



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Съвместна маркетингова стратегия за  
популяризиране на района на Плевен -  
Турну Мъгуреле като атрактивна  
тематична туристическа дестинация и  
интегрираните туристически  
продукти, разработени в рамките на  
проект „Маршрут на паметта:  
Устойчиви трансгранични  
туристически продукти за Мемориален  
парк „Гривица“ и крепост „Турну“



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за  
Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну“

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския  
съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## 1. Информация за контекста на разработване на стратегията

Настоящата стратегия е разработена в рамките на Проект „Memory Route - Sustainable cross-border tourism products for Memorial Park „Grivitsa” and „Turnu” Fortress”, финансиран по Програма за трансгранично сътрудничество „ИНТЕРРЕГ V-А Румъния-България 2014 - 2020 г.”, Subsidy Contract 94696/ 21.08.18, финансиран от Програма Interreg V - А Румъния-България е програма, финансирана от Европейския Съюз (от Европейския фонд за регионално развитие, ЕФРР). Целта на програмата е да се развие граничната зона между двете страни чрез финансиране на съвместни проекти.

Проектът има за главна цел да подобри устойчивото използване на историческото и културно наследство на партньорите по проекта, чрез идентифициране, развитие и промотиране на тематични, алтернативни, трансгранични продукти и услуги в Мемориален парк „Гривица” и крепост „Турну”.

Проектът е партньорски между Община Плевен (Водещ партньор) и Община Турну Мъгуреле (Партньор) и предвижда да бъдат разработени устойчиви интегрирани туристически продукти и услуги, основани на историческото военно сътрудничество и военни традиции от древността до съвременното, превръщайки трансграничния район (територията на Община Плевен и Община Турну Мъгуреле) в привлекателна тематична туристическа дестинация.

Обществената поръчка е проведена във връзка с изпълнение на ангажиментите на Община Плевен към дейностите, описани в Работен пакет (WP T1) от одобрената апликационна форма на проекта - Разработване на съвместни туристически продукти, услуги и маркетингова стратегия. По проекта ще бъдат разработени 9 уникални интегрирани туристически продукта и услуги, еднакво привлекателни както за туристите, така и за местните жители, чрез насочване на най-ценните културно-исторически ценности на района - общото военно сътрудничество и традиции през вековете - от римската до съвременността.

Възложител на договора за разработване на съвместната маркетингова стратегия ИРО-2408 от 18.07.2019 г. е община Плевен, а изпълнител Естат ООД.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица” и крепост „Турну”“*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Туризмът, в частност културно-историческият, е ключов сектор в развитието на трансграничния регион, както е посочено в стратегически и програмни документи на различни нива на управление. Регионът е богат на културни локации и обекти, а за част от тях са направени инфраструктурни инвестиции, в това число и с финансиране от Европейския съюз. Този потенциал обаче, въпреки, фокусираните мерки през последните години, не е напълно оползотворен, както и част от обектите са непознати извън местните общности. Проектът увеличава потенциала за културен туризъм в трансграничния регион Плевен-Турну Мъгуреле, попълвайки празнината и развивайки, и рекламирайки общи туристически продукти и услуги за споделеното културно-историческото наследство в региона. Необходим е съвместен и стратегически подход, включващ всички заинтересовани страни, като се изхожда от факта, че темата е специфична-военно-историческа и се изисква иновативен подход за адекватно таргетиране и по-обхватно включване на целевите групи.

Чрез разработването на Съвместната маркетингова стратегия се създава:

- Инструментариум за промотиране на новите туристически продукти и услуги, създадени в рамките на настоящия ТГС проект;
- Възможност за сближаване и сътрудничество между местните власти, туристическия бизнес, културните институти, неправителствени организации и др., от трансграничния регион Плевен - Турну Мъгуреле;
- Времево дефиниране на приоритети, мерки и дейности, за устойчиво позициониране на туристическите продукти и услуги, свързани със съвместното военно-историческо наследство и постигане на трансгранично измерение на съхранените културно-исторически обекти.

Маркетинговата стратегия е разработена във формата на стратегически документ, който да подпомогне планирането и реализирането на следващи дейности от партньорите по проекта, насочени към развитието и утвърждаването на съвместните културно-исторически обекти и свързаните туристически продукти и услуги.

Необходимо е тя да намери своето място в йерархията на програмните документи на двете администрации-партньори, с оглед реализирането ѝ и ресурсното ѝ осигуряване.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Изпълнението на стратегията може да бъде постигнато само с нейното припознаване от заинтересованите страни за реализирането на продуктите и услугите и с развитието на туризма в трансграничния регион.

## 2. Структура на Маркетинговата стратегия

Структурата на настоящия документ следва основните елементи - предмет на договора за изготвянето ѝ, структурирани в: аналитична част на настоящото състояние и дефиниране на потенциал за развитие; стратегическа част, план за изпълнение и мониторинг, както следва:

- Маркетингов профил на туристическия интегриран продукт - съществуващи потенциални туристически ресурси - вътрешни и външни - местоположение, транспортна достъпност, туристически потоци, условия за туристически посещения, места за настаняване
- Пазарна оценка на планираните по проекта туристически продукти и услуги
- SWOT анализ - извеждане на силните и слаби страни, възможностите и заплахите, които стоят пред партньорите в процеса по популяризиране на района на Плевен - Турну Мъгуреле като атрактивна тематична туристическа дестинация и интегрираните туристически продукти, разработени в рамките на проекта
- Цели и обхват на стратегията
- Целеви групи и целеви пазари
- Стратегия за маркетинг на интегрирания туристически продукт – идентифициране на заинтересовани страни, визия за развитие и маркетингови цели, маркетингов микс, дейности за реализиране на стратегията и очакваните резултати
- Допълнителни услуги, които могат да бъдат предоставени и определяне на целеви групи - в т.ч. провеждане на събития, обучения, заснемане и др.
- План за реализация на стратегията – детайлно разписан с включени конкретни дейности, ресурсна обезпеченост, отговорни страни, времеви период.
- Комуникационен план - комуникационни цели, целеви групи, канали, продукти, финансови ресурси и времева рамка



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- Маркетингов план за действие за популяризиране на района и конкретните туристически продукти и услуги, включително необходимите финансови ресурси и потенциални източници на финансиране
- Система за мониторинг на изпълнението

### 3. Подход на работа

Исходните позиции по разработване на Стратегията са свързани с отчитането на основните принципи за разработване и прилагане на местни и регионални политики за развитие на туризма. Приложена е комбинация от подходящи методи за създаване на документа.

Въз основа на анализ на текущото състояние на културно-историческото наследство на територията и общите тенденции в развитието на туризма на двете общини и на дефинираните 9 туристически продукти и услуги, които ще бъдат разработени и предложени за устойчиво прилагане след края на съвместния проект е създадена добра основа за балансирано развитие на съвместна туристическа дестинация в трансграничния регион в дългосрочен аспект.

Стратегията е изградена на база на дефинираните в проектното предложение туристически продукти и услуги, които ще функционират след приключването на проекта и цели тяхното оптимално презентирание и популяризиране в контекста на културното наследство в трансграничния регион Плевен - Турну Мъгуреле.

Отчетени са съответните програмни документи на европейско, национално, регионално, областно и общинско ниво, съобразени със специфичния ресурсен потенциал на двете общини, както и приложимите европейски документи.

Основните задачи и дейности, които са изпълнени с оглед постигане на целите на проекта са:

- Анализ на стратегически документи, като е поставен фокус върху тези в областта на туризма и наличните към тях маркетингови планове с осигурено финансиране
- Идентифициране на сходни проекти/продукти и дефиниране на общи подходи за маркетингане



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- Анализ на статистически данни - типология на целеви пазари, туристически поток, сегментиране на туристически пазар
- Качествено и количествено проучване - фокус-групи, интервюта и онлайн анкетно проучване
- SWOT и PESTLE анализи
- Дефиниране на обща стратегическа рамка
- Дефиниране на целеви пазари и ползватели за всяка услуга/продукт
- Дефиниране на инструменти за оптимално маркетингово представяне за всеки продукт/услуга

Бяха проведени и два семинара за обсъждане от партньорите и заинтересованите страни на предложените идеи и проекта на стратегическия документ.

Чрез предложения подход може да се осигури ефективно функциониране на туристическата дестинация, която осигурява възможност за туристическо, познавателно и физическо преживяване чрез реален досег с обектите, като в стратегията е предпоставена възможност и за виртуален такъв.

Стратегията е насочена към система от обекти с ясно дефинирана тема: военно-историческото наследство в региона на Плевен-Турну Мъгуреле. Същевременно е предложен подход за използването на потенциала на създадените и вече съществуващи туристически продукти, услуги и дестинации в трансграничния регион, включително в различни видове туризъм и по този начин ще се оптимизира ефектът от реализирането на съвместния проект.

Избраният подход създава гъвкавост при индивидуалното конструиране и предлагане на продукти и услуги според възможностите и предпочитанията на целевите групи, като дава възможност и за пакетирането и допълването им с други продукти и услуги в трансграничния регион.

При разработването на настоящата стратегия е изходено и от следните основни разбирания, които имат отношение към актуалното маркетингане на туристически продукти и услуги:



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- **Автентичност** на продуктите и услугите и съответно на съпътстващите ги преживявания - конкретна специфична тематика, която отнася продуктите и услугите към културно-исторически и познавателен туризъм;
- **Атрактивност** - съпътстващите услуги са уникални за трансграничен регион Плевен - Турну Мъгуреле, като освен актуални, те са и тематично обусловени - бууткампове, тиймбилдинг, пейнтбол;
- **Възможност за повече изживявания** - чрез участие във фестивал "Път на паметта", военноисторически туристически панаир "Военен маршрут на паметта", фитнес буткампове, военно-тематични тиймбилдинги, пейнтбол, възстановки на исторически събития;
- **Постигане на повишена видимост и разпознаваемост** на туристическата дестинация, продукти и услуги чрез ясно позициониране и комуникиране на специфичната тематична насоченост;
- **Допълняемост в туристическото предлагане** - чрез разработените в рамките на проекта продукти и услуги се оптимизира потенциалът на съществуващите военно-исторически туристически обекти и се реализира допълняемост в туристическото предлагане;
- **Възможност за интегриране с други видове туризъм и налични продукти услуги в трансграничния регион** - реализирани са доста инициативи за структуриране и популяризиране на туристически дестинации, пакети, продукти и услуги в региона, които използват различните потенциали и имат различен фокус - риболовен, алтернативен за възраст над 55 години, екотуризм, веломаршрути, винени и гурме турове, пътешествия с балон и други. В дългосрочен план е възможно развитие на по-обхватна туристическа дестинация - Дунавски лимес, в който да бъде интегриран и настоящия комплексен туристически проект. При изготвянето на стратегията се държи сметка за възможността за използване и капитализиране на наличните ресурси в района - природно и културно наследство, други видове туризъм, както и за обогатяване на продуктите и услугите чрез самостоятелното им функциониране или пакетиране/интегриране с други туристически продукти и услуги в района. По този начин може да се разшири кръга на целеви посетители чрез комбиниране на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

интересите на определени категории посетители, като основният тематичен продукт се допълва с допълнителни видове туристически услуги и продукти.

- **Фокус върху дигиталния маркетинг** като основна съвременна форма за маркетинг на туристически продукти и услуги с оглед профила на целевите групи;
- **Спазване** на изискванията за Закона за защита на личните данни и сигурност на използваните онлайн ресурси.

#### 4. Очаквани резултати

Очакваните резултати от изпълнението на договора са както следва:

- Изготвяне на съвместна стратегия за популяризиране на дефинираните туристически продукти и услуги в рамките на проектното предложение на общините партньори „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну“, която ще подпомогне активното пазарно позициониране като туристическа дестинация в средносрочен и дългосрочен план.
- Експертно дефиниране на насоки за маркетинг на цялостната дестинация, както и на отделните дефинирани продукти и услуги в рамките на проекта.
- План за действие и мониторингов механизъм, които да осигурят община Плевен и община Турну Мъгуреле, както и другите заинтересовани страни с предложение за конкретни дейности за маркетинг на туристическите продукти и услуги.

#### 5. Цели на маркетинговата стратегия

Маркетинговата стратегия дефинира средносрочната и дългосрочна визия на общините партньори за пазарно позициониране на разработените съвместно в рамките на настоящия ТГС проект 5 туристически продукта и 4 туристически услуги.

#### 6. Обхват

Чрез Стратегията се създават условия за реализация на потенциала за развитие на културно-исторически туризъм в трансграничния район и неговото устойчиво развитие.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Стратегията е съобразена с териториалния обхват на проекта - териториите на общините партньори Плевен и Турну Мъгуреле, както и с дефинираните 5 туристически продукта и 4 туристически услуги в рамките на проекта, които са:

### Дефинирани туристически продукти

- 1 тематична трансгранична туристическа дестинация „Маршрут на паметта“ - ще включва всички тематични обекти на културното и историческото военно наследство в Плевен и Турну Мъгуреле.
- 1 съвместен едnodневен фестивал „Път (маршрут) на паметта“ - фестивалът ще бъде организиран в памет на всички, които са отдали живота си за независимостта на Румъния и България. Кулминацията му ще бъде историческата възстановка на битката при Гривица, която има потенциал да се превърне в изключителна туристическа атракция за гостите и местните жители и ще се организира ежегодно.
- 1 триезична туристическа платформа - платформата ще съдържа интерактивна карта, показваща всички тематични обекти и обекти на културно-историческото военно наследство в района, съпроводено с информация за събитията / лицата, които те възпоменават, интересни истории, легенди, GPS координати и др.
- 1 съвместен военноисторически туристически панаир „Военен маршрут на паметта“ - панаирът ще бъде организиран в края на проекта и ежегодно след приключване на проекта и ще има за цел да представи и популяризира създадените туристически продукти, между туроператори, хотелиери, културни институции, онлайн резервации и туристически платформи / оператори, както и промоутъри в социални медии.
- 1 постоянна изложба „Военна история в образи - Редут Гривица и Крепост Турну“ - ще представи пакет от релевантни образи от историческа гледна точка и от гледна точка на историко-военното образование, целящи да повишат историческото самосъзнание и уважение на местните жители и посетителите и да допринесе за създаването на отличителен образ на района на Плевен - Турну Мъгуреле, изграден върху уникално трансгранично културно-историческо наследство.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Дефинирани туристически услуги

- Организиране на тиймбилдинг събития - изградения комплекс Гривица ще разполага с необходимите съоръжения за организиране на военно-тематични тиймбилдинг събития - уникална туристическа услуга за трансграничния регион.
- Организиране на фитнес бууткампове (bootcamps) - комплекс от програми за физическо обучение, провеждани от специални треньори и / или бивш военен персонал. Обученията ще се основават на военния стил на обучение и могат да бъдат с историческа тематика: римски, средни векове или 19-ти век, в зависимост от предпочитанията на клиентите.
- Пейнтбол - услугите за пейнтбол ще бъдат проектирани така, че да привличат както туристи, така и местни жители. Мястото на парка Гривица е идеално за организиране на развлекателни и състезателни игри с пейнтбол, както и включването им в пакети за тиймбилдинг. Пейнтбол инструкторите могат да бъдат бивши военни мъже / жени, които ще учат посетителите на военна стратегия, маневри и т.н. по време на игрите. Ще се организират пейнтбол турнири по заявка.
- Възстановки по заявка на исторически военни събития с образователна или развлекателна цел: проектът предвижда създаването на съвместен клуб за исторически възстановки на събития, който ще бъде обучен за възстановяване на историческите събития и ще бъде оборудван с автентични уреди, оръжия, униформи, пирео-ефекти и др.

Културно-исторически обекти, попадащи в обхвата на туристическа дестинация “Маршрут на паметта”, са както следва:

### РЕГИОНАЛЕН ВОЕННОИСТОРИЧЕСКИ МУЗЕЙ (РВИМ) - ПЛЕВЕН

#### МУЗЕИ И ЕКСПОЗИЦИИ В РВИМ

#### Панорама „Плевенска епопея 1877 - 1878 г.“

Панорама „Плевенската епопея 1877 г.“ е изградена по повод 100-годишнината от боевете при Плевен по време на Руско-турската война 1877-1878 г. и освободението на града на 10.12.1877 г. Разположена е в Скобелев парк, на бойното поле, където по време на III-я щурм за Плевен /11-12 септември 1877 г./ се водят най-ожесточените



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                    | <p>сражения за превземане на града от руската армия. Първата копка е направена на 19 януари 1977 г., а официалното откриване е на 10.12.1977 г.</p> <p>Зала Панорама „Трети щурм на Плевен 11-12 септември 1877 г.” представя най-критичния момент в боя при Зелените възвишения - около 16.30 ч. на 11 септември, когато ген. М. Д. Скобелев начело на своя отряд превзема едно от двете най-силни турски укрепления на юг от Плевен - редут „Кованлък” и се връзва в центъра на турската отбрана. Един час по-късно е превзет редут „Исса ага”.</p> <p>В зала Диорама „Последен бой за Плевен в долината на р. Вит на 10.12. 1877 г.” е представен най-драматичният момент от боя на 10 декември, когато турската армия атакува блокадната линия в най-близкия до пътя за София VI-ти блокаден участък - при моста на р. Вит, на 7 км на запад от Плевен, но е разгромена от руския гренадирски корпус под командването на ген. И. С. Ганецки.</p> |
| <b>Параклис- Мавзолей „Св. Георги Победоносец”</b> | <p>Параклис-мавзолеят „Св. Георги Победоносец” е изграден в периода 1903-1907 г. в памет на загиналите руски и румънски воители в боевете около Плевен по време на Руско-турската война 1877/1878 г. Параклис-мавзолеят е тържествено открит и осветен на 3 септември 1907 г., в присъствието на княз Фердинанд I, Великия княз Владимир Александрович-син на император Александър II, княгиня Мария Павловна и членовете на комитета „Цар Освободител Александър II”.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Къща-музей „Цар Освободител Александър II”</b>  | <p>Къща музей „Цар Освободител Александър II” е една от Военноисторическите къщи музеи създадени през 1907 година по инициатива на Комитета „Цар Освободител Александър II”. Експозицията е уредена в къщата на плевенския търговец Иван Вацов, където гражданите на Плевен посрещат руския император Александър II след освобождението на града - 10 декември.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну“*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                         | <p>Къща музей „Цар Освободител Александър II” е тържествено открита на 3 септември 1907 г. в присъствието на княз Фердинанд I, Великия княз Владимир Александрович, Великата княгиня Мария Павловна, генерали и офицери, участници във войната, министри, депутати, членове на комитета „Цар Освободител Александър II”, поборници и опълченци, гости и граждани на Плевен.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Скобелев парк - музей</b>                            | <p>Паметник на културата с национално значение. Създаден в периода 1904 - 1907 г. по инициатива на комитета „Цар Освободител Александър II” с председател Стоян Заимов. Мемориален парк-музей, разположен в югозападната част на Плевен, на мястото, където се сражава отрядът на ген. М. Д. Скобелев и където се водят най-ожесточените боеве по време на третия щурм за Плевен на 11 - 12 септември 1877 г. При Зелените възвишения загиват около 6 500 души от 13 - хилядния отряд на ген. М.Д. Скобелев.</p> <p>Скобелев парк е тържествено открит на 3 септември 1907 г. в присъствието на българския княз Фердинанд I, височайши гости от Русия министри, депутати, граждани и гости на града.</p> |
| <b>Експозиция „Плевенска епопея 1877 г.”</b>            | <p>Експозицията е посветена на Плевенската епопея 1877 г и проследява най-важните моменти от боевете при Плевен, мястото и значението на Плевен в хода на войната. На площ около 400 кв.м. е представена най-богатата в България експозиция от оригинални материали, свързани с Руско-турската война 1877-78 г., дарени от Руското и Румънско военни министерства за уреждане на Военноисторическите музеи през 1903-1907 г. Експозиция „Плевенска епопея 1877 г.” е открита през 1984 г.</p>                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Румънски мавзолей и мемориален парк - с. Гривица</b> | <p>Мавзолеят е строен през периода 1892 - 1897 г в памет на загиналите румънски воители, със средства на румънския народ. Открит е през 1902 г. Около Мавзолея</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну“*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                             | през 1958 г. е изграден мемориален парк с площ 360 декара. През 1967 г. е разкрита музейна експозиция, която отразява сраженията при с. Гривица по време на Руско-турската война 1877-1878 г. и бойния път на румънската армия. Експозицията в музейният кът представя участието на Румъния в Руско-турската война 1877-1878 г. и бойните действия при с. Гривица по време на Третия щурм на Плевен 11-12 септември 1877 г..                                                                                                                                                                                  |
| Музей „Велик княз Николай Николаевич” - гр. Пордим          | Къща музей „Велик княз Николай Николаевич” е една от Военноисторическите къщи музеи създадени през 1907 година по инициатива на Комитета „Цар Освободител Александър II”, открити през 1907 г. Експозицията отразява дейността на Главната квартира на руската армия по време на пребиваването на главнокомандващия княз Николай Николаевич и император Александър II в Пордим от 26 октомври до 15 декември 1877 г. Експозицията е уредена в къщата на Иван Стойков-Троянчанина, строена през периода 1862-1865 г.                                                                                           |
| Къща музей „Негово Кралско Величество Карол I” - гр. Пордим | Къща музей „Негово Кралско Величество Карол I” е една от Военноисторическите къщи музеи създадени през 1907 година по инициатива на Комитета „Цар Освободител Александър II”, открити през 1907 г. Музейната експозиция представя участието на Румъния в Руско-турската война 1877-1878 г. и дейността на Главната квартира на румънската армия по време на пребиваването на румънския княз Карол I в Пордим през 1877 г. Експозицията е уредена в къщата на Върбан Илиев, която се намира в непосредствена близост до Главните квартири на румънската армия и на княз Карол I по време на боевете за Плевен. |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Старият мост на река Вит при Плевен

Старият мост на река Вит е важна част от историята на града. Краят на петмесечната Плевенска епопея 1877 г., се решава в долината на река Вит около моста на Уста Генчо.

Последният бой за Плевен е в долината на р. Вит на 10 декември 1877 г., когато турската армия атакува блокадната линия в най-близкия до пътя за София VI-ти блокаден участък - при моста на р. Вит, на 7 км западно от Плевен, но е разгромена от руския гренадирски корпус под командването на ген. И. С. Ганецки. Командващият турската армия при Плевен Осман паша се предава с цялата си елитна армия и въоръжение.

Мостът на р. Вит е обявен за паметник на културата с национално значение в бр. 93 на „Държавен вестник“ от 1969 г.

На хълма над моста се намира Паметникът на победата - един от 11-те еднотипни монумента, построени в първите години след освобождението по инициатива на Военното министерство на Русия с личното разпореждане на император Александър II. Те бележат местата на най-големите битки и най-значимите победи на руската армия по време на Руско-турската война. Монументите са направени по проект на арх. Вокар и са построени в периода 1878-1881 г.

Върху паметника е отбелязано, че е издигнат в чест на трите атаки за Плевен, сраженията при Горни Дъбник и Телиш, последния бой за града и капитулацията на Осман паша.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## РЕГИОНАЛЕН ИСТОРИЧЕСКИ МУЗЕЙ - ПЛЕВЕН

РИМ - Плевен е разположен във внушителна по размери с художествено-архитектурна и историческа стойност двуетажна сграда - паметник на културата с национално значение, построена през 1884-1888 г. по италиански проект за казарма.

Общият фонд на музея включва над 260 хиляди музейни единици., които с високата си художествена и историческа стойност са изключително ценни свидетелства за българската история, култура и миналото на град Плевен и региона.

В 24 зали, на два етажа, с обща площ от 9000 м2 са показани около 7500 бр. музейни ценности, чрез които е разкрита историята и културата на Плевен и региона от най-дълбока древност до съвременността. Основните раздели са:

Експозиция на отдел „Археология“, която показва историческото развитие на територията на Плевенска област за времето от 50 - 45 хил. год. пр. Хр. до края на XIV в. сл. Хр.

Експозиция на отдел „Етнография“ представя материалната и духовна култура на Плевен и селищата от Плевенска област от долното течение на реките Искър, Вит и Осъм.

Експозиция на отдел „История на България XV-XIX в.“ представя както спецификата на Плевенската възрожденска история, така и неделимостта от развитието на общонационалните процеси през първите векове на османското владичество и епохата на Българското Възраждане.

Експозицията на отдел „Нова и най-нова история“ представя историческото и културното развитие на град Плевен непосредствено след Освобождението на България от османско владичество до наши дни и участието на IV пехотен плевенски полк в Сръбско-



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

българската война 1885 г. и на IX Пехотна плевенска дивизия във войните за национално обединение и Втората световна война.

Експозиция „Гена Димитрова“ е една импресия на живота и забележителната кариера на голямата оперна певица. В двора на музея на площ от 29 000 м<sup>2</sup> е изграден лапидариум с архитектурни детайли и надгробни паметници от римския град Улпия Ескус и крепостта Сторгозия.

#### ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ

##### Руини на средновековна крепост Турну

Руините на Средновековната крепост "Турну" /Турис/ от Турну Мъгуреле (укреплението на Мирча чел Батран от края на XIV в.) се намира на юг от града, в долината на р. Дунав-на разстояние 4 км от града и 1 км от устието на р. Олт. Крепостта е играла важна роля в отбранителната система на страната, особено по времето на господството на Мирча чел Батран, водил борба срещу Османските завоеватели. Крепостта е част от укрепена верига, заедно с тези в Гюргево, Браила и Тутракан /Giurgiu, Turtucaia and Braila/, която минава покрай реката.

##### Монумент-паметник "Тодорика Доробанту" - гр. Турну Мъгуреле

Статуята на Тодорика Доробанту, намираща се в градския парк, почита героизма на местен герой, паднал във войната за независимост от 1877-1878 г. Статуята е изработена през 1907 г. от италианския скулптор Рафаело Романели и граничи с две турски оръдия, заловени от румънските войници в Плевна.

##### Паметник на Независимостта - гр. Турну Мъгуреле

Монументалният ансамбъл, посветен на румънските герои във войната за независимост през 1877 г., е построен през 1985 г. от група архитекти от Букурещ. Фигурите на 3-ма войника в полукръг олицетворяват трите армии: пехотинци, моряци и граничари.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   | Страничните части на паметника съдържат барелефи от бронз и представят преминаването на река Дунав от румънската армия, атаката на Плевен, както и сцени, в които военният лекар, генерал Карол Девила, обгрижва ранени герои.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Църква "Св. Винери" - гр. Турну Мъгуреле                          | Църква "Св. Винери" е построена 1861-1864 г. в мунтенски архитектурен стил, с две камбанарии и дървена олтарна преграда. Ансамбълът включва църква, камбанария и енорийска сграда.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Източноправославна катедрала "Св. Хараламби" - гр. Турну Мъгуреле | Източноправославната катедрала "Св. Хараламби", намираща се в центъра на Турну Магуреле е построена /1900-1902 г./ на мястото на старата църква, която е била построена между 1842-1845 г. Днешната църква е построена по инициатива на крал Карол I и кралица Елизабета. Плановите са изработени от френския архитект Андре Лекомт дьо Нуи с архитектурни елементи от манастирската църква "Куртеа де Арджеш /Curtea de Arges/". Покривът е с медно покритие, мебелите са от масивен дъб, цветните мозаечни стъкла са изработени в страната, фреските са върху фин гипс, изпълнени от италианските художници: Ромео Джироламо и Джузепе Веспа. Църквата е осветена 1905 г. от Йосеф Джорджиан. Изтъкнатият историк Николае Йорга поставил църквата на трето място по значимост и красота след "Curtea de Agres" и "Trei Ierarhi din Iasi". |
| Къща Анджелеску - гр. Турну Мъгуреле                              | Къщата на Елена Анджелеску в Турну Мъгуреле е една от най-представителните в област Телеорман, построена през XIX век. Намира се в централната част на града. С богатството на архитектурните си елементи, тя е една от най-красивите сгради в региона.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Статуя на Мирча чел Батран - гр. Турну Мъгуреле</b> | Мирча чел Батран е човекът, който е построил повторно и подсиллил "Турну" крепостта, като защитно-отбранително съоръжение срещу отоманското нашествие. Намира се в малък парк на „Булеварда на Независимата“. Статуята на Мирча чел Батран /Mircea cel Batran/ е дело на букурещкия скулптор Оскар Хан през 1968 г. |
| <b>Мостът на река Сай</b>                              | Построен е през 1917 г. над река Сай и е известен като Железния мост. Построен е от германците, за да пресекат Дунава с военни машини и войски на път за Гърция и Италия.                                                                                                                                           |
| <b>Водна кула - гр. Турну Мъгуреле</b>                 | Водната кула в Турну Мъгуреле е построена през 1915 г. и има за цел снабдяването на града с вода. Днес е обявена за исторически паметник.                                                                                                                                                                           |
| <b>Бюстът на Генерал Давид Прапорджеску</b>            | Бюстът на Генерал Давид Прапорджеску е издигнат в чест на генерала, син на селяни, роден в Турну Мъгуреле. На 30 септември 1916 г. е убит на фронта по време на Първата световна война в битките на Олт в билата на Карпатите. Бюстът е реализиран от скулптора Георге Илиеску-Кълинещи.                            |

Същевременно за постигане на интегриран ефект и добавена стойност при маркетиране на туристическа дестинация Маршрут на паметта, настоящата стратегия отчита наличните туристически проекти/инициативи на територията на двете общини, в дунавския трансграничен регион като цяло и съществуващите регионални туристически продукти с техните възможни маркетингови подходи.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## 7. Маркетингов профил на туристическия интегриран продукт - съществуващи потенциални туристически ресурси - вътрешни и външни - местоположение, транспортна достъпност, туристически потоци, условия за туристически посещения, места за настаняване

Обвързаност на стратегията с европейски, национални стратегически и програмни документи, с планове и програми на регионално, областно общинско равнище

При разработване на Съвместната маркетингова стратегия за опазване и популяризиране на културното наследство са отчетени тенденциите в развитието на територията на общините-партньори, както и предвижданите интервенции в действащите и предстоящите стратегически документи, имащи отношение към устойчивото развитие на туризма и опазването на културното наследство и неговото популяризиране. Основни акценти от тези стратегически документи, които касаят туризма, както и в частност културно-историческия туризъм и съпътстващи дейности за развитие на инфраструктура и създаване на капацитет за неговото популяризиране, маркетингане и пазарно позициониране са изведени в следващите разгледани документи:

Националната стратегия за регионално развитие (НСРР) на Република България за периода 2012-2022 г

Националната стратегия за регионално развитие е стратегически документ, който задава модела на държавната политика за постигане на балансирано и устойчиво развитие на районите на страната. НСРР определя дългосрочните цели и приоритети на политиката за регионално развитие и следи за тяхното постигане и взаимно допълване. Главната стратегическа цел на НСРР е „Постигане на устойчиво интегрирано регионално развитие, базирано на използване на местния потенциал и сближаване на районите в икономически, социален и териториален аспект“. На регионално ниво следва се да допринесе за реализацията на някои от стратегическите цели, заложи в НСРР 2012-2022г., като някои от тях са: „Балансирано териториално развитие чрез укрепване на мрежата от градове-центрове, подобряване свързаността в районите и качеството на средата в населените места“ и „Социално сближаване и намаляване на регионалните диспропорции в социалната сфера чрез развитие и реализация на човешкия капитал“.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



## Актуализирана национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030

Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма е стратегически документ, който задава модела на държавната политика за постигане на балансирано и устойчиво развитие на туризма в страната и има 4 стратегически цели: създаване на благоприятна бизнес среда за развитие на устойчив туризъм; развитие на конкурентоспособен туристически сектор; успешно позициониране на България на световния туристически пазар; балансирано развитие на туристическите райони.

Стратегическа цел, Подцел 4 Усъвършенстване на дистрибуцията предполага следните мерки с конкретно отношение към настоящия документ:

1. Насърчаване използването на съвременни методи и технологии за дистрибуция
2. Насърчаване на партньорствата за повишаване на ефективността на дистрибуцията на национално и международно ниво

Стратегическа цел 3, Подцел 4 Подобряване промотирането на дестинацията

1. Подобряване на онлайн представянето на дестинацията и туристическите райони
2. Подобряване на представянето на дестинацията на входовете на страната
3. Подобряване на представянето на дестинацията на международни туристически изложения и борси
4. Осъществяване на национални и международни рекламno-информационни кампании, съгласно националната маркетингова стратегия на дестинацията и стратегиите на туристическите райони
5. Синхронизиране на комуникационните и рекламни дейности на всички заинтересовани страни

Стратегическа цел 4, подел 1 Създаване на условия за устойчиво развитие на туристически райони

1. Подобряване на стратегическото планиране за развитие на туристическите райони





2. Оказване на маркетингова подкрепа на организациите за управление на туристически район
3. Подкрепа за осигуряване на устойчиво финансиране на организациите за управление на туристически район
4. Популяризация на туристическите райони на национално и международно ниво

Стратегическа цел 4, подцел 2 развитие на туристически райони

1. Развитие на район Дунав като дестинация със собствена марка за културен и круизен туризъм на основата на богатото културно-историческо наследство и разнообразни градски събития и възможности за преживявания край река Дунав

### Стратегия за развитие на българската култура 2019-2029 г. /България/

Стратегията за развитието на културата през периода 2019-2029 г. залага в себе виждането за разработване на един общ принципен стратегически документ, който на базата на направата на анализ на средата да изведе основните приоритети, стратегически цели и дейности, по които да се работи в предстоящ период от 10 години.

В Стратегията е заложено разбирането, че националната култура е съвкупност от отделни области/елементи, което предразполага на базата на общата стратегическа рамка и начертана визия да се изработят конкретни стратегически документи /стратегии/ с цялостен задълбочен анализ и визия за всеки един сектор по отделно, които в детайли да очертаят специфичните дейности, отделни стъпки и пътища за реализиране на общата визия за развитие на културата за периода 2019-2029 г. Това се обосновава и от спецификата на всяка една област, която се развива както сама по себе си, така и в едно общо единно цяло.

### Национален туристически Мастър план на Румъния 2007-2026

Документът дефинира устойчив подход към развитието на туристическия сектор в страната с цел оптимално да се допринесе за състоянието на националната икономика. В стратегическия документ Делтата на Дунав е дефинирана като специфичен туристически район с фокус природен и еко туризъм, круизен туризъм. В стратегията е посочено, че



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

групата на младите професионалисти, както и на младежите има предпочитание към културния и екотуризма, както и към района на Делтата на Дунав. Като силни страни на туристическия сектор в страната са посочени биоразнообразието на Дунавската делта – обект от световно значение под закрила на Юнеско, наличие на културно-исторически обекти, значителни инвестиции на частния бизнес в места за настаняване, активна мрежа от туроператори, интерес на чуждестранни инвеститори за развитие на сектора.

### Стратегията за култура и национално наследство 2016-2022 г. /Румъния/

Стратегията за култура и национално наследство 2016-2022 г. е документ представляващ резултат от интензивна работа, която се основава на консултациите и участието на Платформата за жива култура и на служителите на министерството и на подкрепата на Националния институт за културни изследвания и обучение. Така предложеният модел на културно планиране е в съответствие с европейските тенденции за разработване на публични политики на национално ниво, които ориентират културата в подкрепа на социалните ползи и основните права. В същото време повечето актуални статистически данни на национално ниво са актуализирани и са включени големи проекти, определящи развитието на културния сектор до 2022 г.

Стратегията за култура и национално наследство 2016-2022 е средносрочен документ за публична политика, който определя политиката на Румънското правителство в тази област, очертавайки хоризонт на обществената дейност за балансирано културно развитие, устойчиво, интелигентно, пряко в полза на всички участници в културните дейности и обществото като цяло.

Стратегията за култура и национално наследство 2016-2022 е националният документ за културно планиране, базиран на стратегическите документи на регионално, окръжно и местно ниво и оперативната документация за програми и проекти с публични средства както и другите стратегии за развитие на национално ниво с културно значение и въздействие.

### Регионален план за развитие на район Южна Мунтения за периода 2014-2020г.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Регионалният план за развитие на район Южна Мунтения е планов средносрочен документ, задаващ цели и приоритети за устойчив растеж на регионално равнище със следната визия: Стимулиране на процес на устойчив и балансиран икономически растеж на региона Южна Мунтения, основан на иновации и благоприятно за социално включване, водещ до увеличаване на просперитета и качеството на живот на неговите жители и Специфична стратегическа цел: възстановяване на привлекателността и достъпността на региона Южна Мунтения чрез развитие на мобилността и свързаността на населението, стоките и свързаните с тях услуги с цел насърчаване на устойчивото развитие.

### Областна стратегия за развитие на област Плевен за периода 2014-2020г.

Областната стратегия за развитие определя рамката за развитие и устройство на областта и е стратегически документ, който кореспондира с Регионалният план за развитие и общинските планове за развитие. Тази тясна взаимовръзка между отделните равнища на планиране и управление в страната е показател за синхрон и допълняемост при стратегическото целеполагане с оглед на регионалното развитие. Областната стратегия за развитие на Област Плевен има следната визия: Област Плевен - икономически и земеделски център на Дунавския регион, функционално и териториално интегриран със съседните области, социално приобщаващ и стабилен, с изградена инфраструктура и добра транспортна достъпност, с осигурена защита на природното и културно наследство и Стратегическа цел 4 Съхраняване на природното и културно наследство за бъдещите поколения.

### Общински план за развитие (ОПР) на община Плевен за периода 2014-2020 г.

Общинският план за развитие за периода 2014-2020 г. е документ със стратегическо планиране и програмиране на устойчивото местно развитие, който се разработва в съответствие с предвижданията на Областната стратегия за развитие на област Плевен за периода 2014-2020 г. и останалите стратегически документи. Като документ, той засяга най-ниското ниво от системата за стратегическо планиране и управление на регионалното развитие и обвързва сравнителните предимства и потенциал за развитие на местно ниво с ясно дефинирана визия, цели и приоритети за развитие на общината в унисон с предвижданията на документите, задаващи насоките в регионалната политика на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

европейско, национално и регионално ниво. Визията е определена както следва: Община Плевен ще се развива, като устойчива самоуправляваща се общност, с разнообразна и съвременна структурирана икономика, базирана на знанието, използваща местните човешки ресурси и ефективно усвояваща наличните сравнителни предимства на територията, като същевременно се създават все по-добри условия за живот и бизнес на местната общност. Към хоризонта на действие на ОПР, Община Плевен е лидер и основен опорен център в развитието на Северозападния район, с модерна икономика, генерираща продукция с все по-висока добавена стойност, с развит и печеливш туризъм, модерна инфраструктура и качествена жизнена среда. В рамките на стратегическа цел 1 Ускоряване на социално-икономическото развитие на общината е дефиниран Приоритет 1.5 Развитие на печеливш и разнообразен туризъм.

### Стратегия за устойчиво развитие на окръг Телеорман 2014-2020

В стратегическия документ е посочено, че един от съществения елементи, които произтичат от цялостния образ на окръг Телеорман със значително значение за формиране на потенциала за развитие на окръга, могат да бъдат обобщени е развитието на туризма

Основните цели по отношение на туризма в окръг Телеорман са съсредоточени в зоните на влияние на основните градски агломерации в окръга: Александрия, Турну Магуреле и Зимница.

Окръг Телеорман има разнообразна природна среда, благоприятстваща развитието на риболовен и ловен туризъм.

Туристическата цел с най-висок туристически потенциал е средновековната крепост от Турну Мъгуреле, построена върху руините на римската крепост Турис.

Туристическият потенциал на община Турну Мъгуреле е дефиниран като културно-исторически и общината е посочена като главния исторически център на окръга, заради руините на средновековната крепост Турну, построена върху руините на римската крепост „Турис“.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

В стратегията е посочено, че община Турну Мъгуреле има реален потенциал за развитие по отношение на туризма, който трябва да се развива.

Същевременно е посочено, че този потенциал не се използва оптимално и трябва да се структурират усилия в тази посока.

### Стратегически документи на европейско ниво

Разработването на Съвместната маркетингова стратегия на Община Плевен и Община Турну Мъгуреле е съобразено със специфичните изисквания на основополагащите за целия ЕС стратегически документи, както и с нормативни документи, касаещи общностното и националното законодателство в областта на регионалното развитие, секторните политики и устройството на територията.

### Стратегията „Европа 2020“ /2010 г./

Стратегията задава рамката на необходимите интервенции за постигане на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж в страните и регионите на ЕС.

### Стратегия на Европейския съюз за Дунавския район

Стратегията е разделена на 11 приоритетни области, подкрепящи четирите основни стълба на Стратегията: А) Свързване на Дунавския регион: 1) Подобряване на мобилността и интермодалността; 2) Поощряване на по-устойчива енергия; 3) Насърчаване на културата, туризма и контактите между хората; Б) Опазване на околната среда в Дунавския регион: 1) Възстановяване и поддържане на качеството на водите; 2) Управление на екологичните рискове; 3) Съхраняване на биологичното разнообразие, ландшафтите и качеството на въздуха и почвите; В) Създаване на просперитет в Дунавския регион: 1) Развитие на общество, почиващо върху устоите на познанието чрез изследвания, образование и информационни технологии; 2) Подпомагане на конкурентноспособността на предприятията; 3) Инвестиране в хора и умения; Г) Укрепване на Дунавския регион: 1) Повишаване на институционалния капацитет и сътрудничеството; 2) Съвместна работа за гарантиране на сигурността и справяне с организираната престъпност.

Приоритетна област 3: Насърчаване на културата, туризма и контакта между хората



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Дунавският регион е привлекателен с общата си история и традиции, култура и изкуства, отразяващи различните общности в региона, както и със забележителното си природно наследство. Делтата на река Дунав е обект на световното културно и природно наследство и предлага възможности за спорт и други видове развлечение. Чрез прилагане на общ и устойчив подход за подобряване и популяризиране на тези възможности, регионът на река Дунав би трябвало да стане европейска и световна „търговска марка“.

Координацията на всяка приоритетна област е задача на държавите-членки (съвместно с държавите или регионите извън ЕС, с изключение на въпросите, по които ЕС взема решения на държавно равнище, като сигурността, тежките престъпления и организираната престъпност), като те се консултират с Комисията, както и със съответните агенции на ЕС и регионални организации.

Координаторите на приоритетните области, трябва да докажат ангажираност с целия регион на река Дунав, да притежават експертни знания, да гарантират изпълнението (напр. чрез постигане на съгласие относно планирането с определяне на цели, показатели и графици, както и чрез осигуряване на контакти на широка основа между организаторите на проекти, програмите и финансовите ресурси, като предоставят техническа помощ и съвети).

За координатори на Приоритетна област 3 са определени страните на България и Румъния, а Европейската Комисия се подпомага от национални центрове за контакт, като в България това е Министерството на регионалното развитие и благоустройството. На свой ред, Министерството на туризма е водеща институция в координацията на областта на Стратегията в партньорство с Румъния, като същевременно е инициатор на дейности и проекти по изпълнението ѝ на национално и транс-национално равнище.

Съвместен документ за пространствено развитие на държавите от Вишеградската четворка, България и Румъния

Съвместният документ за пространствено развитие на държавите от V4+2 е резултат на сътрудничеството в областта на териториалното развитие между шест държави - България, Чехия, Унгария, Полша, Румъния и Словакия. Целта му е да се постигне координация на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

териториалното развитие и конкретни решения на прекъсванията така наречените полюси и оси на развитие и на постигането на свързани транспортни мрежи.

### Конвенция за опазването на световното културно наследство и природно наследство

Съгласно Генералната конференция на Организацията на обединените нации за образование, наука и култура на своята седемнадесета сесия, проведена в Париж от 17 октомври до 21 ноември 1972 г. се заявява, че световното културно и природно наследство е застрашено все повече и повече от разрушаване, което се дължи не само на традиционните причини за деградация, но и на самото развитие на общественно-икономическия живот, в резултат на което се задълбочават увреждащите и разрушителните явления.

Отбелязва се, че разрушението или изчезването на дадено културно и природно наследство представлява пагубна загуба за цялото човечество и че опазването на това наследство на национално ниво е незадоволително поради големите средства, от които се нуждае, и недостатъчните икономически, научни и технически ресурси на страната, на чиято територия се намира съответното наследство, което подлежи на съхранение.

Напомня се Устава на ЮНЕСКО, който предвижда съдействие на Организацията за запазване, развитие и разпространение на знания, за насърчаване на дейността по опазване и защита на световното наследство, както и за създаване на международни конвенции в тази област, които да бъдат препоръчани на заинтересованите народи.

Отчитат се съществуващите международни конвенции, препоръки и резолюции в областта на културното и природното наследство утвърждават значението на дейността по опазване на това уникално и незаменимо наследство за цялото човечество, независимо на кой народ принадлежи,

Под внимание се взема, че отделни обекти на културното и природното наследство представляват изключителен интерес и се нуждаят от опазване като елемент от световното наследство на цялото човечество.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Международна харта за консервация и реставрация на паметниците и забележителните места / Венецианска харта, Венеция, 1964 г.

Носители на духовни послания от миналото, културните паметници на народите и днес са живи свидетелства на техните вековни традиции. Човечеството, което с всеки изминал ден осъзнава единството на човешките ценности като общо наследство, поема пред бъдещите поколения отговорността за неговото опазване и задължението да им предаде тези ценности в цялото богатство на тяхната автентичност. Именно поради това е необходимо да се определят и формулират съвместно в международен мащаб ръководните принципи на консервацията и реставрацията на паметниците на културата, които всяка страна да може да прилага в зависимост от своята култура и традиции.

Формулирайки за пръв път тези основни принципи, Атинската харта от 1931 г. спомогна за развитието на широко международно движение, което намери израз в някои национални документи, в дейността на ИКОМ и на ЮНЕСКО и в създаването от ЮНЕСКО на Международен център за консервация и реставрация на културните ценности. Но критичният дух и чувствителността към все по-сложните и разнообразни проблеми наложи да се преразгледат принципите на Хартата, за да може в един нов документ те да бъдат задълбочени, а техният обхват - разширен. Във връзка с това Вторият международен конгрес на архитектите и специалистите в областта на паметниците на културата, проведен във Венеция от 25 до 31 май 1964 г.

## Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство

Генералната конференция на Организацията на обединените нации за образование, наука и култура, наричана по-долу "ЮНЕСКО", състояла се в Париж от 29 септември до 17 октомври 2003 г., на своята 32-а сесия се позовава на съществуващите международни нормативни актове по правата на човека и по-специално на Универсалната декларация за правата на човека от 1948 г., на Международния пакт за икономически, социални и културни права от 1966 г. и на Международния договор за граждански и политически права от 1966 г.

Под внимание е взето значението на нематериалното културно наследство, израз на културното многообразие и гаранция за устойчиво развитие, което бе изтъкнато в



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Препоръката на ЮНЕСКО за опазване на фолклора от 1989 г., във Всеобщата декларация на ЮНЕСКО за културно разнообразие от 2001 г. и в Истанбулската декларация от 2002 г., приета на Третата кръгла маса на министрите на културата.

Отчетена е тясната взаимозависимост между нематериалното културно наследство и материалното културно и природно наследство.

Признава се, че процесите на глобализация и социални промени създават условия за възобновяване на диалога между обществата, паралелно с проявите на нетърпимост, са източник на сериозна заплаха от деградация, изчезване и разрушаване на нематериалното културно наследство поради недостига на средства за неговото съхраняване.

Съзнава се общата загриженост и стремеж за опазване на нематериалното културно наследство на човечеството.

Признава се, че обществото и по-специално коренните общности и групи, а в някои случаи и отделни лица, играят важна роля в процеса на създаване, опазване, съхраняване и пресъздаване на нематериалното културно наследство, като по този начин способстват за обогатяване на културното разнообразие и насърчават човешкото творчество.

Отбелязва се голямото значение на дейността на ЮНЕСКО за разработване на нормативни актове за защита на културното наследство и по-специално Конвенцията за опазване на световното културно и природно наследство от 1972 г..

Отбелязва също така, че в настоящия момент не съществува нито един многостранен договор със задължителна сила в областта на нематериалното културно наследство.

Отчита се, че действащите международни спогодби, препоръки и резолюции в областта на културното и природно наследство трябва да бъдат обогатени и ефективно допълнени с нови разпоредби, които се отнасят до нематериалното културно наследство.

Отчита се необходимостта от по-дълбоко осъзнаване, особено от младото поколение, на значението на нематериалното културно наследство и неговото опазване,

Отчита се, че международната общност и държавите - страни по настоящата Конвенция, би следвало да способстват за опазването на това наследство в дух на сътрудничество и взаимопомощ,

Припомнят се програмите на ЮНЕСКО в областта на нематериалното културно наследство и в частност програмата за Провъзгласяване на шедъворите на устно и нематериално наследство на човечеството,



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Под внимание се взема предвид неоценимата роля на нематериалното културно наследство като фактор за сближаване, културен обмен и взаимно разбирателство между хората.

Целите на тази Конвенция са:

- опазване на нематериалното културно наследство;
- зачитане на нематериалното културно наследство на съответните общности, групи и отделни лица;
- съпричастност - на местно, национално и международно равнище, към значението на нематериалното културно наследство и важността на неговото взаимно признаване;
- международно сътрудничество и международна помощ.

Конвенция на ЮНЕСКО за опазване и насърчаване на многообразието от форми и културно изразяване.

Културното многообразие е присъщо качество на човечеството. Културното многообразие представлява общо наследство на човечеството и че то трябва да бъде уважавано и запазено в полза на всички. Културното многообразие създава един богат и разнообразен свят, който разширява диапазона на избор, подхранва човешките възможности и стойности и представлява основна движеща сила за трайното развитие на общностите, на народите и на нациите,

Културното многообразие, което процъфтява в условията на демокрация, на толерантност, на социална справедливост и взаимно уважение между народите и културите, е необходимо за мира и безопасността в местен, национален и международен мащаб.

Подчертава необходимостта от интегриране на културата като стратегически елемент в националните и международните политики на развитие и в международното сътрудничество в полза на развитието; в светлината на Декларацията на хилядолетието на ООН (2000 г.), която подчертава необходимостта от изкореняване на бедността.

Цели на конвенцията са:

- опазване и насърчаване на многообразието от форми на културно изразяване;



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- създаване на условия за разцвет и свободно взаимодействие на различните култури с цел тяхното взаимно обогатяване;
- поощряване на диалога между културите с цел осигуряване на по-интензивен и балансиран международен културен обмен в интерес на взаимното уважение на културите и за установяване на култура на мира;
- насърчаване на межкултурния диалог с цел развитие на културното взаимодействие в полза на изграждане на мостове между народите;
- поощряване на уважението към многообразието от форми на културно изразяване и осъзнаване на тяхната стойност на местно, национално и международно равнище;
- потвърждаване на значението на връзката между културата и развитието за всички развиващи се страни; поощряване на действията, осъществявани на национално и международно равнище, за признаване на истинската стойност на тази връзка;
- признаване на специфичното естество на културните дейности, продукти и услуги като носители на самобитност, ценности и смисъл;
- утвърждаване на суверенното право на държавите да запазват, приемат и прилагат политики и мерки, които те считат за необходими, за опазване и насърчаване на многообразието от форми на културно изразяване на тяхна територия;
- укрепване на международното сътрудничество и солидарност в дух на партньорство с цел разширяване на възможностите на развиващите се страни да съхранят и насърчат многообразието от форми на културно изразяване.

### *Ситуационен анализ*

*Съществуващи потенциални туристически ресурси - вътрешни и външни - местоположение, транспортна достъпност, туристически потоци, условия за туристически посещения, места за настаняване*

### *Достъпност и транспортна свързаност*

С около 4 762,61 км<sup>2</sup> и повече от 273 хил. жители, регионът Плевен - Турну Мъгуреле е разположен в трансграничния регион Румъния - България. В състава му влизат 11 български общини и една румънска община.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Наличието на развита транспортна система е от ключово значение за развитието на туризма. Затова и транспортната достъпност до обектите, включени в дестинация **Маршрут на паметта** е определяща за цялостното позициониране на продукта на туристическия пазар.

Трансграничният регион Румъния - България е достъпен благодарение на плавателната река Дунав, явяваща се част от VII-ми общоевропейски транспортен коридор, който чрез Черноморския канал свързва пристанище Констанца с промишлените центрове в Западна Европа и с пристанище Ротердам. От своя страна той се пресича от два коридора TEN-T, свързващи Централна и Северна Европа с югоизточната част на континента и Близкия изток.

В трансграничния регион Румъния - България недостатъчно са развити пътищата от републиканската пътна мрежа. Няма изградена магистрала и високоскоростни пътища с 4 ленти за движение.

Като цяло състоянието на част от активите на транспортната мрежа е незадоволително, което оказва негативно влияние върху допустимите максимални скорости, времепътванията, комфорта и експлоатационните разходи.

Регионът Плевен-Турну Мъгуреле е сравнително близо до основни туристически дестинации в двете страни - Букурещ и Велико Търново, като е лесно достъпен със сухоземен транспорт (автомобил, автобус и жп транспорт др.). Няма пряк достъп по въздуха с региона, като най-близките международни летища са разположение в Букурещ и София, съответно на 151 и 163 км.

Речното пристанище с национално значение Никопол-Турну Мъгуреле разполага с достатъчно мощности за обслужване на пътници. Изградени са връзките на пристанището за обществен транспорт с национално значение с националната пътна и железопътна мрежа, а чрез река Дунав е достъпна и европейската система от канали за вътрешно воден транспорт.

Речният туристически трафик се осъществява по р. Дунав, основно чрез круизни кораби.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



Над 11 круизни компании организират пътувания по Дунав, като част от тях включват преминаване през територията на региона в своите програми.

### Местоположение на туристическия регион и обекти от гледна точка на туристически потоци

Туристическата дестинация Плевен-Турну Мъгуреле е разположена в слабо развити райони на България и Румъния, като въпреки културно-историческата стойност на основния обект в маршрута - Плевеската епопея, трансграничният регион не се характеризира с изявена разпознаваемост като туристическа дестинация. Маршрутът е встрани от повечето утвърдени туристически маршрути или традиционни туристически центрове. По-скоро Плевен функционира като съпътстваща дестинация към традиционния културно-исторически туристически център Велико Търново или е част от образователни и фамилни уикенд дестинации за посетители на национално ниво. От своя страна община Турну Мъгуреле е неразпознаваема като туристическа дестинация дори за въртешния туристически пазар на Румъния.

Тази характеристика дава възможност за развитие на туристическа дестинация Пътят на паметта в две основни посоки:

- Като основна туристическа дестинация, основно за посетители от вътрешните за двете страни пазари;
- Като съпътстваща туристическа дестинация към основни дестинации в трансграничния регион чрез формиране на общи пакети и програми.

Трансграничният регион Румъния-България бележи растеж на посетителите през последните осем години. Пренощуващите лица са нараснали с близо 76%, при средно годишен ръст от 9%, а реализираните нощувки нарастват с 72%.

Основните туристически потоци са концентрирани към утвърдените туристически дестинации Констанца (Румъния) и Велико Търново и Русе (България).

Броят на туристите в местата за настаняване в трансграничния регион Румъния-България регистрира умерено увеличение през последните години, за които са налични





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

статистически данни - до 2018 година. Ръстът се дължи главно на увеличението на туристически посещения в окръг Констанца, което формира над 80% от общия брой на пристигащите туристи в региона. Значителни увеличения са регистрирани и в окръзите Долж, Олт и Мехединци. Единственият окръг, регистрирал намаление на броя на пристигащите туристи е Телеорман.

Подобно на броя на пристигащите туристи в Дунавския трансграничен регион България-Румъния, броят на нощувките в местата за настаняване, регистрирани през 2018 г., е по-висок от този, регистриран в предходен период.

Както при броя на пристигащите, увеличението в броя нощувки се дължи основно на увеличаването в окръг Констанца, което представлява над 80% от общия брой нощувки в местата за настаняване в региона. Положително развитие, макар и по-скромно в абсолютни стойности, е регистрирано в окръзите Долж, Олт и Мехединци. От друга страна, окръзите Кълъраш, Гюргево и Телеорман отбелязват отрицателно движение.

В българската част на общия Дунавски трансграничен регион най-голям туристопоток за 2018 година се концентрирана във Велико Търново, Русе и Враца, както от български туристи, така и от чужденци. С най-дълга продължителност на предстоия е област Враца (2,5 нощувки на един турист), което е с един пункт над средното за България (1,9).

На следващо място са Велико Търново, Русе и Монтана. Най-кратък е средният престой на туристите във Видин. Чуждестранните туристи имат най-дълъг престой във Враца и Плевен, показатели, които са по-високи от средния за България (2,3).

В тази ситуация на непрекъснат растеж, регионът Плевен-Турну Мъгуреле значително изостава. Вече осем поредни години пазарния дял на региона намалява чувствително. Независимо от ръста при пренощуващите лица и нощувките (съответно +8% и +12%), растежът остава значително под средните за стойност за трансграничния регион Румъния-България.

Близо 49,346 хил. пренощували лица са отчетени през 2018 г. в трансграничния регион Плевен - Турну Мъгуреле. Това е ръст с 7,6% спрямо 2010 г. или 0,95% средно годишно.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



Основните туристически потоци са концентрирани в Плевен, чийто дял е между 85-87% от всички посетителите в региона.

Най-силно е представянето на региона през 2013 г. (+13,5%). В периода 2015-2017 г. е налице стабилизиране на пренощуващите лица в тесни граници между 47 хил. - 48 хил. Едва през последната година - 2018 се отчита ръст от 3,2% спрямо предходната година, но резултата е с около 2,5 хил. лица под рекордната 2013 г.<sup>1</sup>

Броят на местни туристи в региона бележи устойчива тенденция на намаление след 2013 г. Техният дял през 2018 г. достига до 82,7% от общия брой пренощували местни граждани. Това е спад с над 5% за последните 7 г. В абсолютна стойност, пренощуващите местни лица са намалели с -3 876 души (-8,7%) или с -1,1% средно годишно след 2013 г.

На противоположния полюс са международните посетители, които са нараснали с 54,3% (+3 007 души) за последните осем години, при среден ръст от 6,8% на годишна база. Близо 87% от пренощуващите лица са от Европа, но предизвикателство се очертават възходящите пазари в Азия - Китай и Индия.

Районът е със слабо изразена сезонност по отношение на реализираните нощувки и заетостта. Основните причини се крият в предлаганите туристически продукти и климатични предпоставки, които създават условията за развитие на целогодишен туризъм.

### Условия за туристически посещения - туристическа инфраструктура

Регионът Плевен-Турну Мъгуреле предлага защитени културни, исторически и природни забележителности, които едновременно с развитието на нови атракции, са основна предпоставка за развитие на туризма. Близките разстояния между отделните обекти позволява формирането и предлагането на определени тематични турове предназначени за посетителите с различни интереси и вкусове.

Сравнителната близост до столиците на България и Румъния и други по-големи градски

<sup>1</sup> Източник: НСИ и Institutul Național de Statistică





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

центрове благоприятства развитие на ваканционен и/или уикенд туризъм.

Регионът е известен най-вече с Панорама "Плевенска епопея 1877г." и музеите разположени в гр. Плевен, които генерират основния туристически трафик, но може да предложи много повече от това. Някои примери са паметниците от различни епохи, които трябва да се видят, национални и международни фестивали и събития, които да се посетят, както и активни дейности и спортни занимания, веломаршрути, които могат да разнообразят посещението в региона. В допълнение към това могат да се вземат предвид и различните екомаршрути в близоост до целевия регион, както и обектите за поклоннически туризъм в региона на Русе.

В дестинация [Маршрут на паметта](#) освен Панорама "Плевенска епопея 1877г." са включени и редица други културно-исторически обекти, в близост до които или на самите тях се провеждат редица събития от културния календар на общините.

Природният туризъм е развиващ се, обект на индивидуални пътувания и слабо популяризиран в региона, като при съчетание с културния туризъм има потенциал да се изведе като предпочитан вариант сред туристите. За целта трябва да се разработи и разпространи информация за посетителите и да се структурират конкретни туристически пакети. За целта може да се използва опита по друг трансграничен проект в Дунавския регион и да се създаде интегриран пакет с дестинации в туристически пакет Плевен - Враца - Долж и Туристически пакет Монтана - Плевен - Олт, изготвени по проект Природно наследство - услуги, свързани с природни/биологични ресурси.

Възможност за развитие на туристическата дестинация Пътят на паметта е интегрирането ѝ с други туристически продукти, които се разпознават като приключенски, доколкото потенциалните потребители на настоящите туристическите услуги - военни тиймбилдинги, бууткампове и пейнтбол съзтезания биха привлекли посетители с нагласа за преживяване на елементи на приключенски туризъм. В тази връзка в по-широкия ареал на Дунавския трансграничен регион е налична възможност за пътуване с балон с начална точка град Видин като туристическа услуга, разработена в рамките на друг трансграничен проект - <http://balloonadventure.eu/bg/>. В допълнение могат да се използват възможностите, които дава велосипедния маршрут ЕвроВело 6 - европейския маршрут Атлантик-река Рона-



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Дунав-Черно море и минава през град Никопол, който се намира на територията на таргетирувания транграничен регион Плевен - Турну Мъгуреле.

Информационната инфраструктура играе съществена роля за развитието на един културно-исторически обект като туристически, като относно обектите, обхванати от настоящата стратегия, информационната инфраструктура е добре развита. Дестинация [Маршрут на паметта](#) разполага с относително добре развита техническа инфраструктура за обезпечаване на нуждите на туристическите обекти. Таргетираните туристически обекти са електрифицирани, водоснабдени. Съобщителната и комуникационна мрежа е добре развита, вкл. е наличен интернет достъп и видеонаблюдение на обектите в градска среда.

На туристическите обекти, разположени извън населените места, няма осигурен безплатен достъп до интернет. Много малка е възможността за наемане на автомобили (рент-а-кар) от населените места, в/край които са локализиран обектите.

Налични са възможности за паркиране за посещение на основните обекти, включени в трансграничния маршрут. В градовете партньори са налични разнообразни търговски обекти. В градска среда на общините партньори се провеждат различни събития от културния календар на общините, има възможност за отдих в паркова среда.

Туристическите информационни центрове са главният отправен пункт за повечето посетители, като в региона Плевен-Турну Мъгуреле има само два такива центъра, включени в Националната мрежа на туристически информационни центрове към Министерство на туризма - в гр. Плевен и в гр. Пордим.

Към момента Туристическия информационен център (ТИЦ) в Плевен не функционира с оптимален капацитет, което се дължи и на осигурените ресурси и амбициозност на общинска програма за развитие на туризма.

За разлика от община Плевен, община Турну Мъгуреле рядко се възприема като туристическа дестинация, дори от тези, които живеят и работят в нея. Поради това на територията на румънския партньор не функционира туристически информационен център. При все това към настоящия момент е разработен друг трансграничен



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

туристически маршрут Мостове на времето, обхващащ част от настоящия регион, а именно трансграничен регион Никопол - Турну Мъгуреле. Проектът е фокусиран върху интегриран подход за подобряване на устойчиво използване на трансграничното културно наследство в региона Никопол - Турну Мъгуреле, като включва: възстановяване на крепост Търну Мъгуреле и изграждане на Архитектурен парк в град Никопол; създаване на два клуба за исторически възстановки от Античността и Средновековието; провеждане на 5-дневен фестивал с тези възстановки; уеб портал и приложение за смартфон с локация и информация на обектите и местата за настаняване в региона.

Проектът е приключен към момента и промотирането и функционирането на изградения маршрут, макар фокусиран върху различен исторически период, ще подпомогне видимостта като туристическа дестинация на Търну Мъгуреле и подсили атрактивността на Военоисторическата тематична дестинация [Маршрут на паметта](#).

В Плевен има музеи, галерии, културни институции, както и добре развит културен календар на общината, които допринасят не само за цялостното развитие на туризма, но и служат за ефективен комуникационен канал за популяризиране на разработените туристически продукти и услуги. За действащите културно-исторически обекти има издавани рекламни материали, вкл. които се разпространяват от ТИЦ, като част от обектите са включени и в рекламno-информационни материали на национално ниво.

Освен обектите, които попадат във военно-историческата тематична област на настоящия проект на територията на община Плевен, потенциал за привличане на туристи има и Антична Крепост Строгозия, Античен град Улпия Ескус, Музей на виното и Природния резерват в местността Чернелка.

На територията на община Плевен според данни на Националния Туристически регистър<sup>2</sup> към началото на 2020 година има 34 места за настаняване, 80 места за хранене и заведения, 52 броя туроператори и туристически агенти. Повечето от тях са разположени в гр. Плевен. Основната част от предлаганите туристическите услуги са онлайн

<sup>2</sup> <https://ntr.tourism.government.bg>



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



(предоставяни на място).

В региона регистрираните екскурзоводи са едва 4-ма, но малката бройка вероятно се компенсира от наличните щатни бройки екскурзоводи към Регионалния военноисторически музей, които обслужват по заявка отделните обекти към него.

### Места за настаняване

През разглеждания период предлагането на леглова база изпреварва търсенето в региона, като капацитетът за настаняване може да се определи като достатъчен. Общият капацитет на местата за настаняване в региона Плевен - Турну Мъгуреле по данни от Националните статистически институти в България и Румъния е 1 606 души, разпределен в общо 38 регистрирани обекта - хотели, туристически хижи и бунгала, от които 34 в област Плевен. Основната част от легловият капацитет в региона се доминира от места за настаняване от трета и четвърта категория, предлагащи основни и допълнителни услуги за посетителите - паркинг, басейн, Wi-Fi интернет, информационни услуги и др.

Извън официалната статистика, остават обекти тип „къщи”, „вили” или „самостоятелни апартаменти”, при които има нарастване на предлагането през последните години. Те са представени основно в резервационните платформи Booking.com и airbnb.com. Въпреки че повечето туристи, които избират апартамент или къща вместо хотел, са местни, чуждестранните туристи също използват тези услуги, главно при организиране на самостоятелни пътувания.

Съществена характеристика на местата за настаняване е тяхната категоризация. Тя е отражение на условията, които се предлагат: устройство, обзавеждане, удобства, предлагани услуги и др. Наличието на по-висок относителен дял на висококатегорийни заведения за пребиваване е предпоставка за по-високо качество на предлагане на туристическия продукт.

Чужденците предпочитат да нощуват в хотели с по-висока категория. Усилията за привличане на чужденци в българската туристическа леглова база е икономически обосновано. Разходите, които те правят за настаняване и за потребление на стоки и услуги,



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



характерни за туризма, превишават няколкократно размера на тези разходи от български граждани.

Както е видно от представените по-долу данни за реализирани нощувки в община Плевен тенденцията е на умерен растеж, както при българските, така и при чуждестранните туристи.

**Таблица 1 Средногодишна заетост на местата за настаняване в област Плевен към 2018 година**

| Област | Средна годишна заетост/1 легло |
|--------|--------------------------------|
| Плевен | 62 дни/година                  |

Източник: НСИ България

**Таблица 2 Брой реализирани нощувки в община Плевен**

| Година | Българи | Чужденци | Туродни |
|--------|---------|----------|---------|
| 2013   | 23 696  | 4 147    | 42 632  |
| 2014   | 27 491  | 5 234    | 48 212  |
| 2015   | 23 730  | 6 383    | 47 290  |
| 2016   | 17 610  | 5 631    | 40 671  |
| 2017   | 19 278  | 7 177    | 46 771  |
| 2018   | 22 163  | 7 711    | 49 126  |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз



|      |        |       |        |
|------|--------|-------|--------|
| 2019 | 23 629 | 8 893 | 64 937 |
|------|--------|-------|--------|

Източник: Данни от Туристическия информационен център

В област Плевен повечето обекти за настаняване работят в гр. Плевен. В разглеждания период броя на нощувките намалява. На база на информация от проведените интервюта се отчита тенденция туристите да не осъществяват нощувки, а да посещават обекти като част от по-голям маршрут, като това съответно не влияе положително върху сектора.

Данни на Националния статистически институт на Румъния представят следната информация за посещаемост на окръг Телеорман, в който попада и община Турну Мъгуреле, както и на самата общината.

**Таблица 3 Брой нощувки в места за настаняване в окръг Телеорман**

| Вид туристи | 2016 г. | 2017 г. | 2018г. |
|-------------|---------|---------|--------|
| общо        | 18022   | 18695   | 18673  |
| румънци     | 15863   | 17138   | 16899  |
| чужденци    | 2159    | 1557    | 1774   |

Източник: Национален статистически институт, Румъния - <http://statistici.insse.ro>

**Таблица 4 Брой нощувки в места за настаняване в община Турну Мъгуреле**

| Вид туристи | 2016 г. | 2017 г. | 2018г. |
|-------------|---------|---------|--------|
| общо        | 1620    | 1548    | 1686   |

Източник: Национален статистически институт, Румъния - <http://statistici.insse.ro>

Данните говорят за ниска активност на туристическите дейности в региона и общината,



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

въпреки декларирания потенциал в стратегическите документи.

### Посещаемост на туристическата дестинация

Липсва изграден имидж на трансграничния регион като единна дестинация. По отношение на туристическите продукти е възможно да се заключи, че с изключение на гр. Плевен, в останалата част от региона туристическият потенциал и видимост са слабо развити. Основните туристически продукти са съсредоточени върху няколко обекта с по-висока значимост, които са в тематичната област на дестинация Пътят на паметта и генерират главно посещения от вътрешни за двете страни пазари. Оформянето на туристическите продукти се извършва на проектен принцип, базиран на краткосрочни отношения, но няма развити устойчиви интегрирани трансгранични продукти, базирани на общи туристически ресурси. Това е характерно за целия трансграничен дунавски регион поради спецификата на икономическото му развитие.

Културно-историческият туристически продукт е основен в трансграничния регион Плевен-Турну Мъгуреле. Базиран на историческите и културни ценности, които са признати и познати, той има необходимостта от устойчиво и съвременно презентиране и създаване на нови съпътстващи туристически услуги и възможности за привличане на различни целеви групи, като се отчитат основните тенденции и поставяне на преживяването в основаната на избора на дестинация.

Наличието на фериботната връзка Никопол-Турну Мъгуреле дава възможност за посетители на разработваната дестинация **Маршрут на паметта** да бъдат туристи от трансграничния регион, както и туристи от речните круизи, като може да се активизира значението им за развитие на туристическите продукти и атракции в региона. Към момента, възможностите не се оползотворяват, като чрез организиран автобусен транспорт, туристите от круизите директно заминават за еднократно посещение до град Велико Търново в България, или до гр. Букурещ в Румъния. Само малка част от тях се насочват към Плевен, и то за не повече от половин ден, а през Турну Мъгуреле обикновено преминават транзит. Трябва да се предприемат мерки за включване на региона и по-конкретно дестинация **Маршрут на паметта** в туристическите маршрути на организаторите на речните круизи. В допълнение маршрутът трябва да бъде включен в туристически



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



пакети, които са добре разработени за региона - основно културно-исторически туристически маршрут Велико Търново и Русе, посетители на Римския фестивал Орел на Дунава в римски военен лагер Нове в Свищов.

По данни на Туристическия информационен център, туристите, посетили художествени галерии и музеи на територията на Плевен са както следва:

**Таблица 5 Брой посетители на турситчески обекти в община Плевен през 2019 година**

| Туристически обект                                    | Бр. посещения<br>(българи) | Бр. посещения<br>(чужденци) |
|-------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Регионален исторически музей                          | 26 122                     | 339                         |
| Крепост „Сторгозия“                                   | 12 991                     | 86                          |
| Античен град „Улпия Ескус“                            | 441                        | 70                          |
| Регионален военноисторически музей - Плевен           | 123 823                    | 20 565                      |
| Художествена галерия „Илия Бешков“                    | 16 245                     | 415                         |
| Художествена галерия Дарение „Колекция Светлин Русев“ | 7 976                      | 1284                        |
| Всичко:                                               | 177 598                    | 22 759                      |

Източник: Данни от Туристическия информационен център





Таблица 6 Брой посетители през 2018 година

| Туристически обект                                    | Бр. посещения<br>(българи) | Бр. посещения<br>(чужденци) |
|-------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Регионален исторически музей                          | 15 929                     | 269                         |
| Крепост „Сторгозия“                                   | 9 729                      | 98                          |
| Античен град „Улпия Ескус“                            | 214                        | 54                          |
| Регионален военноисторически музей - Плевен           | 124 372                    | 13 144                      |
| Художествена галерия „Илия Бешков“                    | 11 065                     | 637                         |
| Художествена галерия Дарение „Колекция Светлин Русев“ | 8 303                      | 1 168                       |
| Всичко:                                               | 169 612                    | 15 370                      |

Източник: Данни от Туристическия информационен център

От предоставените данни може да се отчете ръст на броя на посетителите на основните туристически обекти на територията на община Плевен, като положителен е фактът, че Регионалният военноисторически музей - Плевен, като основен обект на дестинация [Маршрут на паметта](#), има значително по-голям брой посетители спрямо останалите обекти, както и че се отбелязва ръст в броя на посетителите през 2019 година спрямо 2018.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Основна туристическа дестинация в региона е град Плевен, като най-посещавани обекти са Регионалният исторически музей и Панорама “Плевенската Епопея 1877”. Годишната програма на общината в областта на туризма не се отличава с амбициозност, вкл. и по отношение на заделяните ресурси, както съответно и дейността на Туристическия информационен център не може да бъде дефинирана като ефективна. Независимо от това в контекста на различни документи от национален и регионален порядък е извеждан потенциалът на културно-историческото наследство като двигател на икономическо развитие. С разработването на културно-историческото наследство извън град Плевен съществува възможност за създаване на нови туристически маршрути и продукти, като тези включени в настоящата Маркетингова стратегия.

Подобна статистика за броя посетители на културно-историческите обекти и културни институции за община Турну Мъгуреле не се поддържа, но в Стратегията за устойчиво развитие на окръг Телеорман се извежда значимостта и потенциала на общината за развитие на културния туризъм.

#### 8. Пазарна оценка на планираните по проекта туристически продукти и услуги

На фона на непрекъснат растеж на трансграничния регион Румъния-България (пренощуващите лица са нараснали с близо 76%, при средно годишен ръст от 9%, а реализираните нощувки нарастват с 72%, като основните региони, които генерират растеж са окръг Констанца (Р. Румъния), Добрич, Велико Търново и Русе (Р. България)), пазарният дял на региона Плевен-Турну Мъгуреле намалява. Независимо от ръста при пренощуващите лица и нощувките, растежът остава значително под средните стойности за трансграничния регион Румъния-България.

Туризмът заема сравнително малка част от икономиката на региона Плевен - Турну Мъгуреле. През 2017 г. туризма допринася пряко под 0,5% (4,999 млн. евро) от БВП в Област Плевен, а приносът на сектора в Турну Мъгуреле към БВП на окръг Телеорман е под 0,01% (0,250 млн. евро). В същото време, генерира под 1% от общата заетост в региона. Общото въздействие на туризма (включително косвено и индуцирано) се оценява на 14,694 млн.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

евро, което е ръст с 2% на годишна база.<sup>3</sup>

Пазарният потенциал на разработените общо 9 туристически продукти и услуги е формиран от симбиозата между следните взаимосвързани елементи:

- **Автентичност.** Съвместната дестинация има силна културно-историческа стойност и съхранена автентичност на обектите в нея. Тя е с определена териториална концентрация на туристическото богатство и специфичната тематика - военно-историческа. Чрез тази си характеристика маршрутът концентрира вниманието на туристи с изявен афинитет към културно-историческото наследство и автентичност на изживяванията.
- **Атрактивност.** Маршрутът териториално е обособен в Трансграничния регион на общини Плевен и Турну Мъгуреле, който се характеризира с богат културно-исторически потенциал. Въпреки неразпознаваемостта му като туристическа дестинация, както за чуждестранни, така и за вътрешни туристи, разнообразните налични ресурси в по-широкия трансграничен регион са предпоставка за популяризиране на региона и развитие на целогодишен туризъм. Избраната тематична линия на маршрута - военно-историческото наследство - „съжителства“ с други елементи на културната среда от световно, международно и национално значение: археологически, архитектурни, етнографски и религиозни обекти, паметници на тоталитарното и съвременното изкуство, като допълнително се надгражда от атрактивността и актуалността на предлаганите услуги - пейнтбол, бууткампове, тематични тиймбилдинг мероприятия.
- **Възможност за повече преживявания.** Туристическата дестинация с дефинираните туристически продукти и услуги има потенциала за отговори на тенденциите в потребителското търсене. Културният туризъм в Европа нараства, като двигателят на това развитие е повишаването на образователното ниво. На тази основа историята, културата и изкуството ще играят все по-важна роля при формиране на туристическата мотивация, при организиране и съдържателно осмисляне на пътуванията. Мотивацията в културния туризъм бавно се премества от тясно

<sup>3</sup> Източник: НСИ и Institutul Național de Statistică



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

специфични културни интереси към по-генерални и общи. Тази тенденция се миксира умело с преживявания и приключения с възможност за образователни елементи чрез предвидените по проекта туристически услуги. Това предвидливо е отразено във формирането на продуктите, като и предложено комбинирането в тях на културно-познавателен аспект и забавление и спорт. Възможността за съчетаване с ресурсите за медицински туризъм на община Плевен дават възможност за допълнително привличане на посетители.

За разгръщане на пазарния потенциал на дестинация **Маршрут на паметта** е изключително важно да се постави фокус върху партньорствата, които трябва да се формират. Основните бенефициенти на настоящата стратегия са партньорите по трансграничния проект - община Плевен и община Турну Мъгуреле. Те ще бъдат отговорни за нейното прилагане, но активното налагане на тематичната дестинация Пътят на паметта и включените туристически продукти и услуги изисква и активността на следните вътрешни заинтересовани страни, които ще имат реална полза от оптималното ѝ функциониране и общото развитие на туристическия потенциал на региона:

- Музеи, културни институции;
- Туроператори и турагенти;
- Бизнес, свързан с места за настаняване и места за изхранване, както и местни търговци;
- НПО в областта на икономическото развитие и в областта на туризма и трансграничното сътрудничество.

С излизането на пазара на цялостна съвместна туристическа дестинация Пътят на паметта, включваща 9 конкретни продукта и услуги, се повишава конкурентоспособността на всяка една от заинтересованите страни на съответната пазарна ниша в трансграничния регион Плевен - Турну Мъгуреле. Постига се обща видимост и разпознаваемост на трансграничния регион като туристически, което потенциално води до привличане на по-голям брой туристи. Обвързаността на разглежданата дестинация с регионални туристически продукти в общи предлагани от туроператорите пакети осигурява допълняемост в туристическото предлагане от една страна и възможността за съчетаване с другите видове туризъм,



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



допринасящо за пълноценната емоционална връзка, от друга.

### Общи тенденции в туризма

Ранкинг на държавите в Съгласно Доклад за конкурентноспособността на Туризма от 2019 г. на Световния Икономически форум ранкингът на двете държави е както следва:

- България – 45 място при изследвани 140 държави
- Румъния - 56 място при изследвани 140 държави

### Развитие на туризма в световен мащаб

Към 2019 година туристическият сектор се отличава с традиционно възходящо развитие, което е в основата на положителния ръст на множество икономики в развитите туристически страни.

По данни от майското издание на Световния туристически барометър през 2018 г. броят на посещенията от чуждестранни туристи в световен мащаб надхвърля 1,4 млрд, като ръстът спрямо 2017 г. е 5,6%.

Според данни на Световната организация по туризъм към ООН (COT) по макрорайони най-висок ръст при входящия туризъм се наблюдава в Близкия Изток 10%, Африка - 7%, следвана от Азиатско Тихоокеански регион 6.5 %, Европа 6.1%, Северна и Южна Америка 3,1%.

Броят на международните туристи в световен мащаб се очаква да нараства средно с 3,3% годишно между 2010 и 2030 г., за да достигне 1,8 милиарда до 2030 г. През същия период пристигащите в нововъзникващите дестинации (+ 4,4% годишно) се очаква да се увеличат с два пъти в сравнение с тези в развитите икономики (+ 2,2% годишно).

По предварителни данни за 2018 г. сред държавите с най-високи приходи от международен туризъм са САЩ - 214,5 млрд. долара, Испания - 73,8 млрд. долара, Франция - 67,4 млрд. долара, Тайланд - 63 млрд. долара, Великобритания - 51,9 млрд. долара, Италия - 49,3 млрд. долара, Австралия - 45 млрд. долара и др.





Като цяло се запазва стабилна положителна тенденция при динамиката на пътуванията, като периодично се отчитат спадове при някои дестинации, засегнати от инциденти или терористични заплахи. По-добрите цени на въздушния транспорт, както и по-добрата свързаност са причина да се отбелязва известно пренасочване на туристическите потоци. По този начин основните фактори за вземане на решение за избор за пътуване са сигурността и свързаността.

### Развитие на туризма в европейски мащаб

По данни на Световната организация по туризъм (СОТ) към ООН Европа е най-посещаваният континент в света през 2018 г., като общият брой туристически посещения на чужденци е около 713 млн. Те нарастват с 6.1% спрямо 2017 г.

По райони в Европа най-голям ръст за 2018 г. спрямо 2017 г. се наблюдава в Южна Европа: 7,8%, следвана от Централна и Източна Европа: 6%, Западна Европа: 5,9% и Северна Европа: 0,6%.

По неокончателни данни за 2018 г. от европейските дестинации най-голям ръст в броя посещения на немски туристи спрямо 2017 г. се наблюдава в Черна гора, Словения и Турция. Най-голям е ръстът в броя на посещенията на нидерландските туристи в Словения, Турция, Черна гора, Сърбия, Естония. Най-голям ръст в броя на френските туристи регистрират Словения, Черна гора, Турция, Латвия, Сърбия, а на италиански туристи - Турция, Кипър и Гърция. Най-голям ръст на туристи от Великобритания се регистрира в Черна гора, Словения, Турция и България, докато броят на руските туристи се увеличава най-бързо в Малта, Дания и Турция.

Прогнозата за следващите години е благоприятна. Очаква се входящият туристопоток ежегодно да нараства с около 3% в страните от Северна Европа, с около 2% в Западна Европа, с около 3- 4 % в Южна Европа и в Централна и Източна Европа.

В средносрочен план до 2022 г. се очаква ръст в посещенията към района на Централна и Източна Европа, както следва: от Русия - с 43.8%, от Индия - с 30.3%, от Китай - с 27.8%, от Япония - с 13.5%.





## Развитие на туризма на национално ниво

България отбелязва ръст в посещенията на чуждестранни туристи през 2018 г. от 10 от водещите 15 пазара. Водещите пет пазара за входящ туризъм по брой туристически посещения в България през 2018 г. са Румъния с над 1,3 млн., Гърция с над 1,1 млн., Германия с 850 хил., Турция с 625 хил. и Северна Македония с 559 хил. туристи. 2018 г. е изключително успешна за България на пазари Украйна, Румъния, Израел, Великобритания и Молдова. От така изброените държави увеличението на входящия туристопоток през 2018 г. надхвърля 10%, а от Румъния и Украйна ръстът е дори над 20%. През зимен сезон 2018/2019 г. общият брой туристически посещения от Великобритания достига близо 94 хил., като нараства с близо 50%.

Вътрешният туризъм има особено важно значение за развитието на България като целогодишна дестинация. Над 75% от всички български туристи са избрали да осъществят туристическо пътуване само в рамките на България през 2018 г. Това ясно доказва, че българинът оценява високо предимствата на вътрешния туризъм.

По данни на Националния статистически институт през 2018 г. в страната са функционирали 3 458 категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла. Броят на функциониращите легла в тях през 2018 г. е 335 597. В сравнение с 2017 г. общият брой на функциониращите места за настаняване с 10 и повече легла се увеличава с 112, а броят на функциониращите легла в тях намалява с 13 хил.

През 2018 г. общият брой на реализираните нощувки в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла е 26 845 013, като те нарастват с 3% спрямо 2017 г.

През 2018 г. броят на реализираните нощувки от български граждани в категоризирани места за настаняване с 10 и повече легла е 9 096 088, като увеличението е 1,6%. Реализираните нощувки от чужденци са 17 748 925, като нарастват с 3,8 % спрямо 2017 г. Най-голям брой като обем са реализираните нощувки туристите от Германия - 3 527 558 нощувки, от Румъния - 1 883 016 нощувки, от Полша - 1 847 172, от Великобритания - 1 632





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

816 нощувки, от Русия - 1 255 018. С най-високи ръстове за 2018 г. спрямо 2017 г. от водещите пазари по брой нощувки са Полша и Украйна.

### Глобални тенденции

В тази част на стратегията са дефинирани тенденции на пазара на туристически продукти и услуги, които влияят на търсенето, поведението на целеви групи, дефинирането на генериращи пазари и подхода за маркетинг на конкретни туристически дестинации и маршрути.

### Демографски и поведенчески тенденции

*Очаква се промяната на демографските данни да има голямо въздействие върху търсенето на туристически услуги през следващите години.*

- Ръст на глобалната средна класа и застаряващото население - глобалното население като цяло ще бъде по-богато и по-възрастно в следващите десетилетия
- Нараства значението на новите поколения - Милениълс и Поколение Z, които се превръщат в ключови фактори в мобилността и поведението им при пътуване може да доведе до значителни промени в туристическия пазар. Склонни са да пътуват независимо и да бъдат отворени за временно ползване и наемане на продукти или услуги
- Средна възраст - Все повече начинът на живот е определящ за избора на пътуване, а не възрастовата група. Проучванията показват, че групата на 30-50 годишните се интересува повече от релаксираща почивка, докато 65-годишните се интересуват от възможностите за общуване и нови преживявания
- Поколение X - родените в края на 1960 г. до края на 1970 г.. Те са поколението с най-големи финансови възможности и време за пътуване. Понастоящем харчат най-много пари за пътуване в сравнение с по-младите или по-старите си колеги
- Застаряващо население - наблюдава се все по-голям интерес към туристически услуги в сравнение с миналите поколения



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Основни обобщени пазарни тенденции

- Новите дестинации са предпочитани сред туристи с по-високи доходи, особено тези във високата възрастова група и сред младите ползватели
- Туристите вече имат негативно отношение към груповите пътувания, с изключение на Руския и Китайския пазар, учеличава се броят на младите хора, които осъществяват туристически пътувания самостоятелно или с приятели
- Нарастване на дела на индивидуалните пътувания, на което туристическите оператори реагират с въвеждане на услугата “do-it-yourself”, развитие на динамичните пакети
- Основният мотив за избор на дестинация е очакваното преживяване
- Увеличаване на ролята на Интернет като източник на информация преди и по време на пътуване, както и като средство за закупуване на туристически продукти
- Увеличаване на ролята на социалните мрежи, сайтовете за споделяне на снимки, видео и съдържание, като средство за информация и споделяне на преживяванията, което влияе на избора на дестинация
- В процес на осъществяване на дигитализация в туризма в световен мащаб, в Европа и в България
- Все повече туристи желаят да вземат участие в различни мероприятия по време на пътуването
- Езиковата бариера има все по-малко значение
- Нараства броят на туристическите пътувания, при които се комбинират повече от един вид туризъм в рамките на едно пътуване
- Увеличава се значително туристопотокът към България в последните години



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



- Проблемът “свръх туризъм” предполага и пренасочване на туристи от изключително натоварени туристически дестинации към други не толкова експлоатирани
- Очакван значителен ръст през следващите години на медицинския туризъм
- Прогнозата за следващите години е благоприятна. Очаква се входящият туристопоток ежегодно да нараства с около 3% в страните от Северна Европа, с около 2% в Западна Европа, с около 3- 4 % в Южна Европа и в Централна и Източва Европа

### Нови технологии

Новите технологии продължават да реструктурират пазарите и секторите по целия свят. През последните десетилетия технологичният напредък направи пътуването по-достъпно и лесно за много хора, а в бъдеще има потенциал да промени изцяло понятието туризъм (напр., интегрирано издаване на билети, системи за мобилни плащания и други).

### Технологии за виртуална реалност

- Продължават да се подобряват, като се наблюдава тенденцията виртуалният туризъм да допълни или да замени физическите пътувания за някои пътници. От друга страна хората живеят все по- дигитален и свързан живот, възможностите за аналогови, естествени преживявания по време на пътувания може да се превърнат в предпочитана алтернатива на чисто цифровите преживявания;

- Виртуалният опит в туризма може все повече да предоставя възможност за алтернативно посещение на места, считани за твърде екологично или културно чувствителни, за да позволят достъп на физически посетители.

### Мобилни резервации

Наблюдава се тенденцията резервациите да се извършват онлайн и през мобилни устройства, като това преминаване ще продължи да нараства и през 2020 г.





- Google Data показва, че търсенията, свързани с пътуване за „тази вечер“ и „днес“ през 2017 - 2018 г., са нараснали с над 150% като резервациите са направени чрез мобилните устройства.
- Онлайн ревютата имат най-голямо влияние върху резервациите - не е тайна в индустрията, че доброто класиране на TripAdvisor може да повлияе положително на растежа на бизнеса.
- Социалните мрежи имат огромно влияние при вземането на решение за почивка.

### Икономиката на споделяне (Shared economy)

Икономиката на споделяне се разрасна бързо през последните години, за да обхване значителна част от икономическата дейност. Платформите за споделяне на дома, като Airbnb, HomeAway и Couchsurfing, са вече значими конкуренти на хотелиерската индустрия.

Нова форма на икономика на споделяне за 2019 г. според данни на Treksoft е препродаването на вече закупени полети или почивки. SpareFare създаде онлайн платформа, чрез която хора, които не са в състояние да използват своите закупени полети и ваканционни пакети, да ги продават на намалени цени на други потребители.

Бъдещият растеж в сферата на кулинарния туризъм и пътуванията може да се очаква и в икономиката на споделяне, тъй като потребителите стават по-запознати с възможността да се хранят в дома на някого, когато пътуват.

### Промени в начина на пътуване и сигурността

Отчитайки съвременните тенденции и динамиката в развитието на туристическия сектор, през 2019 година се наблюдават редица промени в начина на пътуване на туристите, сред които:

### Solo Travelers



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Според доклада „Travel trends report 2019” на TrekkSoft, цитиращ Travel Agent Central, 25% от Милениълс са заявили, че планират да пътуват самостоятелно през следващите 12 - 24 месеца.

### Резервации в последната минута

Според анализа на TrekkSoft през 2018 г., 39% от туристите са избрали да резервират почивката си в последната минута. Голяма част от мобилните резервации се правят в последната минута, което прави процеса на планиране на туроператори и туристически агенти по-труден.

### Посещение на нови дестинации

Засилен интерес проявяват Милениълс към нови и малко познати дестинации. Според данни на Trekksoft туристическият агент Srprs. те организира туристически пътувания, при които туристите имат възможност да посетят уебсайта на компанията и да изберат определени критерии за тяхната почивка. През 2018 г. анализите на Trekksoft показват, че се наблюдава ръст на посещенията на нови дестинации в размер на 22%, предимно при туристи от Китай, САЩ, Латинска Америка и Испания.

### Skip the line tours

Наблюдава се тенденцията ”skip the line”, при която използвайки официалните уебсайтове, туристите имат възможност да закупят билети за избраните от тях забележителности и да „пропуснат линията“. Билетите позволяват на туристите да пропуснат опашките за закупуване на билети, но не и опашките за проверка на сигурността.

### Преживяванията са в основата на всичко

Туристите по света все повече търсят уникални преживявания one time experience, както и да осъществяват повече приключения.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Една от новите тенденции в областта на туризма през следващата година е свързана с местните преживявания - туристите обичат да се потопят в местната култура, когато посещават определена дестинация. Те искат да правят това, което правят местните жители, Airbnb разработи нова функционалност в платформата си - Airbnb преживявания (experience). Това е дейност, чието съдържание се генерира от местни жители, предлагащи различни дейности и преживявания в Airbnb. Тази възможност на платформата стартира през ноември 2016 г. и е нараснала до над 20 000 опита, от които 7 000 са на 400 различни места в Европа.

Дигитални номади - С достъп до надежден Wi-Fi почти навсякъде по света, напредък в инструментите за онлайн комуникация и професионалните пространства за съвместна работа в големите градове по света, ще бъде по-лесно от всякога да се работи от различни дестинации по света.

Приключенски туризъм - С всяка изминала година интересът към приключенски туризъм нараства. При този тип туризъм се наблюдава интерес към пещерно катерене, колоездене, рафтинг и други дейности. Този вид туризъм е един от най-бързо развиващите се. Предизвикателни ситуации като завършване на курс, маратон за първи път или разходката до „Сантяго де Камино“ например са основен фактор за избора на пътуващите, обичащи приключенски туризъм.

### Конкурентни дестинации

На територията на България и Румъния има установени културно-исторически туристически дестинации, които функционират от години и са широко познати сред българските и чуждестранни туристи, както и такива, които през последните години се социализират и популяризират. Това поставя настоящите туристически продукти и услуги в силно конкурентна среда, но се отличават две възможности: специфичната тематика на настоящата дестинация - военно-историческа и свързаните алтернативни туристически продукти, които са планирани в рамките на проекта и възможността настоящата дестинация да бъде интегрирана в по-обхванат регионален туристически продукт.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Специализирани видове туризъм

Проучване за общностите с общи интереси (passion groups), проведено от Европейската туристическа комисия (ЕТК), представя нов глобален подход към маркетинга в туризма чрез тематична сегментация, основаваща се на таргетиране по интереси, а не по демографски признаци. Последица от този нов фокус е, че ЕТК се въздържа от традиционния подход при осъществяване на промоционални дейности. На база на тези заключения е формирана Маркетингова стратегия „Хоризонт 2022“, която в следващите три години цели чрез обединени усилия на страните членки на ЕТК, включително България, да промотира европейския туристически продукт на далечни пазари като Китай чрез мапинг на съответните интереси на международни туристи.

Промоционалните дейности се фокусират върху трите теми с най-висок резултат от проучването, а именно „бавно приключение“ („slow adventure“), „градско творчество“ („urban creativity“) и „спомен / възпоминание“ („remembrance/ commemoration“), както и върху кулинарен туризъм („gastronomy tourism“).

При предлагането на специализираните видове туризъм е добре да се постави акцент върху преживяването/приключението. Таргетираните от настоящата маркетингова стратегия туристически услуги и продукти попадат в обхвата на куртурно-познавателния туризъм. За ефективното им маркетингово е важно да се подчертае уникалността на съвместната туристическа дестинация със съпътстващите я различните форми – природа, история, култура, специално изживяване и допълнителни услуги.

## Възможности за интеграция/взаимодействие с други проекти/инициативи

При промотирането на 9-те туристически продукти и услуги, разработени в рамките на проекта, е добре да бъде изследвана възможността за провеждане на съвместни дейности по промотиране или включване в съвместни туристически пакети с туристически дестинации, продукти и услуги в рамките на следните проекти:



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- Проект “Мостовете на времето: Интегриран подход за подобряване на устойчивото използване на трансграничното културно наследство в Никопол и Турну Мъгуреле“, финансиран по Програма „Interreg V-A Румъния- България 2014-2020г.
- Съвместен Културно-исторически продукт Маршрут Римска граница на територията на трансграничния район, изпълняван от Асоциация на Дунавските общини Дунав
- Развитие на туристически район Дунав - част от Актуализираната националната стратегия за устойчиво развитие на туризма до 2030 г.- развитие на културно-исторически маршрути, свързани с Руско-Турската освободителна война
- Приоритетен продукт културен туризъм - част от Актуализираната национална стратегия за устойчиво развитие на туризма до 2030 г.
- NATBIOT - Природно наследство - услуги, свързани с природни/биологични ресурси в трансграничния регион Долж, Олт, Мехединци - Видин, Монтана, Враца и Плевен с 7-дневен туристически пакет Монтана-Плевен-Олт, в който са включени парк Кайлъка, древната крепост Строгозия и Мемориален парк Гривица и 7-дневен туристически пакет Плевен-Враца-Долж, който стартира от град Плевен
- ТГС проект Дунавски екотуризъм;
- Приключение с балон - нов съвместен туристически продукт в района на Видин и Крайова
- Проект "Трансгранична дестинация за културен туризъм Истър-Понтика"
- Туристическа дестинация Богатствата на Запада, промотирана от Министерство на туризма
- Винена дестинация с участието на община Плевен, промотирана от Министерство на туризма
- Проект за изграждане на 3D подвижна платформа симулатор на участие в Плевенската битка като част от експозицията на Панорама „Плевенска епопея“, финансиран от Фонд за градско развитие.

Специфично предизвикателство на настоящата стратегия е да надгради и взаимодейства с мерки и инструменти, дефинирани в Маркетинговата стратегия за популяризиране на културно-историческото наследство в трансграничната област Никопол-Турну Мъгуреле.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## 9. SWOT анализ

В настоящия анализ са изведени силните и слаби страни, възможностите и заплахите, които стоят пред партньорите в процеса по популяризиране на района на Плевен - Турну Мъгуреле като атрактивна тематична туристическа дестинация и интегрираните туристически продукти, разработени в рамките на проекта. Изводите от този анализ стоят в основата на стратегическата част на съвместната маркетингова стратегия и програмата ѝ за реализация.

### Силни страни

- Туристически обекти със значителен потенциал, в по-широк контекст разнообразие от природни и културно-исторически ресурси
- Висока конкурентноспособност в ценово отношение
- Туристически услуги, които имат потенциала да диверсифицират посетителите на туристическите обекти и региона като цяло
- Налични множество туристически продукти в трансграничния регион, които могат да бъдат използвани като допълващ туристически маршрут за осигуряване на уикенд или няколко-дневни пътувания
- Наличие на добра база за настаняване, места за хранене и градски активности
- Сравнително добре развита инфраструктура до самите обекти
- Добра комуникационна и интернет осигуреност

### Слаби страни

- Недостатъчни инвестиции в развитие на музейната мрежа/културни обекти и атрактивното представяне на експонатите, малък брой посетители
- Липса на атрактивни съпътстващи туристическите обекти услуги
- Липса на ясното им позициониране и брандиране като общ туристически продукт/маршрут
- Липса на промотирането им като общ маршрут от туристически оператори и свързването им с други регионални туристически маршрути
- Липса на целенасочени дейности по маркетинг на туристическия потенциал на региона и съответните обекти



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- Малък брой туристи, които предпочитат да реализират нощувка и други дейности, свързани с генериране на приходи на местния пазар
- Ниски приходи от туризъм

### Възможности

- Създаване и налагане на атрактивен туристически маршрут
- Увеличаване на броя посетители, вкл. на тези, осъществяващи нощувка в региона
- Увеличаване на приходите на местния бизнес от съпътстващите туризма услуги
- Осигуряване на участие в различни борси и изложения, позициониране на туристическия маршрут, чрез донорски програми или програми на Министерство на туризма
- Повишаване на посещаемостта и в други обекти на територията на района
- Включване на обектите като част от културно-познавателен маршрут, заедно с близки като местоположение или тематика обекти
- Увеличаващо се влияние на технологиите в развитието на туризма
- Увеличаване на броя на пътуванията за сметка на продължителността и търсене на нови дестинации
- Нарастваща популярност на специализираните видове туризъм
- Възможност за включване на туристическите услуги и продукти при осъществяване на медицински туризъм на територията на община Плевен

### Заплахи

- Недостатъчни финансов ресурс, административен и институционален капацитет в общините партньори за поддържане и развитие на туристическите продукти и услуги
- Трудности при осигуряване на маркетингов бюджет за популяризиране на туристическия маршрут
- Нарастващ брой, креативност и гъвкавост на туристическите оферти (динамични пакети)
- Силни конкуренти в национален и международен план по отношение на продукти с потенциал за развитие като културно-историческия туризъм



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## 10. Стратегическа част на Маркетинговата стратегия

### Обща цел

*Да се позиционира и устойчиво да се развие таргетираната туристическа дестинация в рамките на проект „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк “Гривица” и крепост “Турну” като разпознаваема и популярна целогодишна и модерна дестинация в периода 2020-2027 година.*

В така формулираната обща цел е заложеното виждането и прогнозата, че в резултат на прилагането на съвместната маркетингова стратегия ще се преодолеят проблемите, стоящи пред популяризирането на специфичното културно-историческо наследство на двете общини и постигането на икономически растеж в сектора, основан на културния туризъм.

Специфичните цели на стратегията са изградени по SMART методологията - те са конкретни, измерими, постижими, реалистични и обвързани със срок. Те са обвързани и произтичат от общата цел, като са синхронизирани и с основната цел на трансграничния проект и спецификата на настоящия документ - да подпомогне повишаване на туристическата привлекателност в трансграничния район, подобри устойчивото използване на културното наследство и насърчаване на културния туризъм между партньорите в региона на ТГС. Съвместната стратегия ще подкрепи реализирането на потенциала на трансграничното културно наследство като предпоставка за постигане на растеж в рамките на общините, за които туризмът е идентифициран като развиващ се елемент от икономическия им комплекс.

### Специфични цели

- Утвърждаване на позитивен имидж на трансграничния регион като туристическа дестинация и повишаване на разпознаваемостта му като целогодишна дестинация с характерна идентичност и културно-историческо наследство
- Позициониране и промоция на интегрираната туристическа дестинация като част от обща дестинация на район Дунав и/или обща дестинация с други Балкански държави с фокус привличане на туристи от далечни пазари



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



- Позициониране и промоция на интегрираните туристически продукти и услуги на целеви пазари и сред целеви групи
- Развитие на групата от постоянни посетители и привличане на нови такива
- Използване на потенциала на дигиталния маркетинг, онлайн каналите, в т.ч. социалните мрежи и новите форми на комуникация в търсене на специфични подходи за популяризиране
- Достигане на по-широка аудитория чрез разработване на нови канали като мобилни приложения и SEO оптимизация на съществуващи страници

### Времеви обхват

Времевият хоризонт е поставен към 2027 г., за да се създаде предпоставка за обвързване на стратегията със системата от документи за планиране и управление на общините и програмите за реализация на заложените проекти в стратегическите и планови документи, финансирани от Европейските структурни и инвестиционни фондове за предстоящия период.

В рамките на общия времеви хоризонт на стратегията са дефинирани три етапа, които логично следват развитието и налагането на пазара на разработените туристически услуги и продукти.

### Краткосрочен етап - 2020-2022

Създаване и развитие на интегрирания туристически продукт – развитие като основна туристическа дестинация/развитие като съпътстваща туристическа дестинация.

### Средносрочен етап - 2023-2024

Налагане на пазара на интегрирания туристически продукт.

### Дългосрочен етап – 2025 - 2027

Оптимално експлоатиране на интегрирания туристически продукт и увеличаване на пазарния му дял.

### 11. Целеви групи и пазари

На база на секторни анализи на Министерство на туризма на РБългария се извеждат потенциални целеви групи на разработваните туристически продукти и услуги в рамките





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

на трансграничния проект, които колелират с тези, посочени в апликационната форма на проекта.

През периода януари - април 2019 г. страните от Европейския съюз продължават да са най-важният генериращ пазар за международен туризъм на България с относителен дял 54,7% и общ обем от 957 253 туристически посещения (ръст от 3,9%).

Според Министерството на туризма в България 15-те генериращи пазара за 2018 година са: Румъния, Гърция, Германия, Турция, Македония, Русия, Полша, Сърбия, Великобритания, Украйна, Израел, Молдова, Чехия, Франция, Италия. Осезателна е промяната в % в броя на туристическите посещения на чужденци в България за периода 2017/2018 година от следните водещи пазари: Румъния - повишения с 20,90%, Украйна с 24,40% Молдова с 11,30%.

### Профил на туриста

Пазарът на културен туризъм зависи от предлаганите продукти и услуги и техния начин на използване, но се характеризира с ясна тенденция на бързо развитие.

Като цяло потребителите на културни форми на туризъм попадат в три групи, отразяващи различни нива на ангажираност към културата:

- **Любители на културата и историята** - Пътуването е мотивирано от културен елемент. Техният интерес може да бъде специално насочен или общ интерес. Фокусът може да бъде поставен върху постоянни обекти - архитектурни елементи / сгради или моменти възможности, например фестивали.
- **Отриватели** - Този тип туристи имат широк интерес по отношение на културата и забележителностите. Основен елемент от тяхната почивка е вдъхновена от културните възможности на дестинацията.
- **Инцидентни туристи** - Туристи, които обикновено имат друга първична причина за своето пътуване и участват в културни дейности, които са в съответствие с техните планове за пътуване или съобразно избрания маршрут.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



## Демографско и поведенческо профилиране на туриста

### Генерация Z - 15-24 г.

- Боравят свободно с технологиите и са отворени към нови идеи и иновации
- Разчитат на препоръка от близки, личните преживявания, онлайн мнения и оценки и социални мрежи
- Комуникационен подход - могат да бъдат достигнати чрез онлайн таргетиране в сайтове, приложения и социални мрежи, телемаркетинг

### Работещи милениълс/млади семейства - 25-39 г.

- Дигитални експерти, амбициозни, адаптивни, любопитни
- Разчитат на препоръка от близки, личните преживявания, онлайн мнения и оценки и социални мрежи
- Комуникационен подход - социални мрежи и туристически приложения, сайтове и приложения с мнения и оценки, предложения в хотелски мрежи

### В средна възраст - 40-54 г.

- Технически грамотни, уверени, балансирани, платежоспособни
- Разчитат на препоръки от семейство и близки, на лични преживявания, туристически сайтове
- Комуникационен подход - могат да бъдат достигнати както чрез онлайн канали като туристически сайтове, сайтове и приложения с мнения и оценки, така и чрез туристически офиси и агенции

### В зряла възраст - 55+

- Уверени и балансирани
- Разчитат на препоръки от семейство и близки, на лични преживявания, туристически агенции и пакети
- Комуникационен подход - могат да бъдат достигнати основно чрез туристически офиси и агенции





## Профил на туристите от България

- 80% са пътували само в България през 2017 г.
- 40% пътуват поне веднъж годишно общо в страната и/или чужбина
- Предпочитани са морски, културен, планински и балнео, уелнес и спа туризъм
- Дълги почивки през летния и зимен сезон, уикенди и празници извън активните сезони
- Преодоляване на сезонността - 29% от нощувките са в области с развит културен туризъм
- Основните източници на информация за пътуване за интернет и препоръка от приятели
- 64% от пътувалите в България през 2017 г. са ползвали интернет за резервации
- Важни фактори за удовлетвореност са пълноценната почивка и спокойствието, хубавото време и лесния достъп до дестинацията
- Пътуват предимно младите, активни хора, както и висшисти и с по-високи доходи

Вътрешният туризъм има особено важно значение за развитието на България като целогодишна дестинация. Над 75% от всички български туристи са избрали да осъществят туристическо пътуване само в рамките на България през 2018 г.

В рамките на разработването на стратегията бе проведено онлайн проучване сред заинтересовани страни и потенциални потребители на туристическите услуги и продукти. По-долу са представени обобщените резултати:





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО

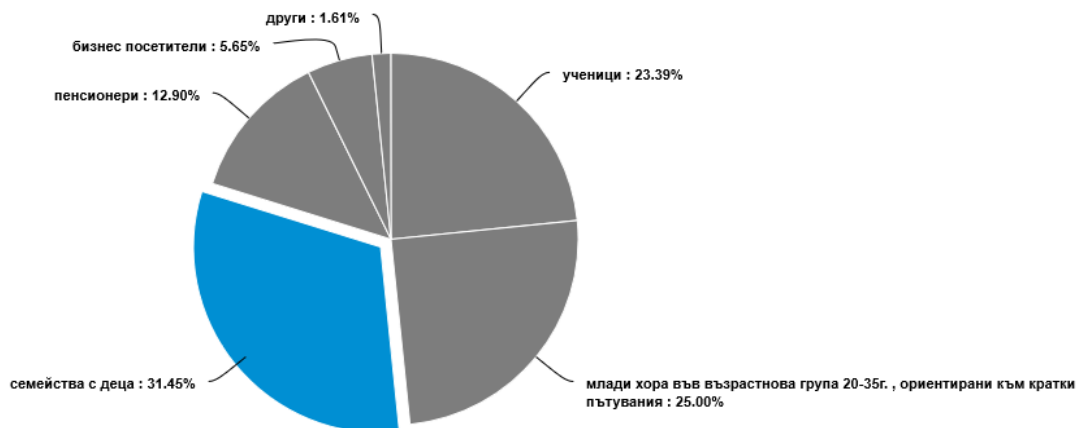


ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Кои от посочените туристически продукти и услуги бихте посетили и/или използвали?



## Според Вас кои от посочените групи са основни ползватели на предложените туристически продукти и услуги?



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну“

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Според Вас какви допълнителни услуги и/или инфраструктура трябва да се развият в трансграничния район, за да се реализират оптимално дефинираните туристически продукти и услуги?



Според Вас кои са основните канали за популяризиране и налагане на пазара на разработените туристическите продукти и услуги?



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



## Целеви групи

На база на анализа на данните за типа туристи в региона, както и за типа туристи на национално ниво с интерес към културно-познавателния туризъм и на основните генериращи пазари за двете държави можем да изведем следните основни целеви групи за общата туристическа дестинация, както и отделните туристически продукти и услуги:

- Семейства с деца със средни доходи
- Ученици
- Млади хора (20-35г.) с цел културен и приключенски туризъм, ориентирани към кратки пътувания
- Посетители 55+ със средни доходи
- Участници в организирани пътувания, основно чужденци – участващи в круизен туризъм или в туристически пакет с по-обхватен маршрут на територията на двете държави
- Ръководители и служители в малки и средни компании с цел провеждане на тим билдинг събития

В таблицата по-долу е представен потенциалният интерес на отделните целеви групи към разработваните 9 туристически продукта и услуги.

**Таблица 7 Потенциален интерес на целевите групи към 9-те туристически продукта и услуги**





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

|                                                                                              | Семейства<br>с деца | Ученици | Млади хора с<br>цел културен<br>и<br>приключенски<br>туризъм | Посетители<br>50+ | Участници в<br>организиран<br>пътувания | Представители<br>на бизнеса |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|--------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|
| тематична<br>трансгранична<br>туристическа<br>дестинация<br>„Маршрут на<br>паметта“          | x                   | x       | x                                                            | x                 | x                                       |                             |
| еднодневен<br>фестивал „Път<br>(маршрут) на<br>паметта“                                      | x                   | x       |                                                              | x                 | x                                       |                             |
| триезична<br>туристическа<br>платформа                                                       | x                   |         | x                                                            | x                 |                                         |                             |
| 1 съвместен<br>военноисторически<br>туристически<br>панаир „Военен<br>маршрут на<br>паметта“ | x                   | x       |                                                              | x                 | x                                       |                             |
| постоянна изложба<br>„Военна история в<br>образи - Редут<br>Гривица и Крепост<br>Турну“      |                     | x       |                                                              | x                 | x                                       |                             |
| тиймбилдинг<br>събития                                                                       |                     |         |                                                              |                   |                                         | x                           |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



|                                                              |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| фитнес<br>бууткампове<br>(bootcamps)                         |   | X | X |   |   |   |
| пейнтбол                                                     | X | X | X |   |   | X |
| възстановки по<br>заявка на<br>исторически<br>военни събития | X | X | X | X | X |   |

### Целеви пазари

България е популярна дестинация за ваканция на море, зимен туризъм, културен туризъм и балнео и спа туризъм, а продуктите с потенциал за развитие са city breaks, посещения на фестивали, концерти и т.н., винен и гурме туризъм. При повечето съседни страни се наблюдава ръст на лични пътувания с цел туризъм към България. Това разкрива възможност за развитие на туристическия продукт на тези пазари, за които е характерно основните туристически пътувания да бъдат в рамките на собствената им страна.

Предимства на страната ни сред туристи от съседни страни са:

- Близост на дестинацията
- Привлекателност за кратък престой
- Разнообразие от възможности за почивка, комбинирани с отлични ценови предложения, както в основните туристически пакети (настаняване, транспорт), така и във вторичните, като хранене, спортни активности, шопинг

Слаби страни са:

- Дефицити в имиджа на целогодишен туризъм и нишов туризъм

Като основни целеви пазари са дефинирани:





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- **Вътрешни (за двете държави) целеви пазари** - огромен потенциал за изграждане на “целогодишен” туризъм и устойчиво развитие на туризма - уикенд почивки, фестивали на култура и изкуство, спортни събития, тиймбилдинг и други фирмени събития

Вътрешният туризъм в региона е основният генериращ пазар както в посещенията, така и в реализираните приходи.

- **Външни целеви пазари** - пазари със специални интереси, които да укрепват позициите като целогодишни дестинации - Молдова, Русия, балкански и европейски държави

Принципно мотив за чуждестранния турист при избор за културен туризъм се явяват забележителностите. Тяхната уникалност и възможност да осигурят допълнително изживяване, което е в състояние да остави трайни следи в съзнанието на туриста е водещо при избор на маршрут. В случая с конкретната тематика на маршрута външните пазари са дефинирани с оглед генериране на емоционална връзка, интерес от познание и преживяване, свързани с конкретните исторически събития.

При дефинирането на външни пазари от европейски държави се поставя акцент на основните стратегически и приоритетни външни пазари за двете държави, посетители от които имат фокус към културно-познавателния туризъм. Това са Германия, Италия, Обединено Кралство, Франция, Испания.

## 12. Стратегия за маркетиране на интегрирания туристически продукт – идентифициране на заинтересовани страни, визия за развитие и маркетингови цели, маркетингов микс, дейности за реализиране на стратегията и очакваните резултати

Успехът на позиционирането и утвърждаването на всяка туристическа дестинация и свързаните туристически продукти и услуги зависят от много фактори, които са двигателите зад маркетинговата стратегия:



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

**Таблица 8 Фактори за позициониране и утвърждаване на туристическа дестинация**

| Общи фактори                                                                                                                                         | Фактори, насочени към избора на потребителя                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Правилния избор на целевите пазари по географски принцип (страни или региони, в зависимост от обема на пазара, конкурентоспособността на този пазар) | Нужда на потребителя да бъде уникален                                                                               |
| Целевите пазари по социо - демографски принцип (кои са ключовите аудитории, кои са потенциалните двигатели на иновативността)                        | Ориентация към преживяването                                                                                        |
| Целевите пазари по медиен принцип (видове медии с най-голям имп акт на всеки пазар и ключова аудитория)                                              | Предпочитание на неструктурирано/непакетно пътуване                                                                 |
| Съобразяването на конкуренцията по пазари и по видове туризъм                                                                                        | Фокус върху емоция и преживяване, които му осигуряват дестинациите, а не върхусамите дестинации                     |
| Финансови фактори (възможност за покритие на пазара, ключовите аудитории)                                                                            | Онлайн ориентиране, особено във фазите на избор на дестинация и организация на пътуването и посещенията на обектите |
| Световни и европейски тенденции в развитието на туризма                                                                                              | Нужда от нови реалности, които да допълват преживяванията - VR и AR                                                 |

Стратегията е насочена към създаване на консистентен имидж чрез изграждане на уникална идентичност на съвместната трансгранична туристическа дестинация Пътят на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



**Interreg**



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

паметта и включените в нея туристически продукти и услуги, координация и съвместимост с други туристически продукти в региона, акцентиране върху съпътстващите обекти, продукти и услуги, които акцентират на преживяването - бууткампове, тиймбилдинги и пейнтбол игри, използване на възможностите на културните календари на двете общини, както и на потенциала за медицински туризъм в община Плевен.

На национално ниво от Министерство на туризма на РБългария е разработен **Маркетингов механизъм** в областта на туризма, като предстои той да бъде допълнително прецизиран и адаптиран, при необходимост, за отделните дестинации в страната в партньорство с местната власт. Основните елементи на националния маркетингов механизъм е съобразен при разработване на настоящата стратегия, като целта е да могат ефективно да се ползват маркетинговите дейности и комуникационни канали, които ще бъдат осигурени с национално финансиране.

**Основни предложени канали за позициониране на пазара, които съставляват маркетинговия микс са:**

- Участие в международни и национални специализирани събития - туристически борси и съпътстващите ги мероприятия
- Журналистически турове, публични и медийни събития
- Включване на туристическата дестинация в национални и наднационални туристически портали
- Включване в разработване на съвместни туристически продукти на Балканите
- Включване на туристическата дестинация в тематични материали на дестинация Дунав, интерактивни национални и транснационални туристически продукти
- Работа с туроператори
- Онлайн кампании
- Участие в презентации на каталозите на туроператори

**Съвременни подходи за туристически маркетинг, които ще бъдат взети предвид:**

- Осигуряване на пътуване на Блогъри/Влогъри/Инфлуенсъри до маркетинганата дестинация



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



- Разработване на съвременно изглеждаща и функционална Интернет страница
- Осигуряване на активно присъствие в социалните медии
- Оптимизиране на възможностите на онлайн резервации и разплащане
- Възползване от предимствата на съвременните търсачки / SEO
- Създаване на мобилни приложения за целевия маршрут/продукт/услуга
- Дигитализация на наследството включително с VR и AR
- Обвързване на съответните продукти със системата на градския транспорт и дефиниране на отстъпки за определени пакети

Специфичните конкретни мерки, дефинирани в маркетинговия план, са частично взаимствани от приложимите такива, залегнали в програмата на Министерство на туризма, с оглед възможности за използване на осигурени от държавата ресурси при представяне на туристическата дестинация. Подходът следва и се опитва да се възползва от възможностите и инициативите на Министерство на туризма за промотиране на дестинация България на [вътрешния пазар](#), като:

#### „Неочаквана ваканция“

Националната „360 градусова“ кампания „Неочаквана ваканция“ се реализира традиционно от Министерство на туризма. Използваните комуникационни канали във водещи национални медии са телевизия, радио и онлайн, както и интерактивни инсталации и реклама в метрото. Периодите на провеждането им са съобразени с целта за насърчаване на пътуванията на български туристи в страната в извън активните зимен и летен сезон.

#### Тематични дестинации

Разработване на 8 културно-исторически дестинации, които обхващат 70 населени места. Плевен е включен в маршрут Богатствата на северозапада чрез Панорама “Плевенската Епопея” 1877 г. и Музей на виното - Плевен.

Разработване на 12 винено-кулинарни дестинации, обхващащи населени места в 50 общини, като община Плевен е включена чрез музея на виното.





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

## Участия в български събития

Участие в български борси, изложения, фестивали, конгреси, форуми, конференции и промотиране на туристическа дестинация [Маршрут на паметта](#) на редица спортни и други събития и прояви с национален и международен характер, провеждащи се в страната, и в техните рекламни кампании. [Планира се участие в различни регионални и местни спортни прояви, събития, фестивали, празници, годишнини и традиционни събития, за да се стимулира вътрешния туризъм от България и Румъния. Ще бъдат реализирани рекламни активности в рамките на събитията.](#)

## Популярни личности и инфлуенсъри

Промотиране на туристическата дестинация чрез местни и национални популярни личности и инфлуенсъри, създавайки тематично видео съдържание, като спортисти, известни актьори и други известни лица.

[Включване на туристическа дестинация Маршрут на паметта в дейностите на Министерство на туризма за промотиране на дестинация България на целеви и перспективни пазари](#)

## [ilovebulgaria](#)

Министерство на туризма продължава да развива и обновява мобилната платформа iLoveBulgaria за популяризиране на бранд България и гео-таргетирана реклама към туристи. Платформата съдържа информация на 13 езика за туристически обекти и услуги по области и интереси, спомага за намирането им в реално време/място чрез GPS & QR скенер и създава положителни преживявания чрез аудио/видео гид и игрови елементи. През 2018 г. и 2019 г. туристическите обекти в мобилното приложение достигнат над 1000, качени са разработените от Министерство на туризма тематични дестинации и плажове по българското Черноморие, както и заснети 80 клипа на туристически обекти в страната. Мобилното приложение е цялостно оптимизирано с цел по-лесно използване от туристите. Проектът iLoveBulgaria и Viber chatbot предлага богата информация за интересните места в близост до пожеланата от туристите дестинация.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

До май 2019 г. мобилно приложение има над 25 000 сваляния, сайтът [www.iLoveBulgaria.eu](http://www.iLoveBulgaria.eu) - над 16 000 посетители, а фейсбук страницата - над 100 000 последователи.

*Предвижда се активно и актуално присъствие в платформата на туристическите обекти в основата на съвместната туристическа дестинация Маршрут на паметта.*

### Интегрирани комуникационни кампании

Дигитална реклама - импресии

Директен мейлинг - изпращане и разпространение на електронни съобщения, представящи дестинация [Маршрут на паметта](#) и свързаните туристически услуги до туроператори, туристически агенции

Уебинари

[Кампании с регионални и национални туроператори](#) - изпращане на мейли и на електронни бюлетини

[Сътрудничество с национални и международни туристически организации, асоциации и други структури](#)

[Изложения](#) - участия в национални и международни туристически изложения с обща и специализирана насоченост. [Предвижда се участие на община Плевен като съизложител на български рекламни щандове на Министерство на туризма при представянето на страната ни на международни туристически изложения, с цел имиджово представяне на дестинацията, така и реална подкрепа на представителите на българския туристически бранш.](#)

С оглед ограничените ресурси за осъществяване на маркетингови дейности на продуктите и услугите на туристическа дестинация [Маршрут на паметта](#), както и тенденциите в маркетинг на туристически продукти, настоящата стратегия се фокусира върху провеждане на онлайн и дигални дейности.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- **Предвижда се основно онлайн реклама и активно присъствие в социалните медии.**

В публикуван през юни 2019 г. доклад на Българската асоциация на комуникационните агенции инвестициите в онлайн медии нарастват с близо 30% на годишна база през 2018 г. спрямо 2017 г. и продължават да са единствения канал, който бележи двуцифрен ръст. Около 60% от онлайн рекламните инвестиции през 2018 г. са вложени в международни онлайн медии, мрежи и платформи - основно Facebook и Google.

- **Дигитални активности - промотиране на създаденото в рамките на проекта мобилно приложение, поддържане на представяне на туристическите обекти, продукти и услуги в социални медии - Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, осъществяване на директен B2B и B2C и-мейл маркетинг в съзвучие с основни дигитални маркетинг активности на националния туристически продукт**

Дигитализацията трансформира туристическата индустрия с бързи темпове и интернет се превръща в основен канал за организиране на пътуванията на туристите. Предвид тенденциите и нагласите, Министерството на туризма е заложило през 2020 г. промотирането на дестинация България в онлайн канали, като дигиталната реклама съпътства всяка рекламна кампания. Основните дигитални активности, които ще развива през 2020 г., са: Дигитална комуникация чрез разнообразни формати (pre-roll видеа, банери, уолпейпъри, статии, постове в социални мрежи, новосъздадени хъбове и лендинг страници, инфографики, журналистически видеа и други) като част от кампании за насърчаване на вътрешен туризъм и за входящия туризъм. Кампаниите ще се разпространяват във водещи световни медии, в рамките на интегрирани комуникационни кампании, в съвместни кампании с туроператори, при участието на събития с национален и международен характер и др.; Програматик (автоматизирано закупуване на реклама в интернет), Google adwords, SEO, дисплей кампании в партньорски сайтове, електронен нюзлетър, реклама в социални мрежи (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter) и Spotify, банери и видеа в специализирани туристически сайтове, директен B2B и B2C и-мейл маркетинг; Актуализация и оптимизиране на функционалността на националния туристически портал [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org). Целта е сайтът да отговаря на съвременното пазарно търсене и да се превърне в един от основните собствени дигитални канали за реклама; Устойчивост и надграждане на мобилното приложение iLoveBulgaria за



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

популяризиране на бранд България чрез гео-таргетирана реклама на над 1000 туристически обекта, разработени от Министерство на туризма тематични дестинации, плажове и други.

Предвижда се при наличие на финансов ресурс да се осъществява все по-тясно и ефективно сътрудничество със съседни и други европейски туристически структури, с цел създаване и промотиране на общи балкански и други туристически продукти като по този начин бъде увеличен делът на туристи от далечни пазари.

13. Допълнителните услуги, които могат да бъдат предоставени и определяне на целеви групи - в т.ч. провеждане на събития, обучения, заснемане и др.

С оглед разгледаните тенденции в областта на туризма, както и наличните регионални дестинации, продукти и услуги в областта на туризма, като допълнителни услуги могат да бъдат предложени:

- виртуални турове на туристическите обекти, включени в дестинацията след дигитализиране на знакови обекти
- създаване на възможности за добавена и виртуална реалност преживявания, свързани с част от обектите, като например разработената 3D подвижна платформа симулатор на участие в Плевенската битка като част от експозицията на Панорама „Плевенска епопея“
- периодични филмови прожекции на филми с идентична военно-историческа тематика
- организиране на летни школи за ученици/ уикенд уъркшопове
- обвързване на маршрута и промотирането му при провеждане на традиционни концерти и събития от Културния календар на общините-партньори - Лауреатски дни Катя Попова, Международен есенен джас фестивал, Куклен фестивал Шарено петле, Национален конкурс за млади оперни певци Гена Димитрова, Международен фестивал на китарата и други
- включване на винени дегустации като част от дестинация [Маршрут на паметта](#)
- интегриране на пешеходни обиколки за представяне на архитектурата на градовете и известни факти от културно-историческото им развитие



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- реализиране на съвместни образователни проекти с училища
- развитие на маршрути за колоездене като продължение на маршрут Евровело 6 във вътрешността на общините партньори - Плевен и Турну Мъгуреле и последващо посещение на туристическите обекти или използване на услугите от дестинация Пътят на паметта
- разработване на интегрирани пакети/програми с разработените трансгранични туристически продукти и услуги и при възможност интеграция или представяне на информация за мобилни приложения, както следва: Пътуване на поклонници в България и Румъния - проект Трансгранично религиозно наследство; Природата в ръка - Природно наследство услуги, свързани с природни/биологични ресурси; Туристически маршрут Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния- България ; Приключение пътуване с балон; Алтернативни пформи на туризъм за посетители 55+ и други налични в трансграничния регион.

За тези допълнителни услуги може да се осигури финансиране чрез включването им в проект за туристическа инфраструктура на Оперативна програма Регионално развитие 2014-2020 за осигуряване на инфраструктурата и оборудването за финансирането им, а съответно предлагането им да генерира приходи. Допълнително финансиране може да бъде осигурено чрез ОПРР 2021-2027 година.

Важно е да се постави акцент върху възможността за използване на интегрирано позициониране с наличните регионални или тематични дестинации и продукти, описани по-горе.

Допълнително финансиране е възможно чрез Плана за интегрирано развитие на община Плевен 2021-2027, както и Регионална стратегия за развитие на Северовападен регион за периода 2021-2027, съответно по приоритетна ос 1 и приоритетна ос 2 на ОПРР 2021-2027. Възстановителния план на ЕС дава допълнителни възможности за дигитализация на публични услуги като мярка за справяне с последиците от пандемията от COVID 19.

*Доколкото основните комуникационни канали и маркетинг инструменти ще бъдат дигитални и с оглед ограничените ресурси на общините Плевен и Турну Мъгуреле за финансиране на настоящия план е удачно да се разгледа възможността представител/и на Туристически информационен център Плевен да придобие/ят допълнителни професионални умения в областта и да осигурява част от дейностите - като поддържане на страници, директен е-мейл маркетинг, поддържане на профили*



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

*в социални мрежи, организиране на уебинари или да се използват доброволци - млади жители на двете общини с дигитални умения и знания на езици.*

#### 14. План за реализация на стратегията – детайлно разписан с включени конкретни дейности, ресурсна обезпеченост, отговорни страни, времеви период.

Планът за реализация е водеща предпоставка за реализация на целите на настоящата Маркетингова стратегия.

Целта на плана за реализация е да обобщи подходящи мерки, които конкретизират дефинираните насоки за маркетинг и популяризиране на туристическа дестинация **Маршрут на паметта** и свързаните туристически продукти и услуги на база на анализа на настоящата ситуация и стратегията за развитие, като по този начин се осигурява оперативна основа за изпълнението на съвместната стратегия.

От важно значение за реализацията на съвместната стратегия и нейните стратегически цели е разработването на туристическите услуги и продукти в рамките на трансграничния съвместен проект Плевен - Турну Мъгуреле, както и възможностите за финансиране на мерки за популяризиране на туристически дестинации в периода на функциониране на Стратегията.

Друг съществен елемент за реализация на стратегията е институционалната рамка за нейното изпълнение - отговорната организация за цялостното управление на маркетинга на туристическите продукти и услуги.

С оглед спецификата на всеки от етапите на реализиране на маркетинговата стратегия са предвидени и съответните задачи:

Първи, стартов период - Задачи по развитие на продуктите и услугите, продуктов мениджмънт

Времеви период - 2020-2022 година

- Задача 1 Създаване на продуктите и услугите



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

В рамките на настоящия трансграничен проект ще бъдат разработени и инфраструктурно осигурени 5 туристически продукта и 4 туристически услуги, които изпълват със съдържание трансграничната туристическа дестинация Пътят на паметта.

Специфично е, че към момента обектите в трансграничната туристическа дестинация функционират, но не са брандирани и промотирани като елементи на цялостен маршрут.

Фестивалът „Път (маршрут) на паметта“ ще бъде организиран и първоначално проведен в рамките на проекта, като се предвижда да се провежда ежегодно след това.

Триезична туристическа платформа, която ще съдържа интерактивна карта, показваща всички тематични обекти и обекти на културно-историческото военно наследство в района, съпроводени с информация за събитията / лицата, които те възпоменават, интересни истории, легенди, GPS координати и др., ще бъде създадена в рамките на проекта и ще функционира чрез поддържане от общините партньори след края на проекта.

Съвместният военноисторически туристически панаир „Военен маршрут на паметта“ ще бъде организиран в края на проекта и е планиран да се провежда ежегодно след приключване на проекта, като има за цел да представи и популяризира създадените туристически продукти, между туроператори, хотелиери, културни институции, онлайн резервации и туристически платформи / оператори, както и промоутъри в социални медии.

Предвидено е организиране и поддържане на постоянна изложба „Военна история в образи - Редут Гривица и Крепост Турну“, която ще представи пакет от релевантни образи от историческа гледна точка и от гледна точка на историко-военното образование.

В рамките на проекта ще бъде създаден съвместен клуб за исторически възстановки на събития, който ще бъде обучен за възстановяване на историческите събития и ще бъде оборудван с автентични уреди, оръжия, униформи, пире-ефекти и др. Клубът ще функционира и след края на проекта.

Относно останалите 3 туристически услуги - Организиране на тимбилдинг събития, Организиране на фитнес бууткампове (bootcamps) и Пейнтбол в рамките на проекта не е предвидено пилотното им предоставяне, но следва да се изясни стратегията за избор на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



техни доставчици/оператори, за да могат да се инструктират и обучат екипи, ценообразуват услугите и съответно промотират.

- Задача 2 Изграждане на рамка за управление и опериране

Структуриране на Трансграничен комитет за управление на дестинацията е съществено за осигуряване на устойчивост на проекта и за осигуряване на дейности по маркетингане. Таксите от посещенията на отделните обекти ще бъдат генерирани от съответните културни институции, следва да се обмисли достатъчно рано как ще функционира инфраструктурата в парк Гривица, свързана с осигуряване на туристическите услуги - тиймбилдинг, бууткампове, пейнбол игри. За реализиране на маркетинговите дейности трябва да бъдат привлечени оператори на съответните услуги, които ще генерират приходи от тяхното реализиране. Рамката за управление и опериране следва да идентифицира как да бъдат включени всички заинтересовани страни във фазите на взимане на решения и финансиране на маркетинга на дестинацията чрез координирани действия и определяне на стратегически партньорства.

- Задача 3 Ценообразуване на продуктите и услугите

За да може да се промотира като единна туристическа дестинация Пътят на паметта е добре след ценообразуване на всяка услуга и такса за достъп до обект, да се направи пакетна цена със съответните отстъпки, поне през стартовия период. Цените следва да бъдат съпоставени с цените на идентични услуги в региона, както и да бъдат периодично преглеждани и адаптирани спрямо пазарните изисквания.

Доколкото дестинацията се намира в слабо развит регион на България и Румъния и с оглед профила на целевите потребители се предполага, че най-добрата ценова стратегия е "ценово проникване" (price penetration) - предлагане на по-ниски цени от повечето конкуренти. Доколкото в конкретния регион не са идентифицирани конкуренти, предоставящи идентични услуги, то следва да се вземе предвид, че цената е единственият елемент на маркетинговия микс, който е гъвкав - бързо може да се актуализира, докато другите елементи. За да се привлекат посетители и създаде интерес към дестинацията, продуктите и услугите, е важно да се предложи оптимално съотношение цена-качество с възможност за определен тип отстъпки на база например на брой посетители/група от





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

ползватели на услугата, възраст - ученици/пенсионери, посещение на обектите от дестинацията. При промотиране на дестинацията е добре да се постави акцент върху оптималното съотношение цена-качество.

#### - Задача 4 Провеждане на първите събития

В рамките на проекта ще бъдат организирани и проведени: постоянна изложба „Военна история в образи - Редут Гривица и Крепост Турну”; Фестивалът „Път (маршрут) на паметта”; Пилотно събитие на съвместен клуб за исторически възстановки на събития; Военноисторически туристически панаир „Военен маршрут на паметта”, като е добре на туристическия панаир да бъдат представени триезичната туристическа платформа и концепцията на операторите/доставчиците на услугите по тиймбилдинг, бууткампове и пейнтбол в парк Гривица.

Определяне на времето за провеждане на събитията е добре да е идентично всяка година, за да води до по-добра разпознаваемост от потребителите, като е важно да бъде съобразено с ежегодни прояви от културния календар на община Плевен и община Турну Мъгуреле, както и други туристически и културни прояви в региона. Целта е да се привлекат посетители, които не попадат в директните целеви групи, но биха проявили интерес да удължат престоя си в региона и разнообразят преживяванията си чрез разработваните в рамките на проекта туристически продукти и услуги.

Програма и информация за планираните продукти и услуги трябва да бъдат ежегодно разпространявани сред туроператори, за да могат да планират своите пакети достатъчно рано, преди провеждането им.

#### - Задача 5 Прилагане на елементи от дигитален маркетинг

Маркетингът е в постоянна трансформация поради непрекъснатия технологичен напредък и нови подходи за получаване на информация и вземане на решения за пътуване и туризъм. Понастоящем онлайн се осъществяват много от дейностите, свързани с пътуване, комуникация и взаимоотношения с клиентите, продажбите и др. Всички дигитални маркетингови дейности трябва да създават стратегическо предимство на таргетираната туристическа дестинация, като вдъхновяват потребителите и улесняват избора им чрез



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



предоставяне на добре структурирана, актуална и представена по съвременен начин информация.

В рамките на този стартов етап е ключово реализирането на основните елементи на дигитален маркетинг, които да популяризират туристическата дестинация и предоставят актуална информация, която е нужна на посетителите при избор на дестинация и организация на пътуването и посещенията на обекти и ползване на туристически услуги.

Ключово е изграждане на уебсайт на туристическа дестинация Пътят на паметта или подстраница към страницата на община Плевен или към ТИЦ Плевен. Препоръчително е изграждането на самостоятелна страница, за да може впоследствие да се правят връзки и интеграции с други платформи и онлайн инструменти, да се актуализира търсенето на страницата, както на нея да бъдат представени всички останали ресурси като триезичната платформа.

На страницата ще бъдат представени маршрута, продуктите и услугите, като бъде поместена и мултимедийна презентация на интегрираната туристическа дестинация Пътят на паметта.

При изготвянето на мултимедийната презентация могат да бъдат използвани млади и активни граждани като доброволци, за да се постигне съвременна визия и звучене.

Ще бъдат представени връзки с други платформи, приложения и бази данни на туристически ресурси в Трансграничния район след като бъдат установени партньорства с техните оператори.

Добре е да бъде представен и културният календар на двете общини за съответната година с минимум следната информация: име и тема на събитието, дата и място на провеждане, програма и организатори и лица за контакт.

Оптимално е да бъдат направени профили на дестинацията в социалните медии, разгледани, подборно по-долу в комуникационния план.

Същевременно трябва да бъде създадено основно съдържание и съответно актуализирано в профилите в социалните медии няколко пъти в седмицата. Добре е акцент на





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

актуализацията да бъде ново визуалното съдържание или кратка информация за нови събития в региона, които могат да бъдат свързани със съответната туристическа дестинация, нови тенденции в този тип туризъм, исторически факти, свързани със съответния ден и военно-историческата тематика, реакция на потребители на услугите при посещение на обектите и ползване на услугите и други тенденции за поддържане на социални мрежи като инструмент на дигитален маркетинг.

Добре е да се представи на актуална информация за обектите и дестинация Пътят на паметта на [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org) и [www.iLoveBulgaria.eu](http://www.iLoveBulgaria.eu).

Следва да се предостави актуално дигитално съдържание за дестинацията на Министерство на туризма за актуализиране на културно-историческа дестинация Плевен е включен в маршрут Богатствата на северозапада чрез Панорама “Плевенската Епопея” 1877 г. и Музей на виното - Плевен.

Предвиждат се дейности и по директен мейлинг - изграждане на мейлинг лист с основни заинтересовани страни и изпращане и разпространение на електронни съобщения, представящи дестинация Маршрут на паметта и свързаните туристически услуги до туроператори, туристически агенции при спазване на изискванията на Закона за защита на личните данни.

#### - Задача 6 Създаване на партньорства

Ключово за промотирането и налагането на дестинация Пътят на паметта е изграждане на партньорства в местни, регионални и национални, а в по-късен етап и международни турагенти и оператори. В началният етап на прилагане на Стратегията, трябва да бъдат идентифицирани туроператори и агенти, които имат опит и интерес с работа в региона и подобни туристически продукти и услуги. Установяването на първоначален контакт може да се случи чрез покана на събитията в рамките на проекта, за да бъдат спестени разходи за класически експедиентски турове.

#### - Задача 7 Създаване на контакти с журналисти и медии



ОБЩИНА ТУРКУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Изготвяне на списък с местни, регионални и национални медии, които да отразяват развитието на дестинацията. Това е добре да се случи в началния етап на реализиране на стратегията, за да могат да бъдат поканени на пилотните събития в рамките на проекта и съответно да се избегнат разходи за промоционални събития и посещения за журналисти. В последствие изградените контакти ще бъдат постоянно използвани за поддържане на информация за дестинацията и продуктите в съответните медии.

- Задача 8 Изграждане на 2-3 ключови послания за позициониране на туристическата дестинация

За идентичността на промотираната туристическа дестинация Пътят на паметта е добре да се създадат кратки ключови послания, които да отразяват духа на дестинацията и всяко да може да се използва при промотирането, както на цялата дестинация, така и на отделните туристически продукти и услуги. Посланията трябва да бъдат фокусирани върху автентичността и атрактивността на дестинацията, както и уникалността на преживяванията.

Тези послания трябва да бъдат съпътствани и с визуална идентичност на представянето на дестинацията - цветове, црифт, снимки.

В таблицата по-долу е представено коя от дефинираните задачи в настоящия етап от реализиране на Маркетинговата стратегия е приложима за всеки от 9-те туристически продукти и услуги.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



**Таблица 9 Приложимост на отделните задачи спрямо всеки от 9-те туристически продукти и услуги**

|                                                                               |   |   |   |   |   |   |   |  |
|-------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|--|
| триезична туристическа платформа                                              | x | x | x |   | x |   | x |  |
| 1 съвместен военноисторически туристически панаир „Военен маршрут на паметта” | x | x | x | x | x | x | x |  |
| постоянна изложба „Военна история в образи - Редут Гривица и Крепост Турну”   | x | x | x | x | x | x | x |  |
| тиймбилдинг събития                                                           | x | x |   | x | x | x | x |  |
| фитнес бууткампове (bootcamps)                                                | x | x | x | x | x | x |   |  |
| пейнтбол                                                                      | x | x | x | x | x | x | x |  |
| възстановки по заявка на исторически военни събития                           | x | x | x | x | x | x | x |  |

Втори етап - Задачи по налагане на пазара на туристическите продукти и услуги  
Времеви период - 2023-2024 година

- Задача 1 Създаване на съвместни регионални маршрути/ продукти



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Партньорства следва да се установят и с оператори/бенефициенти на проекти за туристически дестинации/продукти и услуги в Дунавски трансграничен район, за да се изследва възможността за взаимно допълване на туристическите продукти, общ маркетинг, включване в общи пакети и маршрути, споделяне на информация на страниците на дестинациите, както и възможности за интегриране на онлайн инструментите за промотиране, резервация, плащане.

Създаване на партньорства с хотелиери, ресторантьори и други доставчици на съпътстващи продукти и услуги и идентифициране на възможности за структуриране на ценови или други видове стимули за ползване на съвместни продукти и услуги - пакетни цени, промотиране на туристическа дестинация Пътят на паметта.

- Задача 2 Организация и провеждане на съпътстващи събития - игри, промоции и награди в социалните медии

Съвместно с основните заинтересовани страни могат да бъдат организирани игри, промоции, томболи и награди в профилите на дестинацията в социалните медии, като съответно се изискват различни активности от страна на участниците, адекватни към моментното развитие на туристическите продукти и услуги и съответния интерес, който могат да генерират.

- Задача 3 Активизиране на онлайн представяне на маршрута и включването му в туристически каталози и SEO оптимизация

Всяко присъствие на туристическа дестинация Пътят на паметта и свързаните продукти и услуги в Интернет трябва да е съобразено с маркетинга чрез търсачките. Това обикновено се залага при програмирането и създаването на съдържанието на официалните уебсайтове на туристическата дестинация, както и се осъществява чрез платена реклама.

Затова е много важно, когато се създава основния текст, а не само заглавията, да има важни ключови думи, по които лесно да се намира туристическата дестинация, така и всички сайтове и портали свързани с туризма на регион Плевен - Турну Мъгереле. За всеки вид туризъм те са различни, но в един текст те винаги трябва да присъстват с думите "Плевен" и "Турну Мъгереле".



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Търсачките засичат не само текста в страниците. Те също търсят в адреса на страниците и това също трябва да бъде взето под внимание.

Необходима е мобилна версия на сайта, защото Google налага “наказания”, ако една страница е търсена през мобилен браузер и няма мобилна версия. Търсачката така поставя страницата на по-задни места в резултатите от търсенето.

- Задача 4 Реализиране на селективна офлайн реклама

Тази реклама е ограничена само до действия, които представляват инвестиционна възможност, а очакваната възръщаемост е по-висока, отколкото в онлайн медиите. Доколкото градският транспорт се оперира от общинско предприятие е възможно да се обмисли възможност за поставяне на реклама върху превозни средства на градския транспорт, спирки, автомати за закупуване на билети или да се ползват други предстоящи за изграждане елементи на градската страна - пейки, кошчета. В заключителния етап от проекта е добре да се обмисли организирането на флашмоб на териториите на двете общини-партньори с цел промотиране на трансграничната дестинация.

- Задача 5 Участие в национални и регионални туристически борси и изложения и други събития

Към момента община Плевен и съответно община Търну Мъгуреле не са активно представени на национални и трансгранични туристически борси и изложения и други свързани събития.

Подходът, заложен в настоящата Стратегия, е максимално да се използва потенциалът за представяне на национални и трансгранични туристически дестинации и продукти от съответните ресорсни министерства, както е описано в предходна част на настоящата Стратегия. При все това на този втори етап на реализиране на Стратегията е добре да се реализират действия за самостоятелно таргетирано представяне на туристическа дестинация Пътят на паметта на тематично подбрани борси и изложения на територията на двете страни и с международно покритие.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

За да се прецени дали се продължи участието на тези форуми, е необходимо да се изследва за ефективността на всяко от участията, за да се съсредоточат усилията върху определени борси и изложения с най-добър ефект.

Най-важното за участието на туристическите борси е да бъде тематично, т.е. да се избират туристически борси по видовете туризъм, тоест борси в областта на културно-историческия туризъм.

Годишни Конгреси, фестивали и други

Специализираните годишни конгреси на различните световни асоциации са добър и не много скъп канал за комуникация на трансграничния регион като туристическа дестинация. Това са конгреси на Световната Организация на Музеите (ИКОМ), Световната Организация на Паметниците на Културата (ИКОМОС) и други, които могат да бъдат прекрасна платформа за позиционирането на регион Плевен - Турну Мъгуреле като дестинация за културен туризъм.

Конгресите и конференциите на големи туристически асоциации - на туроператори, туристически агенти и т.н. са изключително важни за реклама на туристическата дестинация.

- Задача 6 Промотиране на дестинацията чрез популярни личности

Промотиране на туристическата дестинация чрез местни и национални популярни личности и инфлуенсъри, създавайки тематично визуално съдържание, публикувано в техните акаунти и в акаунтите на дестинация Пътят на паметта в социалните медии.

В таблицата по-долу е представено коя от дефинираните задачи в настоящия етап от реализиране на Маркетинговата стратегия е приложима за всеки от 9-те туристически продукти и услуги.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



**Таблица 10 Приложимост на отделните задачи спрямо всеки от 9-те туристически продукти и услуги**

|                                                                                              | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|
| тематична<br>трансгранична<br>туристическа<br>дестинация<br>„Маршрут на<br>паметта“          | x  | x  | x  | x  | x  | x  |
| еднодневен<br>фестивал „Път<br>(маршрут) на<br>паметта“                                      | x  | x  |    |    |    | x  |
| триезична<br>туристическа<br>платформа                                                       |    |    |    | x  |    |    |
| 1 съвместен<br>военноисторически<br>туристически<br>панаир „Военен<br>маршрут на<br>паметта“ | x  | x  |    |    |    | x  |
| постоянна изложба<br>„Военна история в<br>образи - Редут<br>Гривица и Крепост<br>Турну“      | x  |    |    |    |    | x  |
| тиймбилдинг<br>събития                                                                       | x  |    |    |    | x  | x  |





|                                                              |   |   |  |  |   |   |
|--------------------------------------------------------------|---|---|--|--|---|---|
| фитнес<br>бууткампове<br>(bootcamps)                         | x |   |  |  | x | x |
| пейнтбол                                                     | x | x |  |  | x | x |
| възстановки по<br>заявка на<br>исторически<br>военни събития | x |   |  |  |   | x |

### Трети етап - Задачи при възходящ тренд на посетителите Времеви период - 2025-2027 година

- Задача 1 Поддържане на дейностите по дигитален маркетинг

Тъй като дигиталният маркетинг, както и тенденциите в туризма се променят динамично, то е съществено да се следят съответните тенденции и да се актуализират съответните подходи и мерки.

- Задача 2 Устойчиво провеждане на фестивала и обновяване на поддържащите събития към постоянната изложба и възстановките, свързване с други регионални фестивали

Доколкото периодът се включва в периода на устойчивост на проекта, то фестивалът, панаира и другите съпътстващи събития ще бъдат ежегодно провеждани. Добре е при организацията и провеждането на ежегодните събития да се отчитат тенденциите в развитието на туризма и неговия маркетинг, както и развитието в краткосрочен план на туристическата дестинация, промяната в предпочитанията на целевите групи и пазари, така че да могат да бъдат адаптирани форматите към актуалните интереси на аудиторията.

- Задача 3 Създаване и реализиране на модел за използване на заинтересовани страни като посланици на туристическа дестинация пътят на паметта





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Журналисти, представители висшите и средни учебни заведения, дипломатическите мисии на чуждите страни от целевите пазари, акредитирани у нас, хотелиери, ресторантьори, туроператори и туристически агенти са едни от най-важните канали на влияние върху крайния потребител. Този модел се основава главно на ПР акции и използването на тези заинтересовани страни като посланици на дестинацията.

За да може този модел да е ефективен, при него трябва да има план, който да се съобразява най-малко следната структура:

- Избор на посланик на дестинацията за определената година по видове туризъм
- Избор на целеви пазар за съответната година по видове туризъм (по един целеви пазар на година за определен вид туризъм)
- Избор на събития, на които да се рекламира туристическа дестинация Пътят на паметта
- Избор на туроператори, хотели и ресторанти, както и транспортни фирми като основни доставчици на услугите и като основни рекламодатели
- Задача 4 Договори с чуждестранни туристически агенции

При ефективно изпълнение на предходните мерки от Стратегията, особено участието в борси и изложения и ефективен дигитален маркетинг, ще са налични предпоставки за реализиране на партньорства с чуждестранни туристически агенции. За целта е добре да бъдат проведени и специални B2B събития, които биха могли да бъдат и дистанционни, онлайн за представяне на дестинацията и договаряне на определени параметри на сътрудничество. Успешен модел би бил всички оператори на туристически продукти и услуги в региона да създадат няколко различни регионални пакета за различни целеви пазари и групи и по този начин да проведат преговорите с чуждестранните агенции, като представят диверсифицирани услуги и продукти.

- Задача 5 Дигитализиране на част от експозициите на обектите, създаване и функциониране на интерактивен портал
- Задача 6 Създаване на обогатена реалност (Augmented Reality), на виртуална реалност (Virtual Reality) - напр. виртуални разходки в 3D реконструкции, и/или



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

използване на носими устройства (Wearables) за реализиране на туристическото предлагане на туристически места и на туристически обекти

Последните две мерки са заложили за третия етап на Стратегията поради две причини: изискват значителен ресурс и време за реализацията им, а подобни програми за дигитализация, вкл. на културно-историческото наследство ще са налични в програмен период 2021-2027. В разглеждания период това ще бъде задължителен елемент за представяне, преживяване на туристическата дестинация.

Този тип дейности ще позволи допълнителна услуга, предоставяна на място на съответните обекти, като ще увеличи добавената стойност на туристическия продукт и ще бъде особено атрактивна сред ученици, младежи, семейства с деца. Същевременно ще позволи дистанционно преживяване на част от продуктите - изложби, експозиции към обекти и ще генерира приходи от това.

Допълнително ще се позволи създаване на атрактивни демотурове, насочени към международни туроператори и агенти за привличане на вниманието им за устойчиво партньорство, както и ще се използват за промотиране на дестинация Пътят на паметта на международни изложения и борси.

В таблицата по-долу е представено коя от дефинираните задачи в настоящия етап от реализиране на Маркетинговата стратегия е приложима за всеки от 9-те туристически продукти и услуги.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

**Таблица 11 Приложимост на отделните задачи спрямо всеки от 9-те туристически продукти и услуги**

|                                                                               | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----|----|----|
| тематична трансгранична туристическа дестинация „Маршрут на паметта“          | x  |    | x  | x  | x  | x  |
| еднодневен фестивал „Път (маршрут) на паметта“                                | x  | x  | x  |    |    |    |
| триезична туристическа платформа                                              | x  |    |    |    |    |    |
| 1 съвместен военноисторически туристически панаир „Военен маршрут на паметта“ | x  | x  | x  |    |    |    |
| постоянна изложба „Военна история в образи - Редут Гривица и Крепост Турну“   | x  | x  | x  |    |    |    |
| тиймбилдинг събития                                                           | x  | x  | x  | x  |    |    |



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



**Interreg**



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

**Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““**

Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



|                                                              |   |   |   |   |  |  |
|--------------------------------------------------------------|---|---|---|---|--|--|
| фитнес<br>бууткампове<br>(bootcamps)                         | x | x | x | x |  |  |
| пейнтбол                                                     | x | x | x | x |  |  |
| възстановки по<br>заявка на<br>исторически<br>военни събития | x | x | x |   |  |  |

### 15. Комуникационен план - комуникационни цели, целеви групи, канали, продукти, финансови ресурси и времева рамка

Настоящият план е част от цялостния План за реализация на стратегията, съобразен с необходимостта от специфична комуникация на разработените културно-исторически продукти и съпътстващите ги туристически услуги.

На първо място процесът на комуникация се определя като „обмен на знания за наследството“ - израз на общата европейска отговорност за опазването му за бъдещите поколения. Извежда се тезата, че в глобализиращия се пазар, обикновеният човек усеща осезателно необходимостта, да открие, да се докосне и да се опита да достигне до корените си, както и съзнателно да открива жизнено-определящата културна среда на другите. Това не е еднопосочно желание за натрупване на фактологически познания, а докосване да уникалната идентичност на хората, като комуникационни агенти и до културните ценности, отразяващи в различна степен собствената история и наследствата. Като предмет на комуникация, само по себе наследството материализира по-открит и богат диалог и по-интензивно трансгранично културно сътрудничество чрез взаимодействие.

На второ място комуникацията се провежда чрез каналите за дистрибуция на туристическите продукти и услуги. Правилният избор на дистрибуционните канали гарантират успешното позициониране на продуктите и услугите на туристическия пазар. Дистрибуцията на продукта трябва да допринесе за неговата разпознаваемост и





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

утвърждаване на национално, регионално и международно ниво.

Затова се предвижда комуникацията да се реализира чрез два основни типа комуникационни канали: информационни и дистрибуционни. Предпоставки за успешното реализиране на комуникационния план са:

- Информацията, която се използва от различните заинтересовани страни следва да бъде съобразена с достоверността на историческите факти за обектите, включени в маршрута и с общото представяне на дестинацията;
- Регулярно присъствие в он-лайн пространството (сайтове, социални мрежи и др.);
- Създаване на ефективно партньорство с браншовите организации в туризма, туроператорски фирми, Туристически информационни центрове, научни звена и др., имащи потенциал за реализиране на комуникационните мерки.

Разпространението е важен компонент на маркетинговата стратегия и включва конкретни дейности, чиято крайна цел е изборително да се създадат мрежи за продажба, които осигуряват най-добрите условия за директно или чрез посредници (напр. туристически агенти) разпространение на туристическите продукти и услуги.

Предложените мерки за улесняване на разпространението на туристическите продукти и услуги включват създаване на необходимата инфраструктура за целите на комуникацията; създаването на партньорства с туристическите агенции и входящите туроператори и, от друга страна, стимулирането на индивидуалния туризъм чрез въвеждане на абонамент / пропуск.

Комуникационната стратегия ще се изпълнява при спазването на следните основни принципи:

- Равнопоставеност - осигуряване на равен достъп до информация както на всички заинтересовани страни, така и на всички определени видове туристи.
- Навременност - планиране и изпълнение с оглед своевременното задоволяване на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



идентифицираните нужди на целевите групи.

- Адаптивност - съобразяване със специфичните особености както на целевите групи, така и на конкретната ситуация, в която се изпълняват.
- Партньорство - открит диалог и взаимодействие с всички заинтересовани страни

Изборът на комуникационни средства и дейности при изпълнението на комуникационната стратегия е съобразен със:

- Спецификата на посланието или посланията;
- Характеристиките на целевата група или подгрупа туристи - реципиент на посланието - като размер, комуникационни канали за достигане до нея;
- Възможните дейности и форми за осъществяване на комуникацията;
- При комуникиране на послания, които засягат набор от различни целеви групи и подгрупи, ще се използва интегриран комуникационен микс, който да гарантира ефективността на комуникацията, както като дейности и форми, така и като канали.

PR комуникация и събития с цел да промотират съвместните туристически продукти и услуги, в т.ч.:

- Участие на международни и национални конференции, конгреси, B2B форуми, дискуссионни панели, кръгли маси и други активности с представители на държавната и местната власт, регионални туристически структури и браншови организации и други заинтересовани страни, включително на проектен принцип и с донорско финансиране.
- Домакинство, участие и организация на публични, медийни и бизнес събития и извличане на максимален медийен и PR ефект (спортни мероприятия със състезателен характер, конкурси, домакинства, конференции, инициативи, фестивали, и др.)





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

- Регулярни тематични прес съобщения, статии, журналистически видеа и цялостна PR комуникация в регионални и при възможност национални медии на целеви и перспективни пазари, както и в страната ни като част от предстоящи комуникационни кампании.
- Опознавателни пътувания - при възможност като част от организирания от Министерство на туризма опознавателни журналистически и експедиентски турове за представители на медии, блогъри, влогъри, инфлуенсъри, снимачни екипи, туроператори, туристически агенти, както в рамките на предстоящи комуникационни кампании, така и оказване на съдействие при чуждестранни посещения.
- Онлайн комуникация - Он-лайн е най-ефективния комуникационен канал, както при планиране на организирани и индивидуални посещения, чрез или без съдействието на туроператор/агент, така и при избора на туристическа дестинация. Разработеното по проекта мобилното приложение трябва да бъде регулярно използвано като ефективен комуникационен канал чрез поддържане на актуална информация за развитие на обектите, за предстоящи събития от общия културен календар и др. Необходимо е да се създаде сайт на съвместната туристическа дестинация, който да бъде включен в интернет портали за туризъм, което ще осигури достигане до голям брой потенциални туристи. Информацията на уеб страницата трябва да бъде допълнена с канали на социалните медии, които включват:

- Twitter се използва за изпращане на съобщение до 140 знака, което може да се отнася до културни събития, нови експонати, изпълнени проекти, промени в програмата за посещение и други. Препоръчва се съобщението да бъде придружено от връзка към уеб страница, предоставяща повече подробности за предмета на съобщението под формата на писмено или графично съдържание.

- Facebook е социалната медийна платформа No 1 в света, чиито членове наброяват над един милиард. Въпреки че Facebook е създаден първоначално, като канал за социализация, впоследствие той се превръща чрез добавените функции, в пространство за популяризиране на продукти/услуги, фирми/организации и дори туристически дестинации. Facebook предлага специфични маркетингови инструменти като Facebook маркетинг, Facebook реклама, Facebook бизнес, Facebook студио и облак на Facebook



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

студио. Facebook позволява на потребителите (напр. посетителите на обектите на съвместната туристическа дестинация) да дават някои бележки, в зависимост от удовлетворението при посещението им. Това подпомага туроператорите и организациите за управление на дестинациите да получат реална представа за степента на привлекателност на туристическия продукт и доколко отговаря на нуждите на целевата група.

- Google Plus - това е мрежата на потребителите на gmail.com, googleplay.com, panoramio.com, и т.н. и търсачката на Google. Общо Google Plus има над 300 милиона членове. Трябва да се създаде профил на туристическа дестинация Пътят на паметта, с албуми със снимки които да дублират тези в panoramio.com. Много е важно заглавията на снимките да са на български и английски езици, както и техните описания. Много е важно да не се качват снимки без заглавие и описание, а ако са обекти за посещение: с работно време, адрес, телефон и GPS координати.

- YouTube е отлична възможност да се увеличи видимостта на туристическия продукт на румънско-българската римска граница чрез публикуване на промоционални клипове или дори документални филми. Това е безплатно рекламно средство, което има потенциал да привлече голям брой интернет потребители в сравнително кратък период от време.

- Блогове за пътуване, които имат все по-голямо влияние върху потреблението на туристически услуги. Като разказват своите собствени пътувания, блогърите общуват с потенциални потребители на туризъм и наследство по емпатичен, личен и надежден начин. Те създават отношения на доверие с туристи, до които рекламните агенции нямат достъп в контекста на тяхната асоциация с корпоративната среда, насочени към печалба, а не към създаване на социална стойност.

Специализирани чужди или международни уебсайтове

- Tripadvisor.com
- Lonelyplanet.com



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



- WikiTravel.org
- Fodors.com

И четирите сайта имат както отдели за информация за хотели, ресторанти и настаняване, така и отдели за обща информация на съответната дестинация, както и по видове атракции и дейности. Много е важно да се стандартизира тази информация, както и да се обновява постоянно.

Професионални Интернет портали и мрежи

- LinkedIn.com - Трябва да се регистрира като ТИЦ - Плевен, както и да се свържат с нея представителите на заинтересованите страни. В последствие те ще могат да рекламират ТИЦ Плевен чрез членството си в групи на туроператори, музеи и т.н., ще могат да рекламират туристическа дестинация Пътят на паметта.
- Travelmole.com - се подава информация за туристическа дестинация Пътят на паметта, тъй като това е един от най-посещаваните портали за професионалисти в туристическата индустрия.
- Eventbrite.com - портал за организиране на събития и продажба на билети, без да има нужда от eventim.bg, ticketmaster.com и т.н. Много полезен за организиране на малки събития и промотирането им.

### Дистрибуционни комуникационни канали

### Туроператори и туристически агенти

Силно влияние на туристическия пазар имат туристическите оператори, туристическите агенти, туристическите агенции, екскурзоводи и др. Интересът на туроператорите е насочен към разширяване на възможностите за формиране на конкурентоспособни пакети, осигурявайки както информация за отделни ресурси и услуги, така и рекламирайки туристическия район; разширяване на кръга на потенциалните потребители на





ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

туристически пакети чрез популяризирането на възможностите за туризъм, съответно провокирането на интерес за пътуване към региона.

Туристически агенти с ролята им на посредници могат да удовлетворят своята потребност както от информация, съответно по-широк кръг услуги (настаняване, допълнителни услуги) и пакети от региона, така и на база рекламата на туристическия продукт да разполагат с разширен кръг на мотивирани за пътуване потребители. Специално внимание трябва да се обърне на круизните оператори.

Използването им като дистрибуционен канал е важно за позиционирането и успешното развитие на дестинацията на установените от тях пазарни ниши и предлагането на продукта ще ускори навлизането му на туристическия пазар. Затова е особено важно промотирането на туристическите продукти и услуги пред представителите на туристическия бизнес на национално, регионално и международно ниво и осъществяването на регулярна комуникация с тях.

### Туристически информационен център

Туристически информационен център Плевен има основна функция за информационно обслужване на туристите и съответно роля при генерирането на дългосрочни ползи както по отношение на имиджа на туристическия продукт (чрез обща промоция, осигуряваща последователност на ценностите, определящи имиджа), така и при проучване удовлетвореността на туристите. Туристическият информационен център може да бъде основната структура, която осъществява информационните и комуникационни дейности, част от настоящата стратегия.

За осъществяването на ефективна комуникационна кампания е важна информационната обезпеченост на маршрута с цел привличане на туристи. Необходимо е информацията за маршрута и за обектите да бъде предоставена на представителите на бизнеса, туроператорите, неправителствените организации, за да бъде използвана в работата им. За формиране на позитивна нагласа към туристическата дестинация и съпътстващите продукти и услуги е важно да се извършва текущо информационно захранване и актуализация на създаденото мобилно приложение.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

Съществен акцент от разработване на каналите за дистрибуция на туристическите продукти и услуги е използване на възможностите за дистрибуция за разпространение на информация за тях чрез интегрирането им в предлагането на туристическите и круизните оператори.

Създаване на партньорства за реализиране на съвместни инициативи/ проекти, насочени към образованието, опазването на културното наследство, икономическо стимулиране могат да допринесат за комуникиране на продукта към вътрешни и външни публики. В работата със заинтересованите страни е важно организирането на дискусии събития (кръгли маси, фокус-групи и др.) за развитие на маршрута, с оглед дългия времеви период на изпълнение на стратегията.

### Финансова рамка

Дейностите, дефинирани в настоящата Стратегия, са съобразени както със Закона за Туризма (ЗТ), чл. 10 и 16, така и със Закона за местното управление и местната администрация (ЗМСМА), чл. 17 и чл. 51, и Закона за Културното Наследство (ЗКН), чл.112, ал.44, пар. 4,6 и 10, чл.117.

Според ЗТ, дейности за финансиране свързани с туризма на територията на Общината са:

Чл. 10, ал. 2.

1. Изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища, свързващи курортите с аерогари, жп гари и автогари, както и с културните ценности;
2. Опазване, поддържане и развитие на зелените площи;
3. Изграждане на информационни туристически центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
4. Реклама в страната и в чужбина на туристическите обекти, намиращи се на територията на общината.



ОБЩИНА ТУРКУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



Както се вижда, ЗТ не предвижда някои жизнено важни дейности, предвидени в настоящата Стратегия, а именно:

- Обезпечаване на маркетингането и информационното обслужване, включително и с нови технологии, на туристическата дестинация/продукт
- Обучение на човешките ресурси на общините, които са свързани с информационното обслужване на туристите и координиране на дейностите по промориране на туристическия потенциал на общината.

От друга страна, отново според ЗТ тези дейности се финансират от:

Чл. 16, ал. 2) Средствата за развитието на туризма в общината се набират с решение на общинския съвет от:

1. Туристическия данък, определен по реда на Закона за местните данъци и такси;
2. Наложеният от кмета на общината глоби и имуществени санкции по този закон;
3. Таксите за категоризиране на туристически обекти по чл. 55, ал. 4;
4. Средства, предоставени за изпълнение на целеви програми и проекти;
5. Дарения и помощи, средства по международни програми и споразумения, когато не е предвидено те да постъпят в държавния бюджет;
6. Лихви;
7. Други източници.

Средствата по ал. 2 се разходват само за дейностите по чл. 10, ал. 2.

Законодателство предвижда, че всички средства за туризъм, включително инфраструктурни, пътни проекти, реставрация на сгради и т.н. се финансират от 2 сигурни източника: туристически данък и такси са категоризации. Средствата, предоставени по





международни програми и споразумения, наложените глоби, даренията и помощите, средствата, предоставени за изпълнение на целеви програми и проекти зависят от много фактори, които не са предвидими, и съответно не могат да се планират. Практика е инвестиции за обекти с туристически потенциал да се осигуряват от външни програми и проекти, доколкото бюджетите на общината са ограничени. Конкретен пример е и настоящия трансграничен проект. Проблемно при подобен тип финансиране е, че туристическата инфраструктура и потенциал се развиван несинхронно и интегрирано, на проектен принцип, поддържат се в рамките на 5-годишния период на проектна устойчивост и затихват след това. Принципно това, което остава за финансиране от туристическия данък и таксите за категоризация, са дейностите по поддръжка на ТИЦ - овете и информационното обслужване на туристите.

За да може настоящата Маркетингова стратегия да бъде изпълнена, трябва от една страна, да се увеличи финансирането на дейностите пряко свързани с туризма, както предвижда ЗТ, както и активно включване на бизнеса, който ще оперира част от включените в проекта туристически услуги - пейнбол, бууткампове и военни тимбилдинги. Това може да стане с промяна на финансираните дейности от страна на Общинския Съвет, който по ЗТ решава как се набират средствата за финансиране на дейностите свързани с туризма, както и с избор на оператори на инфраструктурата в парк Гривица по предоставяне на съпътстващите туристически услуги в дестинация Пътят на паметта.

#### Таблица 12 Видове източници на финансиране

| Видове източници на финансиране на Маркетинговата стратегия и свързаните дейности за подобряване на туристическата инфраструктура |                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Вътрешни                                                                                                                          | Външни                                                                                                                                                                |
| Приходи от туристически данък                                                                                                     | Целеви програми на Европейската Общност и свързаните с тях одобрени проекти - за регионално развитие, за екология, за иновации и конкурентноспособност, за развитието |





|                                                                                             |                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                             | на човешките ресурси, за култура и други.                                                                                        |
| Приходи от такси по дейност "категоризация"                                                 | Целеви програми на Европейското Икономическо Пространство (Норвегия, Исландия, Лихтенщайн), на кратко наречени Норвежка програма |
| Приходи от продажба на сувенири и информационни материали в ТИЦ - овете                     | Дарения и помощи и средства по програми и проекти, които не са предвидени да постъпят в националния бюджет                       |
| Глоби и имуществени санкции наложени от кмета на общината на предприятия свързани с туризма | Други видове финансиране                                                                                                         |
| Лихви върху неусвоените средства за туризъм                                                 |                                                                                                                                  |

Сумите, към сегашния момент, свързани с финансирането на туризма в Плевен, както и Турну Мъгуреле са недостатъчни и са свързани главно с проекти за подобряване на състоянието и изграждане на нови туристически атракции. В тази връзка трябва да се работи за осигуряване на външни източници на финансиране, като:

### Неформални партньорства

Неформалните партньорства са тези, които съществуват между общините и ТИЦ Плевен, от една страна, и местните туроператорите, ресторантите, транспортните фирми, медиите, университетите, и всички други организации които създават, оперират и рекламират туристическите активи на територията на община Плевен и община Турну Мъгуреле. Тези партньорства не са задължителни по силата на никой закон, и в повечето случаи, не се



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

регулират от дългосрочни договори и концесии, но имат огромно значение за осигуряване на дейностите по промотиране на трансграничния регион като туристическа дестинация. Това може да бъде директно - чрез участие в средствата за изготвяне и поддържане на дигитални маркетингови инструменти и непряко - чрез безплатно предоставяне на рекламни площи или разпространение на рекламни материали, предоставяне на хотелски, ресторантски и транспортни услуги, включване в каталози и брошури, Интернет сайтове и т.н.

Община Плевен трябва да увеличи и да се старае да формализира максимално тези видове партньорства с цел не само реклама, но и проучване на туризма, създаване на туристически продукт и обучение на човешките ресурси. Проучванията в туризма, както и създаването на туристически продукт могат да се обвържат с университетските програми, и така индиректно да се финансират дейности, които обикновено се изнасят към външни изпълнители.

## Спонсорство

Общините партньори трябва да се насочат към спонсорство за финансирането най-вече на дейности по промотиране към местните компании, институции и НПО - та.

## Доброволчество и клубни практики

Доброволството се разглежда като вид финансиране, защото то може да спести средства на общините, които са необходими за маркетинг на трансгранична дестинация Пътят на паметта. Това се отнася най-вече при информационното обслужване в туризма, като например развитие на Плевен - Турну Мъгуреле Free Tour; дигитално маркетинг - поддържане на профили в социални мрежи, участие в различни активности като флаш мобове.

Клубните практики са много разпространени в развитите в маркетинга на туризма страни. Платеното или неплатено членство в клубове за приятели на дестинацията или приятели на културата, на музеите в градовете, на музеите осигуряват естествена среда за проучвания и реклама в областта на всички видове туризъм. Това са и асоциациите и други



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)



неформални сдружения.

С развитието на социалните мрежи, тези клубове (формални или неформални групи) по интереси, индиректно финансират рекламата в областта на туризма като се използва безплатното време на членовете на групите.

Затова “клубния” принцип трябва да се използва максимално, за да могат да се намалят задълженията на Общините да финансират промоционални и рекламни дейности.

## 16. Система за мониторинг

Мониторингът се извършва с цел проследяване на напредъка по изпълнение на системата от цели и конкретни дейности за постигане визията на Стратегията.

Процесът на мониторинг представлява:

- Преглед на актуалността на набеязаните мерки;
- Анализ на тяхното изпълнение, както и причините за отклонение, ако има такива;
- Осигуряване на превантивни мерки в критични точки, носещи рискове;
- Оценка на изпълнението и при необходимост набеязване и предприемане на коригиращи действия.

Процесът по управление, наблюдение и актуализация ще се извършва от Трансграничен комитет за управление на Стратегията. Представители на оперативните екипи на община Плевен и община Турну Мъгуреле ще имат задължения по упражняване на функциите, свързани с изпълнението на Стратегията за маркетинг, като те ще бъдат определени по-конкретно в рамките на първия етап от реализирането на Стратегията, при детайлизирането на институционалната рамка за нейното изпълнение.

Мониторингът на настоящата стратегия е важен елемент, доколкото секторът е динамично развиващ се и промени в социално-икономическата среда имат потенциала сериозно да повлияят маркетинга и пазарното реализиране на разработените туристически продукти и услуги. Ето защо е добре процесът по мониторинг на изпълнението на



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ  
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ОБЩИНА ПЛЕВЕН

стратегията да се осъществява ежегодно, за да могат при необходимост, да се предприемат адекватни коригиращи действия.

Механизмът за актуализация е важно условие за адаптирането на конкретни мерки и дейности, в случай на необходимост, наложена от настъпили промени. Актуализация е следствие от предприетите мерки по мониторинг на системата.

Актуализацията обхваща промени със съществено значение, които не противоречат на визията и заложените цели.

Основните фактори, налагащи актуализация на Стратегията, са:

- промени на икономическите и социалните условия в трансграничен регион Румъния-България;
- актуализация на стратегически документи на национално, регионално и европейско равнище;
- промени в свързаното национално законодателство или в законодателството на ЕС;
- промени в секторни стратегии и програми, влияещи върху изпълнението на Стратегията;
- реализиране на свързани дейности, които могат да повлияят маркетинга и пазарното реализиране на разработените туристически продукти и услуги.

Инициативата за актуализация на стратегията е в правомощията на Трансграничния комитет за управление на Стратегията.



ОБЩИНА ТУРНУ МЪГУРЕЛЕ



Interreg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

*Проект ROBG-397 „Маршрут на паметта: Устойчиви трансгранични туристически продукти за Мемориален парк „Гривица“ и крепост „Турну““*

*Съдържанието на този материал не представлява непременно официалната позиция на Европейския съюз*

[www.interregrobg.eu](http://www.interregrobg.eu)