

БЪЛГАРИЯ – АТРАКТИВНА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

През февруари тази година в Прага се проведе поредното туристическо изложение Holiday World 2005. На него страната ни участва с информационен щанд от 40 кв.м. По този повод имаме възможността да разговаряме с изпълнителния директор на Българската агенция по туризма БИСЕР ЯЛЪМОВ.

МАРИЯ ЗАХАРИЕВА

Г-н Ялъмов, с какво се занимава създадената през септември в България Агенция по туризма, кои са основните насоки на дейността ѝ?

Агенцията по туризма беше създадена с постановление на Министерския съвет през септември 2004 г. и тя е резултат от политиката, която правителството води за налагане на туризма като определящ отрасъл в българската икономика. Три са основните направления на дейност, които Агенцията има.

Първото е *развитие на туристическия продукт*, което се изразява в постоянна връзка между Агенцията по туризъм и регионалните структури. С тях Агенцията поддържа непрекъснат обмен на информация за това как предлагането на туристически продукт в България се приема в чужбина и как - от клиентите в България. От друга страна регионалните структури информират какви са техните цели и стратегии за развитието на туризма. Второто направление в дейността ни е *регистрация, категоризация и контрол*, което на практика означава, че Агенцията по туризъм дава категоризациите на всички хотели в България, както и на ресторантите, туроператорите и турагентите. Ние контролираме изпълнението на концесиите по плажовете и по скипистите. А сега ще контролираме и изпълнението на наредбите за професиите в туризма. Третото направление в нашата дейност е *“Маркетинг, реклама и информация”*, т.е. проучваме как България е приемана като туристическа дестинация както по света, така и в страната. За тази цел използваме нашите контакти с големи чужди туроператори и нашите търговско-икономически служби; постоянно сме в контакт с чужди журналисти и с българската преса. По този начин следим както макроикономически показатели, така и конкретика за това как българския туристически продукт е приеман. Въз основа на това и благодарение на комуникацията, която имаме с общини, областни управи, туристически сдружения в страната, формираме програмата за реклама на България в чужбина. Рекламата се изработва от Агенцията по



туризма, но се одобрява от Националния съвет по туризма.

А какъв е одобреният за 2005 г. бюджет на Агенцията? Ще осигури ли той участието на България в туристически изложения и борси?

Бюджетът за 2005 г. е 6 милиона лева. През тази година страната ни ще бъде представена на 55 туристически борси и изложения. Там ще участваме с национални или с информационни щандове. В нашата бъдеща работа акцентираме върху регионалното презентирание на България, защото регионалният принцип е най-добрият начин една туристическа дестинация да бъде показана в нейното богатство и разнообразие. Доказателство за това е участието на регионалните сдружения като Родопи, Централен Балкан, Царевград. Участват вече кметства и общини – Варна, Пловдив, Несебър, Поморие, Велико Търново, Смолян. С други думи много наблюдаваме на представянето ни като туристическа дестинация на регионален принцип.

Каква ще е през тази година медийната реклама на България по света?

Няколко са насоките, по които работим за представянето на страната ни в чужбина. Вече отпечатахме рекламни материали и брошури. За първи път от 15 години насам българската администрация в сфера-

та на туризма произведе собствени каталози, с които да представя отделните продукти на България. И тук наблюдаваме не само на конвенционалните за момента морски и планински туризъм, но представяме страната ни и с развит балнеотуризъм, с развит селски туризъм, еко - и културен туризъм. Представяме в отделна брошура София като възможност за ситибрейкове и други програми. Също така наблюдаваме на нови и модерни форми на туризъм, какъвто е конгресният туризъм. Много важно за нас е медийното представяне на България. В тази насока отново ще използваме представянето ни чрез рекламни спотове в паневропейски телевизии. В края на февруари започнахме реклама в Евронюз и в Евроспорт. За целта са изготвени рекламни клипове за България. За представянето ни по международните борсови изложения са изработени два нови и актуални филма за България и за София. Освен това, медийно ще бъдем представени и в печатни издания (вестници и списания) по съответните пазари - в зависимост от тяхното значение за българския туризъм.

С други думи за изминалата половина година сте постигнали значими успехи...

Да, имаме огромно развитие. Това се дължи на състава на Агенцията по туризъм, както и на насоките, които аз и ръководният състав определяме. Смяя да твърдя, че Агенцията е институционално изцяло изградена и работи по един нов, модерен начин *да представяме България култивирано като целогодишна, атрактивна туристическа дестинация.*

Тук наблюдаваме повишен интерес на чешките туристи към България. Какво сочат статистиките?

Чехия е една от страните, която бележи значителни ръстове в това отношение. През 2004 г. България е посетена от 102 000 чешки туристи, което представлява ръст спрямо 2003 г. от около 30%. Тази цифра не включва децата, които са записани в паспортите на родителите си. Броят туроператори, които предлагат България като място за почивка, е над 15. Засега обаче страната ни е разглеждана от чешкия турист като туристическа дестинация основно с цел морски туризъм. Т.е. туроператорите могат да повишат предлагането на скитуризъм, екотуризъм, посещения на манастири, винарски туризъм и т.н. Фактът, че през лятото и есента на миналата година в нашата страна бяха открити тракийски културни ценности от световен мащаб, може още повече да повиши интереса на чешките туристи. И в тази насока чешките туроператори могат да бъдат много по-активни. ■