

## **Предизвикателства пред туризма в Пловдив по време на кризи /март 2022г./**

### **1. Състояние на бранша**

Туризмът е най-силно засегнатият сектор от пандемията Ковид-19 и последващите кризи, както на световно, така и на национално и местно ниво:

- хотели и заведения за хранене и развлечения - затворени, редуциране на персонал. Решения - ремонт на базата, обучения на персонал, кетъринг;
- туроператори – затваряне, редуциране на персонала, финансови затруднения с поети ангажименти към клиенти. Решения – частична компенсация с ваучери към клиенти, закъсняла помощ от държавата;
- образователни институции – прекъсване на занятия и практики. Решения - преминаване към дистанционно обучение.
- екскурзоводи –
- рекламни агенции –
- НПО в туризма – само разходи и без приходи.

### **2. Възможности /потенциал/ на бранша**

**Музеите и галериите в Пловдив, като потенциал за привличане на туристи.**

- Музеи в град Пловдив – 7
- Галерии – 9 /общински/+над 12 частни
- Къщи-музеи в Стария град – 8
- Археологически обекти – 8

\* Повечето от обектите имат ден за безплатно посещение на деца, учаци и пенсионери.

\* Също така различните институции, стопанисващи повече от 2 обекта предлагат маршрутни билети из обектите.

**Места за настаняване в град Пловдив по официални данни от „Националния туристически регистър“ на Министерство на туризма:**

- Места за настаняване 5\* - 3 броя /91 легла/;
- Места за настаняване 4\* - 14 броя /2782 легла/;
- Места за настаняване 3\* - 60 броя /2557 легла/;
- Места за настаняване 2\* - 30 броя /312 легла/;
- Места за настаняване 1\* - 85 броя /1283 легла/.

**ОБЩО В ПЛОВДИВ – 192 места за настаняване /7025 легла/~37легла/хотел и 1005 заведения за хранене.**

## **Фестивалният туризъм като средство за излизане от кризата и стимулиране на вътрешния туризъм.**

Град Пловдив е „Европейска столица на културата за 2019 г.“ и продължаваме да носим титлата с достойнство. Доказателство за това е богатият културен и събитийен календар в града. Ежегодно тук се провеждат десетки фестивали и събития. Част от тях са туристически и имат за цел привличане на туристи към град Пловдив. Събитията са различни по характер и вкус, което позволява привличането на различни целеви аудитории с разнообразни интереси и профили:

**„Дефиле на младото вино“** – Сред първите туристически фестивали в България, който подава ръка на родните винопроизводители, като им дава сцена за изява в Стария град на Пловдив. Събитието се провежда в края на месец ноември, от 13 години насам, без прекъсване. Ежегодно привлича хиляди туристи към Стария град на Пловдив. За 2021 година, организаторите сдружение „Съвет по туризъм - Пловдив“ отчитат 79 хил. бр. дегустации и 60% ръст спрямо най-силната досега 2020 г.

**Дефиле „Вино и гурме“** – Туристически фестивал, който се провежда от 7 години насам през месец май, отново в Стария град на Пловдив. Фестивалът дава сцена за изява, както на родните винопроизводители, така и на ресторанти, шеф-готвачи и производители на храни и продукти. Поради редица положителни фактори, фестивалът бързо набира сили и популярност сред винолюбителите. За 2021 година организаторите отчитат 40 хил. броя дегустации. В очакване сме на нов ръст и рекорди за издание 2022, което ще се проведе на 14 и 15 май. Само за 8 дена организаторите събраха рекордния брой участници във фестивала – 63. Очакваме с голямо нетърпение и рекорден брой посетители.

**„Уикенд в Пловдив“** е фестивал, който обединява културни средища, хотели, ресторанти, търговски обекти, както и множество културни събития, които гостоприемно отварят врати и дават възможност на посетителите да се възползва от атрактивни отстъпки и примамливи оферти. „Уикенд в Пловдив“ има за цел да представи град Пловдив като атрактивна дестинация за градски туризъм и чрез преференциални цени и услуги да привлече повече туристи и посетители. Фестивалът има потенциал да стане най-туристическото събитие под тепетата.

*Трите събития, които „Съвет по туризъм - Пловдив“ организира се финансират от „Годишната програма за развитие на туризма на Община Пловдив“.*

**Оперен фестивал „Opera Open“** – Смело може да заявим, че Държавна опера Пловдив успешно развива международен оперен туризъм в България, съчетаващ по уникален начин живото музикално изкуство с античното

наследство на Пловдив по примера на европейските фестивали с древни открити сцени.

**Международен фолклорен фестивал** – Провежда се от над 25 година. Участие вземат както български фолклорни ансамбли, така и десетки международни. Пъстротата и автентичността на фестивала привличат многобройна публика. Това е един от малкото фестивали, които са безплатни, нямат вход и туристите имат възможността да посетят Античния театър.

**Hills of Rock** - се провежда от 2017 година и е финансиран от ОФ „Пловдив 2019“. Привлича хиляди рок фенове от цял свят. Провежда се около Гребния канал в Пловдив, като мащабът му налага построяването на цяло фестивално градче с няколко сцени, зона за храна и обособени площи за палатки и къмпинг.

*Фестивалите са част от културния календар и се финансират от отдел „Култура“ на Община Пловдив.*

**Спортни събития в Пловдив** – Гребният канал на Пловдив е домакин на Европейски и световни състезания по гребане. Участниците в състезанията водят със себе си семейства, близки и приятели, които спокойно можем да наречем туристи.

**Още фестивали** – Театрален фестивал „Сцена на кръстопът“; Литературен фестивал „Пловдив чете“; Арт фестивал „Капана фест“; „Празници на Стария град“; Фестивал за съвременни танци „Черната кутия“; „Дни на тракийската култура“; Античен фестивал „Пловдив древен и вечен“ и други.

Със своето географско местоположение /в центъра на България/, Пловдив има потенциала да бъде „Фестивален Хъб“ и да бъде добър пример за развитие на вътрешния туризъм. Туристите имат сравнително лесен достъп от всяка една точка на България и същевременно могат да комбинират посещение в града с разнообразието, което предлага региона.

### **3. Проблеми**

#### **3.1 На бранша**

Като сдружение, което обединява туристическия бранш в град Пловдив, „Съвет по туризъм - Пловдив“ организира и проведе проучване на тема „Състояние и перспективи в туристическия сектор на територията на Община Пловдив“. Анкетното проучване се проведе на три етапа – 2020, 2021 и 2022 година, съвместно с Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, Университет по хранителни технологии, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите и Медицински университет – Пловдив.

Анкетното проучване бе проведено онлайн и бе основно структурирано на два етапа:

- Състояние на анкетирания обект;
- Предложения и идеи за мерки за справяне и излизане от кризата в сектор „Туризм“.

### **Акценти от обобщеното анкетно проучване:**

- 95% от анкетираните смятат, че фокусът върху туристическия бизнес трябва да бъде върху развитието на вътрешния туризъм и практикуване на специализирани видове туризъм, като фестивален, културен, винен, гурме, спортен и др. видове;
- 86% от анкетираните смятат, че Община Пловдив /Общински съвет/ трябва да направи нормативни корекции в „Наредба за определянето и администрирането на местните такси и цени на услуги на територията на Община Пловдив“, като се създаде механизъм, с който да се преизчислява план-сметката за такса битови отпадъци /ТБО/, като се освобождават от нея в частта „сметосъбиране“ и „сметоизвозване“ в случай на пълен локдаун за обекти, които не са осъществявали дейност за определен период, респективно не са генерирали отпадъци;
- 75% от анкетираните смятат, че трябва да отпадне авансов данък „печалба“;
- 90% от анкетираните смятат, че трябва да има данъчни облекчения за инвестиционните действия;
- 75% от анкетираните смятат, че трябва да бъдат създадени работещи правила за работа на туристическите обекти в ситуация на Covid-19 или подобна такава;
- 75% от анкетираните смятат, че 50% от данъчните задължения /туристически данък, данък сгради, данък МПС, такса битови отпадъци и др./ на фирмите в туризма, трябва да се разсрочат с 1 година, за да имат възможност за оборотни средства;
- 73% от анкетираните смятат, че скоростно трябва да се въведе и заработи електронното правителство. Това би облекчило до голяма степен бизнес процесите, които към този момент се придвижват на хартиен носител;
- 70% от анкетираните смятат, че ДДС за заведенията за обществено хранене трябва да бъде намален на 5% за срок от 3 години;

### **3.2. На инфраструктурата:**

- Слаборазвита транспортна инфраструктура за достъпност на туриста:
  - Летище Пловдив – въздушната врата на Южна България – работи с 5% от капацитета си;
  - сухоземни подходи – Голямоконарско шосе, Околовръстно шосе в окаяно състояние;
  - дефицит на паркинги в града и подстъпите му /буферни/;
  - недостатъчно велоалеи.
- Недостатъчна като сцени културна инфраструктура, осигуряваща т.н. преживяване на туриста :
  - Затворена поради аварийно състояние от 6 години Концертна зала;

- Потънал в разруха най-големият в страната киносалон - кино „Космос“;
- Неремонтиран от години Дом на армията;
- Липса на самостоятелна сграда за Държавна опера- Пловдив;
- необорудван с механизация и допълнителни седалки Античен театър.

- Недостатъчна спортна инфраструктура, база за спортни прояви, привличащи туристи:

- Втори гребен канал със зона за рекреация;
- недовършени стадиони „Хр.Ботев“ и „Локомотив“;
- липса на плувен басейн за спортни състезания.

- Околна среда в т.ч. качество на атмосферния въздух, предпоставка за избор на дестинация:

- недостатъчно озеленяване в т.ч. състояние на хълмовете;
- отблъскващо и небезопасно при повишени води състояние на коритото на река Марица;
- лошо състояние на обществения транспорт;
- липса на зони с ниско въглеродни емисии;
- недобро състояние на пешеходните зони към и около обектите за туризъм.

### **3.3. Кадрово обезпечение**

- незадоволителна квалификация на наличните кадри в туризма;
- остаряла материална база в учебните заведения по туризъм /ВУЗ-ове и професионални гимназии/;
- необходимост от осъвременяване на учебните им програми с приоритизиране на практическите занятия.

## **4. ЦЕЛ: ДА ПРЕВЪРНЕМ ПЛОВДИВ ОТ ПОСЕТИТЕЛСКИ В ТУРИСТИЧЕСКИ ЦЕНТЪР**

### **4.1. Инструменти /средства/:**

- Освен традиционният културно-исторически туризъм, свързан с посещение на музеи, галерии и архитектурни забележителности да се развият:
  - Пловдив – хъб на Тракийски туристически район –
  - събитийен туризъм –
  - културен в т.ч. оперен -
  - конферентен и конгресен туризъм – ВУЗ-ове, МП
  - медицински туризъм –
  - спортен туризъм –

## **4.2. Предложения за мерки**

### **4.2.1. На национално ниво:**

- Разсичане на „гордиевия възел“ с частната собственост върху част от терминала на Летище Пловдив и изграждане на ж.п. връзка с летището-Министерство на транспорта и информационните технологии;
- Разширяване и ремонт на шосейните подходи – Голямоконарско шосе, Околовръстно шосе-АПИ;
- Ремонт и реконструкция на Концертна зала-МК;
- Осигуряване на финансиране и провеждане на архитектурен конкурс за Дом за Пловдивската опера-МК;
- Ремонт на Дома на армията-МО;
- Финансиране изграждането на Втори гребен канал и плувен басейн – ММС;
- Облагородяване и социализиране на коритото на река Марица-МОСВ, МРРБ;
- Ускорено въвеждане на т.н. електронно правителство-МЕУ;
- Осъвременяване материалната база в учебните заведения по туризъм /ВУЗ-ове и професионални гимназии/-МОН;
- Да отпадне авансов данък „печалба“ и да има данъчни облекчения за инвестиционните инициативи в туризма-МФ;
- ДДС за заведенията за обществено хранене трябва да бъде намален на 5% за срок от 3 години-МФ;
- Да бъдат създадени работещи правила за работа на туристическите обекти в ситуация на Covid-19 или подобна такава-МЗ,МТ;
- Да се уреди нормативно възможността за предоставяне от работодателите /държава, местна власт и бизнес/ на годишни ваучери на работещи български граждани за почивка в български хотели, аналогични на ваучерите за храна- МФ, НС;
- Осигуряване на финансови средства за значително по-голям бюджет за реклама и маркетинг, които да се планират и разходват при активното участие на представители на бизнеса / представители на съответните НПО-та, в т.ч. за събития, стимулиращи вътрешния туризъм-МФ,МТ;
- Подобряване на визовата политика, касаеща туризма - издаване на дългосрочни визи; онлайн обслужване на документи по издаване на визи-МВНР;
- Засилена реклама и маркетинг на дестинацията. Разширяване на рекламната стратегия и нейното насочване към съседните балкански пазари и Европа-МТ.

### **4.2.3. На общинско ниво:**

- Изграждане на паркинги в града и подстъпите му /буферни/;
- Развиване на достатъчна мрежа от велоалеи в т.ч. към туристическите забележителности;
- ремонт и реконструкция на кино „Космос“;
- осигуряване на терен за проектиране и изграждане на сграда за Пловдивската опера;
- Достигане европейските норми за озеленяване в т.ч. на хълмовете, гордостта на Пловдив;
- Облагородяване и социализиране на коритото на река Марица;
- Осъвременяване на обществения транспорт;
- Обособяване на зони с ниско въглеродни емисии;
- Подобряване на пътното покритие на пешеходните зони към и около обектите за туризъм;
- Безукорно поддържане чистотата и хигиената на града в т.ч осигуряване на достатъчно съвременни WC;
- Нормативно да се вменят на Общински инспекторат задължения, съответстващи на тези на туристическа полиция;
- Справедливо определянето на дължимата такса битови отпадъци на принципа „Замърсителят плаща“;
- 50% от данъчните задължения /туристически данък, данък сгради, данък МПС, такса битови отпадъци и др./ на фирмите в туризма, да се разсрочат с 1 година, за да имат възможност за оборотни средства;
- Община Пловдив /Общински съвет/ трябва да направи нормативни корекции в „Наредба за определянето и администрирането на местните такси и цени на услуги на територията на Община Пловдив“, като създаде механизъм с който да се преизчислява план-сметката за такса битови отпадъци /ТБО/, като се освобождават от нея в частта „сметосъбиране“ и „сметоизвозване“ в случай на пълен локдаун за обекти, които не са осъществявали дейност за определен период, респективно не са генерирали отпадъци.
- Целево да се подпомагат финансово организации с нестопанска цел, които способстват за привличане на туристи в града. Да се финансира рекламата на техните мероприятия с цел промотирането им в по-широк мащаб;
- Да се осигурят повече средства за събития в Културния, Туристическия и Спортния календари, като се подкрепят театри, галерии и представления, предоставящи промоционални и атрактивни цени, както и безплатни посещения на общински събития с цел привличане на туристи.

#### **4.2.4. На ниво браншови организации**

- Организиране на повече събития, които да привличат туристи;

- Организиране на обучения за повишаване квалификацията на кадрите;
- Активно взаимодействие с ВУЗ и професионални гимназии при изготвянето на учебните програми за туризма и обучението на студенти и ученици.

#### **4.2.5. На ниво образователни институции**

- осъвременяване материалната база в учебните заведения по туризъм /ВУЗ-ове и професионални гимназии/;
- осъвременяване на учебните им програми с приоритизиране на практическите занятия;
- организиране на обучения за повишаване квалификацията на наличните кадри в туризма.

#### **4.2.6. Към хотелиери, туроператори и турагенти, ресторантьори и пр. браншовици;**

- Обучения на място за повишаване квалификацията на кадрите;
- Обновяване на базата и услугите;
- Подпомагане дуалното обучение по специалностите, свързани с туризма;
- Организационни, технически и психологически мерки за гарантиране безопасното пребиваване на гостите.

**Посочените предложения имат за цел обединяването около единни и ясни правила за условия на работа в ситуация на кризи, както и дават насоки, които може да бъдат полезни при изграждането на адекватни мерки за справяне с кризите в сектора туризъм.**

**Инж. Любозар Фратев  
Председател на УС**