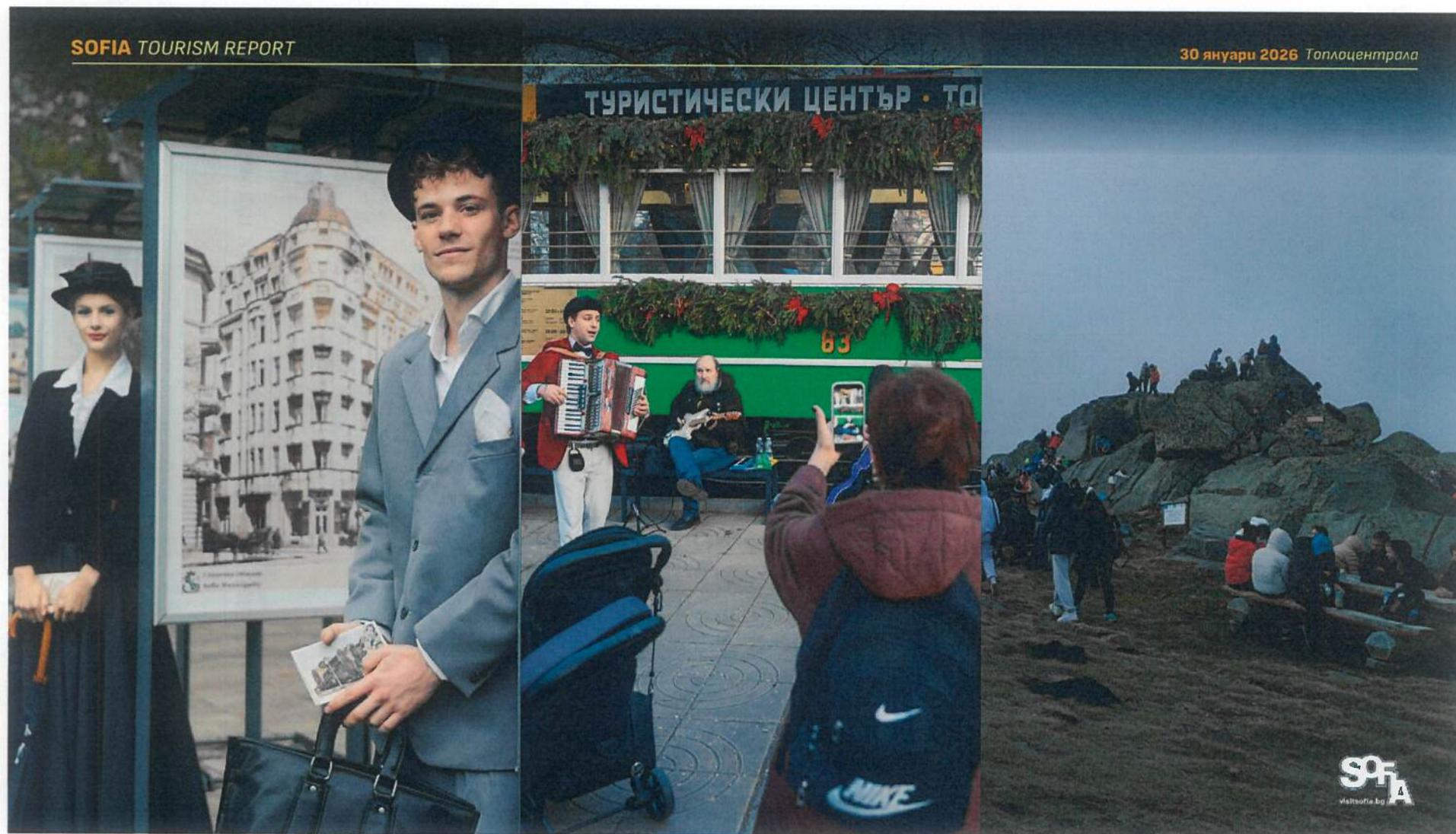
- Кръгла маса „Туризмът във фокуса на общинските политики“ – Ваканция & Спа Експо
- Среци с културни институции с цел обмен на опит, контакт и подкрепа
- Среци с учебни заведения с профил Туризм – с цел обмен на опит, контакт и подкрепа
- Pre – FAM TRIP
- **14.02.2025 – GIVEAWAY в Месеца на любовта и виното** – с Visit Sofia & Mastercard & Fake French (романтична вечеря в Трамвай 83 и читАлнята)
- FAM TRIP – журналисти, инфлуенсъри, Hosted Buyers
- Welcome reception за туроператори/Палахутев Травъл
- Ателие за великденски яйца
- 1 ЮНИ – Оцвети София с геца
- **10 години читАлНЯТА – парти в Градската градина**
- **17 Септ. – Деня на София:**
 - –4 рор ир концерта – Стефан Вълдобрев – пред Народен театър, Vulgar Klezmer – ТИЦ „Трамвай 83“, Жлъч, Григовор и Гена – пл. „Славейков“, Керана и Космонавтите – пилоните на НДК
 - –Пешеходни обиколки с Виктор Топалов от „Бохемска София“
 - –Обиколки с ретро трамвай
 - –Обиколки с двуетажен автобус с беседа от професионален гид
 - –Студенти от НАТФИЗ, облечени в костюми от епохата на 20-те и 30-те години раздаваха на жители и гости специално изработени ретро картички





Събития, които организира Visit Sofia

- **27 Септ. – Международен ден на туризма – тематични турове**
 - Турове в Национален дворец на културата
 - Пешеходна обиколка Опознай София в 55 стъпки
 - Турове с ретро трамвай
- **10.10.2025 – Масов поход до Черни връх за ученици 5-12. Кл. – Visit Sofia & БТС**
 - Записани: 1065 деца от 20 ОУ от СО
 - ОТМЕНЕН ПОРАДИ НЕБЛАГОПРИЯТНИ МЕТЕОРОЛОГИЧНИ УСЛОВИЯ!
- **28.11.2025 – Представяне на Postwar Sofia Map**, съвместно с НАН – непознатата соц архитектура на София
- **12.12.2025 – Представяне на MICE каталог на София – за събитийен и бизнес туризъм**
 - 1 ГОДИНА от откриване на ТИЦ „Трамвай 83“ (16.12.2025) – фото кът за снимки с Дядо Колега и музикално участие на Исус Ангелов
 - **1.12.2025 – 31.12.2025 - Visit Sofia Christmas**
 - коледна украса на ТИЦ „Трамвай“, инфоточка читАлнията, спирка „Вишнева
 - поставяне на светец нагнус Greetings from Sofia в зоната срещу „Александър Невски“
 - турове с брандирани туристически влакчета в централна градска част
 - турове с ретро автобуси – съвместна инициатива на Visit Sofia, Сдружение „Градски транспорт и инфраструктура“ и Икарус Тур София

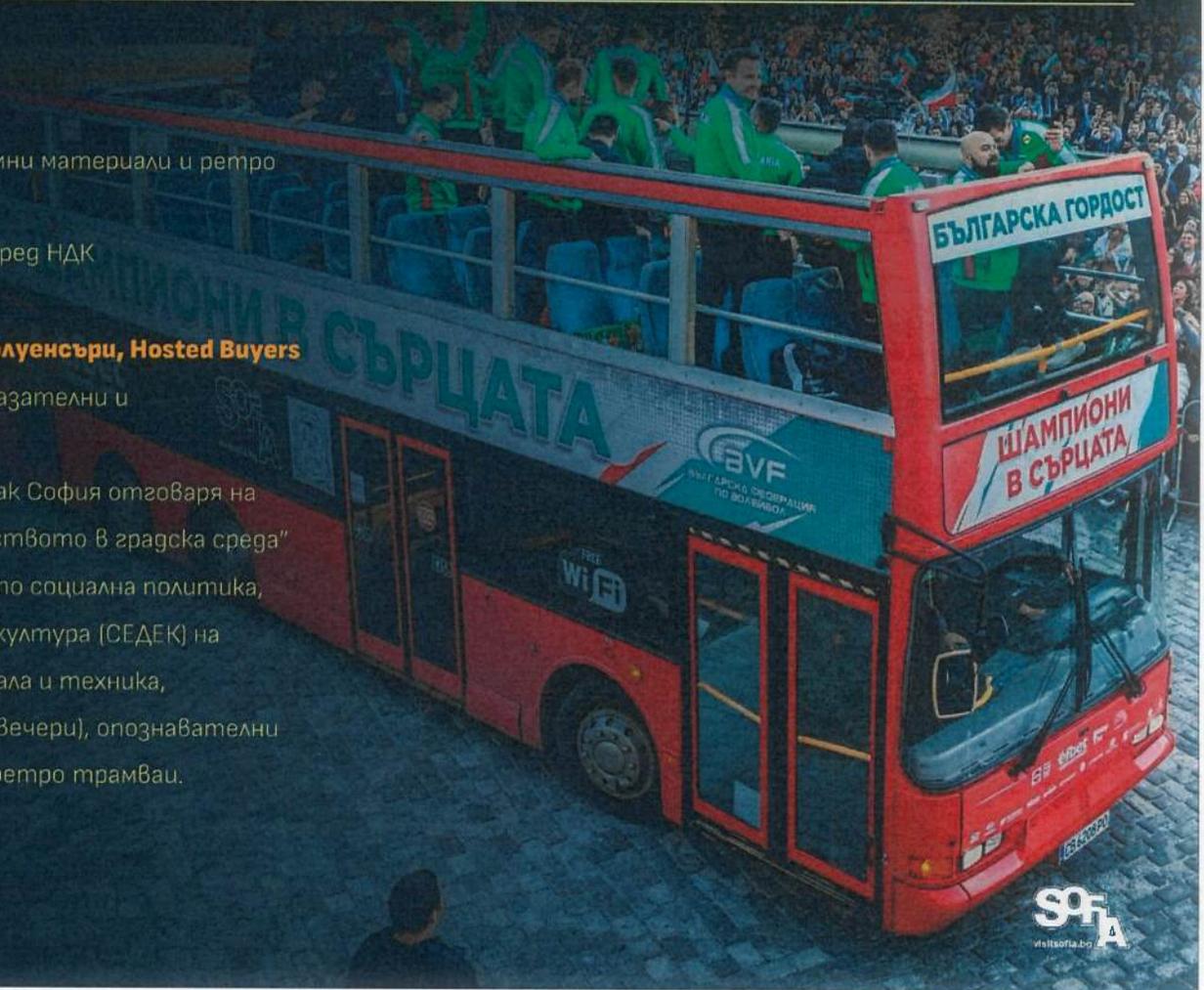


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Таплоцентрала

Институционална подкрепа

- Софийски квартален Tour de Зарезан – рекламни материали и ретро автобус
- Възстановяване на обемен надпис „СОФИЯ“ пред НДК
- Седмица на мобилността
- **FAM TRIP / PRE - FAM TRIP - журналисти, инфлуенсъри, Hosted Buyers**
- „Пътеки на гражданите“ – туристически указателни и информационни табели
- Visionary Talks „Кръговрат на познанието – Как София отговаря на съвременните темпове на развитие на изкуството в градска среда“
- Домакинство на външен семинар на Комисия по социална политика, образование, заетост, научни изследвания и култура (СЕДЕК) на **Европейския комитет на регионите (ЕКР)** (зала и техника, логистика, трансфери, протокол, кетъринг (Вечери), опознавателни турове - пешеходен; с двуетажен автобус ; ретро трамвай.
Участници: 80
- **Посрещане на волейболния отбор** – осигуряване и брандиране на автобус



УЧАСТИЕ – позициониране на Visit Sofia/geck и материали за София

- 27.02.2025 – Международна конференция „Scale Eastern Europe“, посветена на ваканционните имоти и краткосрочните наеми
- 23.02.–25.02.2025 – **B40 – годишен форум на местното управление на Балканите**: логистика, регистрация на участниците, изработка на табели, дипляни и щанд с материали за София, организиране и провеждане на тур за гостите на форума
- 11.04–13.04.2025 – Camping & Caravanning Expo (Къмпинг и Каравани Експо)
- 9–11.05.2025 – **Ден на Европа (Europe Day) и Sofia Spring Fest** – София кани общините с цел популяризиране на туристическите продукти на регионите. Включиха се 16 общини.
- 12–15.06.2025 – So Fest – quiz за София
- 26.06.2025 – **Webit София** – Business, Technology and People in the era of AI and Webs
- 03.07–06.07 – A to Jazz фестивал
- 16–17.08.2025 – My Sofia, част от Sofia Summer Fest
- 29.08 – 31.08.2025 – Реките на София
- 17–18.10.2025 – Start up Conference – НДК
- 12–15.11.2025 – **Businet conference** на международната мрежа Businet, хотел Хилтън (университети и колежи). С фокус развитие на международното сътрудничество във висшето образование. Организация и провеждане на събитието, участие в workshop-и и панели, дегустации, брандирани материали за София.
- 05–07.11.2025 – „Дни на предизвикателствата“



SOFIA TOURISM REPORT

РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ

Преиздадени/периодични

- Брошура Открий София – BG и EN версия
- Брошура Запознай се с птиците на София – BG и EN версия
- Карта със забележителностите на София – EN версия
- Карта за манастирите около София/Храмове на религиите в София – BG и EN версия
- Винена карта – BG и EN версия
- Sofia in your pocket – EN версия
- Карта за улично изкуство – BG и EN версия

Предстои актуализация на

- Трилогията “Древна, Модерна, Средновековна София”
- Брошура Открий София

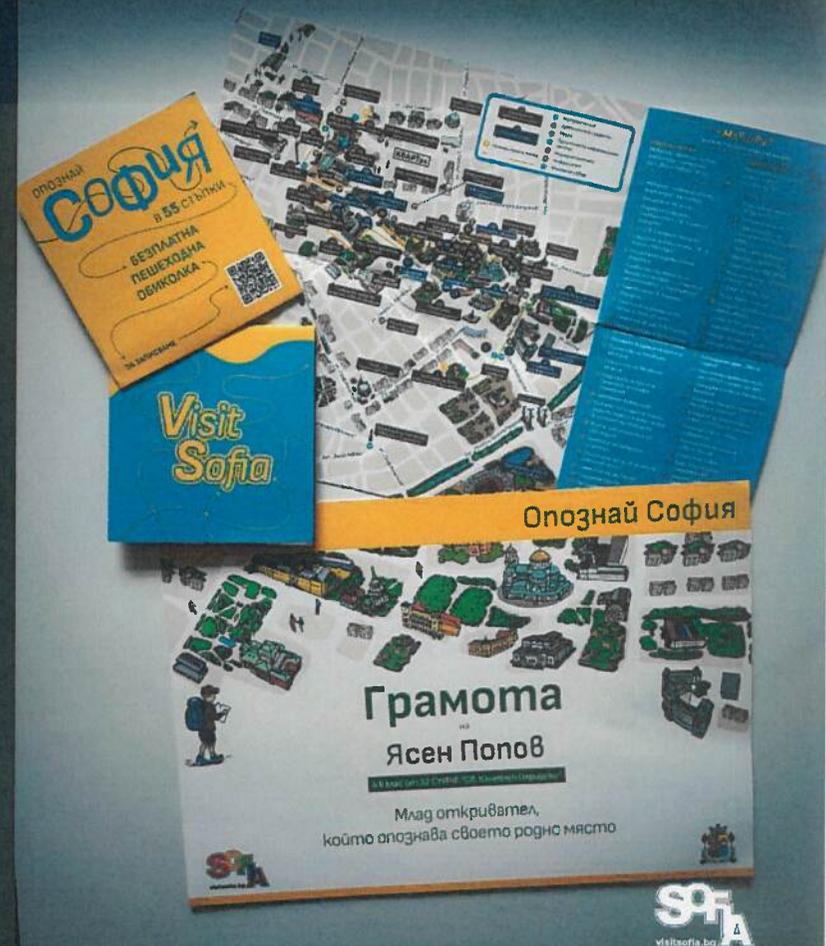


SOFIA TOURISM REPORT

Специализирани

- Брошура "Опознай София в 55 стъпки" – BG версия
- Грамота за млад откривател – BG версия

30 януари 2026 Топоцентриала



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

Нови материали

- MICE каталог – 2025
- Post War East/West – BG и EN версия – 2025
- Чудните гървета – 2026
- Детска карта – 2026
- Туристическа карта на София – 2026

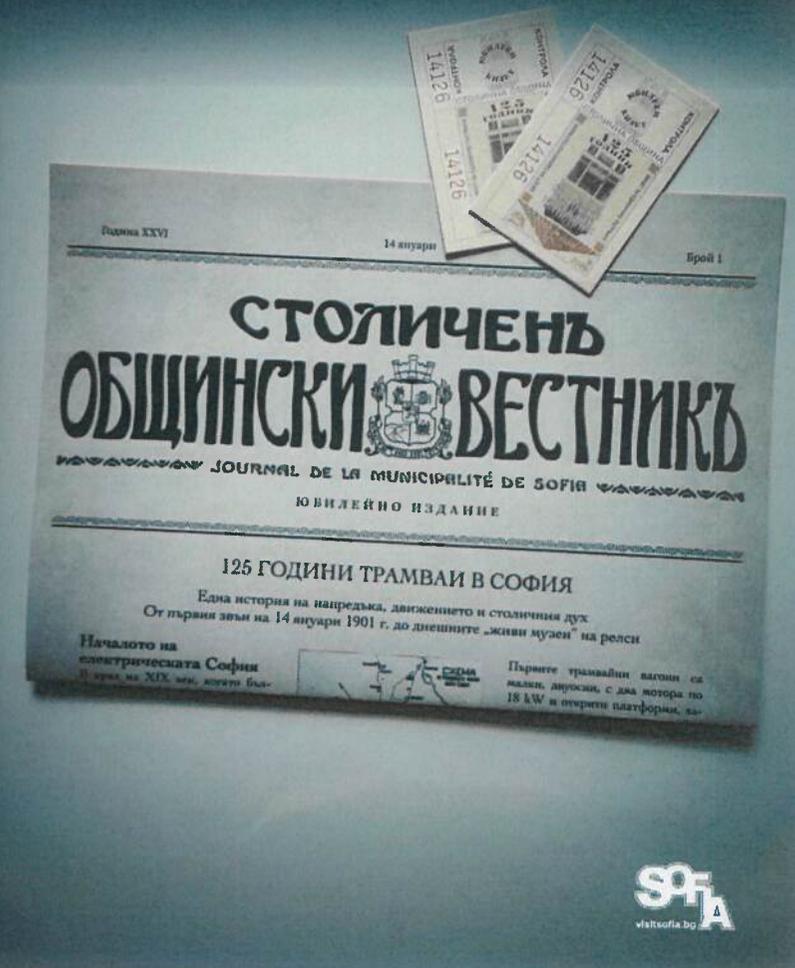


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Тематични

- Ретро билетче и вестник по повод 125 г. Трамвайно движение в София
- Макет и Брошура "Софийските ретро трамваи в София" – BG и EN версия
- Макет на читАлнята, книгоразделители, значки – по повод 10 г.



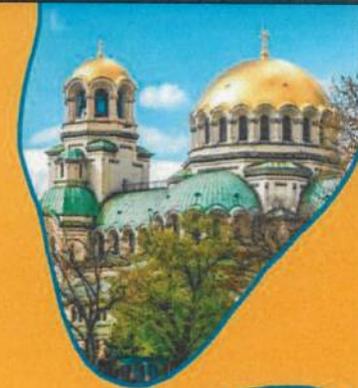
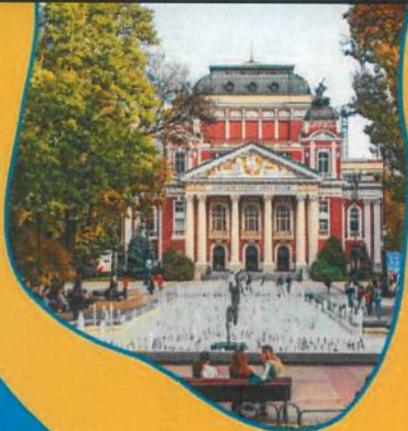
SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Теплоцентра

ОПОЗНАВАТЕЛНИ ТУРОВЕ ЗА ЖИТЕЛИ И ГОСТИ НА СОФИЯ

ОПОЗНАЙ СОФИЯ В 55 СТЬПКИ

- Проведени: 40 обиколки
- Участвали: 500



ОПОЗНАЙ
София

В 55 СТЬПКИ

БЕЗПЛАТНА
ПЕШЕХОДНА ОБИКОЛКА

10:00 ч.
ВСЯКА СЪБОТА




visitsofia.bg


visitsofia.bg

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

ОПОЗНАВАТЕЛНИ ТУРОВЕ ЗА ЖИТЕЛИ И ГОСТИ НА СОФИЯ

ОПОЗНАЙ СОФИЯ ЗА ДЕЦА от 1-4 кл. /3-4 група ДГ

- Участвали: 27 учебни заведения
- 5 Детски градини
- 22 Учебни заведения от София, страната и чужбина
- Включили се: 1 600 деца

1.ДГ 136 „Славия“

2.93. ОУ „Ал. Балан“/Еразъм-гости от Италия, Испания и Турция

3.6. СОУ „Граф Игнатиев“, 2 кл.

4.17. СУ „Дамян Груев“, 3 кл.

5.127. СУ „Иван Н. Денкоглу“, 1кл.

6.ПГ „Д-р Стамен Григоров“, 4 кл.

7.39. СУ „Петър Динев“, 1кл.

8.12. СУ „Цар Иван Асен II“, 2 кл.

9.92. ДГ „Мечта“, 3-4 гр.

10.33.ЕГ“Света София“/ Еразъм- гости от Италия, Испания

11.90. СУ „Ген. Хосе де Сан Мартин“, 2 кл.

12.110. ДГ „Слънчева мечта“, 4 гр.

13.17. СУ „Дамян Груев“, 4 кл.

14.119. СУ „Академик Михаил Арнаудов“, 2 кл.

15.102. ОУ „Панайот Волов“, 4 кл.

16.6. ОУ „Граф Игнатиев“, 3 кл.

17.51. СУ „Елисавета Багряна“, 3 кл.

18.4. ОУ „Проф. Джон Атанасов“, 3 кл.

19.36. СУ „Максим Горки“, 3 кл.

20.ЧСУ „Българско школо“, 7 кл.

21.ЧСУ „Роналд Лаудер“, 2 кл.

22.ДГ 157 „Детска стряха“, 4 гр.

23.2. СУ „Акад. Емилиян Станев“, 4 кл.

24.ДГ 77 „Магнолия“, 4 гр.

25.СУ „Св. св. Кирил и Методий“, гр. Бургас, 6-7 кл.

26.2. СУ „Акад. Емилиян Станев“, 3 кл.

27.32. СУИЧЕ, 4 кл.



SOFIA
UNIVERSITY



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

ОПОЗНАВАТЕЛНИ ТУРОВЕ ЗА ЖИТЕЛИ И ГОСТИ НА СОФИЯ

ОПОЗНАЙ СОФИЯ - СПЕЦИАЛНИ (за гости на столицата)

- Проведени: **25 тура**
- Участници: **300**

1.17.01.2025 - гости от Италия - по покана на Столична община

2.01.02.2025 - италиански журналисти, представлящи списание Intima

3.19.02.2025 - Пласидо Доминго - син

4.24-25.02.2025 - представители на В40 - годишен форум на местното управление на Балканите

5.24.04.2025 - Франческа Бурак от USA- BPW International

6.07.05.2025 - участници в SKEMA Business School - 20 държави в Европа, Азия, Африка и Америка в сферата на: IT/Tech, Banking, Construction, Space, Military/arms manufacturing, Supply chain, Travel, Health и др.

7.18.05.2025 - Fam trip за журналисти от Франция

8.25.05.2025 - Fam trip за инфлуенсъри от Франция

9.12.06.2025 - гости от Коста Рика и Шотландия по покана на Община Монтана (Международен фолклорен фестивал)

10.18.06.2025 - участници в конференция „SPINOFF Conference 2025“ - „Биотехнологичен и здравен клъстер“

11.04.07.2025 - делегация от Оман по покана от МВНР

12.26.07.2025 - чуждестранни студенти по покана на ЕЛСА, сдружение на юристи- гости

13.09.09.2025 - делегация от НАТО

14.17.09.2025 - Деня на София

15.27.09.2025 - Международен ден на туризма

16.28.09.2025 - участници в Балканска академия 25 - от Гърция, Турция, Украйна, България и др.

17.13.10.2025 - делегация от Париж за партньори на Sofia Investment Agency - с клъстер финанси

18.22.10.2025 - гости на БНР по повод Public Broadcasters International Conference

19.24.10.2025 - гости на ELSA - Европейската асоциация на студентите по право

20.30.10.2025 - за гости на Столична община от Харвард (Kate Bauer, Carolyn Wood)

21.13.11.2025 - представители на публични институции, бизнес организации, университети и иновационни центрове от страните-партньори на „Дунавски регион 2021-2027“ на Европейския съюз(проект SpinIT)

22.24.11.2025 - за гости на столицата по повод European Ethics Bowl 2025



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топацентрал

ОПОЗНАВАТЕЛНИ ТУРОВЕ ЗА ЖИТЕЛИ И ГОСТИ НА СОФИЯ

ТЕМАТИЧНИ ТУРОВЕ

- Проведени: **20**
- Участници: **400**

1.-Международен ген на туризма (27 Септ.) – Тур в НДК
2.-Арт тур посветен на жените творци в КВАДРАТ 500 – 8 МАРТ
3.-Тур с ретро трамваи за 24 Май, Деня на София, международен ген на туризма и гр., делегати В40 и гр. – съвместна инициатива със Столичен електротранспорт/ София платформ
4.-Тур с ретро автобуси – Tour De Зарезан; Visit Sofia Christmas – съвместна инициатива с Ikarus Tour Sofia; Сдружение “Градски

транспорт и инфраструктура”
5.- Тур с двуетажен автобус – 17 и 27.09.; делегати; гости
6.-Пешеходен тур “Сердика е моят Рим”
7.-Онлайн игра „Лов на загадки из столичните улици” – по повод 146 г. София столица
8.- „Опознай птиците на София” съвместно с БДЗП – организирани турове в Южен парк
9.-Стара София с Виктор Топалов от “Бохемска София” – 17 Септ.



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

...И



PRESS & INFLUENCERS TRIP

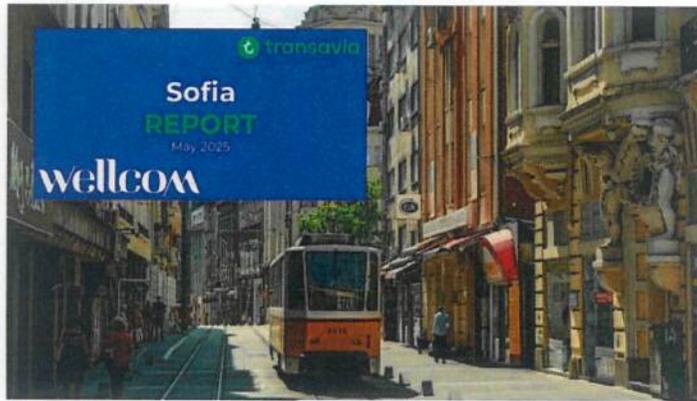
4-дневен опознавателен тур

- **Участници:** 4 журналисти от Франция + представител на PR агенция
- **Участници:** 5 инфлуенсъри от Франция + представител на Transavia
- **Повод:** откриване на новата линия Париж (Орли) – София на Transavia

Допълнителна програма извън столицата

- Рилски манастир
- Подземен минен музей – Перник





@RIENQUEDESVOYAGES

For the Tourism Office and local partners



GUESTS ON BOARD

Marion & Gauthier
 @sunmonde.sansfiltre

162k followers
 7% engagement rate
 85/100 audience credibility

Their community:
 61.5% lives in France
 82% is between 18 and 34 years old
 62% is interested in travels

Laura & Soufiane
 @rienquedesvoyages

187k followers
 2% engagement rate
 74/100 audience credibility

Their community:
 56% lives in France
 63% is between 18 and 34 years old
 47% is interested in travels

Claire
 @clairexplore

34.6k followers
 2% engagement rate
 72/100 audience credibility

Her community:
 60% lives in France
 72% is between 18 and 34 years old
 77% is interested in travels

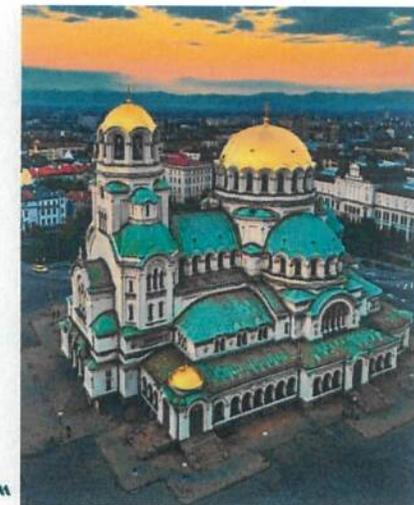
RESULTS

85 content
 85 tagging Transavia

900.5K potential impressions
 900.5K visibility for Transavia

1.5K engagements
 1.5K for Transavia

27.8K€ Earned Media Value
 27.91€ for Transavia



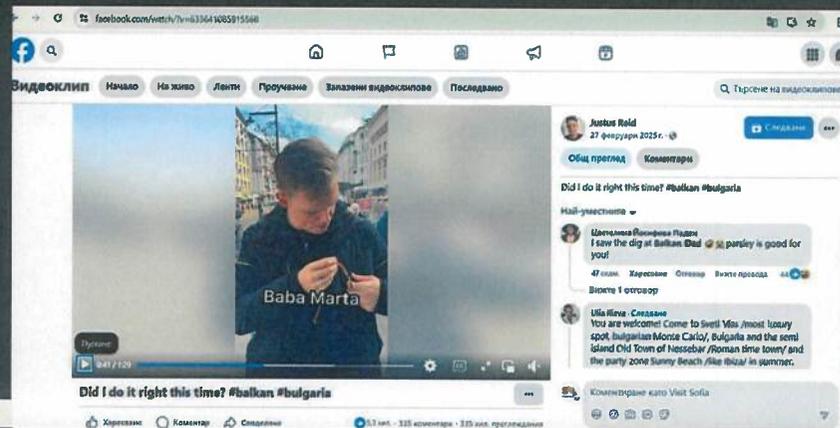
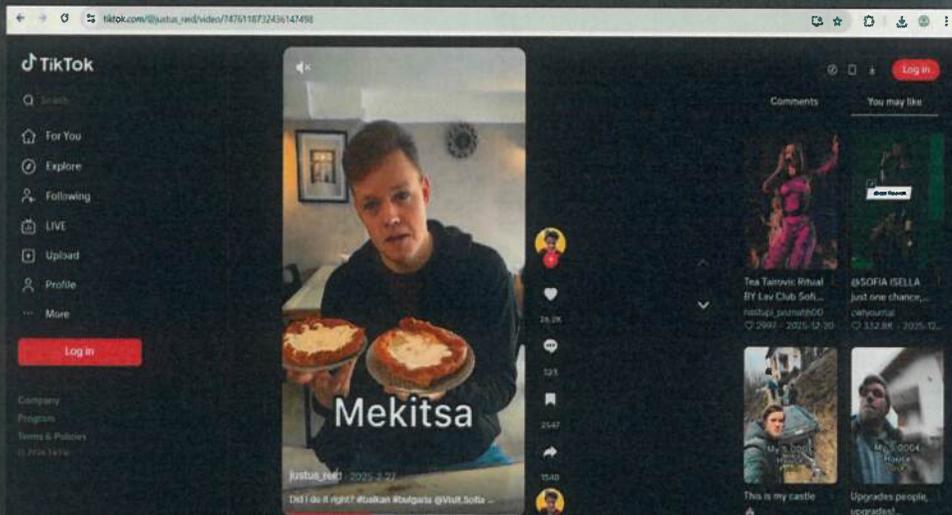
wellcom



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

Опознавателен тур в София за американския инфлуенсър **Justus Reid**



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

Провеждане на 2 опознавателни тура за инфлуенсъри от Турция



Провеждане на **опознавателен тур за инфлуенсъри от Италия**

italiansontheroad.it/sofia-in-4-giorni-perche-visitare-la-capitale-europea-piu-economica-e-cosa-vedere-a-natale/

Sofia Christmas Fest: il Natale più magico della Bulgaria

Proseguendo a piedi raggiungiamo il **Sofia Christmas Fest**, il mercato di Natale più importante della città.



Qui l'atmosfera è semplicemente incantevole e puoi trovare:

- stand di cibo tradizionale e internazionale
- giostre (carosello, ruota panoramica)



Indice dei contenuti

Giorno 1 - Arrivo a Sofia

Giorno 2 - Storia, tradizioni e food tour nel cuore di Sofia

Giorno 3 - Gita in giornata da Sofia a Nis (Serbia)

Giorno 4 - Ultimo giorno a Sofia tra storia, walking tour e cucina tradizionale

Conclusione



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

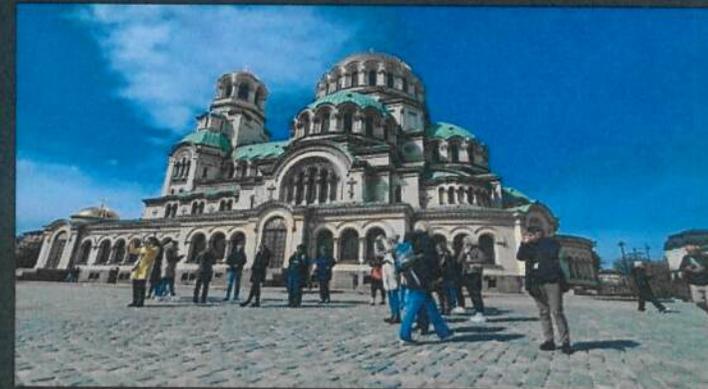
Посещение на полски журналисти
Съвместно с Община Варна и Николай Костов –
представител на Посолство на България във Варшава



ТУРОПЕРАТОРИ

Welcome Reception

- Посрещане на 50 немски туроператори
— гости на столицата през м.05 и м.07
- Партньор: Палахутев Травел
- Цел: Представяне на София като
туристическа дестинация и развитие
на партньорства с немския пазар

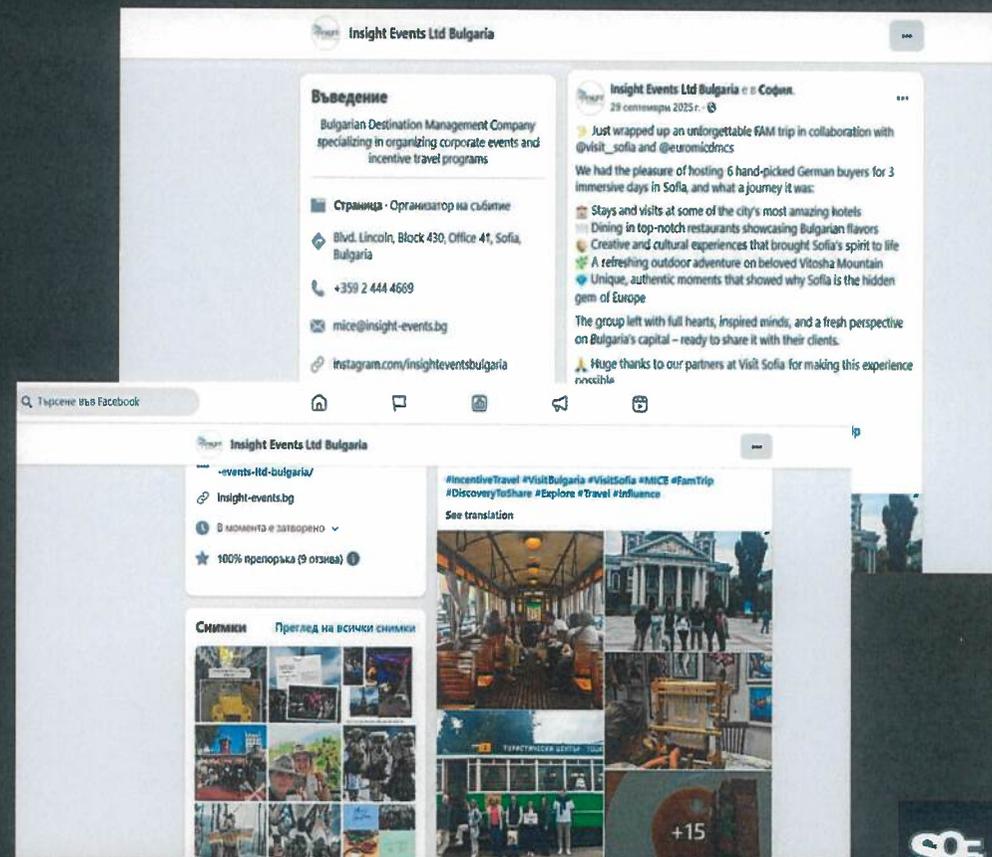


SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентралa

FAM TRIP 6 – представители на немски агенции

- Партньор: „Инсайт Ивентс“
- Участие на ОП „Туризъм“ (Visit Sofia):
- Обиколка с ретро трамвай
- Пешеходна обиколка в централната градска част
- Преход на Витоша с планински водач



- Посрещане и престой на Аник Гумаз – журналист, член на журито на Sauvignon Selection
- Посрещане на британски туроператори съвместно с „ОДИСЕЯ-ИН ООД“
- Сътрудничество с InterContinental Sofia и Hilton Sofia при посрещане на журналисти от Израел

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала

PRESS & INFLUENCERS TRIP

КАКВО ПРЕДСТОИ



PRESS & INFLUENCERS TRIP

Партньорство с общини

Маршрут: София - Бургас

SOFIA
visitsofia.bg

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Таплоцентрала

Приносът на Visit Sofia за коледния дух на София

**Празнична среда, градско преживяване и видимост
за жителите и гостите на града**

Празнична украса на
спирка „Вишнева“



Коледна
трансформация на
„читАлнята“



Коледна украса на
Трамвай №83



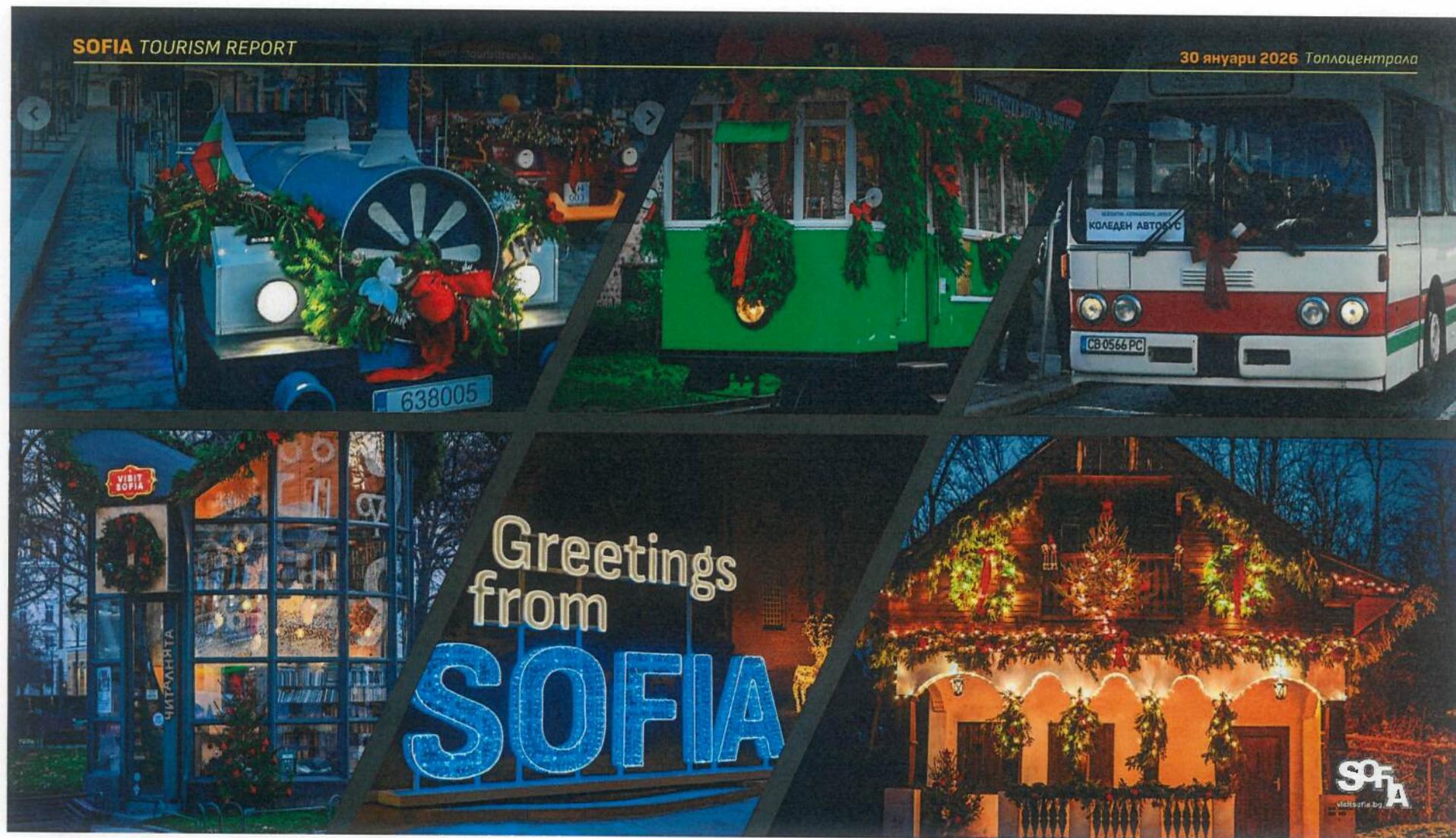
Коледни
туристически
vlakчета и автобуси



Светещ нагнис
за снимки
„Greetings from
Sofia“



SOFIA
visitsofia.bg



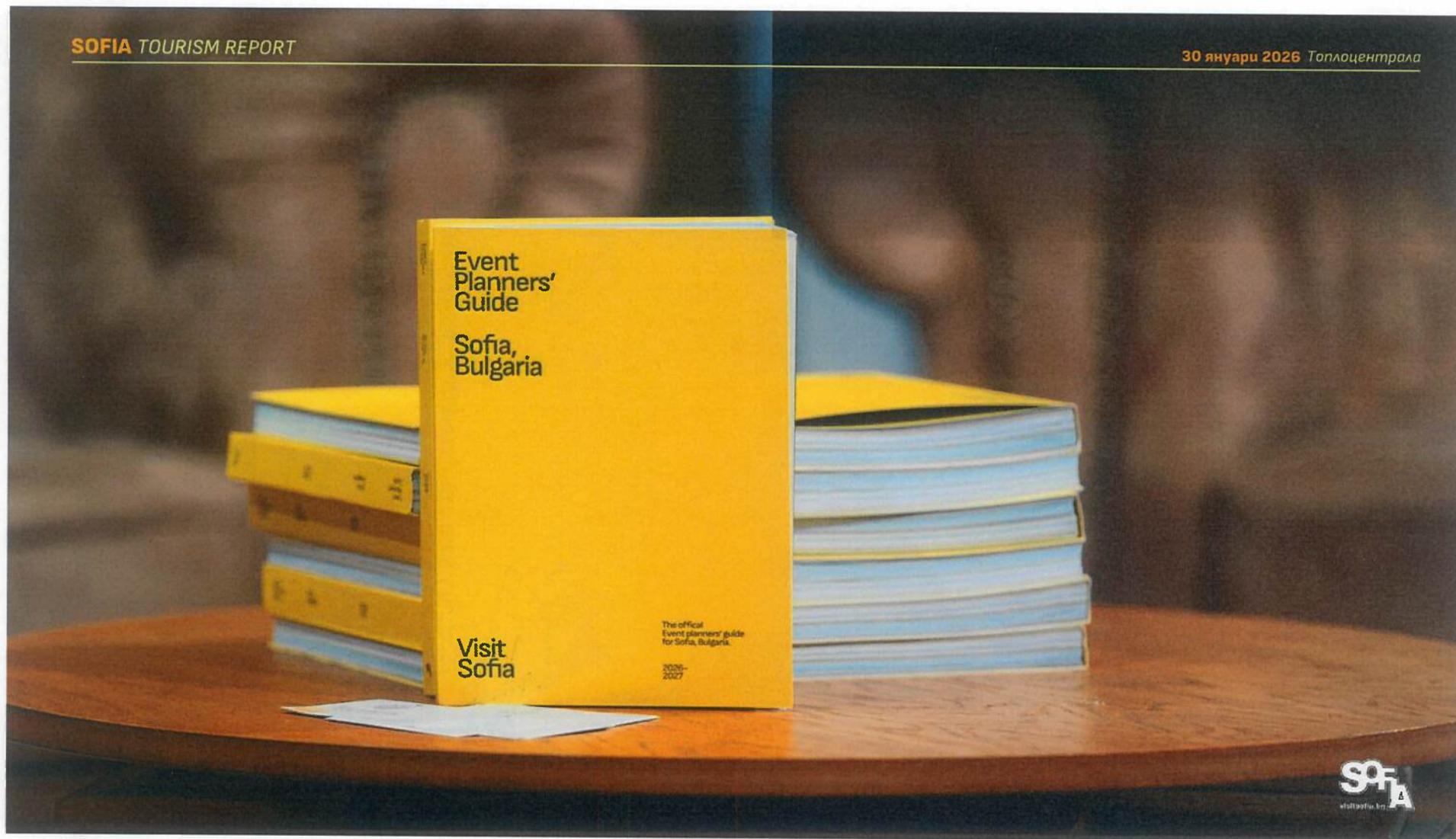
SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

MICE

ТУРИЗЪМ

SOFIA
visitsofia.bg



СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ В MICE СЕГМЕНТА

- Позициониране на София като разпознаваема MICE дестинация
- Привличане на международни бизнес и конгресни събития
- Партньорства с бизнеса и институциите
- Създаване на подгомейн Meetings Sofia за целенасочена дигитална промоция на София като MICE дестинация

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

МЕЖДУНАРОДНО ПРИСЪСТВИЕ В ПРОФЕСИОНАЛНИ ИЗЛОЖЕНИЯ

- CONVENTA
- IMEX
- IBTM
- WTM London
- CityDNA CVB Expert Meeting

Предстоящи участия

- CONVENTA 2026
- Europe Congress MCE Central & Eastern Europe
- THE MEETING SHOW

FAM trips като инструмент за MICE промоция

Реализирани FAM trips:

- CONVENTA 2025 – 9 ppl.

Предстоящи FAM trips:

- CONVENTA 2026 – 10 ppl.
- Europe Congress MCE Central & Eastern Europe –16 ppl.

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

НЕОСЪЩЕСТВЕНИ ЦЕЛИ

- Присъединяване на Столична община като член на Българското конгресно бюро



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

ПОГЛЕД

НАПРЕД



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топоцентриала



GIRO D'ITALIA 2026

GRANDE PARTENZA



BULGARIA

AMORE INFINITO 109

SOFIA
visitsofia.bg

SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топацентрала

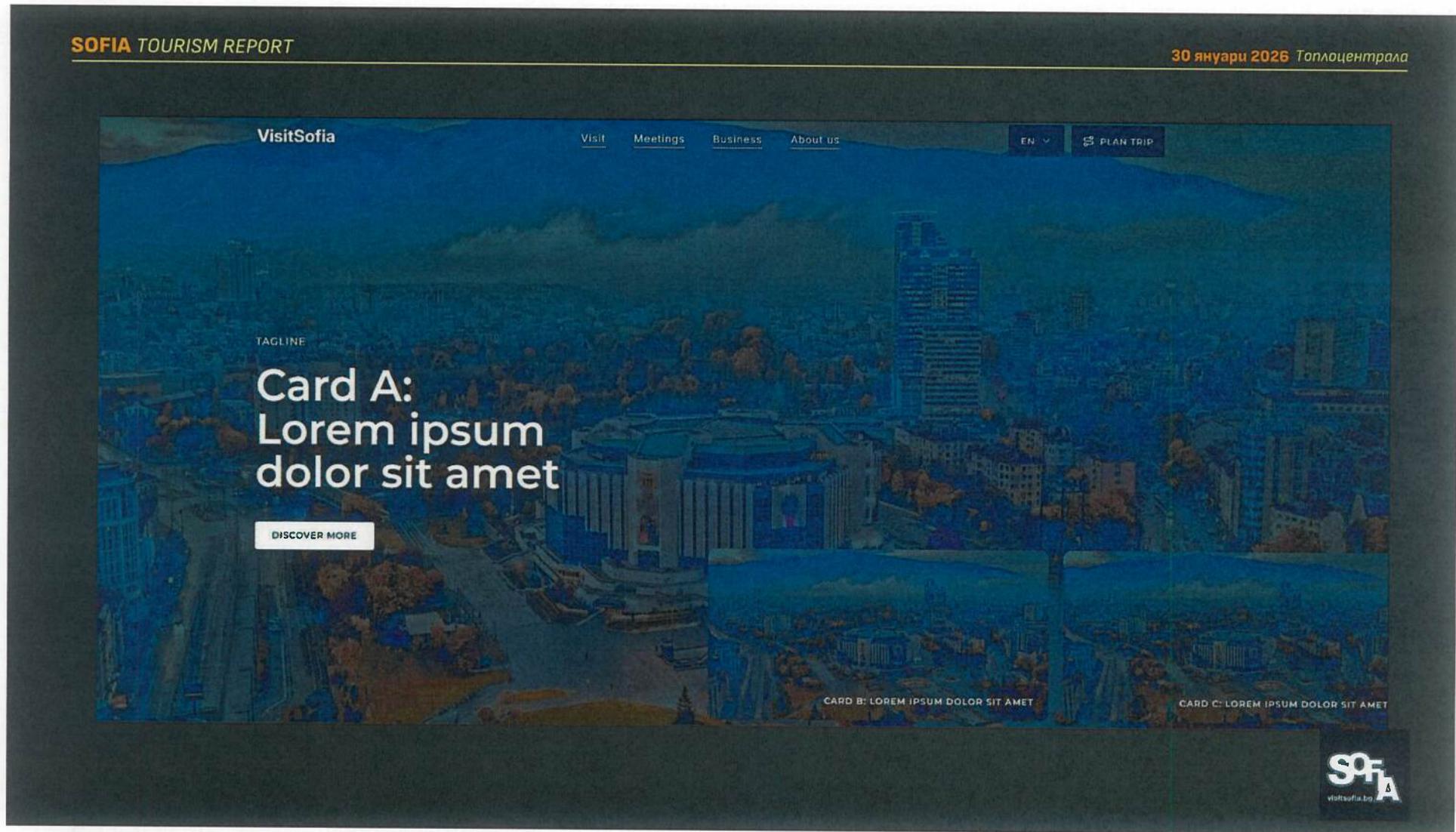



CEV
EuroVolley
2026

09 – 26 Sep 2026
Arena 8888
Sofia

Get your ticket @ [EVENTIM.BG](https://www.eventim.bg)

SOFIA
voltsafia.bg



SOFIA TOURISM REPORT

30 януари 2026 Топлоцентрала

BRAND IDENTITY



ПРЕДСЕДАТЕЛ:
ИВЕТОМИР ПЕТРОВ

