ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!

РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО

БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА РЕАЛИЗИРАНЕ НА ИНТЕГРИРАН ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ, ВКЛЮЧВАЩ СЪВМЕСТЕН ТЕМАТИЧЕН МАРШРУТ „ИЗКУСТВО И КУЛТУРА“ 2021 – 2027

РУМЪНИЯ - БЪЛГАРИЯ

Interreg

ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

www.interregrobg.eu

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Съдържание

I. Въведение 6

II. Ситуационен анализ 8

2.1 Анализ на настоящата ситуация в дестинацията (съвместен интегриран туристически маршрут) 13

2.1.1 Анализ на външната среда 13

2.1.1.1 Политически фактори 15

2.1.1.2 Икономически фактори 19

2.1.1.3 Екологични фактори 20

2.1.1.4 Социо-културни фактори 21

2.1.1.5 Технологични фактори 22

2.1.2 Анализ на вътрешната среда 23

2.1.2.1 Туристико-географско положение на продукта 23

2.1.2.2 Туристическото райониране 29

2.1.2.3 Туристически ресурси 34

Община Велико Търново 36

Община Горна Оряховица 51

Община Кнежа 55

Община Плевен 60

Община Белоградчик 73

Община Видин 79

Окръг Долж, Румъния 87

Разработени трансгранични туристически маршрути 101

2.1.2.4 Туристическа инфраструктура: суперструктура 102

2.1.2.4.1 Места за настаняване 102

2.1.2.4.2 Транспортна система 113

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1.2.4.3 Пътна мрежа 113
2.1.2.4.4 Железопътна инфраструктура 116
2.1.2.4.5 Воден транспорт 118
2.1.2.4.6 Въздушен транспорт 119
2.1.2.4.7 Весилопеден достъп 120
2.1.2.4.8 Друга инфраструктура 122
Атракции (на открито и закрито) 124
Къмпинг за каравани 124
2.1.2.5 Туристически потоци 126
2.1.2.6 Човешки ресурси 133
2.1.2.7 Информационна осигуреност 140
2.1.2.8 Конкурентни предимства на новия туристически продукт 141
2.1.2.8.1 Детайлно описание на включените в маршрута обекти, като представените текстове са предназначени за промотиране на обектите и на маршрута като цяло. 143
2.1.2.8.2 Сравнителните конкурентни предимства на новия туристически продукт 155
2.1.2.8.3 Възможности за допълнителен брой туристически услуги като допълнения към основния пакети 156
2.1.2.9 Подбор на целевите пазари 161
2.1.2.9.1 Анализ на текущото състояние и перспективи за развитие на туризма в световен и европейски план (външен пазар) 162
2.1.2.9.2 Анализ на състояние и перспективите за развитие на туризма в България и Румъния трансграничните региони България и Румъния 167
2.1.2.9.3 Прогноза и оценка на потенциала за привличане на различни целеви групи туристи 171

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1.2.9.4 Прогноза за посещаемост на туристическия маршрут (продукт – обект на маркетинга) 181
2.1.2.9.5 Пазарен потенциал - целевите пазари. 189
2.1.2.10 Идентифициране на заинтересованите страни 195
2.1.2.11 SWOT анализ 213
III. СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА 218
3.1 Визия 218
3.2 Мисия 218
3.3. Маркетингови цели 219
3.4 Маркетингов микс 220
3.5 Маркетингови дейности за реализиране на стратегия 249
3.6 Очаквани резултати 256
3.7 Мониторинг и оценка 257
3.8 План за действие 268

Списък на фигурите

Фигура 1 Брой места за настаняване в целевите области България (2017 -2020 г.) 104
Фигура 2 Брой легла в целевите области – България 2017 - 2020 г. 105
Фигура 3 Брой места за настаняване по категории и целеви области България - 2020 г. 106
Фигура 4 Брой легла по категории места за настаняване по целеви области България - 2020 г. 106
Фигура 5 Типове места за настаняване по интегрираните тематични туристически маршрути в България 2021 г. 107
Фигура 6 Брой места за настаняване по категории в Район Югозападна Олтения, Румъния – 2017 - 2020 г. 108
Фигура 7 Брой легла в Район Югозападна Олтения, Румъния – 2017 - 2020 г. 109
Фигура 8 Категории места за настаняване в Крайова и Калафат - Румъния 2021 г. 110
Фигура 9 Места за хранене и развлечения в целевите градове (България и Румъния) към 30.07.2021 г. 123
Фигура 10 Престой в целевите области, България 2017 -2019 г. 129
Фигура 11 Структура на туристическите посещения на чужденци по цели през 2019 г. в %. 130
Фигура 12 Престой в Регион Югозападна Олтения 2017 -2019 г. 132
Фигура 13 % Заети лица в сектор "Хотелиерство и ресторантьорство" по области, България - 2019 г. 135
Фигура 14 Заети по индустрии през 2017 в ЮЗ Олтения 138
Фигура 15 Брой нощувки прекарани в страните от ЦИЕ 2018 г. 165
Фигура 16 Брой пристигащи в страните от ЦИЕ – 2018 г. 166
Фигура 17 Турист-персона, профил „Активни семейства - откриватели“ 176
Фигура 18 Турист-персона, профил „Авантюристи – социализация“ 178
Фигура 19 Турист-персона, профил „Романтични - споделяне на време“ 179

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 20 Турист персона, профил „Златна възраст - грижа за себе си“ 181
Фигура 21 Нощувки в места за настаняване по региони - ниво NUTS 2..... 187
Фигура 22 Атрактивен туристически продукт „Изкуство и култура“..... 210
Фигура 23 Предлагане на туристически продукт „Изкуство и култура" 211
Фигура 24 Включване на разработения туристически маршрут в туристически услуги. 212
Фигура 25 Типове туристи за които е привлекателен разработеният туристически маршрут 212
Фигура 26 Туристи от региони с интерес към туристическия продукт 213
Фигура 27 Елементи на маркетинг микс в туризма 221
Фигура 28 Фуния на комуникационното въздействие AIDA 232
Фигура 29 Палитри за избор на цветове за изграждане на визуална идентичност..... 246
Фигура 30 Схема на общ стратегическа рамка за реализиране на Маркетингова стратегия за реализиране на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“ (2021 – 2027 г.) 257
Фигура 31 Структура за управление на Стратегията в първите три години (2021 – 2024 г.). 258

Списък на таблиците

Таблица 1 Достъпност на включените градове в маршрута до по-големи градове в България и Румъния (разстояние и време за пътуване с автомобил).....27
Таблица 2 Туристически райони с определена туристическа насоченост България.....31
Таблица 3 Основни показатели за капацитета на местата за настаняване 111
Таблица 4 Инфраструктура за преминаване на границата България – Румъния на територията на съвместен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“..... 113
Таблица 5 Реализирани нощувки по целеви области, 2017 - 2019 г., България 127
Таблица 6 Пренощували лица по целеви области, 2017 - 2019 г., България 128
Таблица 7 Реализирани нощувки по целеви регион, 2018 - 2019 г., Румъния 131
Таблица 8 Пренощували лица по целеви регион 2018 - 2019 г., Румъния..... 131
Таблица 9 Брой румънски туристи, участващи в местни туристически дейности, по форми на туризъм (2019 – 2020 г.)... 132
Таблица 10 Наети лица по трудово и служебно правоотношение по икономически дейности области България (2017-2019г.) 134
Таблица 11 Ученици през учебните 2017-2020 години - брой 136
Таблица 12 Брой училища по вид на училището по области, България 2017 – 2019 г. 136
Таблица 13 Брой студенти по Области 2017 – 2019 г. 137
Таблица 14 Висше образование в ЮЗ Олтения академична 2017/2018..... 139
Таблица 15 Входящ туризъм по избрани региони, 2010 до 2018 година. 163
Таблица 16 Индекс на туристическа конкурентоспособност 2019 – критерии I част..... 170
Таблица 17 Индекс за туристическа конкурентоспособност 2019 – критерии II..... 170
Таблица 18 Посещения на представления на живо по възраст, 2016 – национално ниво, България..... 183
Таблица 19 Посещения на концерти и рецитали по възраст, 2016 – национално ниво, България 183
Таблица 20 Посещения театри в целевите области – България, 2017 -2019 г. 184
Таблица 21 Посещения на културни забележителности през 2016, национално ниво - България..... 185
Таблица 22 Посещения музеи в целевите области – България, 2017 -2019 г. 185
Таблица 23 Посещаемост Художествена Галерия „Борис Денев“ - 2016/2020 г. 188
Таблица 24 Входящите и изходящи пазари в сектора (България 2019 - 2020 г.)..... 190
Таблица 25 Входящите и изходящи пазари в сектора (Румъния 2019 - 2020 г.)..... 192
Таблица 26 Оценка на ключови заинтересовани страни и избор на стратегия спрямо тяхната роля. 202
Таблица 27 SWOT анализ за маркетиране на туристически продукт “Изкуство и култура“ 215
Таблица 28 Специфичните дейности са представени в следващата таблица 250
Таблица 29 Индикатори за въздействие 260
Таблица 30 Индикатори за изпълнение 262

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

I. Въведение

Настоящият документ е разработен в съответствие с Договор № 06-09-01/09.06.2021**,** с предмет **„***Маркетингова стратегия за реализиране на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“*“, по проект **ROBG – 576 „Изкуство и култура – общи трансгранични активи в подкрепа на устойчивото развитие на туризма“,** финансиран по приоритетна ос 2 „Зелен регион“, специфична цел 2.1 „Подобряване на устойчивото използване на ресурсите на природното и културно наследство“ на Програма Interreg V-A Румъния-България 2014-2020 г. Изпълнението на договора се ръководи от екип на ЕФТА СЪРВИСИС ЕООД” (Изпълнител).

Проектът се изпълнява от Община Велико Търново в партньорство с Община Калафат, окръг Долж, Румъния и Фондация "Лице за изкуство и култура", гр. Плевен. Основна цел на проекта е да се оцени и подобри устойчивото икономическо използване на съществуващия потенциал от културни ценности и ресурси на общото културно наследство в трансграничния регион Румъния-България чрез разработване на интегриран туристически продукт, основаващ се на популяризирането на нов съвместен тематичен маршрут “Изкуство и култура”, допринасящ за подпомагане на устойчивото развитие на туризма.

Един от инструментите за постигане на тази цел е *Маркетингова стратегия за реализиране на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“*, един от ключовите продукти за популяризирането на общ тематичен маршрут от обекти на класическата и съвременна култура и изкуство в градската среда в трансграничния регион Румъния-България.

Разработването на Стратегията е необходимо условие за реализацията на потенциала на трансграничния регион Румъния-България за устойчивото развитие на културния туризъм. Туризмът, в частност културният и културно-историческият, са ключови сектори за развитието на целевия регион, както е посочено в стратегически и програмни документи на различни нива на управление. Територията е богата на редица културни локации и обекти.

Представената маркетингова стратегия е съобразена с актуалните приложения на маркетинга за сферата на туризма. Изцяло е съобразена със спецификата на туристическия продукт, а именно -интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Маркетинговото позициониране на атрактивен и иновативен туристически продукт, който същевременно е и изключително гъвкав в своето предложение в зависимост от конкретните културни програми и форми на изкуство, които могат да бъдат част от продукта, изисква добре планирана среда, която подкрепя и позволява развитие.

В този смисъл документът се базира на:

- Резултатите от SWOT анализ и идентифицираните проблеми, нужди и предизвикателства;
- Ситуационен анализ;
- Резултати от проучване на вижданията на заинтересованите страни по отношение на потенциала и възможностите за устойчиво позициониране на туристическия пазар на разширения съвместен интегриран туристически маршрут “Изкуство и култура“.

На тази основа са дефинирани и основните стълбове на действие на маркетинговата стратегия:

1. Маркетингово позициониране на туристическия продукт;

2. Промоционална политика за позициониране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ на вътрешните пазари на Румъния и България и насочена към външни пазари, чрез персонифициран подход;

3. Създаване на предпоставки за засилено партньорство между заинтересованите страни за синергично промотиране и предлагане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ от всички участници в процеса.

4. За изпълнение на тези стълбове са разработени и стратегическите цели на маркетинговата стратегия, които да отразяват тези посоки на действие в съответствие с основната цел – устойчиво развитие и пазарно позициониране и промотиране.

За постигане на тези цели се използва класическият маркетинг микс в туризма, но представен по един съвременен начин с фокус към потребителите - туристите. В представената стратегия се акцентира на хората в две направления – предлагащи и създаващи, отговорни за развитието и устойчивостта на туристическия продукт и неговите потребители – туристите.

Тези две направления са видими в целите, мерките и дейностите за изпълнение. Поставеният фокус за съвместна работа на всички заинтересовани страни и участници в

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

предлагането на туристическия продукт надгражда посоката на действие от един продукт към маркетиране на цялостна визия и модел на туристическо потребление. Обръща се внимание върху начина на предлагане, унифициране на туристическото преживяване и създаване на дизайн за потребителски преживявания по целия маршрут, което ще спомогне за усъвършенстване на продукта и неговото промотиране от страна на потребителите.

Стратегическата рамка е разработена в унисон с:

- Целите и дейностите по основните приоритети на ЕС за устойчиво развитие на европейския туризъм, както и националните приоритети за развитие на трансграничния туризъм;
- Националните стратегически документи за развитие на туризма в България и Румъния;
- Разработените стратегии за развитие в областите/окръг и общините, през които преминава маршрута и където са позиционирани обектите, включени в маршрута;
- Политиките за трансгранично сътрудничество.

II. Ситуационен анализ

В подготвителния етап по изготвяне на Маркетингова стратегия за реализиране на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“, по проект ROBG – 576 „Изкуство и култура – общи трансгранични активи в подкрепа на устойчивото развитие на туризма“ се приложиха няколко метода за набиране на необходимите данни и информация за разработване на ситуационния анализ и стратегическата рамка на Стратегията. Това са анализ на документи, сравнителен анализ и 2 типа анкетни проучвания сред заинтересовани страни. Обемът и качеството на набавената информация бяха достатъчни, за да се изготвят детайлни тематични анализи, съгласно изискванията на Възложителя.

За целите на Стратегията авторите приемат следната работна дефиниция за термина „интегриран туристически продукт“: съвкупност от разработени продукти при реализирането на проекта и бъдещото им развитие в посока създаване на преживяване на туристите при посещения на целевите региони.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В изпълнение на Договор № 03-05-01/05.03.2020 са разработени основен и разширен интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“, обекти на настоящата стратегия:

Съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“

Начална точка: гр. Велико Търново, България

Междинни точки по маршрута: гр. Плевен, България; гр. Видин, България; гр. Калафат, Румъния; гр. Крайова, Румъния; гр. Турну Мъгуреле, Румъния - гр. Никопол, България (транспортна междинна точка - ферибот)*

Крайна точка: гр. Велико Търново, България.

Включени туристически обекти: художествена галерия „Борис Денев“ (гр. Велико Търново, България), Художествена галерия Дарение „Колекция Светлин Русев“ (гр.Плевен, България), Художествена галерия „Никола Петров“ (гр. Видин, България), Драматичен театър „Вида“ (гр. Видин, България), Дворецът-музей „Маринку“ (гр. Калафат, Румъния) и Музей на изкуствата (гр. Крайова, Румъния).

Разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“.

Начална точка: гр. Велико Търново, България

Междинни точки по маршрута: гр. Горна Оряховица, гр. Плевен, гр. Кнежа, гр. Белоградчик, гр. Видин - България; гр. Калафат и гр. Крайова - Румъния; гр. Турну Мъгуреле, Румъния - гр. Никопол, България (транспортна междинна точка - ферибот).

Крайна точка: гр. Велико Търново, България

Включени туристически обекти: гр. Велико Търново (България): Художествена Галерия "Борис Денев", Мултимедиен посетителски център "Царевград Търнов", Самоводска чаршия, Хан Хаджи Николи и Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов"; гр. Горна Оряховица (България): Художествена галерия "Недялко Каранешев"; гр. Плевен (България) Художествена галерия Дарение "Колекция Светлин Русев", Регионален Исторически музей – Плевен, Художествена галерия "Илия Бешков", Панорама "Плевенска епопея 1877" и Драматично-куклен театър "Иван Радоев"; гр. Кнежа (България): Общински исторически музей; гр. Белоградчик (България) Исторически музей Белоградчик; гр. Видин (България): Художествена галерия "Никола Петров", Драматичен театър "Вида", Симфониета и Държавен куклен театър; гр. Клафат (Румъния): Двореца-музей Маринку;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

гр. Крайова (Румъния) Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил), Къща Бънией (Casa Baniei), Филхармония "Олтения", Национален театър "Марин Сореску" и Театър за деца и младежи "Колибри".

Разработените съвместни интегрирани туристически маршрути предоставят атрактивни възможности/предложения за практикуване на културен туризъм. Разработването на маршрутите стъпва на дефиницията за културен туризъм на Световната организация по туризъм (СОТ): „Културният туризъм е тип туристическа дейност, при която основна мотивация на туриста е да научи, открие, преживее и консумира движими и недвижими атракции/продукти в една туристическа дестинация. Тези атракции и продукти се свързват с набор от отличителни материални, интелектуални, духовни и емоционални характеристики на обществото, които обхващат изкуство, архитектура, историческо и културно наследство, кулинарно наследство, литература, музика, креативни индустрии и живата култура на общността с нейния начин на живот, ценностна система, вярвания и традиции“.

В настоящия документ е извършен преглед на общата рамка за управление на туризма и стратегическо планиране в областта на културния и културно – историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България и Европейския съюз. Туризмът, в частност културният, е ключов сектор в развитието на трансграничния регион, както е посочено в стратегически и програмни документи на различни нива на управление.

Стратегическата рамка е ключов елемент от цялостната Стратегия. В рамката се представят целите, мястото и ролята на разработваната Стратегия в цялостната система от документи за стратегическо планиране в областта на туризма и в частност културния туризъм, в трансграничния регион Румъния-България. Направен е преглед на важни стратегически и програмни документи от различни нива на управление, регламентиращи развитието на туризма, за да се аргументират основните подходи и принципи при изготвянето на Стратегията, и да се обоснове логиката на нейното структуриране.

Наднационални документи

❖ Конвенция за опазване на световното културно и природно наследство, приета от ЮНЕСКО на 16 ноември 1972 г.

❖ Европейска културна конвенция от 19 декември 1954 г.

❖ Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res(2007)12 относно

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

"Културните маршрути на Съвета на Европа".[1]

❖ Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res(2013)66 относно разширено частично споразумение на Съвета на Европа относно културните маршрути от 18 Декември 2013 г.[2]

❖ Съобщение на ЕК COM(2010)352 Европа — водеща световна туристическа дестинация — нова политическа рамка за европейския туризъм.[3]

❖ Резолюция на Европейския парламент от 25 март 2021 г. относно създаване на стратегия на ЕС за устойчив туризъм 2021 (2020/2038(INI)[4]

❖ Международна харта за културния туризъм (ИКОМОС 1999 г.).[5]

❖ Стратегия на Европейския Съюз за Дунавския регион, ЕК.

❖ Проект" SEE AF/A/653/4.2/X Транснационална стратегия за устойчиво териториално развитие на Дунавския регион с фокус върху туризма (DATOURWAY).

❖ Обща стратегия за устойчиво териториално развитие на трансграничния регион Румъния-България (SPATIAL).

Приложими стратегически и нормативни документи на национално ниво

Република Румъния

❖ Национален генерален план за инвестиции в туризма.

❖ Стратегия за устойчиво развитие на Румъния 2030.

❖ Генерален план за развитие на туризма в Румъния 2007-2026.[6]

❖ Регионален план за развитие на Югозападен регион на Олтения 2021-2027 г.

❖ Окръжна стратегия за икономическо и социално развитие Долж за периода 2014-2020 г.

[1] https://seecorridors.eu/filebank/file_46.pdf
[2] https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c69ac
[3]http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0352_/com_com(2010)0352_bg.pdf
[4] http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_cultural_routes_itineraries_v13.compressed_0.pdf
[5] http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_cultural_routes_itineraries_v13.compressed_0.pdf
[6]https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/turisticheska_politika/pril_2-koncepcia.pdf

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

❖ Рамкова конвенция за защита и устойчиво развитие на Карпатите, ратифицирана със Закон № 389/2006.

❖ Закон № 72/2014 за ратифициране на Протокола за устойчив туризъм, приет в Братислава на 27 май 2011 г. и подписан от Румъния в Братислава на 27 май 2011 г..

Република България

❖ Националната програма за развитие БЪЛГАРИЯ 2030.[7]

❖ Актуализираната национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014 - 2030 г.[8]

❖ Концепция за туристическо райониране на България.[9]

❖ Стратегия за развитие на културата в Община Велико Търново[10].

❖ Маркетингова стратегия на Старопланински туристически район 2021-2024.[11]

❖ План за интегрирано развитие на община Велико Търново[12]

❖ Областни стратегии за развитие на области Велико Търново, Плевен и Видин за периода 2014 – 2020 г.[13]

❖ Закона за туризма (ДВ, бр.17 от 25 февруари 2020 г.)[14].

[7] https://www.minfin.bg/bg/1394
[8] https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf
[9] https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/koncepciya-za-turistichesko-rayonirane-na-bulgariya
[10] https://www.veliko-tarnovo.bg/bg/obyavi-i-sobsheniya/obshtestveno-obsazhdane/obshestveno-obszhdane-2019-godina/strategiya-za-razvitie-na-kulturata-v-obshina-veliko-tarnovo-2020/
[11] Източник: предоставена от Община Велико Търново
[12] https://veliko-turnovo-next7.eu/novini/
[13] https://www.strategy.bg/StrategicDocuments/List.aspx?lang=bg-BG&categoryId=2&typeConsultation=2&typeCategory=0&docType=1
[14] https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135845281

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1 Анализ на настоящата ситуация в дестинацията (съвместен интегриран туристически маршрут)

2.1.1 Анализ на външната среда

Тенденциите на развитие в туристическия сектор го превърнаха в един от основните икономически сектори в света. По различни стратегически оценки, през 2019 година „пътуване и туризъм“ е третата по големина категория за износ (след горива и химикали), която формира 7% от световната търговия. Неговото развитие е от структуроопределящо значение за икономиките, обществените услуги и поминъка в световен мащаб. Тези изводи са относими и към Европа, която е една от водещите туристически дестинации в света. Към същата година туризмът формира 10,4% от брутния вътрешен продукт на Европа и 334 милиона работни места.

Секторът е един от най-силно засегнатите от пандемията COVID-19, което има своето негативно отражение върху цялостното икономическо развитие в европейски и световен мащаб. Ефектите от кризата и възможностите за възстановяване на сектора подлежат на бъдеща оценка, но кризата намалява с около 62 милиона работните места. По различни оценки най-уязвими са малките предприятия (които заемат 80% от световния туризъм) и жените, които съставляват 54% от работната сила в туризма.

В сравнителен план, в Европа ефектите на кризата върху заетостта в сектора са по-умерени. Приетите на ниво ЕС икономически и социални мерки създават условия за запазване на работната сила в сектора, което е и предпоставка за пост-кризисното възстановяване на този сегмент от европейската икономика. Към 2019 г. Европа и Евразия са най-конкурентният регион по отношение туристическите пътувания. Регионът разполага с най-благоприятната среда в света и е ключов за развитието на Европейските региони поради целенасочената и координирана политика за неговото развитие, особено в по-слабо развитите региони, като инструмент за икономическото им развитие и предпоставка за създаване на работни места. Възможностите за стратегическо управление и инвестиции в сектора, наличието на предвидима среда и целенасочена политика правят Европа един от най-сериозно развиващите се туристически пазари въпреки своята относителна зрялост – по данни, изведени в Индекс за туристическа конкурентоспособност, регионът е с най-голямо подобрение от 2017 година, особено по отношение ценова конкурентоспособност, въздух транспортна инфраструктура и готовност за ИКТ.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Основен елемент на политическата среда, свързан с пандемичната криза, са политически решения, свързани с ограничаване на движението и пътуванията, както частично или пълно затваряне на границите на държавите в световен мащаб. Въпреки, че подобни мерки имат цялостно икономическо въздействие, те засягат в най-голяма степен сектора туризъм.

Световната туристическа организация на ООН (UNWTO) изчислява, че в резултат на тези ограничения международните туристически пристигания през 2020 г. ще спаднат между 58% и 78%, което излага на риск от 100 до 120 милиона преки работни места в туризма. Ефектите от COVID-19 пряко имат ефект и върху цялостната верига свързана със сектора - авиокомпании, хотели, ресторанти, туроператори, доставчици на храни, фермери, търговци на дребно и широк кръг други малки и средни предприятия. В по-голяма дълбочина различните ефекти на кризата върху световната, европейската и регионалната икономика са разгледани в анализа на текущото състояние и перспективите за развитие на туризма в световен и европейски план.

Перспективите за възстановяване на пазара като цяло и сектора в частност ще бъдат в пряка връзка с ефективността на правителствата по отношение управление на кризата, икономическите инструменти и комуникационната стратегия за следкризисно въздействие. Част от това възстановяване е свързано с възвръщане на увереността на туристите по отношение на тяхната безопасност, което изисква активно управление на имиджа на страната и прилагането на ефективни маркетингови стратегии.

Основна перспектива за пост-пандемичното икономическо възстановяване в Европейски план, което пряко касае България и Румъния, е европейският механизъм за възстановяване и устойчивост и отделените за целта финансови инструмент. Разработването на национални планове за възстановяване, които да отразяват основните приоритети на България и Румъния, свързани с възстановяването на националните икономики, също имат ключово значение за преодоляване на последиците за икономиките и сектора „пътуване и туризъм“.

Въпреки, че по редица икономически оценки се очаква растежът на развиващите се пазари и икономики да достигне 6% през 2021, възстановяването е вероятно да бъде ограничено от възраждането на COVID-19, забавените темпове на ваксинация и намаляването (отмяна) на правителствените мерки за икономическа подкрепа. Отново по различни оценки, тези перспективи относно развиващите се икономики вероятно ще бъдат потиснати от трайни ефекти на пандемията по отношение ерозия на уменията в следствие загуба на работно

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

място; понижаване качеството на образованието; спад на инвестициите; увеличаване тежестта на държавния дълг и др. Прогнозира се растежът сред тази група икономики да се установи на 4,7%, през 2021 година.

Анализът на външната среда (макрорамката, в която ще се реализира маркетинговата стратегия) е един от елементите на общия анализ на ситуацията в дестинацията. За целите му се обособяват ключови фактори, които имат потенциален ефект върху туристическата и културната сфера, в частност културния туризъм. За да се осъществи анализ на макросредата, се прилага техниката PEST (политически, икономически, социо-културни и технологични фактори). При тази техника се оценява характерът и степента на влияние на обособените фактори и се определят различни групи, които пораждат рискове, пречки и възможности пред реализирането на културния туризъм и настоящата маркетингова стратегия.

По отношение на българската икономика туризмът е ключов сектор, който формира 12,8% (6.6 млрд. US$) от БВП през 2016 година. Секторът осигурява общо 362 900 работни места през тази година. През 2019 г. този дял е намалял до 10,7%, като кризата го свива до 4,8%. Работните места също намаляват до 341.6 хиляди през 2019 г. и 296.1 хиляди 2020 (-13,3%). За Румъния тези дялове са относително по-ниски - 6,1% от БВП за 2019 г., редуцирани до 2,9% през 2020 г. Загубата на работни места обаче е значително по-ниска – 2,8%, от 575.8 на 559.6 хиляди работници.

Основните проблеми, свързани с пазара на труда в сектора, са висока младежка безработица, застаряване на населението, активни миграционни процеси. Същевременно, засилено влияние по отношение състоянието на туристическите ресурси и развитието на туристическата индустрия и в двете държави оказват промените в климата, засиленият натиск върху околната среда и други негативни фактори.

Ключови фактори за развитието на сектора в България и Румъния имат позициите на двете държави на туристическия пазар в региона, в Европейския съюз и на глобално ниво, както и основните тенденции, свързани с факторите на политическия, икономическия и социалния контекст, в който ще се реализира маркетинговата стратегия.

2.1.1.1 Политически фактори

По отношение анализа на политическата среда, ключов фактор е членството на България и Румъния в ЕС. Предвидимото и устойчиво европейско законодателство, достъпът до финансови ресурси за осъществяване на икономическа политика, както и стабилността на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

политическата система в ЕС оказват силно положително влияние върху развитието на сектор „туризъм“ в двете държави. Основни показатели, определящи конкурентоспособността на индустрията, са индикаторите за безопасност и сигурност. Особено отражение тези показатели имат по отношение сектор „пътувания и туризъм“ в различните държави. В този контекст, според показателите на Глобален индекс на мира (GPI), България и Румъния са намират в благоприятна среда. За 2020 г. България и Румъния са съответно на 28-мо и 22-ро място в световен план, като в годините от 2008 до 2020 г. България се изкачва от 35-то място, докато Румъния запазва сходни позиции в годините.

Разработеният от Институт за икономика и мир (IEP) индекс класира 172 независими държави и територии (99,7% от световното население) според оценка на нивото и потенциала за мир. В доклада за 2020 г. изследването показва, че нивото на индекса се влошава средно с 0,34% за държава в световен план. В 81 държави индексът се подобрява, но в 80 е измерено влошаване за периода 2019 – 2020 г. Данните от доклада разкриват тенденция на намаляване на конфликтите през последното десетилетие, но и нова вълна на напрежение и несигурност в резултат от пандемията от COVID-19. Тези данни показват необходимостта страните, в частност България и Румъния, да предприемат допълнителни мерки за осигуряване на сигурността на туристите, комуникационна стратегия и значително увеличаване на средствата, отделяни за безопасност и сигурност и връщане на доверието на туристите.

Основен гарант за цялостна стабилност и сигурност е членството на България и Румъния в ЕС. Въпреки това, в периода след присъединяването на България към съюза усилията на правителството за подобряване на бизнес средата изостават спрямо тези в сравнимите икономики, в резултат на което България губи позиции в глобален план.

Според изследването Doing Business 2019 на Световната банка, България се нарежда на 59-та позиция и на последно място в рамките на ЕС по условия за правене на бизнес. Въпреки, че подобрява резултата си с 0,11 пункта спрямо предишната година, България е паднала с 14 позиции в сравнение с 2009 година. Румъния от своя страна се нарежда на 52-ро място, пред Унгария, Кипър, Хърватска и България от страните на ЕС. За сравнение през 2009 г. тя е заемала 47-ма позиция, което я е нареждало след България.

Основните предимства на българската икономическа среда са относително ниските данъци и въвеждането на плоският данък от 10%. През 2020 г. се приема и временно намаление на ДДС на 9% за туроператори, туристически агенти и случайния превоз, свързан с

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

туристическите услуги, както и частично за ресторантите. Мярката предстои да бъде отменена в края на 2021 година, като към този момент липсва оценка на нейният ефект за преодоляване на последиците от кризата. Продължават да съществуват и редица предизвикателства пред данъчната политика в областта на туризма, касаещи определянето на общата цена на туристическите услуги, част от пакетно пътуване, и облагането на отделните компоненти от структурата на туристическия продукт. Продължава да е актуален въпросът за ДДС в услугите, свързани със сектора, но няма сериозни перспективи за неговата промяна.

В изготвения „Анализ на социално-икономическото развитие на страната след присъединяването ѝ към ЕС“ от българското правителство е отбелязано, че според класацията Economic Freedom of the World 2018 (данните са за 2016 г.), България се нарежда на 46-то място (19-то в рамките на ЕС) по степен на икономическа свобода, пред държави като Франция, Италия и Белгия. До голяма степен тази позиция на страната се дължи на ниския размер на правителството (55-то място), както и на доброто представяне по отношение на регулирането на кредитите (22-ро място), свободата на международната търговия (35-то място), наличието на стабилен финансов ресурс (36-та позиция) и трудовия пазар (55-то място в общата класация). В същото време, остава крайно незадоволително представянето на страната по отношение на неприкосновеността на частната собственост (93-то място), както и общите бизнес регулации (93-то място). Ниските резултати по тези компоненти предполагат, че бизнесът не разчита на полицията да налага законите и да осигурява сигурността и реда, което неминуемо се отразява на решението за потенциални инвестиции в страната.

За същия период Румъния е класирана на 20-то място по икономическа свобода, предимно поради високи резултати в сферата на ключовите пазарни регулации (14-то място в света) и свободата на международната търговия (9-то място). Сравнително високи са и резултатите в компонентите общи регулации (34-то място), регулациите на пазара на труда (41-во), както и правна система и защита на собствеността (43-то). Наличието на финансов ресурс е оценено сравнително по-ниско, страната е на 52-ро място. Размерът на правителството (публичният сектор, данъците, разходите за администрация и др.) продължава да бъде сравнително проблематичен (67-мо място), но най-ниският резултат е в сферата на бизнес регулациите. Реформирането на бизнес средата и намаляването на правителството е основно предизвикателство пред икономическото развитие на Румъния.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

И в двете държави един от основните проблеми пред конкурентоспособността на икономиката продължава да е свързан с публичните институции и тяхното функциониране. В изследването на Световния икономически форум - Global Competitiveness Report 2017-2018, България и Румъния споделят като най-проблематични фактори неефикасността на публичните институции, корупцията и размерът на данъците, макар и в различна степен. Липсата на доверие в публичните институции и осъзнатата липса на независимост на съдебната власт подкопават международната конкурентоспособност на икономиката, тъй като компрометират пазарния обмен и мащабните дългосрочни инвестиционни ангажименти от страна на инвеститори, като този извод се отнася и за сектор „туризъм“. Затвърждаването на подобен имидж - най-неефикасните и корумпирани управления в рамките на ЕС, предпоставят сериозни предизвикателства пред изграждането на привлекателен образ на двете държави като дестинации за инвестиции, пътуване и туризъм.

Същевременно членството на България в ЕС обвързва развитието на сектора в двете държави с провежданите политики на европейско ниво за налагане на Европа като туристическа дестинация. Подобна обвързаност дава достъп до финансов и експертен ресурс и е предпоставка за подобрено сътрудничество между страните и икономическо развитие. Общата визова политика, както и облекчаването на визовите режими в рамките на ЕС и спрямо трети страни, също имат позитивно политическо влияние върху развитието на сектор „пътуване и туризъм“. Реализирането на потенциала на българските туристически райони е в пряка зависимост от съответствието на провежданата туристическа политика с тази в по-широкия европейски контекст – „стимулиране на конкурентоспособността на сектора; насърчаване развитието на устойчив, отговорен и висококачествен туризъм; консолидиране на европейския туристически имидж и профил; и оптимизиране на потенциала на политиките и финансовите инструменти на ЕС за развитие на туризма“ .

Силен положителен ефект върху развитието на националните политики в сферата на туризма има и членството на България и Румъния в различни международни туристически организации. Подобно членство обвързва националните политики с основните процеси на развитие в световен мащаб, осигурява по-добро позициониране на световния туристически пазар и подкрепя развитието на сектора.

За да се осигури устойчиво развитие на туристическия сектор, България и Румъния трябва да се справят с предизвикателствата на съвременната среда и конкуренцията, маркетинга,

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

съществуващите дефицити в управлението и правната рамка. Редица оценки и анализи в различни стратегически документи отбелязват необходимостта от повишаване капацитета на Министерството на туризма, но и на организациите за управление на туристическите райони (ОУТР), като фактор за регионалното развитие на туризма. Посочва се и проблема с недостиг на квалифицирани кадри както за цялата ни икономика, така и за туризма. Необходима е координация между частните и публичните институции в изграждането и поддържането на туристическата, техническата и информационната инфраструктури

2.1.1.2 Икономически фактори

Основни фактори, въздействащи върху развитието на туризма в глобален мащаб, са степента на икономически растеж и равномерността на икономическото развитие на страните. За периода 2013–2017 г. Брутният вътрешен продукт (БВП) на България на човек от населението нараства по-бързо, отколкото средният за ЕС - 50% от средния за ЕС през 2017 г. Сериозен проблем са междурегионалните различия на ниво NUTS 2. Показателят брутен вътрешен продукт (БВП) се колебае в големи граници. За 2013 г. разликата е повече от 40% - 7.07% за Северозападен район, до 47.27% за Югозападен район. Като цяло в национален план, но и на ниво NUTS2 има една и повече области, които значително изпреварват в развитието си останалите в същия район на ниво 2[15].

По показателя БВП на човек от населението, разликите между районите, както и вътрешните различия в тях също са отчетливи. За 2010 г. ножицата е в границите от 6 090 лв. до 17 013 лв., при средно за страната 9 924 лв. на човек от населението. В приетата за базисна 2013 г. тази пропорция се запазва, въпреки че за целия изследван период (2010-2017 г.), абсолютната стойност на показателя при всички райони от ниво 2 се увеличава. Независимо от това обаче, българските райони, с изключение на Югозападния, остават на последните места в ЕС по този показател.

По данни от анализа на социално-икономическото развитие на България, по отношение цялостното икономическо развитие, директният принос на българския туризъм към икономиката на страната за 2017 година е бил 3,1 млрд. лв. – 3,1% от БВП. Общият принос на туризма е покривал 11,5% от БВП (11,4 млрд. лв.). Към същата година, секторът е поддържал 90 хил. работни места – 2,9% от националната заетост. Общият принос на сектора се е изразявал в 10,7% от заетостта или 335,5 хил. работни места. Инвестициите в сектора са били на стойност 1,45 млрд. лв. – 7,4% от общите инвестиции през 2017 г.

[15] Пак там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Прогнозата за възходящо развитие на всички коментирани аспекти през следващите 10 години е обоснована, изключвайки ефектите от пандемичната криза. По-подробно тези данни се разглеждат в последствие, в рамките на настоящия анализ.

По отношение на тенденциите на развитие на туризма основни фактори са степента на икономически растеж и равномерността на икономическото развитие на страните. Според прогнозите на Международният валутен фонд средният икономически ръст за следващите 6 години в страните с развити икономики ще се колебае в диапазона от 0.8% до 2.1%. Тази прогноза е между 4.1% и 4.4% за развиващите се икономики. Като част от ЕС България и Румъния са пряко свързани с функционирането на единия пазар. По данни на ЕК, икономическият ръст в ЕС е отбелязал спад с 6% за 2020 г. при инфлация от 0,7%. Прогнозата обаче е за позитивен ръст през 2021 г. от 4,8% и 4,5% през 2022 г.. По същите данни растежа за България е съответно 4,6 и 4,1%, а за Румъния – 7,4 и 4,9%. Тясната обвързаност на пазарите, механизмът за възстановяване и устойчивост и засиленото сътрудничеството са предпоставка за траен икономически растеж и неговото позитивно отражение върху сектора туризъм.

Равнището на финансова стабилност на българската и румънската икономики оказват силно влияние върху развитието на туризма и туристическата индустрия и имат пряко отношение към благосъстоянието на населението, равнището на доходите и склонността към потребление на туристически продукти и услуги. Наличието на финансов ресурс и достъпа до кредитиране, както и стабилността на банковия сектор, са значително по-високо оценени в The Global Competitiveness Index, отколкото тези в Румъния. Резултатите са значително по-високи спрямо общата оценка за страната, докато за Румъния те са сходни с общата оценка.

2.1.1.3 Екологични фактори

Всички международни доклади и оценки посочват като едни от основните предизвикателства пред туристическата индустрия факторите, свързани с измененията в климата, както и по изчерпването, устойчивото управление и запазването на природните ресурси и дадености.

Последиците от глобалното затопляне са пряко свързани със значителни климатични промени, както е посочено в анализите на Междуправителствения комитет по изменение на климата[16]. Основните ефекти в глобален мащаб са свързани с покачване морското

[16] https://www.ipcc.ch/srocc/download/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

равнище, повишаване на средните температури, горещи вълни и зачестяване на пожари в Централна и Югоизточна Европа. Това има пряко отношение към редица сектори на икономиката (специфично селско стопанство, горско стопанство, енергетика и туризъм) в глобален и регионален план, както и по отношение преодоляване на щети от различни природни катаклизми.

Въпреки сравнително слабото въздействие на климатичните изменения върху България и Румъния, въпросите за устойчиво управление на екологичните ресурси, контрол върху вредните емисии са ключови за развитието на българската и румънската икономика, особено в контекста на европейската зелена сделка и плановете за възстановяване и устойчивост. Политическите решения ще засегнат пряко сектор „пътуване и туризъм“ и в двете държави.

2.1.1.4 Социо-културни фактори

Социо-културните фактори имат значително влияние върху поведението на туристите и цялостното потребление на туристически продукти. Демографските промени – брой и структура на населението, увеличение на доходите, промени в начина на живот – мобилност, урбанизация, миграция, навлизане на модерни технологии, промени в образователната, здравната и културната система са сред основните фактори, влияещи върху развитието на сектора. В този смисъл, туристическите продукти и тяхното маркетиране следва да бъдат съобразени с променящите се условия по отношение на споменатите фактори. Наблюдава се сериозен ресурс за развитие на алтернативни форми на туризъм с оглед застаряването на европейското население, което налага и свързано развитие на здравната система. Включване в общо европейски културни инициативи, с оглед образователната структура на ЕС, също предпоставя огромен потенциал за налагането на България и Румъния като туристически дестинации не само в ЕС, но и в световен план.

Същевременно обаче редица демографски тенденции имат силно негативно въздействие върху конкурентоспособността на сектора и потенциала му за устойчиво развитие. Застаряването на населението, ниската образователна (професионална) квалификация на работната сила, високата безработица, високата престъпност и колебаещата се политическа стабилност в региона са част от негативните фактори, отразяващи се на сектор „пътуване и туризъм“.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Тези демографски тенденции са отразени в актуализираната Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г. и в стратегията за развитие на туризма в Румъния. Измененията са свързани предимно с мотивацията и предпочитанията на туристите. Близки пътувания, намален престой, но по-чести пътувания, търсене на по-високо качество на туристическите продукти са част от отбелязаните промени[17]. Навлизането на модерните технологии също предпоставя промени в очакванията и поведението на туристите. Формулира се образът на „онлайн“ туристите - „нетърпеливи, любознателни, комуникативни, с ярко изразена индивидуалност, активни потребители на информация в интернет“ [18]. Подобни изменения имат пряко отношение към повишаване броя на туристическите оферти, създаването на специализирани туристически продукти, които са пряко насочени към индивидуалните предпочитания на клиентите.

2.1.1.5 Технологични фактори

Технологичните фактори имат пряко въздействие върху обществените и икономически процеси. Интензивното развитие на информационното общество и дигиталната икономика се отразява върху развитието на туристическата индустрия и пътуванията, като се отразяват и върху мотивацията на избора и начина на прекарване на свободното време. Основните фактори, които имат отношение към сектора, са научните открития и иновациите, развитието на информационните и комуникационни технологии (ИКТ), както и развитието на транспорта.

Ковид-19 кризата ускори процеса на разработване, внедряване и разширяване на нови технологии в различни туристически продукти и предлаганите услуги. Въпреки това, темповете на развитие на ИКТ в двете регионалните икономики изостават значително спрямо средното за ЕС.

Все още значително изостава развитието на транспортната инфраструктура спрямо по-развитите икономики в ЕС. Целенасочените инвестиции в интернет комуникации и разработването на продукти в дигитална среда, както и развитието на модерна транспортна мрежа е от ключово значение за налагането на региона като привлекателна туристическа дестинация.

[17] Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030г. - https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf
[18] Пак там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фактори от нормативно-правен и стратегически характер

Политиката в сектор „пътуване и туризъм“ към този момент се регулира от десетки международни пактове, конвенции и декларации. Това тяло от регулативни документи има пряко и косвено въздействие върху условията за развитие на сектора, основните тенденции и перспективи за растеж.

Същевременно като част от икономиката на двете страни с относително висок дял от нея, туризмът попада в обхвата на множество други законодателни актове и стратегически документи. Подробно всички релевантни политически, законодателни и стратегически документи са описани в началото на ситуационния анализ.

Като позитивна характеристика отново може да се посочи синхронизацията на българското и румънското със законодателството на ЕС.

2.1.2 Анализ на вътрешната среда

2.1.2.1 Туристико-географско положение на продукта

В България и Румъния има ясно обособени четири годишни сезона и сравнително по-мек климат спрямо този на Централна, Източна и Северна Европа, което е добра предпоставка за развитието им като целогодишна дестинация.

Териториалният обхват на маршрута се намира в сравнително гъсто населените, но по-слабо урбанизирани части на Европа. Тази особеност определя по-ниска мобилност на населението в региона с цел рекреация и туризъм, както и по-ограничен мащаб на туристическите миграции в сравнение с тези в Западна, Южна и Централна Европа.

Демографското развитие в трансграничния регион сочи тенденция към обезлюдяване и застаряване, особено в селските райони, в които естественият прираст е отрицателен, има ниско ниво на раждаемост и високо ниво на смъртност. Това положение е съчетано с миграцията на квалифицираната работна сила към градските центрове извън трансграничния регион и подчертана тенденция към окончателна миграция (особено в българската част)[19].

Съвместен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ (разширен) е с дължина 743 км, като началната и крайна точка е гр. Велико Търново - България, включените точки

[19] **Източник: Обща стратегия за устойчиво териториално развитие на трансграничен регион Румъния-България**

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

по маршрута са: гр. Горна Оряховица, гр. Плевен, гр. Кнежа, гр. Белоградчик и гр. Видин в България и гр. Калафат и гр. Крайова в Румъния.

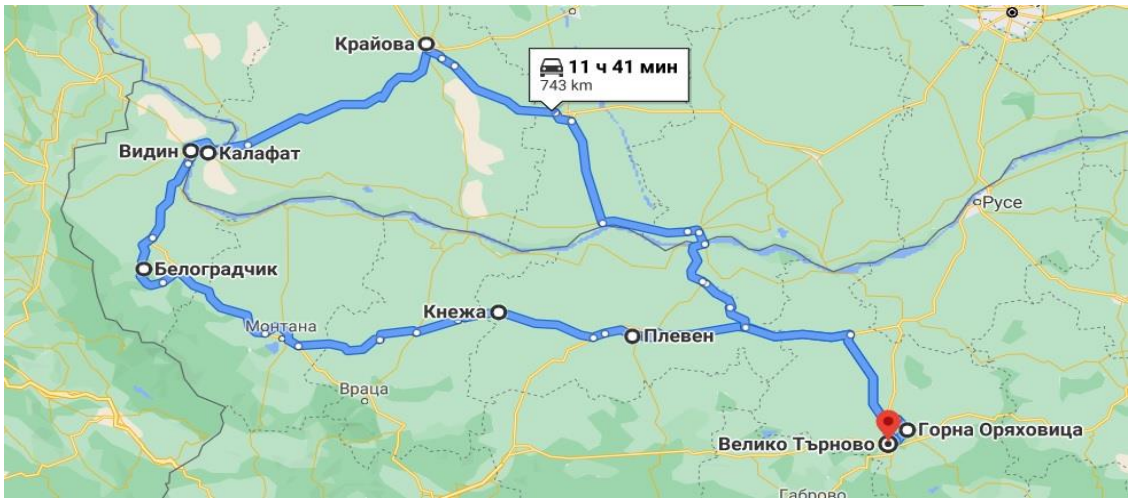
Маршрутът и неговата пътна инфраструктура пресича следните области в България и окръзи на територията на Румъния:

Области България: Видин, Монтана, Враца, Плевен (попадащи на ниво NUTS2 Северозападен планови регион и Велико Търново (ниво NUTS2 Северен централен планови регион).

Окръзи в Румъния: Долж, Олт (попадащи на ниво NUTS2 Регион Югозападна Олтения) и Телеорман (ниво NUTS2 Регион Мунтения-юг).

Граничните точки, които свързват двете части на маршрута, от двете страни на границата, са определени така, че максимално да се възползват от транспортната свързаност между двете държави. Тези гранични точки са следните, от запад на изток: Калафат (Долж) – Видин и Турну Мъгуреле (Телеорман) – Никопол.

Карта 1 на Разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“[20]



[20] Източник: Доклад 4 разработен от „Юпитер ТС“ ЕООД, по Договор № 03-05-01/05.03.2020, като част от проект ROBG-576 „Изкуство и култура – общи трансгранични активи в подкрепа на устойчивото развитие на туризма“

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Трансграничният регион се намира под влиянието на четири важни града: столицата на Румъния - Букурещ, столицата на България - София, столицата на Сърбия - Белград и Истанбул – най-важният търговски център на Турция.

Характеристика на региона са седемте пристанищни двойки градове: Калафат - Видин, Бекет - Рахова, Турну Мъгуреле - Никопол, Зимнич - Свищов, Гюргево – Русе, Олтеница - Тутракан, Кълъраш - Силистра.

Трансграничният регион Румъния – България е достъпен през плавателната река Дунав, част от VII-ми общоевропейски транспортен коридор. Той се пресича от два коридора TEN-T, свързващи Централна и Северна Европа с югоизточната част на континента и Близкия изток.

Главните дунавски пристанища на румънско-българската граница са: Калафат, Турну Мъгуреле, Гюргево, Олтеница, Кълъраш в Румъния и Видин, Лом, Оряхово, Свищов, Русе, Силистра в България. Това са точки, които дават достъп на туристите до разработения маршрут, позволяващи и еднодневни посещения в Букурещ, Русе, Свищов, Велико Търново.

Регионът се обслужва от 3 международни летища в Румъния: Констанца (приемащо през лятото полети от Париж, Страсбург, Люксембург, Бергамо, Пиза), Крайова (полети от Лондон, Кьолн/Бон, Бергамо) и Букурещ-Отопени, намиращо се най-близо до границата. В България, най-близките летища са в София и Варна. Гъстотата на пътната и железопътната мрежа в двете държави е много под средното европейско ниво от 93 км./100 кв.км., като това ги поставя на последните две места сред мрежите в Европейския съюз. От анализа на качеството на пътната и железопътната инфраструктура и на транспортните услуги в двете държави е видно, че те се намират по-назад в европейската класация, въпреки че наземният транспорт има най-голям дял както в Румъния, така и в България.

Начална точка на разработения маршрут е гр. Велико Търново, който е добре обслужван от национални пътни, железопътни, междуградски автобусни мрежи и четири международни летища. Освен това е добре свързана с пешеходни пътеки за дълги разстояния, велосипедни маршрути и реки. Централното местоположение на града в България, осигурява относително лесен достъп от всички части на България и Румъния. Градът е свързан с Европа чрез международните транспортни коридори на ЕС, като е част от основните и всеобхватни трансевропейски транспортни мрежи (TEN-T) по отношение на пътните и железопътните връзки. В международен план Търново се радва на пътни и

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

железопътни връзки директно до Турция и към европейския континент, през Румъния на север (два речни прехода), през Сърбия на запад (и нататък до Хърватия, Австрия и др.) и Гърция на юг, с по-нататъшни фериботни връзки до Италия, Франция и др.

Националната пътна мрежа свързва Велико Търново с всички големи градове в страната, включително Варна, София, Пловдив, Русе и Бургас. Районът на града се обслужва от две национални магистрали, определени като част от Трансевропейската пътна мрежа (TERNS).

Международни пътни връзки са изградени с Гърция на юг (два прелеза), Турция на изток (директно до Истанбул) и от останалата част на Европа през три основни маршрута: през Сърбия по магистрала, свързваща го директно с Австрия, Унгария и Италия, през Румъния от Дунав мост - при Видин-Калафат, международен мост при Русе-Гюргево и фериботни връзки Никопол и Оряхово.

Железопътни гари: Местните железопътни гари - Велико Търново и Горна Оряховица, осигуряват достъп до българската национална железопътна мрежа и по този начин директни железопътни услуги до всички части на страната, включително директни международни услуги до Истанбул, Букурещ и Атина, с директни връзки на целия континент, включително, inter alia, Виена, Будапеща и Киев.

Воден (речен) транспорт: Главните дунавски пристанища на румънско-българската граница са: Калафат, Турну Мъгуреле, Гюргево, Олтеница, Кълъраш в Румъния и Видин, Лом, Оряхово, Свищов, Русе, Силистра в България. Те са важни както за товарния транспорт, така и за туристите.

Предимство за туристическите обекти от маршрута е наличието на мост или ферибот за преминаване на река Дунав. Функциониращи фериботни връзки има при: Лом – Раст; Оряхово –Бекет; Никопол/Сомовит - Турну Мъгуреле.

Въздух: Международните въздушни пътувания до Велико Търново могат да се извършват през пет международни летища, разположени в София, Пловдив, Варна, Крайова и Букурещ. Всяко от тези летища е на около три часа път с кола, което е сравнимо с много пътувания от врата до врата в по-големите градове и региони в цяла Европа. Тези летища осигуряват адекватен достъп както за пътувания през уикенда, така и за по-дълъг престой.

Колоездене: През 2009 г. е завършена инициативата „Дунавски велосипеден път“, осигуряваща определен велосипеден маршрут (EV6) от Атлантика до Черно море, минаващ по цялата дължина на Дунав в България/Румъния. Дунавският велосипеден път преминава през северната част на област Велико Търново и обхваща областите Видин, Враца и

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Монтана. Маршрутът EV6 е начертан на картата на Румъния повече от 20 години. За съжаление този маршрут няма физическа инфраструктура (по отношение на сигнализация, маркировка, връзки, възможности за настаняване).

Разходка: Съществува мрежа от пътеки за дълги разстояния в цяла България, включително през и около разработения съвместен туристически маршрут, които от своя страна са свързани с европейски пътеки за дълги разстояния (напр. Старопланинската пътека от София до Черно море минава през област Враца и Велико Търново, както и дунавски пешеходен маршрут, успореден на гореспоменатия колоездачен маршрут). Те са възстановени през последните години с нови надписи, нови и подобрени карти и настаняване за туристи. Много от тях се подобряват допълнително.

Туристико-географското положение в тесен смисъл се определя като пространственото отношение между местата на формиране на туристическото търсене и местата на неговото задоволяване[21]. Това предполага да се оцени отдалечеността на разработения маршрут от основни центрове, генериращи туристическото търсене, каквито са по-големите градове в България и Румъния.

Таблица 1 Достъпност на включените градове в маршрута до по-големи градове в България и Румъния (разстояние и време за пътуване с автомобил)[22]

	В. Търново	Видин	Монтана	Враца	Плевен	Горна Оряховица	Никопол	Кнежа	Белоградчик	Калафат	Крайова	Т. Мъгуреле
София	219 км.	193 км.	110 км.	111 км.	160 км.	228 км.	217 км.	150 км.	169 км.	214 км.	335 км.	223 км.
	2.40 ч.	3.13 ч.	1.59 ч.	1.13 ч.	2.08 ч.	2.57 ч.	2.46 ч.	2 ч.	2.50 ч.	3.29 ч.	4.47 ч.	3.29 ч.
Бургас	216 км.	600 км.	445 км.	477 км.	333 км.	223 км.	339 км.	377 км.	583 км.	618 км.	466 км.	345 км.
	2.29 ч.	6.20 ч.	5.39 ч.	4.33 ч.	4.01 ч.	2.28 ч.	4.12 ч.	4.31 ч.	6.3 ч.	6.47 ч.	6.37 ч.	4.56 ч.
Варна	222 км.	508 км.	423 км.	403 км.	299 км.	214 км.	305 км.	343 км.	491 км.	493 км.	410 км.	311 км.

[21] Състояние и тенденции в предлагането и търсенето на места за настаняване в Северозападния район на България, В. Маринов и М. Жулева, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“ София, 2020
[22] Източник: https://www.google.bg/maps

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	В. Търново	Видин	Монтана	Враца	Плевен	Горна Оряховица	Никопол	Кнежа	Белоградчик	Калафат	Крайова	Т. Мъгуреле
	2.44 ч.	6.44 км.	5.33 ч.	5.10 ч.	3.43 ч.	2.38 ч.	3.55 ч.	4.15 ч.	6.26 ч.	5.34 км.	5.34 ч.	4.40 ч.
Русе	107 км.	358 км.	273 км.	253 км.	149 км.	101 км.	135 км.	193 км.	341 км.	307 км.	224 км.	142 км.
	1.30 ч.	4.52 ч.	3.41 ч.	3.15 ч.	1.55 ч.	1.25 ч.	2.04 км.	2.25 км.	4.33 ч.	4.21 ч.	3.20 ч.	2.53 ч.
Букурещ	183 км.	327 км.	348 км.	328 км.	224 км.	176 км.	144 км.	268 км.	381 км.	317 км.	233 км.	136 км.
	3.03 ч.	4.53 ч.	5.20 ч.	4.59 ч.	3.32 ч.	3.03 ч.	3.14 ч.	4.01 ч.	5.39 ч.	4.37 ч.	3.31 ч.	2.25 км.
Тимишоара	704 км.	336 км.	425 км.	461 км.	549 км.	698 км.	475 км.	502 км.	390 км.	326 км.	338 км.	470 км.
	9.11 ч.	5.12 ч.	6.35 ч.	6.59 ч.	8.23 ч.	9.03 ч.	7.34 ч.	7.37 ч.	6.01 ч.	5.00 ч.	5.06 ч.	6.58 ч.
Брашов	373 км.	357 км.	446 км.	464 км.	365 км.	365 км.	290 км.	409 км.	411 км.	347 км.	261 км.	282 км.
	5.56 ч.	5.56 ч.	7.17 ч.	7.43 ч.	5.48 ч.	5.35 ч.	5.35 ч.	7.02 ч.	6.45 ч.	5.41 ч.	4.35 ч.	4.48 ч.
Плоещ	243 км.	352 км.	409 км.	389 км.	285 км.	237 км.	210 км.	329 км.	406 км.	342 км.	256 км.	196 км.
	4.08 ч.	4.52 ч.	6.18 ч.	5.56 ч.	4.32 ч.	4.03 ч.	3.48 ч.	5.05 ч.	5.46 ч.	4.41 ч.	3.36 ч.	3.10 ч.

В таблицата е представено разстоянието между основните точки по маршрута и големите градове в двете държави, както и времето, което отнема пътуване с автомобил.

По-долу се визуализира възможността отделни точки от маршрута да се изберат за начална точка на маршрута чрез привличане на туристи от големите градове в двете страни. Критерият за определяне на град, от който е възможно привличане на туристи, е време за предвиждане с автомобил до 3 ч., критерии при избор на дестинация от туристи за по-дълги пътувания от 7 дни.

Велико Търново: Русе, Букурещ, София, Бургас и Варна.

- ✓ Видин: София.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

- ✓ Монтана: София.
- ✓ Враца: София
- ✓ Плевен: Русе, Букурещ и София
- ✓ Горна Оряховица: Русе, Букурещ, София, Бургас
- ✓ Никопол: Русе
- ✓ Кнежа: София и Русе
- ✓ Белоградчик: София
- ✓ Турну Мъгуреле: Букурещ и Русе.

Калафат: най-отдалечената точка от големите градове в двете страни, точка с най-нисък потенциал за привличане на туристи от големите градове, като начална точка от маршрута.

Крайова: една от най-отдалечените точки от големи градове, но точка с международно летище.

От изнесените данни може да се изведе заключението, че в трансграничния регион Румъния – България пътищата от републиканската пътна мрежа са недостатъчно развити.

2.1.2.2 Туристическото райониране

През 2015 г. България приема Концепция за туристическо райониране на страната. Нейната цел е да подпомогне формирането на регионални туристически продукти и осъществяването на регионален маркетинг и реклама. Документът обособява 9 туристически райони:

Район Дунав, включващ 67 общини;

Район Стара планина (32 общини);

Район София (23 общини);

Район Тракия (35 общини);

Район Долината на розите (19 общини);

Район Рила-Пирин (23 общини);

Район Родопи (27 общини);

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Район Варненско Черноморие (25 общини);

Район Бургаско Черноморие (13 общини)

Всеки район е с определена туристическа насоченост, разделена на основна и разширена специализация, като за районите Дунав и Стара планина (през чиито територията преминава съвместният интегриран маршрут), насочеността е:

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 2 Туристически райони с определена туристическа насоченост България

Район Стара планина	**Основна специализация**	**Разширена специализация**
	Планински и екотуризъм	1.Планински пешеходен и рекреативен туризъм
		2. Приключенски и екотуризъм
		3.Културно-исторически, фестивален и творчески
		4. Селски туризъм
		5.Религиозен и поклоннически туризъм
		6. Планински Ски туризъм
Район Дунав	**Основна специализация**	**Разширена специализация**
	Културен и круизен туризъм	1. Културно-исторически туризъм
		2. Речен круизен туризъм
		3. Приключенски и екотуризъм
		4. Градски развлекателен и шопинг туризъм
		5. Винен и кулинарен туризъм
		6.Религиозен и поклоннически туризъм

Стратегическият замисъл на целевия маршрут изцяло съответства на стратегическите насоки за развитие на туризма, представени в концепцията.

Район Стара Планина обхваща цяла Стара Планина, като включва части от 10 административни области – Монтана, Враца, Ловеч, Габрово, Велико Търново, Търговище, Сливен, Шумен, Бургас. На север граничи с туристическият район – Дунавски, на юг – Софийски и Долината на розите, на изток – Сърбия и на запад с двата черноморски района – Варна и Бургас.

В разширения съвместен интегриран туристически маршрут са включени обекти от общините Велико Търново и Горна Оряховица от Старопланински туристически район.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Район Дунав е териториално най-голямата туристическа дестинация в страната. В разширения съвместен интегриран тематичен маршрут са включени обекти от общините - Видин, Белоградчик, Кнежа и Плевен.

В Концепцията за туристическото райониране на България е заложено всеки туристически район да има обособен център, който е избран въз основа на редица критерии:

✓ централно географско положение и удобна транспортна достъпност в рамките на района;

✓ възможност за административно взаимодействие (поради което за центрове са предложени предимно областни центрове);

✓ достатъчно високо ниво на реално туристическо развитие (развитият туристически център поема лидерска роля при управлението на целия район).

Гр. Велико Търново е обявен като точка на управление на район Стара планина, така че разработеният маршрут в бъдеще би могъл да ползва непреките маркетингови ефекти от това.

Румъния

През 2006 г. Румъния приема Генерален план за развитие на туризма в Румъния (2007 - 2026), който има за цел да идентифицира слабостите в румънската туристическа индустрия и да предостави стратегически насоки за това как тя може да бъде преструктурирана, обезпечена и регенерирана, за да се конкурира ефективно на световния пазар. Този план представлява обща политика, която включва различни стратегии, описани така, че да оптимизират приноса на сектора за националната икономика.

В Генералния план са очертани 6 ареала с потенциал за туристическо развитие, които също не покриват цялата територия на страната. Тези ареали са определени като приоритетни за развитието на туризма, въз основа на наличните туристически ресурси и атракции, анализ на достъпността и състоянието на инфраструктурата. Те са наречени „клъстери", но нямат очертани граници и не става ясно дали са съобразени с административното деление. За всеки от тях са изведени водещи видове туризъм:

1) Букурещ - културен туризъм, MICE (срещи, конгреси и изложби) и забавления;

2) Трансилвания - културен, природен, екотуризъм, здравен, ски и приключенски туризъм;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

3) Черноморско крайбрежие - морска рекреация, културен и здравен туризъм, морски круизи;

4) Буковина - културен туризъм, екотуризъм, природно-познавателен, уелнес, ски и приключенски туризъм;

5) Марамуреш - културен, природен, екотуризъм, ски и приключенски туризъм;

6) Дунавската делта - природен, екотуризъм, речни круизи и забавления.

В документа са подчертава, че всеки клъстер разполага с широк набор от възможности за туризъм, като в рамките на отделните видове туризъм могат да се предложат разнообразни тематични програми и маршрути.

От 2018 г., в Статистическите доклади[23] на НСИ - Румъния за състоянието на туризма, се разширява списъкът на туристическите райони, както следва:

✓ Букурещ - столица на Румъния - най -големият политически, индустриален, административен, културен, научен и туристически център на страната;

✓ Карпатите - поради своята ширина, лесен достъп, оригинални и красиви планински пейзажи, богати минерални извори и много възможности за зимни спортове, представлява най-големия и най-сложния туристически район на страната;

✓ Румънското крайбрежие на Черно море - разположен е на 245 км дължина, с делтата на Дунав и лагунния комплекс Разим-Синое на север, докато на юг, на около 70 км, се намира самият морски бряг;

✓ Делтата на Дунав - намира се в северната част на румънското крайбрежие, на 122 км от Констанца. Това е много обширна зона от водни лилии, месоядни и земноводни растения, тополови гори и плачещи върби;

✓ Северна Молдова, Буковина или „Планините на Млдова“ – известен е на международно ниво поради своите манастири и църкви във Воронеш, Молдова, Сучевица, Хумор, Арборе, Драгомирна, Путна и др.;

✓ Марамуреш - Оаш - тази област представлява един от най-оригиналните исторически и етнографски региони на страната;

✓ Олтения - много важен туристически район, разположен между Южните Карпати и

[23] https://insse.ro/cms/en/content/romanian-tourism-statistical-abstract

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Дунав;

✓ Трансилвания - известен като такъв от римското завладяване, това е географски регион на Румъния, разположен вътре в Карпатската арка;

✓ Централна Молдавия - това е румънският исторически район, разположен на изток от Източните Карпати;

✓ Дунав - от древността е комуникационен канал между Централна Европа и Балканския полуостров.

✓ Банат - този древен район на обитаване и регион на румънската култура, се намира в югоизточната част на Румъния, между Дунав, река Муреш и веригата Южни Карпати.

Стратегическият замисъл на интегрирания туристически продукт, включващ съвместен туристически маршрут „Изкуство и култура“, изцяло съответства на концептуалните насоки за развитие на туризма в двете страни.

2.1.2.3 Туристически ресурси

Настоящият раздел представя туристическите ресурси в трансграничен регион България – Румъния и в частност на териториите на общините - Велико Търново, Горна Оряховица, Плевен, Кнежа, Белоградчик и Видин, в България и окръг Долж в Румъния, по отношение на:

❖ Културно – исторически ресурси;

❖ Културни – ресурси;

❖ Парковете и градините в градска среда;

❖ Природни – туристически ресурси;

❖ Фестивали и събития;

❖ Туристически маршрути.

Изготвеният анализ е разработен от гледна точка обогатяване на продуктовата палитра на интегрирания туристически продукт, включващ съвместни интегрирани тематични маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен), разработен при изпълнение на Договор № 03-05-01/05.03.2020 с предмет „Разработване на съвместен интегриран тематичен маршрут “Изкуство и култура“. Разглежданият целеви регион обхваща три области в България – Велико Търново, Плевен и Видин, и 1 окръг в Румъния – Долж.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Развитието на културния туризъм през последните десетилетия е най-силно засегнато от процесите на глобализация и технологичния напредък в сферата на логистиката и информационните технологии. Като резултат, това води до настъпване на качествени и количествени изменения, които променят облика и характера на тази форма на туристически дейности. В условия на глобално общество в XXI век, понятия като „близък" и „далечен", „чужд" и „неизвестен", размиват своето значение и приемат нови форми на съдържание като „автентичен", „специфичен", „уникален", които кореспондират в по-пълна степен с новата реалност. Информационната и логистична достъпност на всяка точка и място на света променят цялостното светоусещане и възприятие на пътуващия, а той, на свой ред, търси нови форми и проявление на своето туристическо преживяване. Тази сравнително нова потребност на търсенето намира ответен отговор в засилващата се степен на специализация и диверсификация на туристическото предлагане.

През последното десетилетие се провежда интензивна регионална политика на държавно и европейско ниво, насочена към популяризиране на културно-историческото наследство на страните от трансграничен регион Румъния – България, като общ, споделен ресурс, носител на ценна общоевропейска стойност и доказателство за драматичното историческо минало и развитие на региона.

Развитието на туризма традиционно се свързва с развитието на културата.

Материалното (напр. исторически сгради, паметници, църкви) и нематериалното културно наследство (напр. традициите) на една страна може да привлече широк спектър от посетители. Уникалните културни характеристики на даден регион служат като база за формиране на предлагането в сферата на културата и са необходими на местната общност, но едновременно с това те допринасят и за повишаване на туристическата му конкурентоспособност.

Трансграничният район България - Румъния е богат на културно-историческо наследство от всички епохи: артефакти от палеолита и неолита, археологически, архитектурни, етнографски и религиозни обекти, паметници на тоталитарното и съвременното изкуство.

Културният туризъм създава предпоставка за обвързването му с други видове туризъм. Регионът, в който е разработен интегрираният тематичен туристически маршрут, има развити форми на природен туризъм, винен туризъм, поклоннически и религиозен туризъм, вело туризъм, събитиен туризъм, приключенски туризъм и т.н.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Община Велико Търново[24]

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ от община Велико Търново са включени, както следва:

- ❖ Художествена Галерия „Борис Денев“.
- ❖ Мултимедиен посетителски център "Царевград Търнов".
- ❖ Самоводска чаршия.
- ❖ Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов".

А) Културно – исторически ресурси

През 1955 г. град Велико Търново е обявен за архитектурно-музеен резерват. Състоянието на културно-историческото наследство на Стария град днес е в резултат на продължителни над 100-годишни усилия за неговото спасяване и опазване.

Конвенцията за опазване на Световното културно и природно наследство (1972 г.) дава основания да се счита, че ценностите на Стария град притежават необходимата „изключителна общочовешка стойност“ и ако не изцяло, то определени негови обекти или зони от територията му, заедно с природната рамка, могат да бъдат номинирани и включени в Листата на Световното културно наследство.

Регионът притежава богато културно-историческо наследство, с исторически и културни забележителности и артефакти, крепости, църкви, манастири.

Индикативната листа на Р. България за световни паметници на ЮНЕСКО включва **Древният град Никополис ад Иструм**[25] край село Никюп, община Велико Търново.

Крепостта Царевец, Велико Търново се намира на едноименния хълм в старата част на Велико Търново и е превърната в архитектурно-музеен резерват. В него се намират реконструираният царски дворец с неговите тронна зала, дворцова църква и царски покои. Над двореца, на самия връх на хълма, се намира и възстановената Патриаршеска църква. Тя впечатлява с мащаба и уникалната си архитектура, а иконописите ѝ пресъздават възхода и залеза на Второто българско царство. На територията на музейния резерват

[24] Източник: План за интегрирано развитие на Община Велико Търново 2021 -2027 https://veliko-turnovo-next7.eu/ и Стратегия за развитие на културата в Община Велико Търново - https://www.veliko-tarnovo.bg/media//filer/2020/06/01/strategia-kultura-vt.pdf
[25] https://whc.unesco.org/en/statesparties/bg

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

може да се види и Балдуинова кула, която е реставрираната по подобие на запазена средновековна кула от крепостта Червен, намираща се близо до Русе. Най-голямата атракция на Царевец е нощният аудиовизуален спектакъл "Звук и светлина". На фона на музика, безброй разноцветни светлини, лазери и църковни камбани се разказва славната и трагична история на Второто българско царство.

Инфраструктурата на музейната дейност се представя от **Регионалния исторически музей (РИМ)**, който обединява множество отделни музеи (обособени експозиции) и музейни обекти. РИМ – Велико Търново разполага с около 134 000 музейни единици. С представителен характер е Архитектурно-музейния комплекс „Царевец".

Архитектурно-музейният резерват „Трапезица" е квартала-крепост на столичния Търновград, разположен северозападно от Царевец. От три страни е опасан от плавните меандри на река Етър (Янтра). Естествено защитен от високия скален венец, хълмът „Трапезица" имал здрави крепостни стени, които следват неговите извивки. Има площ от около 80 дка.

Археологическият музей също е с дългогодишни традиции в музейното дело и съхранява голям брой археологически паметници, илюстриращи хилядолетната история и култура на Великотърновския регион. Освен него, в град Велико Търново функционира и филиал на Националния археологически институт с музей при БАН, изпълняващ изследователски дейности.

Археологическият музей се намира западно от площад "Съединение", гр. Велико Търново. Изложените археологически паметници илюстрират хилядолетната история и култура на Великотърновския регион, като акцентът е поставен върху периода, когато градът е столица на българската средновековна държава.

Музеят „Възраждане и учредително народно събрание", Велико Търново е в сграда на стария турски конак, изграден през 1872 г. от големия възрожденски строител - майстор Колю Фичето. Представлява кръстовидна сграда с арковидно оформен вход от север. В него се помещава експозицията "Възраждане и Учредително събрание". **Музеят „Нова и най-нова история"** се намира в непосредствена близост до музея „Затвор" във Велико Търново. В една от залите му е експонирана временната изложба "Велико Търново и българската държавност". Водещата идея на изложбата е представянето на града като символ на приемствеността на българската държавност в първите десетилетия след Освобождението.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Музеят „Затвор", Велико Търново се намира южно от изградения през 1872 г., от майстор Колю Фичето, конак. Строителството на затвора започва около средата на XIX в. През 1854 г. той вече се използва по предназначение. Сградата е изградена изцяло от камък, с дебелина на стените 0,70–0,90 м. Постройката има един приземен и два горни етажа.

Музеят „Сарафкина къща", Велико Търново се намира на улица "Гурко" във възрожденската част на град Велико Търново. Построена е през 1861 г. Първоначално е предназначена за жилище и работно място на Димо Сарафина. По-известна е с името на съпругата му Анастасия, като къщата на Атастасия Сарафката или Сарафкината къща. През 1965 г. е обявена за паметник на културата с национално значение. От 1981 г. е музеен обект, в който се представят етнографски изложби.

Къщата-музей „Петко Р. Славейков" на родения във Велико Търново през 1827 г., известен възрожденец. Той е един от най-активните ръководители на борбата за независима българска църква. Участник е и в Руско-турската освободителна война през 1877 – 1878 г. Къщата е реставрирана през 1971 г.

Музеят „Константалиева къща" е един от най-забележителните и представителните паметници на жилищната архитектура в с. Арбанаси. Първоначалното ѝ изграждане се отнася към края на XVII в. В следващите столетия, жилищната сграда претърпява няколко преустройства, довели до сегашния ѝ вид.

Къщата-музей „Филип Тотю" се намира в махала „Гърците", в близост до с. Вонеща вода. Отстои на 40 км в южна посока от гр. Велико Търново. Легендарният български войвода Филип Тотю е роден на 10 април 1830 г. Сформира малка чета през 1854 г., с която извършва наказателни операции срещу османските власти.

Археологическият резерват „Никополис ад Иструм" се намира на 20 км. северно от Велико Търново. Разположен върху невисоко плато на левия бряг на р. Росица, градът е основан от римския император Марк Улпий Траян (98 – 117 г.), в чест на победата му над даките през 106 г..

Историческият музей – гр. Килифарево се намира на 11 км. южно от Велико Търново. Експозицията на музея е разположена в строена през първата половина на XIX в. сграда.

Саралиева къща е обект, който има общоисторически характер.

Етнографският комплекс „Осенарска река", Велико Търново е разположен в долината на р. Осенарска, в близост до махала „Гърците" до с. Вонеща вода. Отстои на 40 км. в

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

южна посока от гр. Велико Търново. В комплекса могат да бъдат видяни типичните за тази част от Балкана - жилищна постройка, действащи тепавица и воденица.

Музейните обекти в системата на РИМ – Велико Търново са:

„Архитектурно-музеен резерват „Царевец“ . В продължение на повече от две столетия Търновград е столица на Второто българско царство (края на XII – XIV в.). Той е центърът, в който се решават най-важните политически, религиозни, административни и културни въпроси в живота на средновековната държава.

Храмът „Св. 40 мъченици“, Велико Търново е построен и зографисан по волята на българския цар Иван Асен II, в чест на голямата му победа над епирския деспот Теодор Комнин, през 1230 г. В средата на XIII в. около храма се създава царският манастир „Великата лавра”. Знаменитата търновска църква е център на редица важни събития.

Храмовете „Св. Петър и Павел“ и „Св. Иван Рилски“. Храмът “Св. Петър и Павел”, Велико Търново се намира в северното подножие на хълма Царевец. Издигането му се свързва с акта на пренасяне на мощите на св. Йоан Поливотски в столичния Търновград, от цар Калоян, през 1204 г..

Църквата „Св. Иван Рилски” във Велико Търново е част от манастирския комплекс при **храма „Св. Петър и Павел”.**

„Шишмановата баня“ във Велико Търново е сред най-автентичните паметници на културата на Второто българско царство. Намира се в северното подножие на крепостта Царевец, между църквите „Успение Богородично” и „Св. св. Апостоли Петър и Павел”, на левия бряг на река Янтра, непосредствено до Владишкия мост. Тя е една от малкото добре запазени средновековни бани в България.

Храмът “Св. Димитър” във Велико Търново е разположен в източното подножие на крепостта Трапезица. Историческите сведения я свързват с обявяването на въстанието на братята Асен и Петър, довело до възстановяването на българската държава през 1186 г. Храмът “Св. Георги” е разположен в източното подножие на крепостта Трапезица. Представлява масивно изградена каменна постройка с размери 10,40 х 5,12 м. Във вида, достигнал до наши дни, храмът е изграден в началото на XVII в. В притвора му има запазени останки от два живописни слоя.

Храмът “Рождество Христово” в с. Арбанаси (Велико Търново) е издигнат през втората половина на XVI в. Зографията му е завършена през 1597 г. В рамките на тези близо девет

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

десетилетия възниква уникален стенописен ансамбъл, който няма равен в българските земи.

Храмът "Св. архангели Михаил и Гавраил" в с. Арбанаси представлява издължена по оста: изток-запад, масивна каменна постройка, покрита с двускатен покрив. Във вида, достигнал до наши дни, храмът е изграден в последната трета на XVII в. Преди това на същото място е съществувала по-ранна култова постройка, издигането на която е станало в края на XVI – началото на XVII в..

Храмът "Св. Димитър" - с. Арбанаси (Велико Търново) е изграден през 1621 г., върху основата на по-стара постройка от средата на XVI в., което го прави най-ранния култов паметник, издигнат в Арбанаси. От този период на съществуване на храма е запазена зография, илюстрираща житиен цикъл на Св. Георги.

Храмът "Св. Георги", Велико Търново се намира в югозападната част на с. Арбанаси. Представлява масивно изградена каменна постройка с размери 21 х 10,05 м, покрита с двускатен покрив. В този си вид църквата е издигната в края на XVII или началото на XVIII в. – между 1700 и 1709 г. Представени са иконографските цикли - Великите празници, Страстите Христови и Следпасхалния цикъл.

Църква "Св. Четиридесет мъченици", Велико Търново е най-известния средновековен български паметник във Велико Търново. Построена е и е стенописана от българския владетел Иван Асен II, в чест на голямата победа на българите при Клокотница над войските на епирския деспот - кир Теодор Комнин, на 22 март 1230 г. През XIII-XIV в. църквата „Св. Четиридесет мъченици" е била главна църква на манастира „Великата лавра", който се намирал в подножието на Царевец, на левия бряг на Янтра. Била е също и царска църква по време на Иван Асен II. Състои се от две части – продълговата базилика с шест колони, поставени в два реда, три полукръгли апсиди и един тесен притвор от запад, и от една пристройка, построена по-късно към западната и страна.

Паметникът Асеневци е посветен на царете Асен, Петър, Калоян и Иван Асен II. Построен е през 1985 г., при навършването на 800 години от въстанието на братята Асен и Петър. Мечът, около който са разположени четиримата Асеневци, символизира мощта и възхода на средновековна България.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Аудио - визуален спектакъл "Звук и светлина" (Хълм Царевец)[26] - целта на спектакъла е със средствата на музиката и ефектното осветление да се изгради един запомнящ се емоционален образ на хълма-крепост Царевец, събрал в себе си цялата историческа същност, величие и слава на древната престолнина Търновград – превърнал се в синоним на българския дух и национална гордост. Водещ елемент е специално написаната музика, с помощта на която се проследяват историческите събития и се характеризират техните невидими образи.

Интерактивната познавателна игра „Средновековни криминални загадки - Тайната на 9-те ключа“[27] предлага опознаване на крепостта Царевец по един необичаен, но атрактивен и забавен начин. Целта е всички участници да стигнат до финала на маршрута, като междувременно усвоят интересна историческа информация, по увлекателен начин. Играчите обикалят Царевец, разплитайки загадъчна средновековна история за съкровища, тайни, предателства и капани в сърцето на царския двор. Водени от размислите и дедуктивните прозрения на Великия царски примикюр, приключенците трябва да разгадаят различни загадки и да разкрият пазените в недрата на крепостта, тайни.

Паркът с миниатюри „Търновград – духът на хилядолетна България“[28] **-** във Велико Търново е първия по рода си в България парк-музей, с напълно реални миниатюри на знакови забележителности и обекти от цялата страната. Той се простира на площ от около 15 декара, в непосредствена близост до крепостта Царевец, под Балдуиновата кула. Изградени са 80 макета, в мащаб 1:25, на знакови исторически и природни забележителности от България. Сред тях са: крепостта Царевец и Паметникът на Асеневци във Велико Търново, храм-паметникът „Александър Невски” и сградата на Народното събрание в София, Античният театър в Пловдив, крепостта Баба Вида и др. Мястото е подбрано внимателно, тъй като се намира в близост до единствения паркинг за автобуси, откъдето ще минава и целият туристопоток в бъдеще.

[26] https://www.veliko-tarnovo.bg
[27] https://www.veliko-tarnovo.bg
[28] https://www.veliko-tarnovo.bg

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Б) Културни – ресурси

Регионална библиотека "П. Р. Славейков", Велико Търново. През ноември 1889 г. е създадена „Публична народна библиотека“ със свой печат, устав и правилник на базата на „Устав на дружество Развитие“ и Правилник към него. На 11 юли 1921 г. указ N 145 узаконява Народната библиотека във Велико Търново, създадена със Закон за народното просвещение, приет на Втората извънредна сесия на 19-то Обикновено народно събрание, 5 дни по-рано. В зданието на ефорията „Ангел Попов“, на ул.“Централна“ N 3, на 15 август 1922 г. се открива, третата (след София и Пловдив) в България, Народна библиотека във Велико Търново. С предписание N 18231 на Министерството на народното просвещение, от 1 септември същата година, за командирован директор на библиотеката се назначава Моско Москов. Днес, РНБ „П. Р. Славейков“ е най-големият обществен информационен център на територията на региона. Всеки гражданин има право да ползва библиотечните документи и услугите й, след регистриране като нейн читател.

Летен театър-парк "Марно поле" - Велико Търново. Летният театър е възстановен през 2013 г. и е разположен в парк „Марно поле”, в центъра на града. Разполага с 1470, амфитеатрално разположени, седящи места, отговарящи на всички изисквания, осигуряващи достатъчно пространство и добра видимост към сцената от всяка точка. Сцената на летния театър е с размери 11/19 м, представлява масивна площадка върху, която може да бъде изградена конструкция, отговаряща на всички изисквания на наемателите.

Изложбени зали "Рафаел Михайлов" се намират в центъра на град Велико Търново, на около 200 м северно от паметника "Майка България". В Изложбени зали "Рафаел Михайлов" се организират и провеждат международни, национални, колективни и индивидуални изложби, симпозиуми, пленери, търговски изложения и базари, концерти, конференции и др.

В) Парковете и градините в градска среда

В Търново се намира уникалната **Градина-сквер с паметник „Майка България“,** тя е декларирана за паметник на градинското и парково изкуство през 1990 г..

Парк „Света гора“ - хълмът Света гора представлява четиристенна пирамида срещу центъра на града и свършва с едно от най-живописните места на Велико Търново - парк „Асеновци“. В книжовните школи, помещаващи се на хълма, са написани много от известните ръкописи на Търновската книжовна школа.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Местността „Боруна“ - живописно изваяният, от завоя на река Янтра, хълм „Боруна“ е разположен в централната градска част и е сред най-впечатляващите и атрактивни гледки във Велико Търново. Приличащата на огромен кораб, природна забележителност остава незастроена чак до 20-те години на миналия век. Местността „Боруна“ е заобиколена от защитена зона „Река Янтра“ за опазване на природни местообитания и дива флора и фауна. Тя обхваща водното течение и бреговете на реката, а предмет на опазване са множество местообитания, растителни и животински видове, които могат да бъдат срещнати в района на „Боруна“.

Г) Природни – туристически ресурси

Хълмът "Трапезица" е разположен на противоположната страна на хълма "Царевец". Тези две формации се обясняват с топографска ерозия на почвата, причинена от река Янтра. "Трапезица" е характерен със своя неравен терен. Пейзажът, който се откроява заедно с останалата част на хълма, предава усещане за свобода, приключения, изобилие и дори опасност. Една романтична топографията. Археологически находки от 3000 г. пр. Хр. потвърждават, че този хълм е бил дом на стари цивилизации.

Резерват „Савчов чаир” *се намира в* землището на село Кладни дял, община Велико Търново. Резерватът е създаден, за да се запази високопроизводителна девствена букова гора. Това е единствената територия с добре опазени вековни букови гори, в района на Горското стопанство на Велико Търново. Средната възраст на буковите насаждения е 110-130 години, но сред тях се намират екземпляри със значително по-висока възраст, със запазени стебла, с ценни генетични качества, останали от минали поколения на гората. Средната височина на дърветата е 25 м. Интересен за науката факт е, че по-възрастни букови групи се срещат често и по възвишенията на пресечения терен от територията на резервата. Сред насажденията има групи и от други дървесни видове: габър, трепетлика, явор, шестил, череша и т.н. До обявяването на резервата местата под склона са били засадени с бял бор и смърч. Резерватът „Савчов чаир”, където растат типични за горските съобщества тревисти видове, е наречен „оазис” за опазване на генетичното растително богатство, останало в тази район до наши дни. В него постоянно обитават елени, сърни, диви свине, зайци, лисици, язовци, белки, дневни и нощни грабливи и пойни птици и други редки животни.

Защитена местност „Преображенски манастир”. Местоположение – село Самоводене, община Велико Търново. Обявява се с цел запазване на естествено находище на дървовидна леска в местността „Преображенски манастир”. Обхваща горите около

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

едноименния манастир, на 5-6 км северно от Велико Търново. Намира се в живописния пролом на р. Янтра, наречен „Дервента". Растителността е изключително богата, повлияна от специфичния климат. Съществуващото естествено находище на дървовидна турска леска е поставено под защита. В местността виреят различни видове липи, дъбове, габър, естил, клен, бряст, мъждрян, орех и др. Разнообразен е и светът на птиците – срещат се защитени видове като черен щъркел, египетски лешояд, бухал, мишелови, соколи, бързолети и др. В пещерите и скалните цепнатини обитават различни видове прилепи.

Защитена местност „Николински кладенец". Местоположение – местността Алтъновци, село Ветренци, община Велико Търново. Обявена за защитена с цел запазване на група вековни церови и дъбови дървета.

Защитена местност „Косово". Местоположение – село Балван, с. Ветренци, с. Ново село, община Велико Търново. Обявена с цел запазване на характерна дъбова гора.

Защитена местност – „Манастирското". Местоположение – село Къпиново, община Велико Търново. Обявена е с цел запазване на характерна дъбова гора.

Защитена местност – „Дервента", село Самоводене, община Велико Търново. Обявена е с цел запазване на характерна смесена широколистна гора.

Защитена местност – „Главите". Местоположение – село Войнежа, община Велико Търново, с. Дрента, с. Тодювци, община Елена. Обявена за буферна зона на поддържан резерват „Савчов чаир".

През 2012 г. със Заповед № РД – 359/04.05.2012 г. на МОСВ е обявена защитена местност „Река Веселина" с местоположение – с. Къпиново и с. Миндя и площ 98.62 ха.

Природна забележителност „Еменски каньон на река Негованка", с. Емен, община Велико Търново и с. Михалци, община Павликени. Обявява се с цел да се запазят характерни карстови образувания (пещери, скални ниши и др.), със специфична растителност и животински свят в района на Средния Предбалкан. В Програмата за опазване на околната среда Каньонът е описан по увлекателен начин.

Природна забележителност „Капиновски водопад", село Велчево, при Къпиновския манастир, община Велико Търново. Тази забележителност представлява водопад на река Веселина с височина на пада 4,5 м., разположен на 200 м. надморска височина с площ 0,2 ха около него. Реката е издълбала скалите, провира се през тесни завои и образува множество водопади, един от които е красивия Къпиновски водопад, под който е образуван

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

дълбок вир. Това е едно от любимите места за отдих и отмора на жителите и гостите на общината.

Природна забележителност Кая Бунар, с. Хотница, община ВТ. Представлява водопад и пролом на река Бохот, в местността „Кая Бунар", с височина на пада 17 м., разположен на 200 м. надморска височина с площ 9 ха около него. Районът на водопада обхваща извора и живописното дефиле на река Бохот с дължина 1600 м. и ширина по 25 м. от двете страни на венеца на скалата, отличаващ се с интересни скални образувания и забележителен изглед.

Природна забележителност Дрянков хълм, с. Пушево, община Велико Търново. Обявява се с цел запазване на уникално палеонтоложко находище с вкаменени останки от древни морски организми: корали, миди, охлюви, брахиоподи, морски таралежи, наутилуси.

Защитена зона „Остров Вардим – устие на река Янтра, област Велико Търново. Зона по Директива за местообитанията, която припокрива защитена зона по Директива за птиците. Включва защитена местност „Старият дъб". Зоната има голямо значение за опазване на редки растителни и животински видове и съобщества. Налице са разнообразни природни местообитания, алувиални гори, речни и смесени гори. Има естествена крайречна гора от дъбове, бряст, тополи и елша. Остров „Вардим" е третият най-голям остров в българския участък на р. Дунав. Защитената зона включва втори прилежащ остров. Зоната се обитава от 71 вида птици, от които 21 в Червената книга.

Защитена зона „Търновски височини". Защитена зона по Директива за местообитанията, която се допира до защитена зона по Директива за птиците. Зоната включва в себе си защитени местности.

„Преображенски манастир", „Дервента", „Божур поляна". Защитената зона се отличава с карстов ландшафт с множество пещери – 22 на брой. Важна зона е за опазване на много видове от безгръбначната фауна. Налице са 9 типа местообитания по Директива 92/43. Зоната се обитава от 38 защитени вида: прилепи, земноводни и влечуги, риби, безгръбначни, в т.ч. пеперуди, растения.

Защитена зона „Река Янтра", област Велико Търново. Защитена зона по Директива за местообитанията, която се допира до защитена зона по Директива за птиците. Зоната има голямо значение за опазване типовете природни местообитания, местообитания на видове и техните популации, включително панонски солени степи и солени блата, алувиални гори, еутрофни езера и др. Включва находище на обикновен сладник.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Защитена местност „Естествено находище на Кримска какула“ (в област Русе, с. Попско Косово), речен коридор на р. Янтра от гр. Габрово до устието на реката. То е заобиколено от обработваеми земи, ливади, крайречни върбови и тополови гори, сухи склонове, стари речни корита. Между Габрово и Велико Търново, реката преминава главно в каменисти каньони. Зоната се обитава от 51 защитени вида.

Д) Фестивали и събития

В община Велико Търново съществуват традиционни и утвърдени събития[29], които са ангажирани със съхраняването и популяризирането на нематериалното културно наследство от региона, страната и чужбина.

Петропавловския събор[30] – съвместна инициатива на Община Велико Търново, Община Горна Оряховица и Община Лясковец. Националният събор се провежда от 1993 г. на всеки две години, в навечерието на Петровден, в околностите на манастира „Св. Св. Петър и Павел”, намиращ се над град Лясковец и има характер на всенародни игри и надпявания. Съборът е форум на международно сътрудничество и сцена, на която са се изявявали гост-изпълнители от Унгария, Гърция, Италия, Дания, Сърбия, Словакия, Черна гора, Полша, Грузия, Молдова, Румъния, Турция и др. Гостували са най-популярните народни изпълнители като Илия Аргиров, оркестър „Хоро“, Калинка Згурова, Христина Лютова, Любка Рондова, Иван Дяков, Николай Славеев, Росица Пейчева, Николина Чакардъкова и др.

Националният фолклорен фестивал „Насред мегдана в Арбанаси”[31] се организира от Народно читалище „Иларион Драгостинов” – с. Арбанаси, община Велико Търново и кметство Арбанаси. Събитието е продължение на фестивала „Хоро сред село”, в село Арбанаси през 1987 и 1988 г., чийто организатор е Градската асоциация за култура и туризъм във Велико Търново. Провежда се на открита сцена всяка година в началото на юни.

Националният конкурс за хумористичен фолклор[32] се провежда в гр. Килифарево от 2015 г. Организира се от НЧ "Напредък", гр. Килифарево в края на месец август. Събитието отличава участниците в раздели автентичен фолклор и обработен фолклор, с подраздели

[29] Стратегия за развитие на културата в община Велико Търново 2020-2030
[30] https://petropavlovskisabor.weebly.com/
[31] http://nff-nasred-megdana-arbanasi.weebly.com/
[32] https://www.veliko-tarnovo.bg/bg/kultura-i-turizm/festivali-sabori-izlozhenia/nacionalen-konkurs-za-humoristichen-folklor/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

словесен, песенен, танцов фолклор и индивидуални изпълнители и раздел авторски творби на фолклорна основа, с подраздели словесен и песенен фолклор.

Международният античен римски фестивал „Нике - играта и победата“[33] се провежда от 2015 г. в края на август, в археологическия резерват Никополис ад Иструм и се организира от Сдружение „Бъдеще за Никюп”, Община Велико Търново, РИМ Велико Търново, Кметство с. Никюп и Сдружение „Мос Майорум Улпие Сердице” – София. Програмата включва ателиета за демонстрации на римски настолни игри, римска мода и прически, игра с публиката, пресъздаване на ритуали, демонстрация на екипировка, бойни построения и битки, римски процес, робски пазар и гладиаторски боеве, спортни игри, римска кухня, рецитал на антична поезия, концерти на ансамбли за старинна музика и др.

Международният фестивал на историческите възстановки[34] се провежда от 2015 г. в крепостта „Царевец“ и се организира от Сдружение „Търновци“, Община Велико Търново, РИМ-Велико Търново. Фестивалът представя различни аспекти от живота на столичния Търновград през XII – XIV век – занаяти, бит, кухня, воински умения, въоръжение, игри и развлечения. Във фестивала участват групи за исторически възстановки от България, Сърбия и Унгария.

Нощ на Самоводската чаршия и фестивал на занаятите[35] се провежда в края на септември, на територията на Архитектурно експозиционен комплекс „Самоводска чаршия“. Организатор е „Царевград Търнов“ ЕООД и Община Велико Търново. Празникът превръща най-прочутата улица във Велико Търново в място на специални събития, които популяризират местните традиционни занаяти.

Трабант фест отразява съвременните проекции на културното наследство. Фестивалът се провежда от 2010 година през м. март. Организатор е община Велико Търново.

Сезонът на българските оперни театри „Сцена на вековете“[36]. Форумът съществува от 1985 година. За целта е изградено специално сценично съоръжение в територията на архитектурно-музеен резерват „Царевец“, където се представят оперни и балетни постановки, специално пригодени за това пространство. Специално за събитието, сред останките на двореца на Царевец, е построена специална сцена. Сценичното пространство

[33] http://www.velikoturnovo.info/bg/events
[34] http://www.velikoturnovo.info/bg/events
[35] http://www.velikoturnovo.info/bg/events
[36] https://www.veliko-tarnovo.bg

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

е организирано в хармония с автентичната историческа среда, а над 1000 зрителски места са разположени около сцената и в подножието на Патриаршеската църква.

Международният конкурс за млади поп изпълнители на популярна песен „Сребърна Янтра"[37] се провежда в края на септември и началото на октомври от 2002 година на сцената на Музикално-драматичен театър „К. Кисимов". Организатор е Сдружение „Сребърна Янтра2003" в партньорство с Община Велико Търново. Програмата включва Международен конкурс за млади поп изпълнители на популярна песен. Основна цел на събитието е създаване на международни творчески контакти и утвърждаване у младите изпълнители на вкус към най-добрите образци на българската и световна популярна песен.

Международният фестивал на военните оркестри се провежда в края на септември от 2007 година. Организатори са Община Велико Търново и Националният военен университет „Васил Левски". Фестивалът стана част от съвременната идентичност на Велико Търново и е част от културния календар на града. Изкуството на армейските музиканти предизвиква респект и възхищение сред многобройната публика.

Миндя рок фест[38] се провежда от 2009 г., в края на август, в едноименното село в северната част на Стара планина. Инициатор е известният политолог проф. Евгений Дайнов, който освен това свири в една от участващите групи. Организаторите дефинират мисията на феста като фестивал на свободен блус и рок - ежегоден ритуал по изпращане на лятото. Фестивалът се организира от доброволци и е сцена на която се срещат известни групи с млади таланти.

Летният фестивал за класическа камерна музика Arbanassi Summer Music[39] се провежда през юли от 2009 г. в с. Арбанаси, църквата-музей „Св.св. Архангели Михаил и Гавраил", а от 2018 г. и в църквата-музей „Св. Георги". Негови организатори са сдружение, регистрирано в Белгия, Регионалният исторически музей – Велико Търново и Община Велико Търново.

Международното туристическо изложение „Културен туризъм"[40] е първият специализиран форум в България, създаден през 2004 година с основен организатор „Царевград Търнов" ЕООД. Отношението и използването на културното наследство,

[37] https://www.veliko-tarnovo.bg
[38] https://vt2019.veliko-tarnovo.bg/bg/sabitiya/2014/8/
[39] https://www.arbanassisummermusic.com/bg
[40] https://culturaltourism.info/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

архитектурните факти, монументалното изкуство, културните събития, фестивалния живот като цяло определят уникалността на този вид туризъм.

В обобщен вид, културното наследство в Община Велико Търново се характеризира със стабилно функционираща институционална структура, разнообразни музейни експозиции и обекти и разнообразни събития, популяризиращи нематериалното културно наследство на региона, страната и света. Информацията за Регионалния исторически музей е добре структурирана в сайт.

Международното биенале на църковните изкуства[41], Велико Търново се провежда от 2009 година през октомври-ноември в Изложбени зали „Рафаел Михайлов“. Организатори са ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, Православно-богословски факултет - катедра „Църковни изкуства“, Община Велико Търново. Партньори са Великотърновска света митрополия, Съюз на българските художници, Представителство на СБХ – Велико Търново и Фондация “Покров Богородичен”. Изложбата е форум на съвременното творчество в областта на православните църковни изкуства: иконопис, дърворезба, стенопис и мозайка; утвар, текстил, графика, миниатюра и други; мултимедийно представяне на реализирани творби.

Биеналето на рисунката[42] се провежда от 2011 г., през есента, в Изложбени зали „Рафаел Михайлов”. Организатори са Община Велико Търново, Представителство на СБХ – Велико Търново, Асоциацията на графиците и Международен графичен център – Варна. Биеналето връчва три награди по 500 лева., три награди по 200 лева., награди за млади автори по 100 лв., както и награди на спонсори.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[43] в Община Велико Търново са регистрирани 49 събития.

Е) Туристически маршрути

Национална културно-историческа дестинация „Българска архитектура и занаятчийство“[44]**:** София - Панагюрище - Копривщица - Сопот - Калофер - Шипка - Габрово - Велико Търново - Сливен - Котел - Жеравна - Стара Загора - Пловдив - Пещера. Обектите от Община Велико Търново, включени в маршрута са: Арбанаси (архитектурен резерват

[41] https://www.veliko-tarnovo.bg/bg/kultura-i-turizm/festivali-sabori-izlozhenia/mezhdunarodno-bienale-na-crkovnite-izkustva/
[42] https://sites.google.com/view/bienalenarisunkatavt/%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BB%D0%BE
[43] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx
[44] https://www.tourism.government.bg/bg/pages/kulturno-istoricheski-destinacii

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Арбанаси) със запазените великолепни архитектурни паметници от епохата на Българското възраждане, стари църкви и китни дворове, потънали в цветя и зеленина. Град Велико Търново – старата част на града, улица „Гурко“, „Самоводската чаршия” (улицата на занаятите) с възможност да се разгледат сгради, издигнати преди повече от 200 години. Чаршията е своеобразен етнографски комплекс със занаятчийски работилници, дюкяни за сувенири и галерии. В старата част на града се намира по-голямата част от местните музеи, сред които интерес представляват Археологическият музей, Музей „Възраждане и Учредително събрание“, Музей „Нова и най-нова история“, Сарафкината къща, къщата музей на П. Р. Славейков, Стамболовият хан, ханът на Хаджи Николи и др.

Национална културно – историческа дестинация „Столиците и градовете на българските царе и патриарси“[45]: Велико Търново - Русе - Шумен - Плиска - Мадара - Преслав - Силистра - Провадия - Варна. Обектите, включен в маршрута от град Велико Търново са: Архитектурно-музейният резерват „Царевец“, който е един от най-посещаваните туристически обекти България. „Трапезица“ - втората крепост на вътрешния град, разположен северозападно от Царевец върху хълм, представляващ естествена крепост, заобиколена от трите си страни от реката; както и храмове „Св. 40 мъченици“, „Св. Димитър“, „Св. Петър и Павел“.

Девет са разработените общи туристически маршрута „Бяло, пурпурно, синьо, зелено – следите на вечността“, свързващи общините Велико Търново, Горна Оряховица и Дряново[46]**.**

Маршрутите са тематични и всеки един от тях продължава три-четири дни, както следва:

В областта на Културния туризъм разработените маршрути са: „Назад във времето“, „Назад към Античността“, „Символи на вярата“, „Шедьоврите на майстора“, „Делници и празници от миналото“.

Еко маршрути са: „Емоции в зелено“, „Приключенски тук – дръзки и смели“, а в областта на Селския туризъм се предлагат маршрути „Емоция докрай“, „ На гости“.

Включени са общо 68 културно-исторически обекта и природни забележителности на територията на трите общини.

[45] Пак там
[46] Източник: План за интегрирано развитие на Община Велико Търново 2021 -2027 https://veliko-turnovo-next7.eu/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Маршрут „Градини и открити пространства – обекти на културно наследство в Централна България“: Маршрутът включва градини и открити пространства от различни епохи на градинското изкуство и култура по поддържане на откритите пространства в България: в Бачковския манастир, Карлово; Цар Симеон градина в Пловдив и парк „Аязмото“ в Стара Загора; паметник „Асеневци“, разположен в местността „Боруна“ във Велико Търново, Мемориален парк „Пеньо Пенев” в Димитровград, парк „Стратеш“, разположен на едноименния хълм в Ловеч и парк „Тюлбето“ с тракийска гробница в Казанлък. Предложената отправна точка за обиколката е Велико Търново.

Винарна Ялово[47] е малка бутикова изба, разположена в полите на Стара планина, на 15 км на юг от ВеликоТърново. Вината на Винарна Ялово имат амбицията да припомнят традициите и миналото, като съчетават чисти техники и естетика в едно занаятчийско производство. Винарната предлага и обособена дегустационна зала за групи от 12-15 човека, бар с открита кухня и трапезария, както и просторен озеленен двор.

Община Горна Оряховица[48]

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ е включен един обект от община Горна Оряховица.

- Художествена галерия „Недялко Каранешев“.

А) Културно – исторически ресурси

Исторически музей - Горна Оряховица. Началото на музейното дело в град Горна Оряховица е поставено през 1962 г. Първоначалният фонд на музейната сбирка възлиза на около 500 експоната. През следващите десет години усилената събирателска дейност увеличава техния брой неколкократно. През 1972 г. е предоставена преустроената двуетажна сграда на ул. „Антим I” № 1 в централната част на Горна Оряховица (където Историческият музей се помещава и до днес). Новата експозиция е открита на 02 юни 1973 г. Сградата е с обща квадратура 1210 м?. На приземния етаж е изградено фондохранилище, а в двора се намира отделна постройка с 65 м? площ, където се помещават Туристически информационен център и най-новата експозиция „Горнооряховски суджук". В структурата на музея влизат още два филиала – Етнографски музей Долна Оряховица (създаден през 1981 г.) и Къща музей „Асен Разцветников” с. Драганово (открита през 1985 г.). През 2004

[47] Източник: https://winetours.bg/tour/winery-yalovo/
[48] Източник: интернет страницата на Община Горна Оряховиза - https://www.g-oryahovica.org/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

г. към структурата на музея е добавен Туристически информационен център. На Исторически музей – Горна Оряховица е предоставен и прилежащият сграден фонд на трите обекта за оперативно управление. Структурата на музея включва специализиран отдел „История" със следните направления: Археология; Етнография; Туризъм; Фондове; Научен архив. Също така функционира библиотека с над 5000 единици. Музеят разполага с щанд за сувенири, рекламни издания и книги. Исторически музей – Горна Оряховица е носител на отличието „Най-добър музей за 2009 година в регион Централна Стара планина" на Регионална туристическа асоциация „Стара планина".

Етнографски музей Долна Оряховица. Етнографска-къща музей - Долна Оряховица е открита в навечерието на Великден - 15 април 1993г., в напълно реставрираната къща на фамилията Козлеви. Етнографският музей е разположен на 2 дка площ с над 400 кв. м. изложбена и експозиционна площ. Общият обем се състои от две отделни части. В едната - приземна част има: пищник, соба, експозиционна зала, талпен хамбар. В горната част са гостно (хает), младежка стая, тъкачен стан. Плевнята е напълно възстановена и адаптирана за изложбена зала. Дворът е обширен и затревен с характерни за селището насаждения. Тук се съхраняват над 1000 експоната, документи и снимки, представляващи етнодемографската и социално-битовата характеристика на горнооряховския край. Включени са и уникати свързани с развитието на гурбетчийското градинарство в района през периода XIX-XX в. Етнографския музей е обявен за паметник на културата от местно значение.

Къща музей Асен Разцветников. Родната къща на поета Асен Разцветников, в село Драганово (община Горна Оряховица), е реставрирана през 1986 година. На следващата година, в чест на 90-та му годишнина, е открита експозиция, съдържаща лични вещи; книги с негов автограф; преводи на Гьоте, Молиер, Омир и други от руски, френски, немски и старогръцки език; документи и писма, разказващи за живота и творчеството му. Драганово, родното място на Асен Разцветников, е село на градинари и поети.

Манастир „Св. Пророк Илия" – намира се на километър югозападно от Горна Оряховица. Съществуването на обителта е датирано към 11-12 век. Още в началото на 20 век, през 1908 година, започват първите проучвания на останките: открити са основите на църквата с размери 8 на 4 метра и зидове с дебелина над 1 метър, опасващи двора на манастира. Намерена е средновековна икона на Света Богородица, датирана към 16 век, която и до днес се пази в новопостроената черква. Манастирската обител е построена отново през 1937-38 година - с дарения на местни жители, а храмът е осветен на 22 септември 1940

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

година. През 1941 година се сдобива с месингова камбана от Чехия, а е реставриран и изографисан през 70-те години. През 1973 г. манастирът е обявен за паметник на културата от национално значение.

Църква "Св. Атанасий Велики" в Горна Оряховица е най-старият духовен храм в града, построен в края на XV в. от първите заселници на днешна Горна Оряховица.

Църква "Св. Георги Победоносец", в Горна Оряховица, е построена през XVI в. В двора на храма са се намирали сградите на първото килийно училище, основано от отец Зотик през 1822 г.; на първото взаимно училище, основано от отец Стефан Иванов през 1850 г.; както и на читалище "Напредък", открито на 13 юли 1869 г.

Църквите: „Успение на Пресвета Богородица", „Св. Никола"; „Св. Троица" в гр. Горна Оряховица; **„Свети Димитър" в с. Правда; „Св. Марина" в с. Поликраище; „Възнесение Господне" в с. Първомайци; „Св. Богородица" в с. Горски долен Тръмбеш; „Св. Иван Рилски" в с. Горски горен Тръмбеш.**

Неолитното селище в областта „Червен бряг", с. Правда, в което са открити глинени и кремъчни артефакти, свидетелстващи за начина на живот на древните хора.

Крепост „Ряховец" - отстои на 3 км западно от град Горна Оряховица, датира от III-IV в. сл. Хр. Крепостта не е регистрирана в Министерство на културата като исторически обект. Групова археологическа недвижима културна.

Крепостта „Калето", намираща се в близост до с. Горски горен Тръмбеш.

Б) Парковете и градините в градска среда

Парк "Детски кът", гр. Горна Оряховица.

Алея за пешеходен туризъм - от разклона на ул. „Мано Тодоров", минаваща покрай местността "Чуруковец" и стигаща до манастира „Св. Пророк Илия".

В) Природни – туристически ресурси

Защитената местност „Божур поляна", с уникален растителен вид - Божур – символ на града, съхранена природна среда, екопътеки, скални образувания.

Лесопарк "Камъка" - непосредствено до югозападните покрайнини на града започва лесопарк "Камъка". В него се срещат някои редки видове птици, като скалните орли картали, чиито изображения се откриват още върху средновековен пръстен-печат от крепостта Ряховец. В рамките на лесопарка гнездят и двойки черни щъркели.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Д) Фестивали и събития

Община Горна Оряховица е организатор и домакин на множество културни прояви с международно и национално значение:

- ❖ Международен фолклорен фестивал „Раховче”;
- ❖ Международен конкурс за млади изпълнители на популярна песен „Нова музика”;
- ❖ Международен фестивал на младежите аматьорски театри;
- ❖ Международен пленер по Живописатира, Петропавловски събор на народното творчество;
- ❖ Национален детски фестивал „Раховче”;
- ❖ Национален фестивал на фолклорните клубове и групи „Фолклорна броеница”;
- ❖ Национален преглед на селските любителски читалищни театри;
- ❖ Национален празник на автентичния фолклор „На мегдана”;
- ❖ Национален празник на Божура и цветята, Майски дни на културата;
- ❖ Празник на Горнооряховския суджук;
- ❖ Общински фолклорен празник на народните хорове и групите за изворен фолклор”;
- ❖ Регионален преглед на старата градска песен „Божури”;
- ❖ Регионален празник на дрипавата баница;
- ❖ Общински преглед на самодейните състави при клубовете на пенсионера;
- ❖ Общински фолклорен празник „От извора”;
- ❖ Общински празник на плодородието „Ден година храни”;
- ❖ Празник на градинаря и други.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[49] в Община Горна Оряховица са регистрирани 44 събития.

Е) Туристически маршрути

[49] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Екопътека "Камъка": дължина на маршрута – 3 км, време за преминаване – 1 час. Началото на екопътеката е в местността Чуруковец, на около 300 м югозападно от Горна Оряховица. От там - маршрутът навлиза в пределите на лесопарк Камъка – находище на редки растителни и животински видове. Салата Камъка (близо 500 м н. в.) е един от символите на Горна Оряховица и предоставя чудесна панорамна гледка към града, р. Янтра, околните селища и върховете от централната част на Стара планина. Маршрутът завършва при хижа Божур.

Екопътека с. Правда: дължина на маршрута – 10 км, време за преминаване – 3 часа. Екопътеката започва в близост до жп спирката на с. Правда, минава през местността Старото село, където се намират останките от предишното землище на с. Правда. От тук нататък маршрутът се движи по поречието на р. Янтра и включва живописните речни и крайречни местности Вртопа, Блатото и Ашава. Всички те са удобни места за лов, риболов и фотолов на различни видове водоплаващи птици и дребен дивеч. Пътеката завършва при местността Червен бряг, в близост до землището на гр. Долна Оряховица, където са разкопките на късно неолитно селище /през 2006 г. бяха открити множество керамични и кремъчни артефакти, свързани с бита и култовете на праисторическите хора.

Велопътека : „Детски път”: м. Чуруковец – „Мравуняка” - „Сюлейман чешма” – хижа „Божур

Община Кнежа

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ е включен един обект от община Кнежа.

- ❖ Общински исторически музей.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

А) Културно – исторически ресурси[50]

Културното наследство в общината[51] включва едни от най-значимите НКЦ в региона и България, като от категория с „национално значение“ са идентифицирани 4 обекта, които притежават изключителна научна и културна стойност за обществото.

Родна къща на Стефан Кратунски, разположена в с. Бреница.

Праисторическо селище – Кременитата могила, разположено на 7 км. северно от с. Бреница.

12 могили в старите лозя и смрадликите, разположени в с. Еница.

Гробница с надгробен кръст, разположена в с. Еница. От категория с „местно значение“ в пространствената структура на общината са 7 обекта:

Средновековно селище, разположено на 4 км. северно от с. Бреница.

Антично и средновековно селище, разположено на 4 км, североизточно от с. Бреница в м. „Крайна Бреница“. Праисторическо /раннохалколитно/ селище, разположено на 11 км. североизточно от с. Бреница в м. „Лъката“.

Родната къща на Димитър Иванов Бутански, разположена в град Кнежа.

Късноантично и ранносредновековно селище, разположено на 8 км. северно от град Кнежа в м. „Гостиля“.

Късноантично селище, разположено на 4 км. северозападно от град Кнежа в м. „Маринов геран“.

Късноантично селище, разположено на 5 км. западно от град Кнежа.

Църква “Света Троица“, *гр. Кнежа*. Архитектурата на църквата отразява възрожденските художествени тенденции, високото народностно съзнание у българина. Храмът “Света Троица” в гр. Кнежа представлява ценен архитектурен паметник, като се има предвид, че строежът е осъществен преди повече от 140 години.

Църква “Възнесение Господне”, с. Бреница. През 1870 г. е построена църквата в с. Бреница. Преди построяването ѝ религиозните обреди се извършвали в училището, което

[50] Община Кнежа - http://knezha.bg
[51] Източник: План за интегрирано развитие на община Кнежа за периода 2021-2027 г. - http://knezha.bg/section-143-content.html

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

било при Байрактарите. Пристройката на черквата е направена през 1890 г., а през 1900 г. протойерей Върбан Бачовски, подпомогнат от кмета на селото Марин Йончовски, направил ремонт на храма. Свалени били каменните плочи от покрива и заменени с цигли. Дървеният иконостас бил заменен с тухлен. През 1930-1931г. при протойерей Цено Пандурски била построена камбанарията, която е неразделна част от сградата на храма.

Б) Културни - ресурси

Читалище "Борба", гр. Кнежа. На 23.12.1896 г. е основано Народно образователно дружество "Борба". Едва през 1929 г. е преименувано в Народно читалище "Борба". Заедно с възникването му се поставя началото на театралната самодейност и е разкрита библиотека. Читалищният салон и читалищната сцена са едно от местата в града, където хората се събират за срещи с културата и за други обществено-политически и стопански събития.

Читалище "Народно съзнание", с. Бреница е създадено през 1897г. Оттогава до днес то грее с достолепието на мъдрец, който може да те дари със съвет и духовна подкрепа. Идеята за създаване на читалище възникнала още преди Освобождението. Преди изграждането на читалищната сграда библиотеката нямала постоянно място. Книгите се съхранявали в училището. Началният книжен фонд бил образуван от книги, дарени с любов от основателите, които имали лични библиотеки. Бил направен и абонамент за вестници и списания. Сега библиотеката разполага с 14240 тома литература. Годишно обслужва около 500 читатели.

Първите изяви на местна самодейност в театъра датират от 1898г. Учители, възпитаници на ломското педагогическо училище, заедно с ученици създали първата любителска театрална група. Традициите в театралната самодейност в най-ново време продължили учениците от училище "Христо Ботев" с представянето на пиеси и сценки, подготвени от учителите и ръководителите на извънкласни форми. Първият граждански хор към читалището бил създаден през 1942 г. от Димитър Бързаков, евакуиран от София в Бреница. По-късно бил сформиран граждански хор, ръководен от Макавей Павлов, подпомаган от Марин Савчев. През 2007 г., по инициатива на читалищното ръководство, е сформирана певческа група от 12 изпълнителки и две акордеонистки, с ръководител Константин Петков Маримски от гр. Кнежа. Името на групата е "Хармония". Изпълнява стари градски песни и обработен фолклор.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Читалище "Изгрев", *с. Ениц*а. Читалище "Изгрев - 1897" е известно с многогодишния си опит в различни направления на художествената самодейност: театрална, певческа и вокално-инструментална. Богатата и разнообразна културна дейност винаги е била характерна черта на духовния живот на с. Ениц*а* за запазване на художественото творчество.

В) Парковете и градините в градска среда

Лесопарк "Гергана", с обща площ 546 дка е едно от малкото живописни места в района. В него се намира единствения зоокът на територията на Общината. Съществува от 1980 год., обхваща 28 броя масивни сгради, обитавани от мечки, елени, пони, кози и др. Към него се включва и зона за отдих, обогатена с детска площадка и люлки, места за пикник. Има добри показатели за ловен и екотуризъм. Често посещаван е, не само от местното население, но и от гости на града. Използван е за честване на много празници, за провеждане на спортни мероприятия, лов, почивка и пр.

Г) Природни – туристически ресурси

В община Кнежа се срещат защитени растителни видове – конски кестен и вековен дъб и някои редки видове птици: северен мишелов, гмурец голям, гмурец малък, бик голям воден, бик малък воден, ветрушка черношипа, водна кокошка зеленонога, дърдавец ливаден, бекасина малка, пчелояд, рибарче земеродно, синявица (синя гарга), поен кос (черен дрозд) и др.

Защитена зона за местообитанията р. „Искър" с идентификационен код BG0000613, землище с. Бреница – ЕКАТТЕ-6375;

Защитена зона Конунски дол с идентификационен код BG0000627, землище гр. Кнежа ЕКАТТЕ – 37376.

Д) Фестивали и събития[52]

Международен северен фестивал на аматьорските театри „Звезден прах".

Създаден е през 2008 г. от НЧ "Борба 1896", гр. Кнежа с изключителното съдействие на Министерство на културата и Българска асоциация на аматьорските театри (БААТ). Получил

52 Източник: Регистър на туристическите фестивали и събития - http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

национален и международен престиж, днес фестивалът е представителен форум на аматьорското театрално изкуство, обща платформа за развитие на аматьорския театър. Представя стойностна и разнообразна програма от театрални спектакли, творчески работилници и съпътстваща програма от ярки културни прояви - традиционни и иновативни културни събития. Фестивалът се провежда ежегодно в периода 27 юни – 03 юли.

Майски кукутановец Кнежа. Фолклорно надпяване на участници от различни населени места, общоградски празник на регионално ниво. Събитието се провежда ежегодно на 1 май.

Национален туристически ученически събор, Кнежа. Съборът е насочен към туристически забавни и образователни игри за ученици от различни краища на България. Съборът се провежда ежегодно в периода 30 март – 01 април.

Фестивал на царевицата. Акцентите, заложени във фестивалната програма, са структурирани около стремежа да се съхрани и популяризира фолклорното изкуство и българските традиции – песен, танц, носия, кухня. Проявата дава възможност за изява на любителски певчески и танцови групи, състави и ансамбли за български фолклор. Организира се изложба на ястия, приготвени от царевичен продукт. Фестивалът е с местно значение и се провежда ежегодно в края на месец септември.

Регионален многожанров фестивал на инвалиди - Бреница пее и танцува. Фестивал за художествена самодейност на инвалиди от Плевенски регион. Провежда се ежегодно през месец май.

Рок фест Кнежа. Рок концерти на известни български и чуждестранни рок групи. Фестивалът се провежда ежегодно в периода 22 – 24 май.

Регионална среща - надпяване на пенсионерските клубове „Песен се носи над равно поле“. Надпяване на пенсионерски клубове с конкурсен характер в два жанра - фолклорни и стари градски песни. Община Кнежа организира ежегодно, регионалното събитие, на 21 юли.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[53] в Община Кнежа са регистрирани 7 събития.

[53] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Община Плевен[54]

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ от община Плевен са включени следните обекти.

- ❖ Художествена галерия Дарение „Колекция Светлин Русев“.
- ❖ Регионален Исторически музей – Плевен.
- ❖ Художествена галерия "Илия Бешков".
- ❖ Панорама "Плевенска епопея 1877"
- ❖ Драматично-куклен театър "Иван Радоев"

А) Културно – исторически ресурси

Параклис-мавзолей "Св. Георги Победоносец". Параклис-мавзолеят „Св. Георги Победоносец” е изграден в периода 1903-1907 г. в памет на загиналите руски и румънски воини в боевете около Плевен по време на Руско-турската война 1877/1878 г. Параклис-мавзолеят „Св. Георги Победоносец” тържествено е 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”.

Къща-музей "Цар Освободител Александър II ". В „Къщата-музей Цар Освободител Александър II" на 11 декември 1877 г., ден след падането на град Плевен, тържествено е посрещнат руският император Александър II и от името на плевенските граждани му е връчен благодарствен адрес. Тук в присъствието на Великия княз Николай Николаевич, румънския княз Карол I, руския военен министър Милютин и видни руски генерали той се среща с пленения турски маршал Осман паша. От 12 до 22 декември в този дом живее и работи първият военен губернатор на Плевен ген. Скобелев. По инициатива на комитета “Цар Освободител Александър II” къщата е откупена за музей. При създаването му (1904-1907 г.) около него се оформя красив парк, за чието изграждане са отчуждени съседни имоти. За изработването на оригиналната ограда се използват дула от руски и трофейни турски оръдия, цеви от пушки, саби и щикове, предоставени от руското военно министерство. Експонирани са две батареи и паметници на император Александър II, ген.

[54] Източник: Електронната страница на Община Плевен - https://www.pleven.bg/bg/informatsiya-za-turisticheskite-obekti

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

М. Д. Скобелев, ген. Й. В. Гурко, ген. Е. Й. Тотлебен, генерал Кристодор Черкез, княз Николай Николаевич, капитан Николае Мърчияну Валтер и др. Музейната експозиция в къщата показва моменти от Руско-турската война и обсадата на Плевен.

Старият мост на р. Вит при Плевен. Старият мост на река Вит е част от извънградската инфраструктура на град Плевен, изиграла важна роля в развитието на икономическите и търговските му връзки с други места и важна част от историята на града. В хода на Руско-турската война 1877-1878 г. Плевен е пресечна точка в единоборството на двете воюващи империи и тук се решава по-нататъшния ход и изход на войната. 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. пирамидални по форма, те са високи около 11 метра, изградени са от варовик и гранит, с мраморни медальони и украси на лицевата страна. 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.

Румънски мавзолей, с. Гривица. Мавзолеят е строен през периода 1892 - 1897 г. в памет на загиналите румънски воини, със средства на румънския народ. Открит е през 1902 г. В района на Гривишките редути, непосредствено след войната, над братските могили са издигнати 17 руски и румънски паметници. Около Мавзолея 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. В мавзолея, който се състои от храмово помещение и костница, в мраморни саркофази се съхраняват кости на загиналите в боевете при с. Гривица румънски воини. Стенописите в храмовото помещение са дело на румънски художници. Иконостасът е резбован, с четири икони – „Исус Христос", „Св. Николай", „Архангел Михаил" и „Богородица с младенеца". Според известния български живописец и изкуствовед проф. Асен Василиев, иконостасът в Румънския мавзолей в с. Гривица е изработен от дебърски майстори от известния род Филиповци от село Осой, които през 1880 година идват в освободена България. В бронзов медальон, прикрепен към иконостаса, е изписан текст – посвещение на румънски език и годината „1902". През 1904 година при посещението на румънски учители е поставен декоративен бронзов венец в

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

памет на героите от войната 1877-1878 г., украсен с дъбови и лаврови листа, върху които са изписани местата, където действа 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.. Представени са оригинални военни униформи, копия от румънски бойни знамена и предмети, свързани с бита на местното население.

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. Представя богата колекция от румънски униформи, въоръжение и артилерийско имущество, дарени от Румънското военно министерство - 1904, 1954 и 1967 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. Запазена е и оригиналната постройка с автентичната обстановка.

Къща музей „Велик княз Николай Николаевич” е една от Военноисторическите къщи музеи създадени през 1907 г. по инициатива на Комитета „Цар Освободител Александър II”. 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. В нея е отделено специално внимание на участието и ролята на руската артилерия във войната от 1877-1878 г. Експозицията е уредена в къщата на Иван Стойков-Троянчанина строена през периода 1862-1865 г., откупена от българската държава и превърната в музей. От 26 октомври до 10 декември тук се намира руската Главна квартира. В този дом в присъствието на граф Н. Игнатиев, ген. Н. Обручев, ген. Д. Милютин, ген. Е. Тотлебен, ген. Й. Гурко се провеждат военни съвети, взели важни стратегически решения за хода на войната, блокадата на Плевен, зимното преминаване на Балкана. Тук е обсъден проектът за изготвянето на Сан-Стефанския мирен договор.

Храм "Свети Николай Мирликийски Чудотворец". Храм “Свети Николай Мирликийски Чудотворец” е най-старата запазена църква в Плевен и е единственият паметник от Възраждането с национално значение. Историческите документи показват, че е съществувал малък параклис от 13 в., който в края на 14 в., когато османските турци

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

завладяват земите ни, многократно е ограбван и опожаряван. През 1699 г. плевенчани с много усилия успяват да получат ферман от султана, който им разрешава на мястото на стария параклис да построят по-голям храм. Построен през 1834 г. "Свети Николай" се превръща в център на борбата за църковна и национална независимост. Сградата е вкопана в земята с около 2 м., според изискванията на турската власт. Камбанарията и е построена отделно, недалеч от централния вход на църквата, през 1883 г., а голямата камбана в нея е дар от финландски търговец. Храмът е типична трикорабна базилика, характерна за нашето Възраждане. На една от стените е поставена плоча, която дава кратка информация за историята на храма. В източната част на църквата е разположен иконостасът, който е завършен единадесет години след освещаването й. Изработен е от орехово дърво от майстор Петър и двама чираци от Тревненската дърворезбарска школа и е уникален с това, че релефните фигури са заменени със скулптурни изображения. Особено ценни са Владишкия трон и амвон, които са изработени през периода 1843 – 1845 година. Стените не са изографисани, но храмът притежава една от най-богатите колекции от икони (68 на брой), дело на Димитър Христов Зограф – брат на Захари Зограф, а останалите икони са рисувани от представители на самоковската школа. По стените, сводовете и арките за по-добра акустика са вградени 462 броя глинени гърнета. В църквата "Свети Николай Мирликийски Чудотворец" през 1877 г. в присъствието на руския император Александър II е била отслужена заупокойна молитва в чест на загиналите за освобождението на града войници. Храмът "Св. Николай" е обявен за паметник на културата – място, където се срещат християнска духовност, историческа памет и ценна иконография и архитектура.

Храм "Св. Троица" е построен заради увеличението на населението на град Плевен и нуждата на жителите от нов храм. Изграждането на храма започва през 1892 г. по проект на арх. Вячеслав Гаварда, но поради недостиг на средства е спрян. С прекъсвания, строителството на църквата продължава до 1899 г. Храмът е действащ от 08.11.1898 г., когато е извършена първата света литургия, но пак поради липса на пари, освещаването на църквата се забавя. Осветена е на 14 май 1912 година, а едва през 1940 г. се събират средства и започва изографисването на храма. Архитектурно храмът е трикорабна базилика, с притвор от запад и полукръгла абсида от източната страна. Основите му са от камък, а стените - от тухли и вар. Отгоре се извисяват три купола. Иконите на иконостаса на първия ред са дело на иконописеца Данаил Несторов, родом от Македония и датират от 1899 г. Въпреки, че енориашите на църквата са по-бедни хора, някои от иконите са платени от тях. По това време са направени и Владишкият трон и Царските двери, украсени с прекрасна дърворезба върху липово дърво. Те са изработка на Аврам и Стефан Василеви

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

от Дебърска околия – Македония. Иконостасът, по препоръка на врачанския митрополит Константин е висок и плътно иззидан, а не резбован като на останалите църкви.

Храм "Св. Параскева". В централната градска част на гр. Плевен се намира храм "Св. Параскева". Църквата първоначално е построена през 1850 г. в тогавашната Маньова махала със скромни дарения на местното население. Храмът е с малки размери, съграден от двойни плетове и вар, а жителите на Плевен го наричат „плетеницата". По време на османските нашествия той е разрушен. С развитието на занаятите и търговията в града и увеличаването на населението в северната част, се налага малката църква да се изгради наново. С много усилия, църковното настоятелство начело с родолюбивия българин Янаки Бенов и с помощта на известният търговец Георги Тъпчилещов, успяват да издействат султански ферман за подновяването ѝ, в който да няма ограничения за размера на църквата. Градежът на храма започва на 4 май 1870 г. и завършва през есента на 1872 г., така на мястото на старата "плетеница" е построена великолепна трикорабна базилика. Състои се от притвор, две странични помещения, централна част със солей и св.олтар. Поддържащите я каменни колони са били част от манастирска църква около селата Славовица и Оряховица, разрушена от кърджалиите. През своето многогодишно съществуване църквата "Света Параскева" винаги е била средище на духовна просвета и култура. От 1991 г. до 1996 г. към храма функционира Неделно училище, в което малките граждани на Плевен получават възпитание в духа на християнските добродетели.

Късноантична крепост "Сторгозия". Останките от крепостта "Сторгозия" се намират в парк "Кайлъка" на около 4 км южно от град Плевен. Изградена е на високо равно плато, на левия бряг на река Тученица, естествено защитена от стръмните брегове на реката. Античното селище Сторгозия води началото си от римска крайпътна станция на Виа Траяна, свързваща Ескус с Филипопол и намираща се в центъра на съвременния Плевен. В резултат на археологически разкопки, са открити две крепостни порти, три подсилващи крепостно-защитната линия кули, останки от жилищни постройки, хореум (обществен склад за зърнени храни). В източната част на Сторгозия са открити останки от раннохристиянска базилика от 4 век, с внушителните размери – 45,20 м дължина и 22, 20 м ширина. По форма тя е трикорабна, триабсидна с голям притвор от запад. Съдейки по откритията археологически материал това култово съоръжение е било с богата вътрешна и външна украса. Археологическите находки от Сторгозия и некрополът ѝ – керамика, оръжия, монети – свидетелстват, че това укрепено селище е просъществувало до края на VI век. През Средновековието, селището продължава да съществува като силна крепост с

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

отлично развити занаяти, търговия, разменни дейности. Местните предания я свързват с последните дни на цар Иван Шишман. Запазени и реставрирани са укрепителната система, раннохристиянска базилика и хореум.

Античният град Улпия Ескус се намира на около 50 км северозападно от Плевен, при днешното село Гиген, в близост до река Дунав. Ескус е латинското име на Искър. Улпия Ескус възниква през I в.н.е. като наследник на тракийско селище. След като римляните окупират тези земи, в Ескус е настанен V Македонски легион. Военният лагер получава статута на град- колония след славната победа на император Марк Улпий Траян над даките през 106 г.. Градът прибавя към името си Улпия в знак на уважение към бащата на императора, Улпиус. През II-III в. Улпия Ескус се разраства и се превръща във важен икономически, транспортен и културен център на цялата провинция Долна Мизия. Градът има изключително важно военно и стратегическо значение за римляните. Античния град е строен по типичния за римските градове начин- има правоъгълна форма, а улиците са в посока изток – запад и север – юг. Улпия Ескус е един от малкото градове в цялата Римска империя, чийто форум красят цели 4 храма. И днес в Улпия Ескус посетителите могат да видят останки от улици и множество сгради. През 1947-1951 г. археолозите откриват голяма обществена сграда. В едно от помещенията й е намерена една от най-добрите римски многоцветни подови мозайки по българските земи, на която в централната част е изобразена сцена от комедията "Ахейци". Мозайката е реставрирана и консервирана и днес може да се види в Регионалния исторически музей в Плевен. При разкопки са открити още форумен комплекс, храмове на Капитолийската троица (Юпитер, Юнона, Минерва), голяма базилика, обществени сгради, бани и басейни със сложна система от тръби и др. Под главната улица минава огромен отточен канал. Един от основните храмове в древния римски град – Храмът на Фортуна е уникален заради намерения строителен надпис, който съвсем точно датира изграждането му. Построен е само за две години – 190-192 г. след Христа. Земетресение в края на VI век обаче разрушава храма – затова археолозите намират непокътнати успоредно нападалите колони. При разкопките е открита и оригиналната статуя на Фортуна, която днес се съхранява в Археологическия музей в София. Други интересни останки са от гражданската базилика – единствени по рода си на Балканите.

Античният град е част от обектите на Регионалния исторически музей - Плевен, затова част от находките, открити в Улпия Ескус, са изложени в специално отделена зала на музея. През 2011 г. в брой 104 на Държавен вестник Улпия Ескус получава статут на археологически резерват.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Пещерен музей на виното. Музеят на виното е плод на дългогодишна разработка на екип български и френски специалисти архитекти, дизайнери, енолози и музейни експерти от Плевенската панорама и Историческия музей. Музеят се намира в пещерно образувание, което се състои от 5 галерии с площ 650 кв. м.. Местоположението на пещерата е на 5 км от центъра на град Плевен, в средата на Националния парк „Кайлъка".

Музеят на виното е едновременно и място, където посетителите могат да дегустират и закупят бутилки от наличните над 6000 вида вина от всички региони в България. Музеят предлага най-голямата в България експозиция (от над 7000 експоната стари вина) от 30 до 90 годишни. В историческата зала са изложени предмети и атрибути свързани с лозарството и винарството по нашите земи - от древните траки, гърци и римляни до наши дни. Избената зала предлага различни вина, от всички региони в България, разположени в 100 бъчви от френски дъб.

Възрожденски комплекс къщи Бакърджиева Първанова Дачева[55]**.** Единственото място в Плевен, съхранило в някаква степен архитектурата на Възраждането, е така наречения Възрожденски комплекс. Той се намира в самия център на града, в страни от Старата главна. Комплексът се състои от три реставрирани къщи от първата половина на XIX век – Бакърджиева къща, Дачева къща и Първанова къща. Разкрива елементи от централната архитектура на града с естествен преход от модерният му облик към възрожденския дух. Посетители се наслаждават на автентичната битова обстановка и традиционната българска кухня в механите на комплекса.

Б) Културни – ресурси

Плевенска филхармония[56]. Многобройните опити на плевенчани в оркестровото дело се увенчават с успех през 1953 г., когато именития български диригент Саша Попов създава Държавния симфоничен оркестър в Плевен. Първият концерт е на 6 септември, а солист е Панчо Владигеров.

Плевен се превръща в притегателен център за редица наши композитори като Панчо Владигеров, Марин Големинов, Веселин Стоянов, Александър Райчев, които участват в авторски концерти или са гости при изпълнението на техни творби. Високият професионализъм на Филхармонията под палката на Маестро Нотев води до редица покани

[55] Регистър на туристическите атракции, Министерство на туризма - http://rta.tourism.government.bg/TARegister.aspx
[56] Източник: https://visitpleven.com/listing/plevenska-filharmoniya/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

за участия в концерти и фестивали, а от там и до реализирането на многобройни турнета в Италия, Франция, Испания, Португалия, Германия, Швейцария, Норвегия, Финландия, Румъния, Гърция, Чехословакия както и до осъществяването на много записи за Националното радио и телевизия и за редица чуждестранни звукозаписни компании. Репертоарът на Плевенската филхармония включва творби от всички стилове и епохи, както и много премиерни изпълнения на симфонични произведения и сценични реализации на опери. Плевенските филхармоници са доказали изпълнителското си майсторство на много сцени в страната и чужбина. Оркестърът многократно участва в рамките на фестивалите “Нова българска музика”, “Варненско лято”, “Софийски музикални седмици”, “Аполония” и други престижни музикални форуми. Активно участва в Международния музикален фестивал Лауреатски дни “Катя Попова”, а през 2006 г. организира Първия национален конкурс за млади оперни певци “Гена Димитрова”.

Арт център Плевен. Арт център Плевен отваря врати в края на 2012 г. Разположен е в идеалния център на областния град и притежава над 300 кв. м експозиционна площ и дава възможност за мащабни художествени проекти.

Арт център Къща на художниците. Къщата на художниците, открита през 2007 г., съхранява и популяризира постоянната експозиция с творби на проф. Греди Асса и негови приятели. В къщата се експонираха и камерни изложби. През 2016 година Къщата бе включена към и стана неразделна част от него. Сега тя е само с изложбени зали, които са предоставени за експониране на изложби на плевенските художници, на гостуващи майстори на изобразителното изкуство, за експониране на детски изложби и организиране на други културни събития.

Летен театър "Кайлъка" - Плевен. Лятна театрална кино сцена "Кайлъка" се намира в известната местност "Кайлъка" в град Плевен. Предназначена е за провеждане на фестивали, танцови представления, постановки и други културни дейности.

Читалище "Съгласие 1869" - Плевен. Читалището е основано на 1 октомври 1869 г. от учителя Нестор Марков, само няколко месеца след организирането на частния революционен комитет в града от Васил Левски. На учредителното гражданско събрание е избрано читалищно настоятелство и са събрани 3000 гроша. Събранието възлага на Н. Марков да напише читалищен устав, а на настоятелството да поръча печат във Виена. За читалищно помещение служи кафенето на Хаджи Петраки Мъжкаров. През 1979г сградата на читалище "Съгласие" е обявена за паметник на културата.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В) Парковете и градините в градска среда

Парк-музей "Ген. М. Д. Скобелев". 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. В центъра на парка е издигната Братска могила-костница. Върху нея, в специално направени ниши от бигор са поставени 4-и 9-фунтови оръдия от Руско-турската война 1877-1878 г., а на върха е поставен Георгиевски кръст за храброст. Интериорът на костницата е преустроен в чест на 100-годишнината от Плевенската епопея. В елипсовидни медальони са изписани имената на полковете от отряда на ген. М. Д. Скобелев, които се сражават на 11-12 септември 1877 г. В саркофаг от черен полиран гранит, поставен в центъра на костницата, се съхраняват костите на воини от Скобелевия отряд, загинали по време на III-я щурм за Плевен. В непосредствена близост до братската могила-костница е редут „Исса ага", реставриран с изграждането на парка. Девет братски могили и паметници пазят спомена за загиналите при Зелените възвишения. В началото на парка са поставени бюст на ген. М. Д. Скобелев и паметна плоча с текст за изграждането на парка. Главният вход е оформен с дула на руски оръдия. Входната врата е изработена по проект на П. Деянов и изпълнена в Софийския арсенал. От двете страни на входа са поставени 24-фунтови оръдия от състава на батареята при командния пункт на Александър II на позициите при с. Радишево. Оградата е изпълнена през 1904 г. по проект на инж. майор Селяновски, а през 1907 г. е преустроена по проект на П. Деянов. Паркът е изграден по план на Жул Лошо, управител на княжеските паркове в София и изпълнен от Д. Гюлеметов. Главната алея е покрита с разноцветни речни камъчета във вид на мозайка с мотиви на българска национална шевица. Оригинални оръдия от руско-турската война 1877-1878 г. са подредени в батареи около братската могила-костница и при главната алея на парка. В Скобелев парк се намира управлението на Военноисторическите къщи музеи, впоследствие превърнато в Къща музей „Стоян и Владимир Заимови". Създаден на място, където се водят най-кръвопролитните сражения за Плевен, Скобелев парк-музей се вписва в категорията на мемориалните музеи, изградени на бившите бойни полета.

Г) Природни – туристически ресурси

Парк "Кайлъка" се намира на 6 км от Плевен посока юг в живописната карстова долина на река Тученица. Решението, красивото дефиле да се оформи и облагороди като парк и да се превърне в място за отдих и туризъм е взето през 1946 година по инициатива на видния плевенчанин- генерал Иван Винаров. Ръководството на начинанието е поверено на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

строителен комитет "Кайлъка", с проектант архитект Тихолов. Паркът е разположен на около 10 000 дк. площ и е обявен за защитена територия, тъй като приютява в себе си уникални за България и Балканския полуостров видове растения, както и птици и бозайници, включени в Червената книга. Там са живели праисторически животни и създания преди милиони години, а в повечето варовикови скални маси все още се забелязват фосили на древни водни организми. Днес парк „ Кайлъка" предлага отлични условия за разходка, отдих, спорт и развлечения. Има езеро с лодки и водни колела, кътове за отдих, алеи за разходка, тенис кортове, детски площадки, плувни басейни, язовири, хотели и ресторанти. Отвесните скали, високи над 20 м. са притегателно място за практикуващите скално катерене. В парка също се намира градската зоологическа градина и летният театър на Плевен. Интересен туристически обект, разположен на територията на парка е и единственият по рода си в България Музей на виното, който се намира в естествена пещера и предлага на посетителите интересни експонати. Цялото това съчетание от уникални природни дадености и възможности за развлечения превръщат парк "Кайлъка" в привлекателна зона за отдих и забавление.

Природният резерват в местността "Чернелка" представлява живописен карстов каньон в централната част на Дунавската равнина, на около 12 км от град Плевен. По протежение на 7 км малката река Чернелка е образувала живописен каньон с ширина- от 60 до 200 метра, и височина на скалите – от 10 до 35-40 метра. Изключителното богатство на скални образувания, специфичната орнитофауна и разнообразната флора са причина през 1969г. района да бъде обявен за природна забележителност. Тук се срещат представители на над 200 вида птици, 9 вида риби, 5 вида земноводни и 11 вида влечуги. Освен прекрасни природни забележителности "Чернелка" има и богато историческо минало: късно-антични и средновековни крепости - „Градище"; „Царевата пещера"; римски път- запазен и до днес; ранно-християнски скален манастир, както и свързаният с предполагаемо древно човешко присъствие „Провъртеник" – скално образувание с дълбочина около 15 метра и формата на пръстен. Може да се видят и няколко изключителни природни феномена – карстовите извори „Баба Радица", „Бъбля" и „Капчука, пещерите „Царева дупка", „Момината" и „Ивановата". С прекрасните си природни дадености, уникални исторически и природни обекти, резерват "Чернелка" е едно удивително място за пълноценен отдих, и разнообразни развлечения на съвременния градски човек.

Защитена зона „Карабоаз". Зоната включва в територията си защитени местности „Кутината" и „Генчов орман". Зоната представлява най-голямата съществувала заливна тераса на р. Дунав. Днес е силно променена от антропогенната дейност.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Защитена зона „Студенец“. Защитена зона по Директива за местообитанията (SCI), код BG0000240, която припокрива защитена зона по Директива за птиците. Включва природни забележителности „Карстовото ждрело на р. Чернелка“, „Студенец“, „Терциерни вкаменелости“ и защитени местности „Кайлъка“ и „Турията“. Зоната има голямо значение за опазване на редки растителни и животински видове и съобщества. Разнообразни природни местообитания, включително горски, тревни, карстови формации, пещери и еутрофни езера. Зоната се обитава от 137 защитени вида.

Природен комплекс „Персина - Никополско плато“. Комплексът който включва Природен парк „Персина“, покрит от защитена зона по Директивата за местообитанията с код BG0000247 „Персина“, защитени зони по Директивата за птиците „Остров Лакът“, Комплекс „Беленски острови“ и Свищовско-Беленска низина. В обхвата на парка попадат резерват „Милка“, резерват „Китка“, поддържан резерват „Персина Изток“ и защитена местност „Персина Изток“. Природен парк „Персина“ частично се припокрива със Защитена зона Никополско плато, обявена по Директива за местообитанията и Директива за птиците. Най-голямото богатство на парка са птиците. Описани са над 200 вида и почти всички имат консервационен статус. Беленският комплекс от острови е определен като един от петте най-важни за региона местообитания на голям корморан /Phalacrokorax carbo/, малък корморан /Palacrocorax pygumeus, нощна чапла /Nycticoraxnycticorax/, гривеста чапла /Ardeola ralloides/, малка бяла чапла /Egretta gatzetta/, голяма бяла чапла /Egretta alba/, червена чапла /Ardea purpurea/, лопатарката /Platalea leucorodia/, блестящ ибис /Plegadis falcneus/, белоока потапница /Aythya nyroca/, речна и белочела рибарка /Sterna hirundo u Sterna albifrons/. Описани са също така 475 вида висши растения, 162 от тях са тясно свързани с наличието на вода. В островните блата, отводнителните и наводнителните канали се срещат разнообразени растителни формации. Никополско плато има значение за опазване на карстови плата с елементи на степна растителност и пещери

Защитена зона „Река Вит“. Защитена зона по Директива за местообитанията (SCI) включва защитена местност „Лъгът – Дръмката“.Защитената зона обхваща течението на р. Вит на север от Плевен, система от блата (стари речни корита), някои алувиални гори и степни съобщества на хълмовете над реката. Наличие на богата рибна фауна от 44 вида, както и крайречни гори. Зоната е важен биокоридор.

Д) Фестивали и събития

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Международен музикален фестивал лауреатски дни „Катя Попова”[57]. Международен музикален фестивал Лауреатски дни „Катя Попова” е учреден през 1966 г. като ежегоден музикален празник с участието на лауреати. От третото си издание Фестивалът носи името на оперната прима Катя Попова/1924 – 1966 /, която е една от основателките и участник в първото издание. Лауреатските дни представят постиженията на новата генерация в европейското и световно изпълнителско майсторство, успехите на българската певческа и инструментална школа. Международен музикален фестивал Лауреатски дни „Катя Попова“ се провежда в гр. Плевен през 2 години, през м. октомври, в рамките на не по-малко от 5 концертни вечери. Фестивалът се организира от Община Плевен.

Международен фестивал за маримба и ударни инструменти[58]. Фестивалът е единствен по рода си в България и неговата цел е популяризиране на класическата музика пред широка аудитория – жители и гости на град Плевен. В програмата са предвидени пет концерта – по един във всеки от дните на фестивала, както и майсторски класове и уроци, които ще се провеждат в НУИ „Панайот Пипков“. Фестивалът с е провежда през месец юли на всеки две години.

Международен музикален фестивал за китара[59]**.** Международен фестивал на китарата се провежда ежегодно, през месец декември, от 2015 година. Идеята за събитието се заражда две години по-рано, като през 2014 година организаторите на фестивала учредяват сдружение „Изкуството до мен“ и още през същата година правят „генерална репетиция“ с предварително издание в национален мащаб. Само за 5 години Международен фестивал на китарата Плевен успява да се превърне в едно от водещите събития на китарното изкуство в Европа. Фестивалът включва: невероятни концерти с изпълнители от цял свят, международен конкурс на изключително високо ниво с професионално жури, иновативна система за оценяване, изложение на най-новите музикални продукти, презентации на майсторски лютиерски китари, множество уъркшопи, майсторски класове, перфектна организация, идеални условия за настаняване и придвижване, много музика и забавление.

Биенале на малките форми.[60] Биенале на малките форми (БМФ) е традиционен и утвърден форум за представяне на съвременните тенденции и постижения в областта на живописта, графиката и скулптурата в изобразителното изкуство. Организацията и провеждането на

[57] Източник: laureati.cm-design.eu
[58] Източник: http://www.marimbafestival-bulgaria.com
[59] Източник: https://plevenguitarfestival.com/bg
[60] Източник: http://plevengallery.com

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

биеналето се осъществяват от ХГ „Илия Бешков", в сътрудничеството с Представителство на СБХ – Плевен. Бианалето се провежда на две години през месец октомври.

Международният пленер по живопис[61] се учредява през 2021 г. с името „Плевен" и към него се добавя годината, в която се провежда. Пленерът е по живопис, без определена тема и картините са предназначени за фонда на ХГ „Илия Бешков" - Плевен. Художествените произведения остават собственост на ХГ „Илия Бешков" - Плевен, като се запазват авторските права на творците. Международният пленер се провежда в гр. Плевен през 2 години, през м. септември. Пленерът се провежда в рамките на 7 календарни дни.

Международен AUTUMN JAZZ FEST[62]**.** Фестивалът е забележителна част от културния живот на Плевен. Неговата цел е да популяризира джаза и импровизационната музика и да ги направи по-достъпни за широката аудитория. Създаден през 2017 година, фестивалът се провежда всяка година през месец септември на сцената в парка на Регионален исторически музей, организиран и финансиран от Община Плевен.

Театрално-куклен фестивал „ШАРЕНО ПЕТЛЕ"[63]**.** Фестивалът е създаден през 2018 г. и продължава традицията на международния куклен фестивал „Хора и кукли". Представя най-добрите постижения на професионалния куклен театър в България. Провежда се през първата половина на месец юли ежегодно. Фестивалът се организира и финансира от Община Плевен, с партньорството на Драматично-куклен театър „Иван Радоев" – Плевен и е част от Културния календар на Община Плевен.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[64] в Община Плевен са регистрирани 3 събития.

Е) Туристически маршрути

Екопътека в местността "Чернелка". През 2001 година по проект на Община Плевен в местността „Чернелка" е изградена екопътека, където са поставени 18 моста, много барбекюта, беседки, места за отдих. Главната цел на екопътеката е повишаване на екологичната култура на посетителите и прякото общуване с природните дадености. По средата на маршрута се намира хижа "Капчука", която разполага с 20 места, туристическа

[61] Източник: https://www.pleven.bg/bg/festivali-i-bianaleta/mezhdunaroden-pleneer-po-zhivopis-pleven
[62] Източник: https://visitpleven.com/listing/mezhdunaroden-autumn-jazz-fest/
[63] Източник: https://visitpleven.com/listing/teatralno-kuklen-festival-shareno-petle/
[64] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

кухня и столова, водоснабдена и електрифицирана. До началото на екопътеката може да се подходи както от село Горталово, така и от село Къртожабене.

Винарска изба Хараламбиеви[65] се появи на винената сцена сравнително скоро, но добиха популярност изключително бързо със своите качествени вина и с регионалния подход. Семейство Хараламбиеви отглежда над 85 ха лозя в района на Плевен, в 4 отделни лозови масива, към които подхождат индивидуално, както в отглеждането на лозята, така и във винифицирането на гроздата от тях. Предвижда се изграждане на дегустационна зала, където винени туристи ще могат да се срещат с вината на избата, да се запознаят със семейството и да се докоснат до тяхната философия.

Община Белоградчик

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ от община Белоградчик е включен един обект.

- ❖ Исторически музей Белоградчик.

А) Културно – исторически ресурси[66]

Белоградчишката крепост „Кале“. Паметник на културата от национално значение и една от най-запазените крепости в страната. Изградена е през III век от н.е. от римляните за охрана на стратегически пътища, пресичащи района. В късната античност тя е част от отбранителната система на Римската, а по-късно и на Византийската империя. Крепостта е доизградена от българите и е една от последните български твърдини завладяна от турците. Използвана е от тях, като гарнизон и е преустроена за огнестрелно оръжие в периода 1805 – 1837 година. Крепостта се състои се от три крепостни двора и една война площадка. Архитектурните постижения в изграждането на първите отбранителни сектора и масивните портали са основните аргументи при определяне на статута им – паметници с национално значение.

Латинско кале. Намира се на изток от белоградчишката крепост. Запазени са части от защитната стена. До руините на укреплението е построено метално стълбище с обезопасителен парапет. Площадката на укреплението не е обезопасена. Липсват каквито и да било указателни табели насочващи туристите към обекта. Няма информационно табло

[65] Източник: https://winetours.bg/tour/haralambievi/
[66] Източник: Електронната страница на Община Белоградчик - https://belogradchik.bg/?p=427

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

представящо ролята и функциите на укреплението. До обекта има достъп за автомобили и малък паркинг. Непосредствено до него има изградена панорамна площадка.

Природонаучен музей. Музеят отваря врати за посетители през 1975 год. с откриване на експозиция, единствена по рода си в тази част на страната. Експозицията съдържа 520 експоната, а фонда разполага с още 2500 (общо 3000). В музея на малка площ, неговите гости могат да се запознаят с най-атрактивната част от богатото биологично разнообразие на цяла Северозападна България. Експонатите са подредени на екологичен принцип, което позволява да се добие ясна представа за взаимоотношенията в природата.

Астрономическа обсерватория – собственост на Института по астрономия към БАН и разполага с три телескопа, компютър за обработка и съхранение на данните от електрофотометричните наблюдения и тези със CCD камера. Наблюдават се Луната, пръстенът на Сатурн, спътниците на Юпитер, сърпът на Венера, комети, звезди, звездни купове, галактики. Към настоящия момент възможностите на обсерваторията като туристически обект не се ползват пълноценно.

Джамия "Хаджи Хюсеин" – издигната през 1751 година. Притежава архитектурни и художествени стойности и е със статут на деклариран паметник на културата. Частично е реставрирана.

Килийно училище с. Рабиша – представлява архитектурно-строителен паметник на културата с местно значение. Построено е през 1830 година. Сградата е реставрирана с възможност за изграждане на музейна сбирка.

Местност "Анище" – Граничак. С голямо културно-историческо значение и обект на масови туристически посещения е местността "Анище", която се намира непосредствено до пътя Салаш - Белоградчик на 2 км. източно от село Граничак. Тук са открити останки на разрушено антично селище, представляващи отделна постройка състояща се от 4 стаи. От горепосочената сграда се намира и втори ансамбъл подобен по разположение на първия. Намират се и множество фрагменти от глинени съдове, монети и накити. Счита се, че това е римска вила, разположена на пътя Рациария-Наисус (сега Ниш), вероятно разрушена от варварските нашествия в края на IIIв и началото на IVв.

Б) Културни – ресурси

Летен театър – Белоградчик. Кинотеатър се намира в центъра на града в подножието на скали с формата на гъби. Затова е наречен "Гъбите". На мястото има уникална естествена

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

акустика, което прави кинотеатъра и предпочитано място за кино, но и за театрални спектакли и концерти.

Художествена галерия, Белоградчик. Галерията е открита през 1983г. В нея са изложени над 180 платна – графика и живопис, сред които произведения на много известни български художници като Владимир Димитров-Майстора, Светлин Русев ,Стоян Венев, Иван Христов, Йоан Левиев, Бахит Бапишев и др. Освен постоянната експозиция, в галерията често се провеждат временни изложби.

В) Парковете и градините в градска среда

- ✓ **Градски парк.**

Г) Природни – туристически ресурси

Пещера „Магурата“. Пещерата "Магура" крие голямо богатство. В нея се намира най-голямото находище на скални рисунки в Европа. А в дълбините й се произвежда единственото у нас шампанизирано вино, което отлежава 3 години при естествени условия. Разположена е на 20 км. от Белоградчик, близо до с. Рабиша. В царството й се намира най-големият сталагмит, открит у нас. Подземието на пещерата е с открития от преди 15 млн. години назад. Множеството колосални зали представляват своеобразен музей с фантастични варовикови форми. Най-впечатляващите са Падналият бор, Големият сталактон, Тополата, Малкият и Големият брат, Гъбата, Тронът, Вкаменената гора. В коридора на Славата се намират оригиналните пещерни рисунки, които са най-ценните шедьоври на първобитното изкуство на Балканите. Те са повече от 700 на брой и изобразяват танцуващи женски фигури, ловуващи мъже, маскирани хора и оръдия на труда. Друга част от тях представят образите на животни, растения и шахматни пана. Сънчевият годишен календар, който датира от късния енеолит, е направен, според учените, с голяма точност и прецизност на записите. В най-голямата Триумфална зала могат да се видят кости на пещерни животни и предмети от бита на племената, населявали тази част на Балканите. А в бившата зала за прилепи се прави естествено пенливо вино с марката "Магура". До изхода на пещерата се намира и известното Рабишко езеро - най-голямото по площ вътрешно езеро в България. Дълбочината му достига 35-40м и предлага идеални условия за сърф и плуване.

Пещера "Венеца" - Орешец, до с. Орешец. Дължината по главната й ос е около 200м. Изключително красива и богата на образувания, удобна за посещение. Пещерата е облагородена със средства по евро програма и е за любителите на пещерния туризъм.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Днес пещерняците определят пещерата "Венеца" като най-красивата от всичките 121 пещери, открити при експедициите на клуб "Бел прилеп". В нея могат да се видят всички видове вторични калцитни образувания, които природата може да създаде със своята неповторима фантазия.

Пещера „Лепница“. Пещерата Лепеница се намира в местността Маркащница, на 4км от Белоградчик. Тя е в средата на Белоградчишките скали и в средата на светилищния комплекс в Маркащница. Входната камера на пещерата е пресечена на два етажа, а самата тя е хоризонтална и отворена за преходи в недрата на земята както Магурата. Според изчисленията тя е на 8000-8500 години, като най-старите артефакти намерени в нея са на около 7000 години.

Белоградчишки скали - Венеца[67]. Природен парк.

Скално образувание "Гъбите" - Белоградчик. Скално образувание "Гъбите" се намират в близо до центъра на Белоградчик. Те са част от централната група на Белоградчишките скали.

Д) Фестивали и събития

Фолклорен фестивал „От Тимок до Искър”. Провежда се втората седмица на месец юни. Фестивалът продължава два дни, и в него участват фолклорни състави и индивидуални изпълнители от областите Видин, Враца и Монтана.

Най-голямото въстание в Северозападна България от 1850-то лето. Чества се всяка година в края на месец май. Въстанието от 1850-то лето е най-мощната съпротивителна проява на българския народ срещу чуждото потисничество през първата половина на 19-ти век. Почитта към това събитие се проявява още в първите дни след Освобождението и постепенно се превръща в традиция.

Международен събор на пограничните райони в местността „Кадъ боаз”. Провежда се ежегодно в третата седмица на месец юли. На границата между Република България и Република Сърбия в района на селата Салаш и Ново Корито българи и сърби преминават свободно при не характерен пропускателен режим. Съборът продължава три дни – от петък до неделя и има за цел търговски и културен обмен.

[67] Маршрут „Защитено природно наследство на територията на трансграничния регион Румъния-България“ - http://ecotourism-robg.eu/bg/promotional-materials/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Летен фестивал „Опера на върховете - Белоградчишки скали“. Върховете на Белоградчик са връх на божествени творения, така че естествено си дойде наименованието ОПЕРА НА ВЪРХОВЕТЕ – върховете на Белоградчишките скали, върховете на музикално-сценичната драматургия, на композиторите, на изпълнителите. Оперното изкуство на България също е един връх! Върховни са българските оперни певци, оркестранти и артисти от балета, без които никой театър не отваря врати, защото българският дух и талант е покорил целия свят. ОПЕРА НА ВЪРХОВЕТЕ е новаторска идея на режисьора Пламен Карталов. Необичайните сценични решения и замисълът на авторска режисьорска интерпретация са родени сред магическата красота на Белоградчишките скали и хилядолетните тайнства на приказната Магура. От 2015 година, фестивалът се провежда ежегодно през месец юли.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[68] в Община Белоградчик са регистрирани 6 събития.

Е) Туристически маршрути

Туристически маршрут „Белоградчишки скали”. Маршрутът - Туристически Информационен Център - Исторически музей - Белоградчишка крепост - Природо-научен музей - Местност „Субашин чешма”. Дължина на маршрута – 4.00 км.. Време за посещения и преход – 4 ч. 30 мин. Маршрутът е лек и се преминава по оформени пътеки.

Винарска изба „Магурата“[69]. Винарска изба „Магура“ организира дегустации както в работните, така и в почивните дни от седмицата. Дегустациите се провеждат в уникална обстановка – в галерия „Прилепите“ на пещера Магурата. Дълбоко в недрата на пещерата, под монотонния звук на действащия сталактит, където отлежават бутилките с естествено пенливо вино и стареят отбрани вина, винен разказва историята на винарната и организира „пътешествие“ през различните винени стилове застъпени в селекцията на избата.

Винарска изба Боровица[70] се намира в близост до едноименно село и сгушена сред Белоградчишките скали. Северозападният район е изключително благодатен за отглеждане на лозя, а ината са с ясно изразен тероарен характер. Собствените лозови масиви на избата са разположени под скалите, на червена песъкливо-камениста почва, а гроздата се превръщат в изключително лимитирани серии вина, носещи тероара на този регион. Богато

[68] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx
[69] Източник: https://magurawinery.bg/#vinarska-izba-magura
[70] Източник: https://winetours.bg/tour/borovitza/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

е разнообразието от стилове вина от избата – бели, червени, естествено пенливи и така актуалните към момента оранжеви вина. Изключително лимитирани серии тероарни вина. Избата разполага с зала за дегустация.

Фалковец[71] се намира на 14 км. от Белоградчик. Сгушен между първите ридове на Стара Планина и масива на Белоградчишките скали, той е желана дестинация за любителите на алтернативният туризъм. На тихо място се намира Хан Мадона Фалковец – място със спокойна атмосфера, вкусни гозби и приятелски настроени стопани.

Екопътека „Планиница“[72]. Преход Туристически информационен център ~ Място за почивка ~ Преход до „Хайдушко кладенче" ~ Преход от „Хайдушко кладенче" до място за пикник на „Планиница" ~ Преход от мястото за пикник на „Планиница" до базата за туристи на „Планиница" ~ Преход от „Планиница" до местността „Чуката" ~ Преход от местността „Чуката" до Белоградчик Време за посещение и преминаване на маршрута~ 4 часа. Специални изисквания~ водач и туристическа екипировка. Маршрутът е средно тежък. Преминава се по оформени пътеки. Наблюдава се източния масив на Белоградчишките скали.

Екопътека „Збегове“[73]. Преход Туристически информационен център до Белоградчишката крепост ~ Преход от Белоградчишката крепост до местността „Разкъсие" ~ Преход от местността „Разкръсие" до скалната местност „Збегове" ~ Почивка ~ Преход от „Збегове" до „Попската къща" ~ Почивка ~ Преход от Попската къща до Белоградчишката крепост. Време за посещение и преминаване на маршрута~ 6 часа. Специални изисквания~ водач и туристическа екипировка. Маршрутът е средно тежък. Преминава се по оформени пътеки. Наблюдава се западния масив на Белоградчишките скали.

Екопътека „Връх Ведерник“[74]. Преход Туристически информационен център до Белоградчишката крепост ~ Преход от крепостта до местността "Разкръсие" ~ Преход от местността „Разкръсие" до местността „Иванов камък" ~ място за пикник ~ Преход от местността „Иванов камък" до местността „Столове" ~ Преход от местността „Столове" до връх Ведерник ~ Преход от връх Ведерник до местността „Зарен" ~ Преход от местността „Зарен" до село Праужда. Време за посещение и преминаване на маршрута~ 6

[71] http://www.madonainn-bg.com/content/EN/id-49/Ecot-rails.htm
[72] Пак там
[73] Пак там
[74] Пак там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

часа. Специални изисквания~ водач и туристическа екипировка. Маршрутът е средно тежък. Преминава се по оформени пътеки.

Екопътека „Светът на скалите“[75]. Панорамна площадка “Мислен камък“ ~ Панорамна площадка “Чачин камък“ ~ Природонаучен музей ~ Панорамна площадка “Маркашница“ ~ Пещера Лепеница ~ Заслон „Субашин“ ~ Белоградчишка крепост. Време за посещение и преминаване на маршрута~ 6 часа. Специални изисквания~ няма. Маршрутът е лек. Преминава се по оформени пътеки. Наблюдава се централния масив на Белоградчишките скали.

Екопътека „Северозападен балкан“[76]**.** Град Берковица ~ връх Ком ~ село Черешовица ~ село Говежда – местност "Арешкова чука/Копрен" ~ град Чипровци ~ село Горни Лом ~ местност "Бекинска шобърка" над село Чупрене ~ село Стакевци ~ град Белоградчик. Време за посещение и преминаване на маршрута~ 9 дни /150 км/.

Община Видин

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ от община Видин са включени следните обекти.

- ❖ Художествена галерия "Никола Петров".
- ❖ Драматичен театър "Вида".
- ❖ Симфониета – Видин.
- ❖ Държавен куклен театър – Видин.

А) Културно - исторически ресурси[77]

Замък “Баба Вида”, гр. Видин. Замъкът е едно от най-запазените отбранителни съоръжения в България. Основите му са положени в края на X в. върху една от кулите на антична Бонония. Завършен вид добива през XIV в., когато е бил владетелски замък на видинския цар Иван Срацимир (1352-1396/97 г.).Замъкът заема площ от 9,5 декара заедно със защитния ров. Той е с две оградни стени, по които са били разположени 11 отбранителни кули, една от тях е от XVII в.

[75] Пак там
[76] Пак там
[77] Източник: Електронна страница на Община Видин - http://vidin.bg/wps/portal/vidin/municipality/municipality-characteristics/tourists-information/zabelezhitelnosti

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Музей "Кръстата казарма". Кръстатата казарма е със забележителен архитектурен план, формата й е на равнораменен кръст. Построена е от видинския управител Осман Пазвантоглу през 1801 г., където се е намирала градината на Стария сарай и е била използвана за конак на еничарите. Вътрешното разпределение на сградата е преустроявано и променяно съобразно изискванията и нуждите на службите, които са се помещавали там. Има обособени четири почти самостоятелни вътрешни двора, а входовете са в ъглите на диагоналите. Централната част на сградата създава усещане за простор и тържественост. Архитектурата е уникална по своята същност, както и пространствената композиция, това показва чуждо влияние и навлизане на нови идеи. След Освобождението сградата е използвана за съд и казарма на българската войска. Днес забележителната постройка е паметник на културата и в нея могат да се видят различни изложби, пресъздаващи бита на българите от Видинския край.

Археологически музей - Епиграфски център. Археологическият музей във Видин се намира в сграда, която е архитектурен паметник на културата от местно значение, построена преди повече от 200 години. Нейното предназначение е било за съхранение на зърнени храни, събирани от турската власт като данък „десятък“ от българското население. Новият музей е реализиран по европейски проект „Създаване на достъп на обществеността до сграда паметник на културата – Турски склад и създаване на епиграфски център“, по Програма „Културно наследство и съвременни изкуства“. Сградата е реставрирана и адаптирана за епиграфски център, с цел съхранение и експозиция на археологически находки от различни епохи. Експонирани са 38 движими археологически и епиграфски ценности, които датират от Античността до XIX век. Епиграфският център се намира в непосредствена близост до крепостта „Баба Вида” и по този начин се оформя интересен исторически комплекс, който обогатява туристическия продукт на град Видин.

Историческият музей „Конака” се помещава в сграда, която е с интересен архитектурен стил, построена е през XVII в. Първоначално е функционирала като полицейско управление, а след учредяването на Българската екзархия през 1870 г. е предоставена за ползване на църковната община във Видин. Сградата е преустроявана многократно, заложени са елементи от българската архитектура характерна за Възраждането, което придава оригиналност на външния й вид. След Освобождението, в сградата се е помещавала Общината и именно в нея са се взимали решения за европейското модернизиране на града. Днес в музея посетителите могат да се запознаят с богатата история на региона от Античността до Руско-турската освободителна война (1877-1878).

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Катедрален храм "Св.вмчк Димитър Солунски". Духовният стожер на българите във Видин е катедралният храм „Св. вмчк Димитър Солунски", вторият по големина след храм-паметник „Св. Александър Невски" в София. Той е построен на мястото на дървена църква от XVII в. и носи същото име. Катедралният храм „Св. вмчк Димитър Солунски" е окончателно завършен и осветен през 1926 г. Стенописите са изразителни и уникални. Забележителна е сцената с пратениците на цар Петър (927 – 970), поднасящи дарове на Св. Иван Рилски. В православния свят няма друг подобен стенопис, където да са изобразени лицата на водачите за национално освобождение на българите - Хаджи Димитър, Георги Раковски, Любен Каравелов, Христо Ботев, Васил Левски, Тодор Александров. Патриотичният и духовният дълг са обединени в името на всеобщото спасение. Църквата е обявена за паметник на културата от национално значение.

Църква "Света Петка", *гр. Видин.* Църквата е строена през 1627 г. върху основите на по-стар храм. Тя е вкопана дълбоко в земята. ¬ Църква "Свети Панталеймон" Намира се в двора на Видинската митрополия.

Църква "Св. Николай"*, гр. Видин.* Построена на мястото на стара камбанария и пристройка към църквата "Св. Панталеймон" през 1926 год. по проект на арх. Коста Николов.
Кръстата казарма, гр. Видин. Построена през 1801 г. от Осман Пазвантоглу, независим турски феодален владетел. Използвана е от еничарите. Днес в нея е уредена етнографска експозиция.

Джамия и библиотека на Осман Пазвантоглу, *гр. Видин.* Джамията е масивна каменна постройка със строго ориенталска архитектура. Изградена е през периода 1800-1801 г.

Турски конак "Колука"*, гр. Видин.* Построен през втората половина на XVIII в. Конакът е бил значително видоизменен през вековете.

Турска поща Двуетажна каменна сграда*, гр. Видин.* Построена е специално за пощенски нужди към 60-те години на 19 век. Сградата е единствената запазена стара поща в страната.

Синагога, гр. Видин. Намира се в близост до замъка "Баба Вида". Сградата е построена през 1894 г. за еврейския молитвен дом. Днес сградата е в процес на реставриране.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Останки от Римска крепостна стена и кула в квартал "Калето" гр. Видин. Капии , "Видболска", "Еничар", "Флорентин", "Телеграф", "Пазар","Стамбол".

Антична крепост „Бонония". Обектът се намира в съвременна градска среда и е възможно археологическо проучване само на отделни, оцелели от съвременното строителство фрагменти от нея. В момента върху площта на обекта се извършват геофизически проучвания, които ще позволят по-доброто прецизиране на участъците, които могат да се проучват в бъдеще. Предвид историческата значимост но античната Бонония и обвързаността й със средновековния Бдин до новото време проучванията са наложителни от гледна точка на културно-историческо наследство и неговото емоционално възприемане.

От римския период са разкрити малки участъци от крепостната стена и кули. Направена е частична консервация, в крепостта „Баба Вида", на част от стената и кулите. Не е извършвана реставрация, но обектът е добре експониран.

Б) Културни – ресурси

Драматичен театър гр. Видин е построен през 1891 год. Това е първата в България построена сграда специално за театрални нужди.

В) Парковете и градините в градска среда

Крайдунавска градска градина, Видин. Градината има исторически утвърден характер и запазена оригинална планова композиция. Решена е в пейзажен стил, в който хармонично се вписват боскетните форми на чемширите (характерни по форма за австрийските барокови паркове). Тази своеобразна смесица на стилове – пейзажен (носещ характера на английските паркове с редуване на открити и закрити пространства, където се разчита на ефекта от дървесните групи и поляни) и боскетните барокови форми на храстите, създава своя хармония и носи качества на нов стил, който можем да се определи като типично български. Изграждането на крайдунавската градина става в 4 основни етапа: 1878-1899г, 1911-1928г, 1928-1939г (когато обхваща територията до Телеграф капия) и до 1960г (до крепостта "Баба Вида"). В парка има значими архитектурни паметници (театър "Вида", джамията и библиотеката на Пазвантоглу, Телеграф капия, турската поща, крепостта "Баба Вида"), археологически, мемориални обекти, запазени панорамни и зрителни точки, създаващи визуален контакт с околната архитектурна рамка и река Дунав, много кътове за развлечения и отмора.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Парк "Владикина Бахча" (старо име "Толбухин") се намира пред спортния комплекс "Георги Бенковски" в гр. Видин. Името идва още от турско време, тук е била лятната резиденция на Видинските митрополити. Тук ставали и всички народни тържества. Това е един от парковете във Видин, изпълнен с много зеленина и много приятен за разходки.

Парк "Рова" (Градина над рова) гр. Видин. Парк, който е изграден върху затрупаната част от рова, опасвал каменните стени на градската крепост, ограждали Стария град (кв. "Калето"). Паркът започва от Стамбол Капия и продължава до Еничар Капия.

Г) Природни – туристически ресурси

Защитена зона „Видински парк"[78]. Защитена зона по Директива за местообитанията (SCI) с код BG0000522, която се допира до защитена зона по Директива за птиците. Включва защитена местност „Липака". На територията на защитената зона се срещат широколистни гори от бук, липа, ясен, явор, бряст. Наличие на смесени местообитания между Мизийски гори от сребролистна липа и термофилни букови гори. Срещат се дъбови гори, масово разпространени по протежение на долната част на р. Видбол, с много дървесни видове, характерни за крайречните зони. Естествени и полуестествени тревни съобщества.

Защитена зона „Арчар – Орсоя" [79]**.** Защитена зона по Директива за местообитанията (SCI) с код BG0000497, която се допира до защитена зона по Директива за птиците. Защитената зона включва заливни дунавски тераси и околните пясъчни хълмове с височина 80-90 м. Включва се и дунавски остров с алувиални гори.

Пещера "Магура". Обхваща Рабишката могила (461 м надморска височина). Пещерата е една от редките по своята красота и разнообразие природни забележителности в България. Тя е благоустроена. Подземните й лабиринти имат дължина около 2.5 км. с импозантни зали, сталактити и сталагмити, и редки пещерни образувания.

Д) Фестивали и събития[80]

Фестивал на изкуствата дунавски вълни. Фестивалът е синтез от традиционни и модерни изкуства: фотография и живопис, скулптура и графити, музика и танци, фолклор и

[78]Маршрут „Защитено природно наследство на територията на трансграничния регион Румъния-България" - http://ecotourism-robg.eu/bg/promotional-materials/
[79] Пак там
80 Източник: Регистър на туристическите фестивали и събития, Министерство на туризма - http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

илюзионно изкуство. Това е палитрата на събитието, което се обновява постоянно. Провежда се ежегодно в гр. Видин през месец юли и е с национално значение.

Младежки фестивал по изкуствата the Bridge. В рамките на фестивалните дни се формират работилници по визуални изкуства, музика и танци. Младежите показват наученото на различни събития в рамките на седмица. Фестивала е уникално лятно преживяне за младите хора. Фестивалът се провежда ежегодно през месец август.

Средновековен фестивал Бъдинъ. Представяне на важни събития от Българското средновековие чрез исторически възстановки и ритуали. Детската анимация е задължителен елемент от програмата на фестивала. Всяка година се включват нови елементи. Фестивалът се провежда на крепостта "Баба Вида", ежегодно през месец август.

В Регистъра на туристическите фестивали и събития към Министерство на туризма[81] в Община Видин са регистрирани 6 събития.

Е) Туристически маршрути

Маршрут: Неповторима смесица от история и природна красота в Крайдунавския парк. Начало на разходката може да се постави от Драматичен театър „Вида", чиято сграда е построена през 1892 г. и е първата в България за театрално изкуство. Тя прави впечатление с австрийския архитектурен стил, характерен за първите десетилетия след Освобождението. Река Дунав винаги е била живата връзка с останалата част на Европа, тя носи полъха на модернистичното западно общество. Друг архитектурен и културен паметник, разположен в близост до театъра, е Художествената галерия „Никола Петров", построена през 1893 г. Сградата е функционирала като военен клуб, където са се провеждали прочутите виенски балове, била е център на много събития, провеждани в града. Тази традиция се е запазила, като функцията на сградата от 1964 г. е променена. Художествената галерия е място, където могат да се видят шедьоври на изобразителното изкуство, произведения на съвременни творци, а също и брачни обещания за вярност. Спокойната разходка, неминуемо ще отведе туриста до Телеграф капия(порта), която е част от укрепителната система „Кале" и няма аналог в страната. Построена е от френски и полски инженери на турска служба през периода 1690-1720. Тази защитна линия прави града непревземаем. Любопитният поглед попада върху къща, напомняща за българската възрожденска архитектура. Това е така, защото е строена от дебърски майстори през 1858 г., но е играла роля на турска поща - единствената запазена в България. Турската

[81] Регистър на туристическите фестивали и събития, http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

поща посредством телеграф е свързвала Видин като граничен град в Османската империя с Калафат във Влашкото княжество. Малко известен е факта, че първото винарско училище е открито във Видин през 1887 г. със съдействието на Константин Стоилов, в качеството му на депутат от този регион. Сградата е запазена в оригиналния й вид (непосредствено след Турската поща) и загатва за майсторските вина с дунавски привкус, които се правят в областта. След като туристът вече се е потопил в неповторимата смесица от история и природна красота, неочаквано пред него гордо се изправя непреходният символ на Видин – средновековната крепост „Баба Вида". Единственото напълно запазено отбранително съоръжение от Средновековието, стъпило върху римските останки на античната крепост Бонония. Преустроявана и разширявана, крепостта е мълчалив свидетел на историческите превратности във Видинския край.

Маршрут: Очарованието на Стария град. В старата част на Видин, наречена „Кале", са съхранени паметници, носещи полъха на миналото. В Стария град се влиза през главната порта – Стамбол капия, която е част от укрепителната система, построена през периода 1690-1720 г. След нейното издигане Видин става непревземаем град. Тя има форма на полукръг, с разположени порти откъм р. Дунав и откъм сушата и е паметник на културата с национално значение. Това, което всеки ще забележи е архитектурния стил на къщите, построени в началото на XX в., с орнаменти, доставяни от Виена и Будапеща. Пътят отвежда любопитния турист до Митрополитския комплекс, който се състои от палата на Видинския митрополит, построена през 1924 г. В съседство се намира мавзолеят на екзарх Антим I (1816-1888), духовен водач на българите, свързал живото си с Видин като митрополит, дарител и достоен гражданин. Част от комплекса е църквата „Св. Панталеймон", вкопана в земята и обявена за национален художествен паметник. В нея е служил епископ Софроний Врачански по време на престоя си във Видин през 1800-1803. В непосредствена близост е църквата „Св. Николай Мирликийски Чудотворец", втората по големина в града след катедралния храм „Св. Димитър". Прави впечатление, че до християнския комплекс се намира джамия. Видинският управител Осман Пазвантоглу (1793-1807), който не се подчинявал на централната султанска власт, построява обществени сгради, част от които са запазени до днес. Освен джамията, е запазена и библиотеката на Осман Пазвантоглу, построена в чест на неговата майка. Емблематична сграда в града е музей „Кръстатата казарма", построена през 1801 г. от споменатия видински управител. Формата на равнораменен кръст е определила наименованието й. Разположението е удобно за всеки решил да посети старата част на града и да се докосне до историята на последната средновековна българска столица. Във Видин има още една

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

църква вкопана в земята, намира се срещу музей „Кръстатата казарма". Храм „Св. Петка", вероятно е построен през Средновековието, но се знае, че е изографисан през 1636 г. с помоща на влашкия княз Йоан Матей Бесараба. Несъмнено разходката ще завърши с посещение на средновековната крепост „Баба Вида". Единственото напълно запазено отбранително съоръжение от Средновековието, стъпило върху римските останки на античната крепост Бонония. Преустроявана и разширявана, крепостта е мълчалив свидетел на историческите превратности сполетели Видинския край.

Маршрут: с. Рупци – Видин - Винарски изби ,,Шато де Вал'' и ,,Калотоф''. Винарна изба „Шато де Вал " е основана през 1998год. от Г-н Вал Марков с тенденцията да възобнови традицията на Видинския регион и възвърне отдавна забравеното качествено и уникално вино. "Chateau de Val" произвежда висококачествени натурални червени и бели вина. Гордостта на изба Шато де Вал се нарича ГРАНД КЛАРЕТ – червено купажно вино . Шато де Вал произвежда също : Каберне Совиньон , Мерло, Самоток , Сира , Каберне Фран , Шардоне , Совиньон Блан , Куве ,Ризлинг , Вионие .Всички наши вина са произведени в традиционен стил(натурално производство на грозде), задължително ферментирали и отлежали в американски , френски и български дъбови бъчви . Винаta на Шато де Вал са високо оценени в целия свят , също са получили многобройни награди на редица конкурси . Изба Шато де Вал се намира на 3 км извън селището Градец ,което е разположено на 12 км северозападно от гр. Видин, в долината на река Тополовец. Първите писмени сведения за селището (тогава Урумлар) датират от 15 век . По-късно става известно като Гърци , а името Градец получава през 1934 г. Най-големия си разцвет достига през 1956 г. – над 4000 жители. Първата църква в селото "Св. Пророк Илия" е построена през 1854 г. Около три десетилетия след това е разрушена и на нейно място през 1896 г. е завършена сегашната, носеща същото име. На 8 км западно от Градец се намира Алботински скален манастир.

Винарна „Новоселска гъмза" е с дълга история, събрала е от опита на много поколения винопроизводители и не случайно споделя, че „Традицията е не само класика, тя е и бъдеще".

Изба „Бонония Естейт" вярна на своята мисия „Традиция, пренесена през вековете" предлага богат избор от бели, розе и червени вина.

Кулинарен фолклорен събор Бъдник, гр. Видин. Събитието е изложба и дегустация на обредни хлябове от Видински регион. Привежда се ежегодно на 22 декември.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Летен оперен фестивал крепост на вековете - Баба Вида. Като фон на представленията се използват историческите забележителности и природни дадености на града. Уникално съчетание на изкуство и културни паметници в близост до р. Дунав. Фестивалът е проведен за пръв път през 2017 година. От тогава с е провежда ежегодно през месец август. Организатори са: Община Видин, Софийска опера и балет, Министерство на културата.

Окръг Долж, Румъния[82]

В разработения Разширен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ от румънска страна са включени общо 6 обекта от които 1 в гр. Калафат и 5 в гр. Крайова:

- ❖ Двореца-музей Маринку в гр. Калафат
- ❖ Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил), гр. Краойва
- ❖ Къща Бънией (Casa Baniei), гр. Краойва
- ❖ Филхармония "Олтения", гр. Краойва
- ❖ Национален театър "Марин Сореску", гр. Краойва
- ❖ Театър за деца и младежи "Колибри", гр. Краойва.

А) Културно – исторически ресурси

Мемориална къща на Елена Фараго, Клайова. В тази сграда е живяла поетесата Елена Фараго от назначаването ѝ за директор на Фондация Александру и Аристиа Аман, на 1 септември 1921 г. до нейната смърт, през януари 1954 г. Къщата е била домакин и културна зала, място за срещи на хора с различни писатели. Мемориалната къща "Елена Фараго" е домакин на постоянна експозиция, включваща 396 експоната: мебели, лични вещи, книги и списания, но и стотици оригинални документи, фотокопия, семейни снимки и кореспонденция. Той се посещава ежегодно от хиляди деца и младежи, както и от хора, интересуващи се от работата и дейността на Елена Фараго.

Музей Олтения - отдел по история - археология, Крайова. През XVII-XIX век в пространството, където понастоящем се намира сградата на историко-археологическия отдел на музея „Олтения“, е имало извор. На територията на музея е имало част от древна гора, от която е запазена малка част, в сегашния парк Михай Браву. Изграждането на сградата на секция „История и археология“ на музея „Олтения“, е по плановете на

[82] Източник: https://discoverdolj.ro

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

архитекта о. Билек, и сградата е завършена през 1906 г., по случай 40 -годишнината от управлението на крал Карол I, с функция на основно училище за момчета и момичета. В това училище са се обучавали деца сираци на занаяти. През 1948 г. комунистическият режим премахва религиозните фондации и частните училища. Следователно, по пряка намеса на бъдещия академик CS Nicolăescu -Plopşor и неговия колега от училището - Стефан Войтек, тогава министър на образованието, сградата е предоставена на музея „Олтения“. Първоначално сградата е Държавният архив и всички музеи в Крайова.

Музей Олтения - отдел по естествени науки. Музеят е открит на 2 декември 1923 г. под името „Природонаучен музей в Крайова“, от членовете на Крайовския научен кръг, ръководен от професора по естествени науки Марин Деметриску, музеят става секция на Регионалния музей на Олтения, през 1928 г. Днес има постоянни изложби в различни секции на природните науки, а също така и Планетариумът на втория етаж на сграда.

Национална банка на Румъния - клон Долж се помещава в исторически архитектурен паметник от местно значение, разположен в центъра на Крайова. Сградата се намира до къщата на Константин Валимареску и срещу Евангелистката църква. Сградата, датираща от края на деветнадесети век (1887 - 1888), е построена, за да служи като седалище на окръжния клон на Националната банка на Румъния, институция, създадена през 1880 г.

Омагьосаният замък Крайова се намира в най-известния и популярен парк в града - парк „Николае Романеску“. Фактът, че се намира на по -малко видимо място, скрит сред дърветата, го прави по-малко известен на туристите до преди няколко години. Омагьосаният замък е построен през 1905 г., за да маскира водната кула в парка. Построен е в романтичен стил и е едно от местата за срещи на хората от Крайова. Замъкът се намира близо до Висящия мост, друга популярна атракция в парка. Той разделя два хълма и е над вода.

Евангелско - лутеранската църква (от Августанов култ) се помещава в исторически паметник на архитектурата от местен значение, разположен в центъра на Крайова. Известен архитект Линдхорст е построил сегашната сграда през втората половина на 19 век (предполага се, че около 1870-1872 г.). През 1881 г. зад църквата е създадено евангелското изповедално училище, където пасторът на евангелската общност, придружен от трима учители, се грижи за образованието на 131 ученици. Тази институция е действала до 1945 г., когато е затворена от комунистическия режим. Сградата, в която се помещава евангелската църква, считана за най-старото протестантско място за поклонение в Олтения, принадлежи към неоренесансовия стил. Понастоящем в църквата се помещават

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

както евангелско-лутеранската общност, която включва 34 енориаши, така и реформаторите. Службите се извършват от пастори на Евангелската окръжна консистория в Сибиу в първата неделя на месеца и по случай кралските празници.

Църква „Мадона Дуду" или „Майка Пречеста"[83], Крайова. Църквата носи това име заради иконата на Пресвета Дева Мария, намерена през 17-ти в. в една черница (дуд), която се намирала на същото място, където по-късно храмът бил издигнат. Той е построен (в брънковенски стил) между 1758-1760 г., на мястото на една по-стара дървена църква (от 1700 г.) от първия ключар (отговорник за външната охрана на покоите на владетеля – бел. пр.) Константин Фотеску и кожаря Хаджи Йон Георге. Църквата притежавала много имоти и магазини, един от които е и първата болница в региона за хора с умствена изостаналост. В резултат на земетресението от 1838 г. храмът е напълно разрушен и затова през 1841 г. останките били съборени и между 1842-1844 г., е възстановен в бароков стил от един виенски архитект, по покана на болярина Йордаке Отетелишану. Понеже била твърде малка, през 1913 г. църквата е съборена, като нейно място е издигната сегашната, построена в неовизантийски стил по плановете от архитектите Йон Трожънеску (Траянеску) и Стерие Беку и осветена през 1942 г. Храмът е един от забележителните религиозни обекти на Крайова, с важна културна и благотворителна роля. От 1992 г. е епископска катедрала.

Римокатолическа църква „Всички светии" или „Свети Антон", Крайова. **С**троителството на църквата започва през 1844 г. Църквата е с 3 олтара, камбаната на кулата, като е била оосветена през 1844 г. от епископ Molajoni, в чест на „Всички светии". Старата църковна кула е била разрушена, се е изградила готическата кула с монтиран часовник, която е съществувала до земетресението през 1977 г. През 1884 г. в църквата е открито девическо училище, което се е развило бързо под ръководството на висшестоящата Гизела Колбай (с начално училище и пансиона). Училището прекратява дейността си през лятото на 1948 г. с национализация на училищата. През 1998-1999 г. интериорът на църквата е обновен, иконите и статуите също са ремонтирани. Между 1991-1994 г., с подкрепата на правителствата на републиките Германия и Италия и под ръководството на о. Dean Râtan Ionel, в двора на енорията е построена детска градина, която се нарича „Свети Антон". През 1992 г. по решение на съда са възстановени помещенията на католическото училище, където понастоящем се намира Римокатолическият деканат и където функционира

[83] Източник: https://cdst.ro/bg/index.php/location/biserica-madona-dudu-sau-maica-precesta/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Римокатолическата теологична следдипломна школа „Свети Йосиф“, която обучава студенти за професионална квалификация „медицинска сестра по обществено здраве“.

Църквата „Света Троица“[84], е може би сред най-красивите в Крайова, намиращ се в центъра на града. Построен е между 1765-1768 гр. в бранковенски стил. Храмът е основан от старата жупанка Думитрана Щирбей, известна още като Щирбоайка. Тя е дъщеря на учителя Константин Стръмбяну и вдовица на великия логотет Константин Щирбей, бивш каймакамин на Крайова през 1741 година. Църквата е построена от камък и тухла и е с кръстовидна форма, със стройна камбанария, издигаща се над централната част и притвор с колонада. През 1811 г. в двора на църквата са издигнати няколко двуетажни сгради, вероятно за целите на организирането на монашеско общежитие. Храмът е пострадал по време на революцията 1821 г., в резултат на което през 1823 г. покривът е поправен. При земетресение от 1838 г. са нанесени нови щети, като две години по-късно църквата е ремонтирана от Екатерина (Катинка) Бибеску и сина й, Великия логотет Барбу Щирбей. През 1890 г. е направен опит за изграждане на болница от църковните фондове, но тази инициатива не постига успех. Вместо това е построен медицински диспансер за бедни, дом за временно настаняване в помещенията в двора на църквата. Той е поддържан от собствени приходи, от прилежащите църковни имения и от дарения. В края на 19 век започва възстановяването на храма, което продължава до 1906 г. С финансовата страна се заемат синовете на Барбу Щирбей Водъ, принцовете Александру и Димитрие Щирбей. През този период сградата е издигната в по плановете на френския архитект и реставратор André Lecomte Du Noüy. Тогава е построена входната кула, вътршността е изографисана, изработен е и нов позлатен иконостас от дъб, а обзавеждането е донесено от Франция. През 1995 г. стенописите са възстановени, а в първите години на новия век, по молба на Общината, оградата и стените, които заобикалят църквата са съборени.

Църквата „Свети Илия“, Крайова. Църквата е основана от Илие Отетелишану, построена е през 18 век. Въпреки че оригиналният надпис на църквата не е запазен, надпис, поставен през 1890 г., видим и днес, споменава 1751 г. като година на построяването на църквата, като тя се смята за най-старата, построена през века в Крайова. Църквата е с малки размери и една кула, но е надарена от основателя със сребърни прибори, дрехи и книги, но и имоти, като по този начин се превръща в едно от най-богатите места за поклонение в Бание. Мястото, където е построена, е едно от най-натоварените в града, на границата между постоянния панаир на Крайова и така наречения Външен панаир, който след време

[84] Източник: https://www.holysites.me/trip/1650/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ще се нарече бедняшки квартал „Свети Илия“. С приходите от църква е поддържано девическо училище Lazaro-Otetelişanu, като със средствата от него е създадено първото Централно девическо училище във Влашко.

Църквата „Св. Николае“, [85] гр. Калафат е архитектурен паметник, и е едно от основните места за поклонение в града на река Дунав, до църквата„ Успение Богородично“, църквата на лечебния извор и църквата „ Св. Мъченик Георги ”, считан за паметник. Разположена в централна част на града. Църквата е построена между 1730-1740 г. В древни времена, поради постоянната опасност от османски нашествия откъм р.Дунав, църквата първоначално е функционирала като хижа. По –късно са построени стени. През 1905 г. енорийският свещеник на църквата "Свети Никола", свещеник Петру Калафетеану, започва доблестна борба "градът на независимостта" да има катедрала, достойна за ролята, която е играла в историята на страната. През същата година, при управлението на кмет И. С. Драгулеску, пазарът на дървен материал се е преместил пред старата църква, а някои малки конструкции са разрушени; по този начин пространство е увеличено, обединено с това на Обществената градина. През 1906 г., когато кмет на Калафат е Йон Чиупаг, самото свято място се срутва. Върху основите на старата църква, на 20 март 1906 г., започва строителството на сегашната монументална сграда, по проект на архитекта Кафауниски, като работата се ръководи от архитекта К. Ангелеску от община Пленица. Църквата е проектирана във формата на кръст, с кула с полусферичен купол, притвор и две по-малки кули, задръстени отпред, с основна апсида и две страни в капачки, притвор на притвора, включително шкафа. Верандата е проектирана открито, подпряна на четири колони в края на монументално стълбище. Образната картина и поддържащият орнамент на купола са изпълнени в маслени цветове от художника Ковачи. В по -голямата си част повърхността на картината е покрита с орнаментални мотиви, чужди на румънския традиционен стил, в маслена темпера емулсия. Иконостасът е изработен от резбована вар, а 49 -те икони са пирографирани и леко оцветени в масло. Църквата е завършена през 1910 г., когато е осветена по време на епископ Д. Д. Генадий.

[85] Източник: https://ziarullumina.ro/actualitate-religioasa/regionale/oltenia/biserica-sfantul-nicolae-din-calafat-111111.html

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Б) Културни – ресурси

Дом на културата "Траян Деметриску"[86]. Домът на културата в Крайова е създаден през 1973 г.
През 1991 г. променя името си на Дом на културата "Траян Деметриску". Институцията е построена в бившата къща на румънския поет Траян Деметриску. Къщата, национализирана през 1950 г., и е превърната в мемориална къща през 1966 г. и културен център през 1973 г. Домът на културата "Траян Деметриску" има предимно следните цели: организиране и осъществяване на културни, артистични и образователни дейности; съхраняване и предаване на художествените и техническите морални ценности на местната общност; организиране или подпомагане на самодейни артистични групи на конкурси и фестивали; организиране или подпомагане дейността по документиране на временни изложби, разработване на монографии и произведения на гражданското образование и обществена информация.

В) Парковете и градините в градска среда

Парк Николае Романеску, гр. Крайова. Това е най -големият природен парк в Източна Европа и един от най-представителните паметници на ландшафтното изкуство в Румъния. Той има площ от приблизително 90 ха, зелени площи, алеи и залесени площи, което му дава статут на най –голямата градска зелена площ в Румъния. Открит е през 1903 г. в присъствието на крал Карол I. Ландшафтният архитект Едуард Редонт пренася проекта на бъдещия парк Романеску на Международното изложение в Париж (1900), а проектът е награден със златен медал. Паркът е построен в романтичен стил, синтез на ландшафтна архитектура и живопис. През 1930 г. паркът е кръстен "Park N. P. Romanescu". В годините са добавени нови компоненти: портален вход, ограда, удължен кей, подобрено е осветлението, построена е оранжерия от 1050 кв. м. като са запазени всички компоненти от първоначалната концепция на ландшафтния архитект Редонт. В рамките на аранжирания ансамбъл се разграничават елементите като: дълги водни течения над 1970 м, алеи с дължина почти 27 км, монументален вход, паметник на Романеску, къща Бибеску, железен павилион, средновековен замък, езеро и кей, впечатляващ окачен мост, водопади, Голямото езеро, зоологическата градина, хиподрума, велодрум, летния театър и многобройни статуи, някои от които принадлежат на известни художници (Brâncuşi или

[86] Източник: www.trademd.ro

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Jalea). През 1943 г. на главния вход е издигнат бюст на Н. Романеску в знак на почит към този, който работи отблизо по изграждането на парка.

Зоопарка Крайова[87]**.** Зоологическата градина в Крайова, разположена в парк Николае Романеску, е открита през 1906 г. и е една от най -старите в страната. Отначало това беше просто зоопарк с няколко животни от местната фауна: лисици, язовци, елени. Около Къщата на лесовъдите имаше само няколко кошари за животни, а на ръба на главната алея край езерото имаше още няколко клетки, в които бяха настанени лисици, язовци.

Английски парк, гр. Крайова. Паркът заема площ от 4670 кв.м. и се намира в центъра на града. Юнионската градина носи това име, защото мястото напомня за важни събития, случили се през 1857 г., в Крайова и защото цялото пространство е доминирано от внушителната статуя на владетеля Александру Йоан Куза (скулптор Рафаело Романели). Градината е имала и други имена, но най-често срещаният е English Park, защото напомня за лондонския квадрат. Тя включва декоративни дървета и храсти и килим от цветни видове, които се сменят периодично, в зависимост от периода на цъфтеж.

Ботаническа градина, гр. Крайова. Ботаническата градина се намира в югозападната част на Крайова, тя заема площ от 17 хектара и представлява четвъртата университетска ботаническа градина в страната, след Букурещ, Клуж и Яш. Проектиран е от френския ландшафтен архитект Едуард Редонт в първите години на XX век. Ботаническа градина „Ал. Буя “, под ръководството на Крайовския университет, е създадена по инициатива и под ръководството на проф. д-р нив. Александру Буя през 1952 г. Ботаническата градина е организирана в следните сектори: Декоративният сектор започва от входа на посетителите от улица Iancu Jianu. Той осигурява през целия вегетационен период, в допълнение към богата и разнообразна колекция от растения и приятна декорация на входа на Ботаническата градина. Секторът на флористичните провинции на Румъния се намира в северната, североизточната и източната част на Ботаническата градина. За да се създадат условия, максимално близки до екологичните изисквания на вида от различни фитогеографски райони на Румъния, бяха подредени микро- и макрорелефи с височини между 1,5 м и 30 м във връзка с водния гланц, чрез големи почвени натрупвания от езерата. Секторът „Систематика на растенията“ се намира в централната част на Ботаническата градина.Включва и езерото, в което освен водни растения се намират различни видове птици. Флористичните провинции от сектора Глобус се намират в югозападната част на градината. Оперира със следните провинции: Средиземноморска,

[87] Източник: raadpflcraiova.ro

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Кавказка, Централна Азия, Югоизточна Азия и Северна Америка. Секторът на култивираните растения се намира в северозападната част на ботаническата градина. Той е разделен на шест секции: агрофитотехника, зеленчукопроизводство, дървета, храсти и лечебни растения, лози и дървета. Секторът за оранжерии се намира в близост до административния офис и е структуриран на 4 отделения: коридор, оранжерия с сочни оранжерии, оранжерия с тропически и субтропични оранжерии и оранжерия с мултипликатор. Секторът на броеницата е разположен на площ от 0,2 ха между оранжерии и административното седалище на Градината. Той събира много видове рози, много разнообразни по хабитус и размер, цветове и аромати на цветя. Разсадникът се намира в западната част на градината. В разсадника се размножава размножителният биологичен материал, използван от градинските сектори за подмяна на повредените екземпляри. Музеят се намира във фоайето на административната сграда и включва проби от семена, плодове, чинии, графики, грамоти, колекции от каталози, издадени от Ботаническата градина от създаването й до сега. Хербариумът е компонент от голямо значение във всяка ботаническа градина. Започва с хербариума, закупен от Крайовския университет от семейство Борза, състоящ се от около 10 000 листа, редактирани от Flora Romaniae Exsiccata (FRE). Заедно с нея хербариумът на проф. Ал. Буя, съставен от около 20 000 листа, събрани от всички провинции на Румъния и определени в по -голямата си част от него. Към тези два хербария се добавят множество хербариеви листа с видове, събрани от спонтанна флора и видове, отглеждани в градинските сектори. Ботаническата градина издава ежегодно каталога със семена „Index Seminum“, участва всяка година в изложбата от 1 юни и е домакин на различни събития по екологични теми и действия за опазване на околната среда.

Ботаническата градина е включена от 1974 г. в Международната асоциация на ботаническите градини (IABG), а от 2001 г. в Асоциацията на ботаническите градини в Румъния (AGBR).

Градината на Михай Браву, гр. Крайова с намира пред агрономическия факултет на Университета Крайова и окръжния съд в Долж (бившата къща на болярина Глоговяну). Пред градината има статуя на Тудор Владимиреску, а вътре - бюст на Николае Титулеску, дипломат и политик с европейско значение. Градината се състои от декоративни дървета и храсти, засадени и в други зелени площи в района на града: борове, смърчове, американски кленове, планински бряст, кестен, ясен, сребърна смърч, туя, тис, дрянови живи плетове (Ligustrum вулгарен).

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Градината на розите Братя Бузешти, гр. Краойва. Първоначално се е наричала градина Банией, поради местоположението си в старото огнище на Крайова, където се намират къщата Банией и катедралата Свети Думитру. През 1978 г. тук е издигнат внушителен паметник в памет на братя Бузещи, капитаните на Михай Витеазул. В градината има много видове туя, вирджински хвойна (Juniperus virginiana), черен бор, смърч, Buxus sempervirens, тисови храсти (Taxus baccata), сребърна липа (Tilia tomentosa), американска пепел (Fraxinus americana), свински кестен (Aesculus hippocastanum) черница (Morus alba в висящи форми) и др.

Doctor's Inn Park, Крайова. Паркът е разположен в източната част на града, с достъп до пътя E576 от Букурещ. През 80-те години на миналия век, речният басейн на потока Валеа Ханул Докторулуй, дълъг 2,4 км 2 и дълъг 800 м, се трансформира в красив парк с пешеходни алеи, хотелски комплекс, басейн и къмпинг.Курсът на потока е подреден в пет малки натрупвания на вода, които образуват басейни, и надолу по течението, в три малки натрупвания зад някои земни язовири. Структурата на целия парк, под формата на стъпала, красиво индивидуализирани от язовири и водни гланцове, обобщава голямо разнообразие от различни видове дървета и храсти, хармонизирани в тревистия килим.

Парк Mureș, гр. Клрайова. Намира се в югозападната част на града, разположен е на площ от 3,2 ха, засаден с дървета (дъбове, липи, кестени, чинари, борове) и храстови видове. Тук е построен през 1977 г. по случай Стогодишнината от независимостта, Паметникът на независимостта, дело на скулптора Емил Мереану.

Парк Дебаркадер, Калафат. Дебаркадерският парк се намира близо до Дунав. Той е реновиран през 2014 г., като е подреден с пейки, цветя, морава и др.

Г) Природни – туристически ресурси.

Защитена зона Maglavit avifauna се намира в окръг Долж, в местностите Cetate, Maglavit и Calafat. Площа на защитената зона е 3562,6 ха. Хидрографската мрежа включва брега на Дунав, езерата: Басараби, Голенци, Маглавит, Хуния, Морени и Фантана Банулуи, както и няколко временни езера и блатисти области. Езерата са естествени, развити в ниските сектори на ливадата, с голяма повърхност и малка дълбочина, използвани за напояване и рибовъдство. Връзката им с Дунав все още е запазена, като водоснабдяването се осъществява директно от реката. Защитена зона Maglavit Avifauna частично се припокрива със защитената от Дунав природна зона в Gârla Mare-Maglavit, включително природния резерват Pajiştea Cetate. Обявен е за Специална зона за защита на птиците с Решение на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

правителството №. 1284/2007 за опазване на 36 вида птици. Специалната защитена зона Maglavit Avifauna се намира на важен миграционен път, който свързва Панонската равнина и Балканския полуостров - България - Босфор, което е обяснение за големия брой видове, които могат да се видят в тази област през пролетно-есенните пасажи. Най-значимите стада са побойникът, малкият корморан, малката чапла и нощната чапла. Могат да се наблюдават много видове патици и брегови птици.

Защитената природна зона Balta Cilieni - Băilești е част от категорията защитени природни територии с национално значение и съответства на категория IV на IUCN, обявена от HCJ 26/1994 и след това със закон №. 5/2000 за одобряване на Националния план за устройство на територията - Раздел III - Защитени територии. Не е част от Натура 2000. Понастоящем защитената природна територия Balta Cilieni - Băilești е под управлението на кметството на Băilești, съгласно споразумението за попечителство №. 127 / 09.03.2010 г., сключен между Националната агенция за защитени природни територии и Местния съвет на община Байлещи, окръг Долж. Зоната е с площ от 47 ха и попада в категорията обществено достояние, съгласно Решение на правителството 1326 / 27.12.2001 г., публикувано в Официален вестник 17 / 15.01.2002 г. Защитената природна зона "Balta Cilieni - Băilești" се намира в централната част на равнината Олтения и в равнината Băilești. На изток тя се простира от входа на река Баласан на административната територия на община Байлещи (извън застроената зона) до язовира на летището. Флората и фауната на тази защитена зона са специфични за влажните зони на влажните зони.

Пречайба - езерен комплекс Факай. Природната зона се намира в централната и източната част на окръг Долж, в северната част на село Преайба, в непосредствена близост до националния път DN55, който свързва Крайова с пристанището Бечет. Обявена е за защитена територия през 2000 г. и обхваща площ от 28 хектара. Естествената зона е езерен комплекс: езера, блата, потоци, алувиални гори, пясъчни дюни, обработваема земя, ливади и има голямо разнообразие от флора и фауна, специфични за влажните зони. Комплексът се състои от пет езера, подредени на стъпала, които имат обща площ от 28 хектара, постоянно захранвани от силни извори. Екологичната особеност на района е, че в относително ограничен географски район се групира разнообразие от континентални водни екосистеми: извори, потоци, реки, езера и блата. Всяка от тях отпечатва характеристики, специфични за биоценозите и растителните и животински популации. Флората и фауната на резервата са специфични за влажните зони със сладка вода, а разнообразието и изобилието им се благоприятстват от изобилието на вода. Някои от видовете, които могат да се наблюдават в района на Преайба-Факай са - Видове птици:

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

бяла чапла, бял щъркел, малка чапла, личи, кафявоглава патица, голяма гъска, езерски славей; Бозайници: горностай, воден плъх, невестулка, язовец, кълвач; Влечуги: водна змия, степ гущер, гущер, костенурка, водна костенурка, циганка и Флора: осока, езерски ирис, дълголистен трескав, жълта водна лилия и леща.

Езерото на Асамблеята на Геормани. Защитената зона от национален значение. Езерото Adunaţii de Geormane се намира в равнинна зона в речния басейн на река Жиу, която се простира върху територията на Братовоещи и Теаск и е част от категорията влажни зони. Тази защитена зона се характеризира с наличието на езерни екосистеми, а именно езерото Виктория и езерото Марика, в непосредствена близост до блатисти зони. Езерото Виктория се намира на горната лява тераса на Джиу на разстояние около 25 километра от Крайова на юг, в равнината Олтения на терасата Роджища. Това езеро образува изолирана биологична единица, свързана с Джиу чрез дренажен канал за излишната вода през езерото Марика. Формата на езерото е почти овална, с ниски пясъчни брегове и малко дървета.

Ciurumela Forest е горски резерват, разположена в Poiana Mare. Състои се от много стара акациева гора, ценна за качеството на дървесината и размера на дърветата, уникална в Европа. Горският резерват се намира от дясната страна на националния път Калафат - Беше - Чернавода, на около 5 км от община Пояна Маре. Акациевата гора, която формира горския резерват, е на повече от 90 години и обхваща площ от 8 хектара. Той е обявен за защитена природна зона от местено значение с Решение на окръжния съвет № 26/1994.

Резерват за диви божури от Пленица. Природен резерват от диви божури, Poiana Bujorului от гората Pleniţa, се намира на 59 км. от Крайова. Резерватът от диви божури, уникален в румънския пейзаж, е разположен на площ от приблизително 50 ха, а по време на цъфтеж е истинско очарование. Гората е дом на разнообразие от див божур, наречен Paeonia Peregrina. Всяка година през май в Пленица се организира традиционният празник на божура.

Д) Фестивали и събития

Шествие на Калушулуй - провежда се в неделя на Петдесетница. Участници: групи монахини от Долж и други области, изпълняващи обреден танц. Въплътен от автентичния и чист произход на народния гений, предаден и облечен в чистата дреха на традициите, украсен с добавките на поколения, Калушулуй е заел трайно място в румънската култура, превръщайки се в емблема на румънската културна идентичност, обявена от ЮНЕСКО за

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

световно културно наследство. Ритуалът се изпълнява придружен от биенето на камбани, като участниците във фестивала раздават пелин и здравец на зрителите по улиците на Крайова, а след това и по алеите на „Парк Николае Романеску“.

Фестивал "Летни традиции" - юли, край Свети Илия в Крайова. Участници: групи, ансамбли, ансамбли, вокални солисти (рапсоди) и инструменталисти. Всеки сезон има свои обичаи и традиции, свързани с дейностите в света на румънските села; най - известните са тези през зимата, но също така през лятото има някои традиции, свързани със Sânzâiene или Drăgaica, прибиране на реколтата, призоваване на дъжда при продължителна суша, Paparude, месене на тесто от новата реколта и т.н.

Панаирът на народните занаятчии - провежда се в Крайова, през октомври, по време на църковния празник Свети Думитру. Участници: народни занаятчии от цялата страна; народни състави от окръг Долж; вокални и инструментални солисти (рап), фанфари, традиционни барабани.

Национален фестивал "Йоана Раду" – ноември. Участници: вокални солисти и инструменталисти, вече утвърдени, от различни музикални жанрове. Националният фестивал „Йоана Раду“ е на името на известната романтична певица, „дъщеря на град“ Крайова. Първото издание се провежда през 1998 г. в салона Maur на двореца Минерва в Крайова, където Йоана Раду дебютира в интерпретативното изкуство. Националният фестивал се провежда в два дни: романтика и фолклор.

Парадът на традициите „От стари хора, от добри хора“, гр. Крайова – декември в дните преди Коледа. Участници: групи, коледарски състави от Долж и страната. Около зимните празници години наред в Крайова се организира Фестивалът на коледни песни и църковна музика, на който присъстват групи, ансамбли от културни центрове в окръг Долж, хорове на професионални институции в Крайова и в страната. От 2008 г. този фестивал се трансформира в парада на традициите „От стари хора, от добри хора“, слизащ от сцена на открито, насред улицата, сред гражданите. В допълнение към коледните песни и свещената музика и се презентират и обичаи и традиции като: „Irozii“ или „Vicleiul“, „Piţărăii“ или „Brezaia“, „Sorcova“ , „Pluguşorul“, „Beaming“, „Going to the Babie“ или „Jordan“ и др. традиции от тази област.

Фестивал "Мария Танасе" - шоу –конкурс, който се провежда веднъж на 2 години. Участници: изпълнители на румънска народна песен от страната и от диаспората.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Международния музикален фестивал в Крайова. Носещ името на голямата румънска оперна певица Елена Теодорини, родена в Крайова, това е фестивал с биенален характер.

Е) Туристически маршрути и атракционни

История и традиция на Долж. През 2016 г. общинският съвет на Долж решава да надгради проектите, насочени към развитие на туристическия потенциал на окръга и създава първият туристически маршрут в Долж. Озаглавен „История и традиция на Долж“, той включва пет обекта с културно и туристическо значение за окръга: Музей на селото Пиелещи, Къща Банией, Историко-археологически отдел на музея Олтения, както и двете алеи в общините Брабова и Чернатещи.

Незабравими туристически атракции в окръг Долж. Маршрута включва: Ботаническата градина - Музей на изкуството Крайова - Историческият център на Крайова - Площад Fraţii Buzeşti - Площад Михай Витеазул - Музей Олтения - отдел по естествени науки - Музей Олтения - История - Археологически отдел - Църква Мадона Дуду - Митрополитска катедрала „Свети Думитру“ - Музей Олтения - Секция етнография - Парк Николае Романеску – Зоопаркът - Домейн на короната на Segarcea - Дворец Маринку - Музей на изкуството и етнографията в Калафат - Маглавит манастир - Културно пристанище Cetate - Резерват за диви божури от Плениша.

Забележителности на Крайова. Маршрутът включва: Университет в Крайова, бивш Дворец на правосъдието - Народен театър „Марин Сореску”,-Кметство Крайова, бивша Банка Дворец на търговията Административен дворец - Бивш хотел Палас, днес Административен павилион на кметството на Крайова - Музей на изкуството Крайова - Музей Олтения - отдел по естествени науки - Национален колеж "Карол I" Крайова - Музей „Олтения“ - история - секция „Археология“ - Църква Мадона Дуду - Митрополитска катедрала „Свети Думитру“ - Casa Băniei - Хотел Минерва - Историческият център на Крайова.

Икуменически път. Маршрутът включва: Митрополитска катедрала „Свети Думитру“ - Църквата Мадона Дуду - Църквата "Света Троица" - Римокатолическата църква „Всички светии“ или „Свети Антон“ - Църква „Свети Никола“ – Амарадия - Евангелска лутеранска църква - Църквата „Свети Илия“ - Църквата Успение Богородично и Св. Пантелимон ”- Мантулеаса - Манастир Coşuna - Манастир Джитиану - Маглавит манастир.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Имението Banu Mărăcine[88], Крайова. Внушителните хълмове, които охраняват източната и североизточната част на крепостта Банией, са били известни в миналото като Plaiul Vulcăneştilor - след вулканични дейност от Pieleşti -Dolj, се превръщат с големи площи с лозя, Plaiul Viilor или Prisaca. През 1966 г. преподавателите от Факултета по градинарство на Университета в Крайова са кръстили тези лозови масиви Бану Марачин. Дидактическият курорт Banu Mărăcine се намира в едноименния лозарски център, ценен заради прочутите си червени, бели и ароматни вина, но и чрез прекрасната винарна Roua plaiului, представена през 1996 г. в Международния салон на изобретенията в Женева, където е награден със сребърен медал, за финес и усъвършенстване, но и за автентичността на технологията, чрез която се получава. През 1975 г. е създаден експериментален дидактически курорт Крайова, с форма на организация, асимилирана към IAS (ферми и сектори), имаща за предмет на дейност практическото обучение на студентите, развитието на изследователската дейност от учителите и прилагането на резултатите от изследванията в производство на вино. Между 1984 и 1990 г., като се отнеме земята, е построена Hruba, една от най-големите в страната. Хруба е мястото, където зреят вината. Винените асортименти се съхраняват в дъбови бъчви. На втория етаж на сградата е разположен винения бар. Във винарската изба има 20 хиляди бутилки, както вино, така и дестилати от праскови и сливи. В дидактическия курорт Banu Mărăcine се намира Вила Мирча и Ремиза, известна в миналото като Вилеле Негреску, бивш кмет на Крайова, е построил красив замък насред лозята, в чест на сина си Мирча. Конструкцията напомня за известния стил Бранковеану. До замъка е построена винарска изба. От мястото се вижда целия винен амфитеатър Banu Mărăcine, който предлага на Крайова особена красота.

Общински спортен клуб Крайова и Хиподрум – Крайова. Хиподрумът Крайова се намира в парк „Николае Романеску“ и организира: курсове по спортна подготовка в областта на ездата и разходка в свободното време.

Обиколка на винарни и лозя. Маршрутът включва: Домейнът на короната на Segarcea - Vie Vin Segarcea - Domeniei Baniei - Crama V.inc - Винарна Galicea Mare - Виното на Динеску - Имение Galicea Mare - 7 APTC - Винен център Banu Mărăcine.

Обиколка на музеи и художествени галерии. Маршрутът включва: Музей на изкуството Крайова - Галерия Аман - Музей Олтения - отдел по естествени науки - Музей „Олтения“ - история - секция „Археология“ - Музей „Олтения” - секция „Етнография” - Художествена галерия „Cromatic”, Център за популярно създаване Dolj - Дом на културата "Траян

[88] Източник: https://www.ucv.ro/campus/puncte_de_atractie/vila_mircea/prezentare.php

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Деметриску" - Галерия ElectroPutere -"Стая на баба" - Фолклорен център за детска градина, Галицеа Маре - Музей Câmpia Băileştiului от Băileşti - Дворец Маринку - Музей на изкуството и етнографията в Калафат

РАЗРАБОТЕНИ ТРАНСГРАНИЧНИ ТУРИСТИЧЕСКИ МАРШРУТИ

Транснационален маршрутът „Римските императори и Дунавски път на виното”

Поклоннически маршрут „Духовните светини между Велико Търново и Крайова“

Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“

Маршрут „Защитено природно наследство в границите на Румъния – България презгранична зона“

Маршрут за младежки туризъм с акцент върху местни забележителности, външна активност и форми на културно наследство

Програма за тридневен туристически пакет с маршрут за групов туризъм при Видин – Калафат

Програма за тридневен туристически пакет с маршрут за семеен туризъм при Видин – Калафат

Интегрирани трансгранични културни туристически маршрути

Транснационален маршрут ЕвроВело 6

Транснационален маршрут ЕвроВело 13

Изнесените маршрути не са изчерпателен списък на разработените маршрути, но са предпоставка за насочване на усилия за интегриране на разработените интегрирани тематични туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) с елементи от вече разработени туристически маршрути в региона и разширяването на продуктовата палитра на маршрута с елементи от винен туризъм, религиозен туризъм и вело туризъм.

Привлекателността на една дестинация се обуславя от комбинацията от елементи, които формират индивидуалността ѝ и се възприема от туристите като специфичен туристически продукт (Горчева, Божинова, 2011). По своя характер, тези елементи представляват т.нар. дестинационен микс, включващ туристически атракции и събития, съоръжения, транспорт, инфраструктура и гостоприемство. Сборът от тези елементи определя дестинацията като привлекателна или по-слабо привлекателна. Районът на разширения съвместен

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ от двете страни на границата има обща история и традиции, култура и изкуство, които отличават, но и обвързват различните общности и нации.

Културният туризъм предстои да развие своя потенциал, като съчетава изкуство, култура и история с преживявания.

Културният туризъм създава предпоставки да се съчетава с друг вид туристически продукти, което увеличава конкурентоспособността му. Туристическият модел на европейската комисия пояснява, че културното наследство се удостоверява от наличието на два фактора: елемент на принадлежност, форма на унаследяване, неразривно свързани с определена територия; елемент за време в смисъла на наличието на връзки с историята или географията на общността, поне през едно поколение. Конкретните обекти и явления, при които посочените фактори се откриват и са обект на културния туризъм са исторически паметници, сгради, значими исторически събития, типични релефни форми, но и езици и езикови групи, литература, музика, изобразително изкуство, местни обичаи и занаяти, вече се включват и специфичен начин на живот, хранене, развлечение. Стъпвайки на тази основа, може да се изведе, че продуктовата палитра на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“, е препоръчително да се разшири с атракции на открито и туристически атракции свързани с кулинария и винен туризъм.

2.1.2.4 Туристическа инфраструктура: суперструктура

2.1.2.4.1 Места за настаняване

Данните са представени на областно ново (Велико Търново, Плевен, Видин) в България и Регион Югозападна Олтения (Румъния) - териториите, през които преминават съвместните интегрирани тематични маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен), за периода 2017 – 2020 г. В анализа са включени области в България и район в Румъния от чиито територии са включени обекти в Разширения съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“.

Данните са от националните статистически институти в Румъния и България, като за целите на анализа са използвани публично достъпни статистически данни. На ниво Румъния, анализираните данни са на нива държава и регион, тъй като на ниво окръг, данните не са публично достъпни.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В анализа са използвани сходни групи от показатели 1) брой места за настаняване; 2) брой легла в местата за настаняване и 3) брой легла - денонощия. Последният показател разкрива какъв е обема на реалното хотелиерско предлагане в рамките на отчетния период (месец или година).

Изчислени са и относителните показатели на предлагането: 1) среден брой легла = брой легла/брой места за настаняване. Показателят илюстрира средно колко легла са налични в едно място за настаняване. 2) период на функциониране (в дни) = брой легло-денонощия/брой легла. Показва средно колко дни на година функционират местата за настаняване.

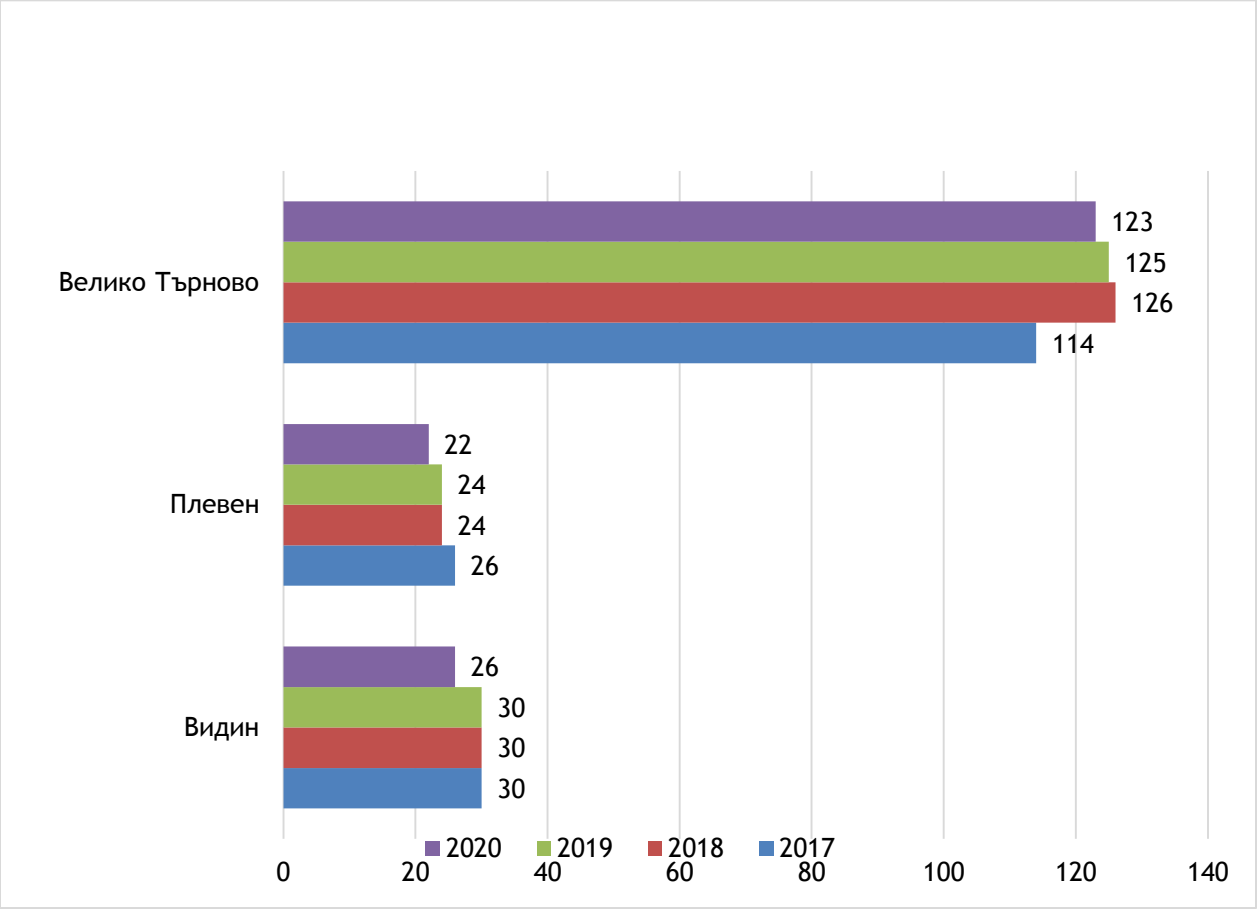
Трябва да се има предвид, че данните на НСИ – България се отнасят за всички категоризирани и функционирали през отчетния период места за настаняване с 10 и повече легла. В наблюдението се включват категоризираните хотели, къмпинги и други места за краткосрочно настаняване с над 10 легла, функционирали в периода 2017-2020 г. В показателя са обхванати също вилни и туристически селища, хостели, къщи за гости, бунгала, почивни домове, хижи, частни квартири и апартаменти и други места за краткосрочно настаняване в България. По отношение на описаните данни, в Румъния се води статистика по видовете места на настаняване и същите са визуализирани в анализа.

България

За последната година (2020 г.) е видимо, от фигурата по-долу, че броят на местата за настаняване намалява в области Плевен и Видин, като за период се наблюдава нарастване на места за настаняване в област Велико Търново. В област Плевен се наблюдава тенденция на намаляване във всяка година. Местата за настаняване в област Видин не са претърпявали сериозни корекции в годините, с изключение на 2020 г.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 1 Брой места за настаняване в целевите области България (2017 -2020 г.)



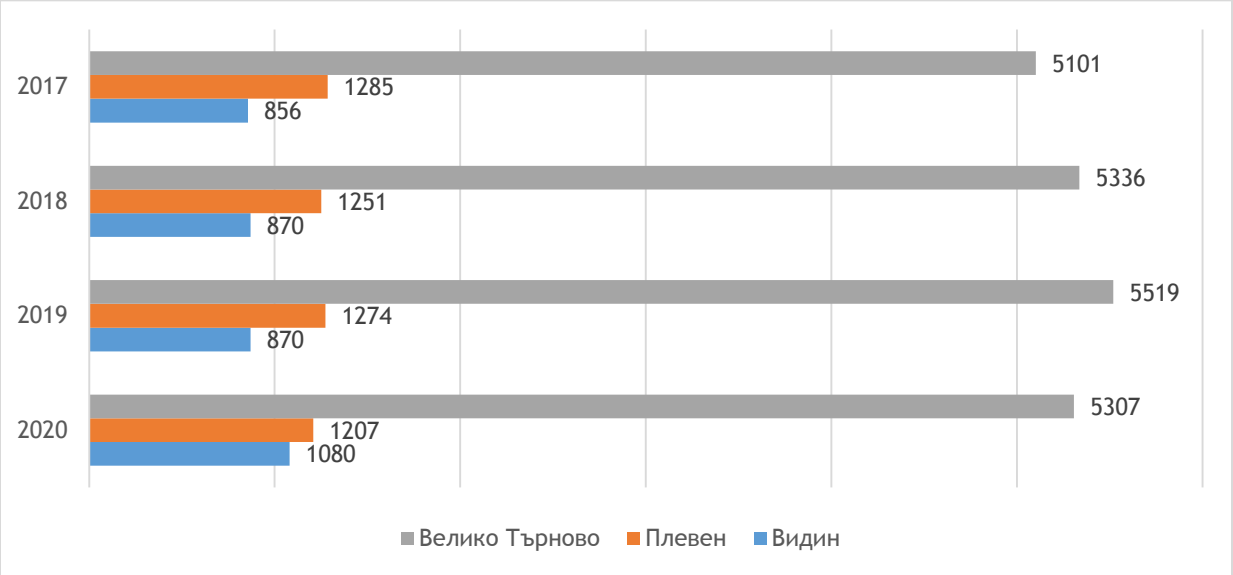
Източник: НСИ - ИНФОСТАТ[89]

В периода 2017 – 2020, съгласно данните на НСИ, се наблюдава намаляване на легловата база. Броят на леглата в местата за настаняване през 2020 г. са приблизително на нивата от 2018 г. (с процентно изменение 1,83% към 2020 г.), като най-голям ръст се отбелязва през 2019 г. Общият капацитет на всички места за настаняване, в анализираните области, към 2020 г. възлиза на 7594 легла (без тези с капацитет под 10 легла).

[89] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=237

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 2 Брой легла в целевите области - България 2017 - 2020 г.



Източник: Източник: НСИ - ИНФОСТАТ[90]

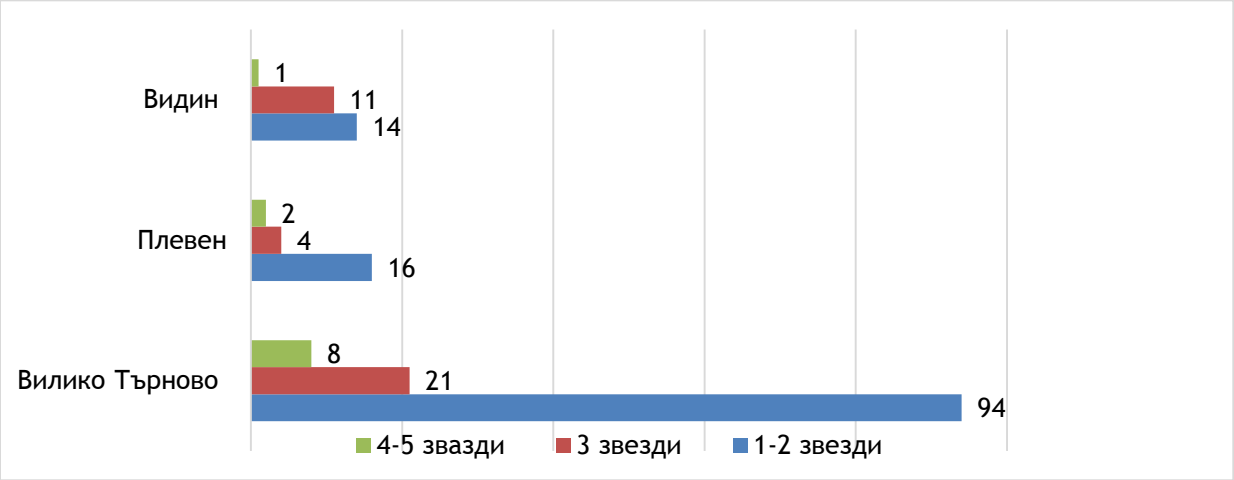
По категория

По данни на НСИ за 2020 г. в целевите области на Стратегията, местата за настаняване от ниска категория (1-2 звезди) са 72,51%, а местата от висока категория са с незначителен дял – 6,43% (отчетени са 11 такива обекта). Поради различния размер на местата за настаняване, съотношенията в структурата на леглата са различни (фигура 4), но без да се променя съществено общата картина – над половината от леглата (58%) са с категория 1-2 звезди, 24,4% са с категория 3 звезди и 17,6 % - с категория *4* или 5 звезди.

[90] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=12&lang=bg

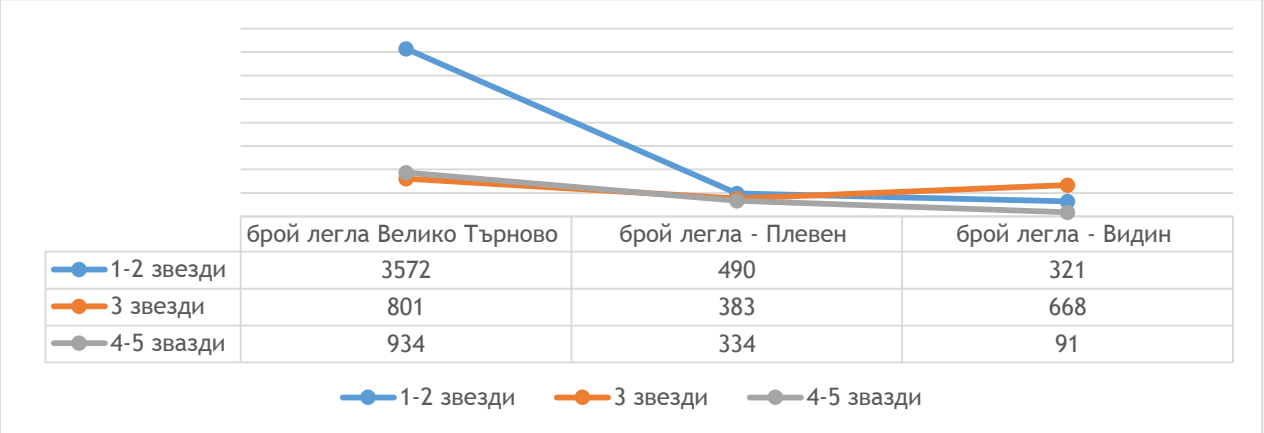
Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 3 Брой места за настаняване по категории и целеви области България - 2020 г.



Източник: НСИ - ИНФОСТАТ[91]

Фигура 4 Брой легла по категории места за настаняване по целеви области България - 2020 г.



	брой легла Велико Търново	брой легла - Плевен	брой легла - Видин
1-2 звезди	3572	490	321
3 звезди	801	383	668
4-5 звезди	934	334	91

Източник: Източник: НСИ - ИНФОСТАТ[92]

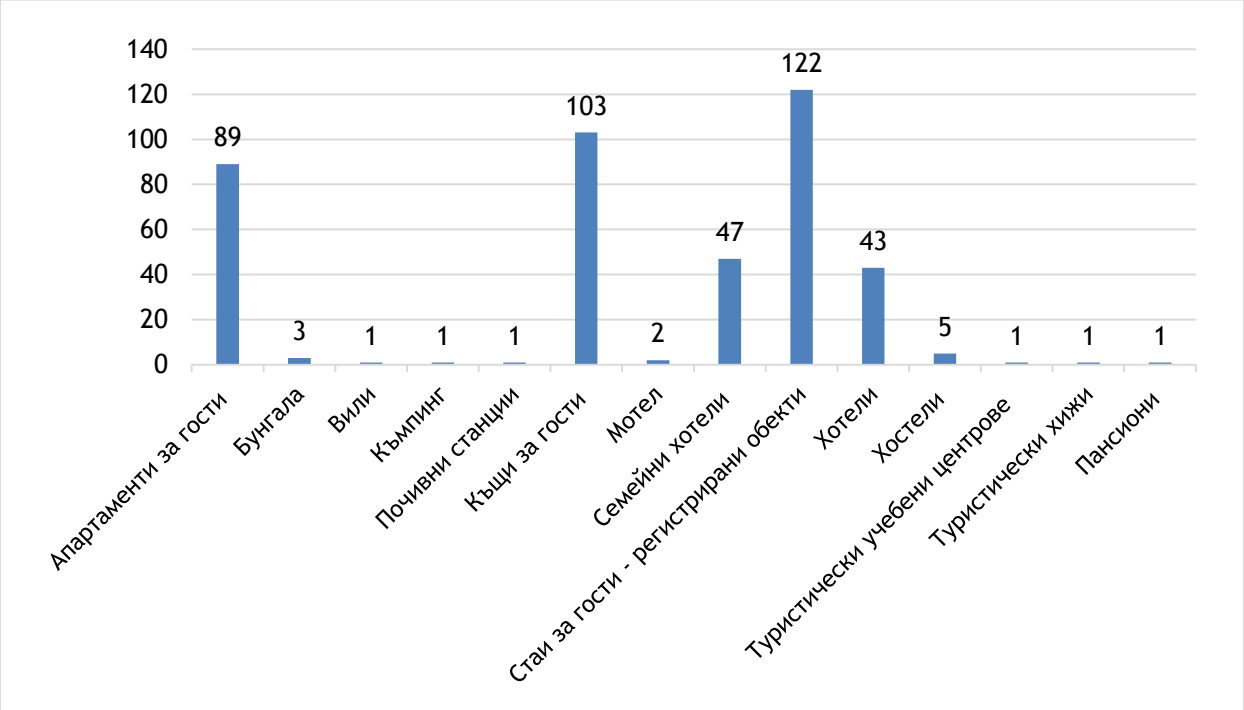
[91] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=12&lang=bg
[92] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=12&lang=bg

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

За да се опишат типовете места за настаняване, са анализирани данни от Национален туристически регистър и в частност Регистъра на местата за настаняване[93]. В обхвата на анализа са включени общините в които са включени обекти от интегрирания тематичен маршрут „Изкуство и култура“, както следва: Велико Търново, Горна Оряховица, Плевен, Кнежа, Белоградчик и Видин .

Най-голям е броят на стаите за гости (регистрирани обекти - предлагащи тази услуга), които представляват 25% от предлаганите места за настаняване, в целевите общини по интегрираните тематични маршрути в България. Едва 10% от предлаганите места за настаняване са хотели, които, както по-горе бе казано, са основно в категорията 1, 2 и 3 звезди. Основната концентрация на хотели е в общините Велико Търново и Видин.

Фигура 5 Типове места за настаняване по интегрираните тематични туристически маршрути в България 2021 г.



Източник: Регистърът на местата за настаняване към Министерство на туризма[94].

[93] https://ntr.tourism.government.bg/CategoryzationяяAll.nsf/mn.xsp
[94] https://ntr.tourism.government.bg/CategoryzationAll.nsf/mn.xsp

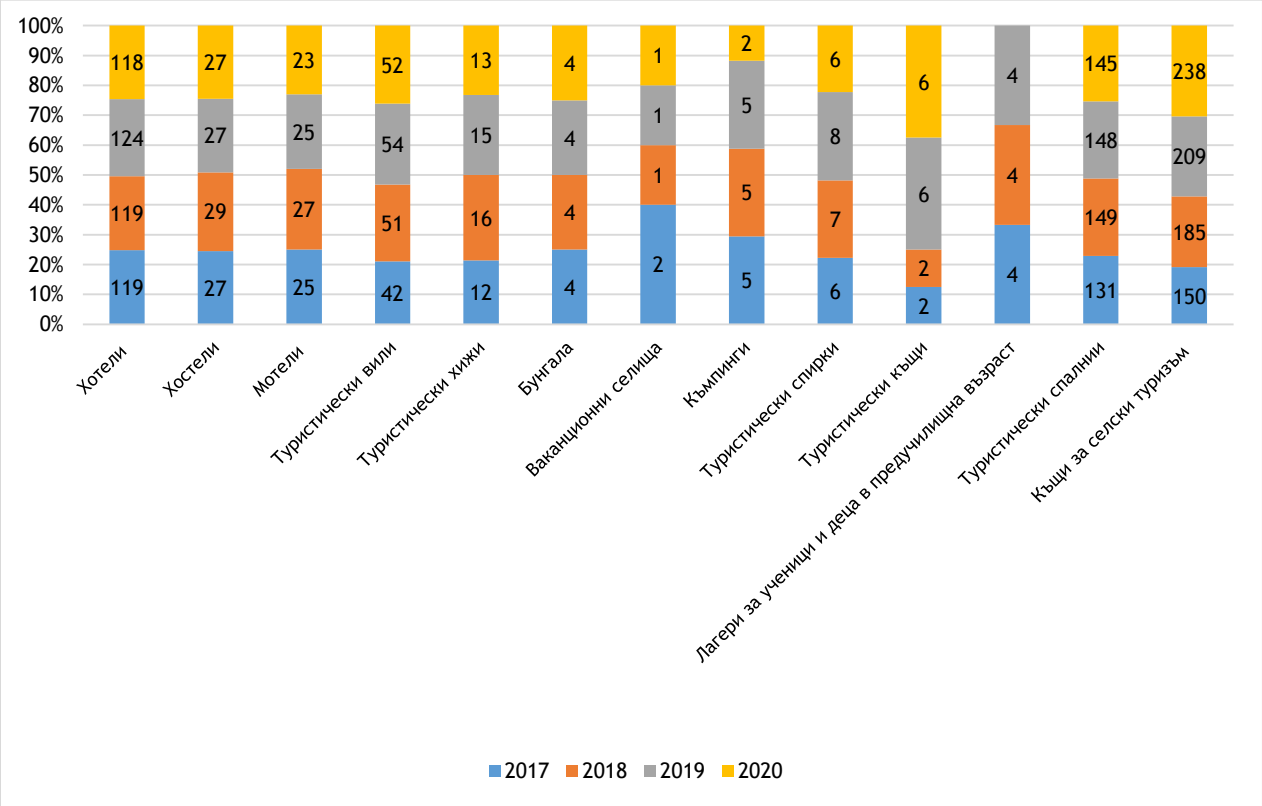
Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Румъния

По данни на статистическия институт на Румъния районът на Югозападна Олтения през 2020 г. отчита 635 места за настаняване с 21 722 легла.

В периода 2017-2020 г. броят на местата за настаняване в Югозападна Олтения нараства с 16,70%. До 2019 година има ръст и на броя на леглата (с 8,04%), като въпреки спада на леглата през 2020 г. с 5, 54%, е видим ръст от 3,32% спрямо 2017 г.

Фигура 6 Брой места за настаняване по категории в Район Югозападна Олтения, Румъния - 2017 - 2020 г.

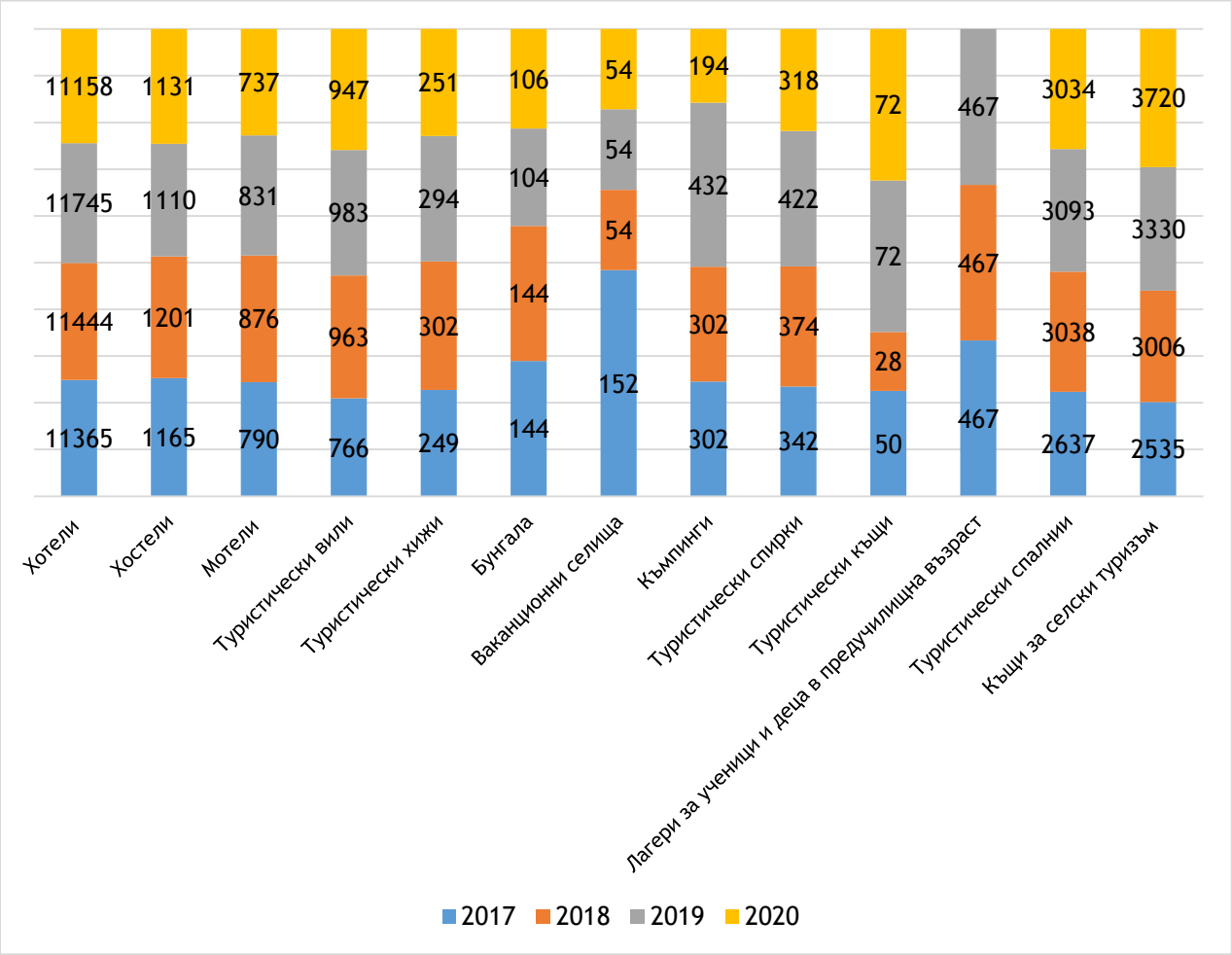


Източник: НСИ Румъния[95]

[95] https://olt.insse.ro/wp-content/uploads/2021/08/Turism-serii-de-date.pdf

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 7 Брой легла в Район Югозападна Олтения, Румъния - 2017 - 2020 г.



Източник: НСИ Румъния[96]

По типове места за настаняване

По данни на НСИ - Румъния за 2020 г., местата за настаняване от типа „Къщи за селски туризъм“ са с най-висок дял – 37%, а местата от тип „хотел“ са с дял от 19% (отчетени

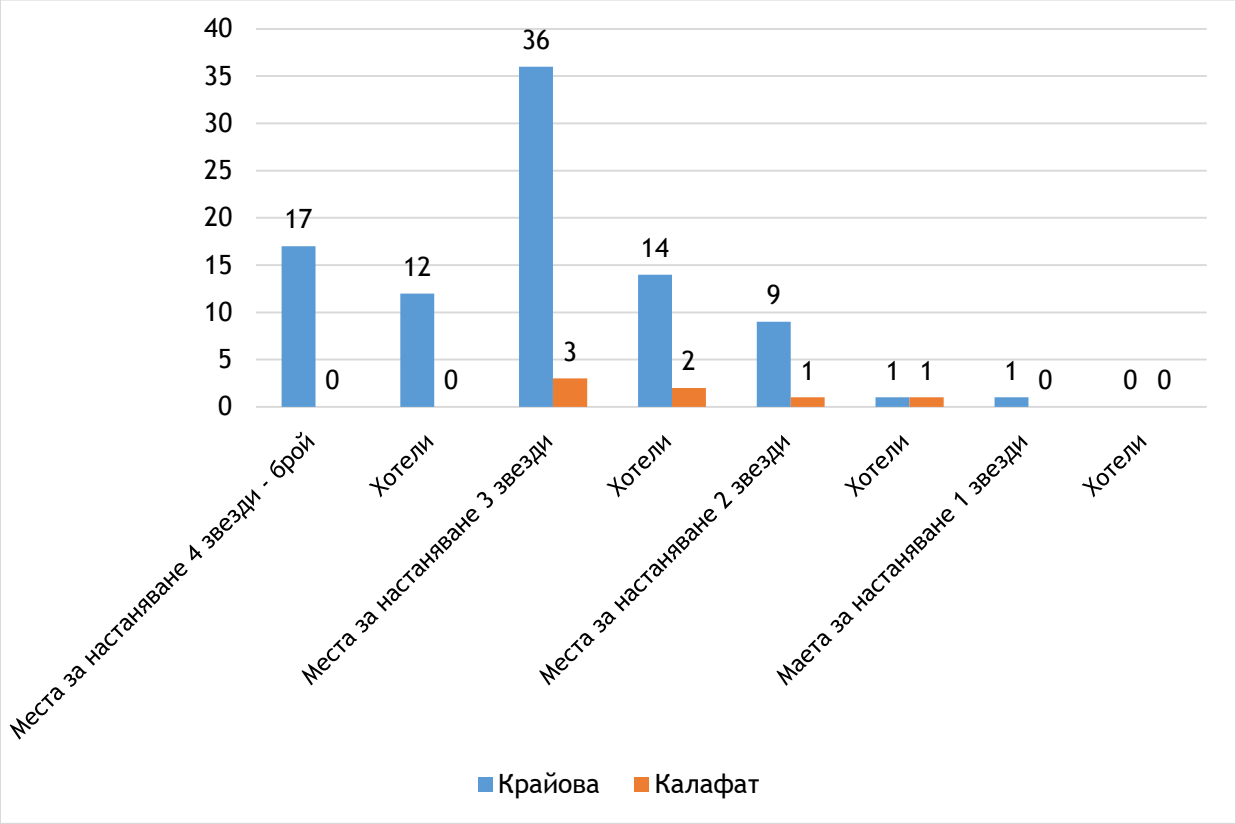
[96] Пак там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

са 118 такива обекта). Над половината от леглата (51%) са в места за настаняване тип „Хотел“.

По данни на Министерството на икономиката, енергетиката и бизнес средата, в частност данните, посочени в Туристически структури с класифицирани функции за настаняване - актуализация от 09.08.2021 г. (Structurile de primire turistice cu functiuni de cazare clasificate - actualizare 09.08.2021)[97], в целевите общини на Стратегията Крайова и Калафат, са регистрирани следните категории места за настаняване.

Фигура 8 Категории места за настаняване в Крайова и Калафат - Румъния 2021 г.



Източник: Министерството на икономиката, енергетиката и бизнес средата в Румъния.

[97] Източник: http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Както и в България, най-висок дял имат местата за настаняване в категориите до 3 звезди, като от тях два едва 10% са в хотели. Местата за настаняване от най-високата категория 4 звезди имат дял от 5,88%, от които 70% са в места за настаняване тип „хотели“.

Сравнителен анализ на местата за настаняване

В обобщение, видимо от таблицата по-долу, през 2020 година, в териториалния обхват на стратегията (Области Велико Търново, Плевен и Видин и Район Югозападна Олтения - Румъния), са налични 806 места за настаняване. Местата за настаняване са сравнително малки - средният капацитет е 43,59 легла, като те функционират практически целогодишно, средно 281 дни в годината.

Таблица 3 Основни показатели за капацитета на местата за настаняване[98]

	2020 г.					Промяна 2017-2020 г. в %				
	Брой места	Брой легла	Среден капацитет	Легла-денонощия	Период на функциониране, дни	Брой места	Брой легла	Среден капацитет	Легла-денонощия	Период на функциониране, дни
Област Велико Търново	123	5307	43,15	1432213	270	7,90%	4,04	-4,30%	-19,45%	-24,07%
Област Плевен	22	1207	55	415818	346	-18%	-6,46%	-14%	2,11	9,15%
Област Видин	26	1080	42	296731	275	-13,33	26,17%	-30,95%	9,52%	15%
Район Югозападна Олтения	635	21722	34,20	5018212	231	16.70%	3.32%	- 16,08%	- 34,70%	- 39%

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

% от района на маршрута (средна стойност за всички територии по маршрута)	806	29 316	43,59	6 7 88 974	281					
Област Велико Търново, България	15,26 %	18,10%	1%							
Област Плевен,	2,73%	4,12%	1,36%							
Област Видин, България	3,66%	3,70%	0,96%							
Район Югозападна Олтения	78,8%	70,10%	0,78%							

В Българската част на маршрута, местата за настаняване са значително по-малко от тези в Югозападна Олтения, като 78,8% от местата за настаняване са в Румъния. Това различие е условно, поради лисата на публично достъпни статистически данни по окръзи в Румъния и анализираните данни са на ниво NUTS2. Различията се смекчават, ако се разгледа средния капацитет на местата за настаняване, като област Плевен бележи най-висок капацитет по маршрута, т.е средният капацитет на местата за настаняване е 55 легла.

Продължителният период на функциониране е 281 дни, средно за района, като отново в област Плевен той е най-висок - 346 дни.

Динамиката на настанителната база е твърде различна в района на маршрута. В област Велико Търново има ръст от 7,9% на местата за настаняване към 2020 г., като ръстът в Югозападна Олтения е по-голям - 16,70%. Въпреки спадът на ръста на местата за настаняване в Област Видин, значително е увеличен броя на леглата към 2020 г. - с 26,17%.

Позитивна характеристика на местата за настаняване в района на съвместния интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ е продължителният период на функциониране - практически почти целогодишно. Това кореспондира със сравнително слабо изразената сезонност на използването им.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1.2.4.2 Транспортна система

Наличието на развита транспортна система е от ключово значение за развитието на туризма. Затова и транспортната достъпност до обектите, включени в съвместния интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ е определяща за цялостното позициониране на продукта на туристическия пазар.

Трансграничният регион Румъния – България е достъпен по плавателната река Дунав, представляваща 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 друга страна той се пресича и от два коридора TEN-T, свързващи Централна и Северна Европа с югоизточната част на континента и Близкия изток.

За целите на анализа са използвани данни от Областни стратегии за развитие на области Велико Търново, Плевен и Видин за периода 2014 – 2020 г., Окръжна стратегия за икономическо и социално развитие Долж за периода 2014-2020 г.[99] и данни от Национален статистически институт - България.

Таблица 4 Инфраструктура за преминаване на границата България – Румъния на територията на съвместен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“

Връзка	Вид транспорт
Видин - Калафат	Мост (автомобилен и железопътен)
Никопол/Сомовит- Турну Мъгуреле	ферибот

2.1.2.4.3 Пътна мрежа

Сухопътният транспорт (шосеен и железопътен) е с най-голям дял в двете държави както в трансграничния регион, така и на национално ниво. Поредицата от общи показатели по отношение на транспортната инфраструктура отразява факта, че и в двете държави развитието и модернизацията на транспортния сектор е приоритет.

Всички обекти са достъпни със сухопътен транспорт, поради тяхното разположение в градска среда.

[99] Източник: https://www.cjdolj.ro/documente%202015/SDES_Dolj_2014-2020_rev_20_oct.pdf

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В трансграничния регион Румъния – България, на територията на разработения съвместен интегриран тематичен маршрут, не са достатъчно развити пътищата от републиканската пътна мрежа. Няма изградена магистрала и високоскоростни пътища с 4 ленти за движение.

Пътната мрежа на територията на област Видин е 612 км. републикански пътища към 2020 г.[100]. Пътищата от републиканската пътна мрежа са I-ви, II-ри и III-ти клас.

На територията на Област Видин се намират ГКПП Връшка чука, ГКПП Брегово, ГКПП Видин - Речна гара и ГКПП Дунав мост при Видин - Калафат, който обслужва пътникопотока и превозните средства, преминаващи по моста.

Област Велико Търново се обслужва от два Пан-европейски транспортни коридори – ОЕТК № 7 (р. Дунав) и ОЕТК № 9. На територията на областта не са изградени автомагистрали и скоростни пътища, но трасето на бъдещата АМ "Хемус" (София-Варна) преминава през областта. От важно национално значение е доизграждането и модернизацията на крайдунавския крайбрежен път от Видин до Силистра, който е предвиден в Дунавската стратегия на Европейския съюз. През територията на областта преминават международните пътища: Първокласният път I-3 Русе – Бяла – Плевен – София (Е-83); Първокласният път I-4 Ябланица – Велико Търново - Шумен; Първокласният път I-5 Русе/Бяла – Велико Търново - Стара Загора –Кърджали -граница Гърция (Е-85) формиращ направлението на ОЕТК №9.

Пътната мрежа в Област Велико Търново не е свързана с пътната мрежа от румънската част, но преките трансгранични контакти се осъществяват посредством ферибота Свищов-Зимнич. На територията на областта има един ГКПП – Свищов.

През територията на Област Плевен преминава ОЕТК № 7 – р. Дунав, с дължина на българската територия от 470 км. Река Дунав е и единственият вътрешен воден път в страната. През територията на областта преминава и първокласен път Е-83 „София-Плевен-Бяла-Русе", който е от голямо значение за интегрирането на района в националната и европейска пътна мрежа. Общата дължина на републиканската пътна мрежа в Област Плевен е 791 км, като 96 км от тях са пътища I-ви клас, 205 км са пътища II-ри клас, а останалите 490 км - пътища III-ти клас. През територията на областта преминават следните важни пътища I-ви и II-ри клас: Първокласният път I-3 Русе – Бяла – Плевен – София (Е-83), който е основна пътна артерия за Област Плевен; Второкласният път II-52 Никопол-Свищов-

[100] Източник: НСИ България - https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/query.jsf?x_2=36

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Бяла (Русе-В.търново) обслужва северните, крайбрежни територии на Област Плевен и е част от Дунавския панорамен път. На запад пътят продължава като път II-11 Никопол-Видин. Второкласният път II-34 Никопол-Плевен е връзката на областния град Плевен с пристанище Никопол, като е вторият основен път, обслужващ Област Плевен. Второкласният път II-35 Плевен –Ловеч свързва областния център гр. Плевен със съседния областен център гр. Ловеч и Второкласният път II-13 Монтана - Д. Дъбник/ свързва областта със съседните области Враца и Монтана.

В национален, регионален и европейски контекст, окръг Долж има стратегическо положение, разположен по протежение на някои централни (основни) и глобални (всеобхватни) TEN-T пътни, железопътни, въздушни и речни коридори. Сред тези основни транспортни маршрути можем да изброим:

- централна мрежа TEN-T: Букурещ-Крайова-Тимишоара-Белград / Арад-Будапеща и Крайова-Калафат-Видин-София;
- глобална мрежа TEN -T: Simeria;
- централна пътна мрежа TEN-T: Букурещ-Крайова-Калафат, Будапеща-Арад-Тимишоара-Калафат;
- глобална пътна мрежа TEN-T: Крайова-Питещи, Крайова-Филиаши-Дробета Турну Северин / Дева.

Понастоящем обаче, няма високоскоростен път (магистрала, скоростен път), който да гарантира връзката му с големите градски центрове в Румъния или в региона. В тези условия по-голямата част от трафика се осъществява по републикански пътища, някои със статут на европейски път и окръжни пътища.

Националните / европейските пътища в окръга са:

DN 6 (E 70, E 79) Букурещ – Александрия – Каракал – Крайова – Филиаши - Дробета Турну Северин - Карансебеш – Тимишоара - Ченад (граница с Унгария) - в добро състояние, тъй като се възползва от модернизационните дейности по европейските фондове (частично завършен), но продължава да се възползва само от една лента на посока, с изключение на участъка Крайова – Филиаши. Той е част от централната (Букурещ – Крайова) и глобалната (Крайова - Филиаши) TEN-T мрежа и свързва Крайова с границата с Унгария, Сърбия, България, както и с Букурещ;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

DN 65 (E 574) – Крайова-Питещи - част от глобалната TEN-T мрежа, свързва Крайова, Слатина и Питещи и е връзка с магистрала A1.

DN 56 (E 79) Крайова-Калафат - част от централната TEN-T мрежа, рехабилитиран през 2015 г. Пътят осигурява връзката на община Крайова и югозападната област с новия мост на Калафат и през него с района на Балканите.

N 56A Дробета Турну Северин-Калафат - част от централната TEN -T мрежа (клон на бившия общоевропейски коридор IV). Рехабилитацията на пътя е довела до значително намаляване на времето за пътуване от запада на страната до моста от Калафат и до Балканските страни.

DN 66 Филиаш-Тургу Жиу-Петрошани–Дева – част от глобалната TEN-T мрежа, осигурява връзката на югозападната част на страната с района на Трансилвания. Пътят е в добро състояние след рехабилитация.

DN 55 Крайова-Бекет - осигурява връзка от община Крайова с населените места от юга на окръга, както и с граничния пункт при Бекет.

DN 55A/DN 54A Калафат–Бекет–Дъбулени-Корабия - осигурява връзката между пристанищата по река Дунав. Пътят е успореден на реката, с перспективи да се използва с туристическа функция. Пътят е в добро състояние и редовно се подържа с временни ремонтни дейности.

DN 65C Крайова-Бълчещи-Хорезу - осигурява връзката на община Крайова с населените места от северната част на окръг Долж, както и от окръг Вилча.

DN 6B Крайова-Хурезани - свързва селата от окръга с някои селски райони в северозападната част на Долж и част от окръг Горж.

По отношение на окръжните пътища те са с обща дължина 1097 км.

2.1.2.4.4 Железопътна инфраструктура

Общата дължина на железопътните линии на област Видин, по данни на Националния статистически институт към 31.12. 2020 г., е 108 км, от които 93 км са електрифицирани и са част от VII главна ж.п. линия София – Видин. Железопътните линии в област Видин са Брусарци - Гара Орешец - Видин и нейното удължение Видин - Кошава. Линията Брусарци - Видин е свързана с румънската железопътна инфраструктура с ферибота Видин - Калафат. Очаква се, че изграждането на моста Видин - Калафат ще увеличи значението на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

линията. В участъка от ж.п. линията Видин – София, преминаващ през територията на Област Видин, има 13 железопътни гари, спирки и разделни постове.

Общата дължина на ж.п. линиите на територията на област Велико Търново е 236 км, които съставляват 37.64 % от ж.п. мрежата на СЦР и 5,80 % от ж.п. мрежата на страната. Общата дължина на удвоените жп линии е 82 км или 34,75 % от всички жп линии в областта. Дължината на електрифицираните жп линии е 159 км – 67,37 % и е над средното ниво на ЕС. Гъстотата на железопътната мрежа в областта е 48,64 % и сред най-високите показатели за страната. Област Велико Търново се обслужва от: ОСР на Област Велико Търново за периода 2014 – 2020 г. II главна линия София- Плевен-Г. Оряховица-Варна ; IV главна линия Русе - Ст. Загора - Подкова - съставен елемент на ОЕТК №9; жп клон Левски-Свищов.

Общата дължина на ж.п. линиите на територията на област Плевен е 206 км. Гъстотата на железопътната мрежа в областта е 44,28 % и е сред най-високите показатели за страната. От важно значение за областта е II главна линия София- Плевен-Г. Оряховица-Варна – основна за Област Плевен. С регионално значение за развитието на района имат ж.п. линиите от втора категория: “Червен бряг – Златна Панега”, “Троян – Левски – Свищов” и “Ореш – Белене”. Липсва жп връзка с жп мрежата на Румъния, трансгранични контакти с жп транспорт не се осъществяват.

Град Крайова е един от най-важните железопътни възли в Румъния. Разположен е на пресечната точка на централната магистрала TEN-T 900 Букурещ-Крайова-Тимишоара, с връзки към Сърбия (Моравица) и Унгария (Куртичи) с линия 912 Крайова-Калафат-Видин, също част от централната мрежа TEN-T (бивш паневропейски коридор IV) и с вторичната линия Крайова-Питещи. Втори важен железопътен център на окръга е Филиаши разположен на пресечната точка на магистрала 900 с вторични линии 201 и 221 до Târgu Jiu-Petroșani-Simeria, които са част от глобалната мрежа TEN-T.

В окръга работят около 30 ж.п. гари, като в годините са някои затворени, поради непрекъснатото намаляване на железопътния трафик в полза на автомобилния трафик. Основната причина за този спад е недоброто състояние на инфраструктурата, остарели влакове, което не позволява скорости по-високи от 40-50 км/ч.

Приблизително 55 влака минават ежедневно през гара CF Craiova до следните дестинации: Арад -Куртичи (3), Калафат (3), Търгу Жиу (8), Роойори (3) , Клуж-Напока (1), Питещи (1), Тимишоара (4), Букурещ (14), Петрошани (3), Каракал (2), Сибиу (3), Дробета Турну Северин (2), Байлещи (1), Голенци (1), Мангалия (3), Дева (1), Оршова (1). Около 50 влака

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

/ ден преминават и през гара CF Filiași, подобно на тези, които преминават през Крайова, и през Бъйлещи, Сегарчеа и Калафат / Голенци само 7, от които единият е по моста Видин – Калафат.

2.1.2.4.5 Воден транспорт

Пристанище Видин – Север е пристанище за обществен транспорт с национално значение. Територията и акваторията на пристанището е разположена в северната промишлената зона на гр. Видин от км 792, 800 до км 793, 600 по речния километраж на р. Дунав и включва два пристанищни терминала: пристанищен терминал "Фериботен комплекс Видин" и пристанищен терминал "Видин-север".

Пристанищен терминал „Видин – Център се състои от два пристанищни терминала – пристанищен терминал Видин Център и пристанищен терминал Видин Юг. Територията и акваторията на пристанището е обособена в участъка от км 785 до км 791 на р. Дунав. По протежение на кейовата му стена с дължина 1 440 м. са разположени четири понтонни съоръжения за приставане на кораби за извършване на входно-изходни контроли, за слизане и качване на пътници. Пристанище Център - Разположено в централната градска част от км 789.900 до км 791.300 върху площ с размер на 17 дка. Разполага с кейова стена с дължина 1440 метра наклонен тип. Пред кея са монтирани четири понтона за приемане и бункеровка на български и чуждестранни кораби за входни и изходни контроли. Съществуващата сграда на речна гара е ситуирана с добра функционалност в комуникационните връзки между трите пътнически транспортни обекта в града, а именно: ж.п. гара, автогара и речна гара, създавайки къси 121 пътища за пристигащи и заминаващи пътници, без необходимостта от допълнителен автотранспорт.

Водният транспорт по ОЕТК № 7 се обслужва от пристанището от национално значение - “Свищов”. Намира се в най-южната точка от р. Дунав, като от тук е най-късият път от реката до старопланинските проходи, а от там за Турция, Гърция и Близкия Изток.

Важно значение за корабоплаването по р. Дунав имат нейните технически параметри, които се променят в различните участъци от течението. Водният транспорт по транспортен коридор № 7 се обслужва от пристанищата в гр. Никопол, с. Сомовит, с. Загражден и с. Байкал.

В окръг Долж функционират 3 пристанища на река Дунав.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Пристанище Калафат - част от централната TEN -T мрежа. Пристанището има достъп до пътната и железопътната мрежа. Основните оператори в пристанището също са в областта на зърнените култури, модерни силози вече работят тук.

Пристанище Бекет - част от глобалната TEN -T мрежа. По фериботната линия Беше-Оряхово оперира 10 двупосочни пътувания дневно. В пристанището има също паркинг, бар и ресторант. Трафикът в района е намаля, след отварянето на моста на Калафат.

Пристанище Четате, на пристанището функционира Културният център на поетичната фондация „Мирча Динеску“, като функцията на пристанището е предимно туристическа и културна.

Трафикът през пристанищата на Долж е все още нисък поради множество причини: проблеми, свързани с дълбочината на водния път, намалени търговски потоци със съседните страни, лошо използване на туристическия потенциал на района, конкуренция в автомобилния транспорт, влошена пристанищна инфраструктура, социално-икономически упадък на пристанищните градове, несъществуваща или физически и морално износена интермодална инфраструктура и др.

Трафикът през пристанищата на Долж е все още нисък поради множество причини: проблеми, свързани с дълбочината на водния път, намалени търговски потоци със съседните страни, лошо използване на туристическия потенциал на района, конкуренция в автомобилния транспорт, влошена пристанищна инфраструктура, социално-икономически упадък на пристанищните градове, несъществуваща или физически и морално износена интермодална инфраструктура и др.

2.1.2.4.6 Въздушен транспорт

Регионът се обслужва от 3 международни летища: в Румъния - Крайова (полети от Лондон, Кьолн/Бон, Бергамо); в България, най- близките летища са в София и Варна, но голяма част от населението в българския пограничен район често редовно използва летището в Букурещ.

Летище Горна Оряховица е петото международно летище в България. Летището е специализирано за карго полети. Пътническия терминал е в добро състояние, но е изграден и оборудван за обслужване на вътрешни полети. В момента летището в Горна Оряховица се използва за чартърни бизнес полети, за учебно-тренировъчна дейност на ВВС и гражданската авиация.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1.2.4.7 Весилопеден достъп

Трансграничния регион Румъния – България разполага с богат потенциал за развитие на велосипедния туризъм, който осигурява алтернативен начин за достъп до обектите от интегрираният тематичен маршрут. През територията на региона преминават 2 евро-веломаршрута: 6 и 13.

ЕвроВело е транс-континентална система от велосипедни маршрути създадена за развитието на мрежа за устойчив транспорт.

ЕвроВело 6 е един от най-популярните маршрути за велосипедисти, свързващ Атлантическия океан с Черно море. Маршрутът следва течението на реките Лоара, Рейн и Дунав. Цялостното изграждане на инфраструктурата за веломаршрута ще доведе до увеличаване на обема от туристи.[101]

ЕвроВело 13 е маршрутът „По Желязната завеса“. Този европейски маршрут е с приблизителна дължина от 6 800 км, като осигурява свързаност от Баренцово море на север до Черно море на юг. Той преминава през граничните райони на Балканските страни: Сърбия, Румъния, България, Македония, Гърция и Турция.

В региона съществуват и други веломаршрути, разработени предимно от неправителствени организации, които са също възможност за достъп до обектите в маршрута.

До всички обекти велосипедният достъп е възможен.

Обектитеq включени в съвместния интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“, са с оптимална транспортна достъпност. Територията се пресича от важни транспортни коридори и туристически потоци. Транспортните коридори предопределят достъпността до селищната мрежа и обектите от маршрута. Развит е автомобилния и железопътния транспорт. Особено важни са първокласен път I-5, който е част от международен път Е-85 и първокласен път I-4 (Е 772), осигуряващ транспортна комуникация в направления - Север-Юг и Запад-Изток. Проблемите, засягащи развитието на туризма в този район, са характерни за България и Румъния и развитието на туризма като цяло. През и покрай района на маршрута преминават два паневропейски транспортни коридора – VII и IX. Поради активната политика за свързаност в рамките на ЕС нараства значението на

[101] https://pro.eurovelo.com/business-opportunities/advertisement?

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

трансевропейските транспортни мрежи (TEN-T), които на този етап не са достатъчно развити в обхвата на района.

Като цяло качеството на пътищата е незадоволително, но и се наблюдава значителен дисбаланс в състоянието им по области. Гъстотата на пътищата по протежението на Дунав е далеч под националното ниво. Второстепенната и третостепенна мрежа е изостанала по цялото протежение на зоната и е слабо поддържана, като се отчита висок риск от произшествия.

Друг неблагоприятен факт за автомобилния транспорт са пътища, предразположени към наводнения - в по-голяма степен това се отнася към тези, които са от румънската страна на р. Дунав. Много пътища имат недостатъчен капацитет, което води до претоварване и съответно, увеличава времето за пътуване, оперативните разходи на превозното средство, аварии и екологични щети. Недоброто състояние на пътната система и увеличаването на автомобилния трафик поражда сериозни затруднения пред туристическите потоци.

Въпреки описаните дефицити, маршрутът е разработен във функциониращa транспортна инфраструктура, във всички области и окръзи са организирани набор от вътрешни, междуобластни, междуокръзни и международни транспортни линии.

Районът на маршрута е с оптимална транспортна достъпност. Територията на маршрута се пресича от важни транспортни коридори. Транспортните коридори предопределят достъпността до селищната мрежа и туристическите атракции. Развит е автомобилния и железопътния транспорт. Особено важни са: първокласен път I-5, който е част от международен път Е-85 и първокласен път I-4 (Е 772), осигуряващ транспортна комуникация в направления - Север-Юг и Запад-Изток. От съществено значение за достъпа до разработения интегриран тематичен продукт са комуникационните направления и възли които осигуряват свободното движение на хора и стоки в рамките на ЕС и извън него. През и покрай района преминават два паневропейски транспортни коридора – VII и IX. Поради активната политика за свързаност в рамките на ЕС нараства значението на трансевропейските транспортни мрежи (TEN-T), които на този етап не са достатъчно развити, в териториите от обхвата на района. Разработеният продукт има достъпност по вода и въздух, чрез двете точки за пресичане на р. Дунав, летището в Крайова, както и близостта до началната точка на маршрута (Велико Търново) до летищата в София, Пловдив, Бургас и Варна.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2.1.2.4.8 Друга инфраструктура

Всички обекти по маршрута се намират в урбанизираните градски части на: Видин, Белоградчик, Кнежа, Плевен, Велико Търново и Горна Оряховица в България, а в Румъния в Крайова и Калафат.

Разположението на обектите в и в близост до градска среда (Панорама "Плевенска епопея 1877"), ги характеризира с добре развита допълнителна инфраструктура и достъп до допълнителни услуги и атракции.

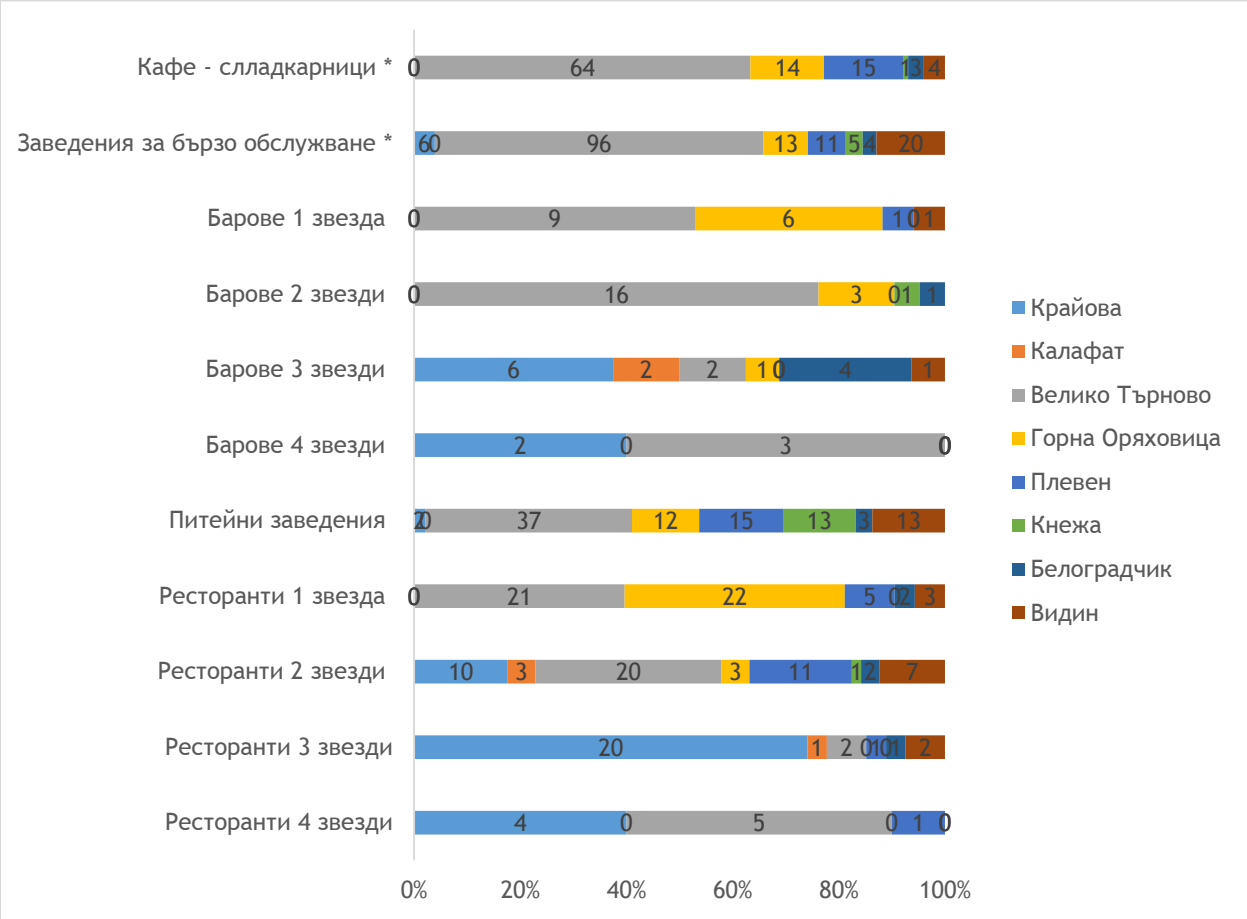
Паркинги: В близост до всички обекти по маршрута има добре развита инфраструктура от места за паркиране.

Търговски обекти: наличие на разнообразни търговски обекти, вкл. и сувенирни магазини, в близост до всички обекти от маршрута.

Места за хранене: Всички обекти по маршрута са обезпечени с места за хранене от различни категории, фигурата по-долу визуализира наличните ресторанти, заведения за бързо хранене и барове в градовете, включени в маршрута.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 9 Места за хранене и развлечения в целевите градове (България и Румъния) към 30.07.2021 г.



Източник: Национален туристически регистър, Министерство на туризма - България[102] и Туристически и структури с класифицирани функции за обществено хранене, Министерството на икономиката, енергетиката и бизнес средата - Румъния[103]

[102] https://ntr.tourism.government.bg/
[103] http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Атракции (на открито и закрито)

В близост до обектите или на самите обекти, се провеждат различни събития от културния календар на общините, има възможност за отдих и занимания в паркова среда. Извън урбанизираните територии, прилежащите в близост до градовете от маршрута, са налични атракции, свързани с природното и културно наследство, както и такива свързани с винен туризъм.

Къмпинг за каравани

По данни от платформата Къмпинг.бг[104] в българската час от маршрута има следните къмпинги:

Къмпинг „Старите борове“, Синаговци, Видин. Къмпинг зоната към хижа Старите борове се намира в зона за отдих Божурица - на 18 км югозападно от гр. Видин. Божурица предлага девствена природа и условия за разходки и излети. Транспортната достъпност до зоната за почивка е много добра - осигурена е от редовни автобусни линии от Видин и околните селища. Съществуват добри условия за краткотраен и дълготраен отдих в лесо-парковата среда и водна площ за плуване, гребане и риболов. Има отлични възможностите за излети и разходки в околността.

Комплекс Магура, с. Рабиша. Комплексът се намира в непосредствена близост до най-известната пещера в България – Магурата, както и до единственото безоточно тектонско езеро в България – Рабишкото езеро. Комплексът разполага и с: 20 стаи, пет къщи за гости, летен и хотелски ресторант, открит басейн и луксозен уелнес център.

Къмпинг Хан Мадона, махала Фалковец, Белоградчик. Къмпингът е разположен на площ от 7 дка и предлага удобства за настаняване с каравани, кемпери и палатки. Местата са снабдени с електричество и вода. На разположение на гостите са ресторант, детска площадка, велосипеди под наем и други удобства. Къмпингът е съчетан с масивна постройка с единични и двойни стаи и студиа. Намира се на главен път непосредствено до гр. Белоградчик.

Къмпинг "Велико Търново" в с. Драгижево е модерен къмпинг, намиращ се на 14 км източно от гр. Велико Търново. Разположен е сред красива природа и разполага с модерни и чисти санитарни възли с топла вода, пералня, семейна баня и обща кухня. Има също така ресторант и бар, които предлагат разнообразни български и чужди ястия, които могат да

[104] https://camping.bg/campings.html

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

бъдат доставени дори до кемпера ви, 16A електричество и вода на всяко къмпинг място, както и дренаж за отпадни води. Къмпингът разполага със специално място за почистване на химически тоалетни и измиване на кемпери. 20-метровият басейн работи от 1 юни до 31 август и има детска част. Безплатен Wi-Fi интернет в целия къмпинг, туристическа информация, домашните любимци са позволени. Може да бъде наета каравана на място или луксозна шатра в близост до басейна.

Къмпинг "Къпиновски Манастир", Велико Търново е разположен в полите на Еленския предбалкан. Простира се край брега на река Веселина, непосредствено до Къпиновският манастир „Св. Николай Чудотворец". Комплексът отстои на около 20 км. от южно Велико Търново и на главната пътна артерия на пътя от Румъния към Гърция и Турция. В непосредствена близост се намира и запленяващият Къпиновски водопад. Той е сред водещите къмпинги в страната.

Къмпинг зоните са проектирани да предоставя комфорт на посетителите и в унисон с всички изисквания на водещите европейски асоциации за къмпинг туризъм. Къмпингът разполага с около 40 места за кемпери и каравани. Къмпинг парцелите са има предвидени изводи за електрификация (16A), водоснабдяване и мръсен канал. На територията на къмпинга има две просторни и специално обособени за целта зони за палатков туризъм, с общ капацитет за около 100-120 палатки. В близост, гостите на къмпинга имат достъп до две сгради съвременни санитарни помещения, тоалетна за хора с увреждания, оборудвана туристическа кухня, хладилни витрини във всяка зона, перална машина, както и безжичен интернет.

В Къмпинга има 5 горски къщи. Четири от тях са с по три стаи (за до 6 души) и една е едностайна (за 2 души). Общият капацитет на петте вили е 26 човека. Всяка от тях е с веранда и панорамна гледка към комплекса. Допълнително, Къмпинг Къпиновски Манастир предлага напълно оборудвани каравани под наем, разделени в три категории, както и една делукс стая за 3-ма души, намираща се на приземен етаж в сградата на механата.

Ваканционният комплекс предлага на своите посетители басейн с мини олимпийски размери и модерна отоплителна система, поддържаща приятна температура на водата дори и в не толкова горещите дни. За по-малките има детски басейн, батут и площадка за игри.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обновената Механа "Воденицата" е архитектурен шедьовър, изграден от изцяло естествени строителни материали - комбинация от дялан камък и дъбови греди, събирани от региона. Механата побира около 400 човека, включително три летни тераси, разкриващи уникална гледка към водопада. В къмпинга има още едно действащо барбекю заведение, с маси на открито и летен бар към басейна.

Къмпингът се намира в непосредствена близост до Къпиновския манастир и е отличен изходен пункт за посещение на други забележителности в района, предлага безброй възможности за разходки из природата, веломаршрути и разнообразен арсенал от забавления на открито.

Къмпинг Крайова

Къмпинг Калафат

По данни на платформата CAMPING.INFO[105] на територията на окръг Долж няма регистрирани къмпинги за каравани. Платформата работи с повече от 23,000 къмпинги в 44 европейски държави, като тя е най-популярният онлайн пътеводител за къмпинги в немскоезичния свят.

2.1.2.5 Туристически потоци

Анализът на разположението на туристическия маршрут от гледна точка на туристическите потоци и прегледът на туристическите потоци по видове туризъм в рамките на трансграничния регион са базирани на данните от анкетно проучване сред представители на туроператори и туристически агенти, статистически данни от НСИ България и Румъния, както и собствени изследвания и експертна оценка. Направленията на туристическите потоци имат две основни равнища – международно и вътрешно (резиденти и нерезиденти). Изводите за тях се правят по два основни показателя, които се наблюдават от националната статистика: количество на осъществени нощувки в средствата за подслон и местата за настаняване; средната продължителност на пребиваването в дестинацията на туристите (среден престой/заетост на леглата в дни).

В настоящия раздел се разглежда периодът 2017 – 2019 година, поради пандемията от Covid-19. От март 2020 г. държавите въвеждат мерки за ограничаване за несъществени пътувания. Бяха затворени границите и се въведоха изисквания за поставяне под карантина на трансгранични пътници. Редица мерки бяха въведени и на национално ниво с

[105] https://www.camping.info/bg

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ограничения за пътуване между области в България и т.н. В тази обстановка туризмът спря напълно.

България

В периода 2017 -2019 г., в целевите области са реализирани 4% от нощувките в страната. На територията на области Плевен и Видин се регистрира негативна тенденция в намаляване на броя на реализираните нощувки. Област Велико Търново отчита възходяща тенденция на увеличение на броя на нощувките в стойности над средните за страната. Ключова особеност на изследваните области, е че делът на вътрешния туризъм е по-голям от този на входящия, докато осреднените данни за страната са в обратна перспектива. От всички области Плевен, в периода 2017 – 2019 г., е с най-висок ръст на реализираните нощувки от чуждестранни туристи, като промяната е 51%. Общо за разглеждания период Велико Търнов поддържа почти непроменящ се дял на реализирани нощувки от чуждестранни туристи, средно 32,66%.

Таблица 5 Реализирани нощувки по целеви области, 2017 - 2019 г., България

	2017			2018			2019			
Област	Реализирани нощувки в места за настаняване - общо	Реализирани нощувки от български граждани	Реализирани нощувки от чужди граждани	Реализирани нощувки в места за настаняване - общо	Реализирани нощувки от български граждани	Реализирани нощувки от чужди граждани	Реализирани нощувки в места за настаняване - общо	Реализирани нощувки от български граждани	Реализирани нощувки от чужди граждани	% промяна в общия брой нощувки 19/17
Общо за страната	26054096	8948529	17105567	26845013	9096088	17748925	27154791	9674945	17479846	4,23%
Видин	57283	41947	15336	55168	41909	13259	67568	53702	13866	-6,25%
Плевен	79728	62684	17044	79647	64181	15466	79673	56677	22996	-0,07%
Велико Търново	337706	259405	78301	357906	266124	91782	386596	290052	96544	14,50%

Източник: НСИ[106]

[106] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=1258

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 6 Пренощували лица по целеви области, 2017 - 2019 г., България

	2017			2018			2019			
Област	Пренощували лица в места за настаняване - общо	Пренощували лица в местата за настаняване - български граждани	Пренощували лица в местата за настаняване - чужди граждани	Пренощували лица в места за настаняване - общо	Пренощували лица в местата за настаняване - български граждани	Пренощували лица в местата за настаняване - чужди граждани	Пренощували лица в места за настаняване - общо	Пренощували лица в местата за настаняване - български граждани	Пренощували лица в местата за настаняване - чужди граждани	% промяна в общия брой пренощув. лица 19/17
Общо за страната	7461646	3805816	3655830	7799680	3889521	3910159	8187634	4120284	4067350	9,73%
Видин	37748	28836	8912	37663	28778	8885	43011	33339	9672	13,94%
Плевен	46291	38284	8007	47604	39253	8351	43546	33826	9720	-5,92%
Велико Търново	202349	147326	55023	215606	149794	65812	229065	159906	69159	13,20%

Източник: НСИ[107]

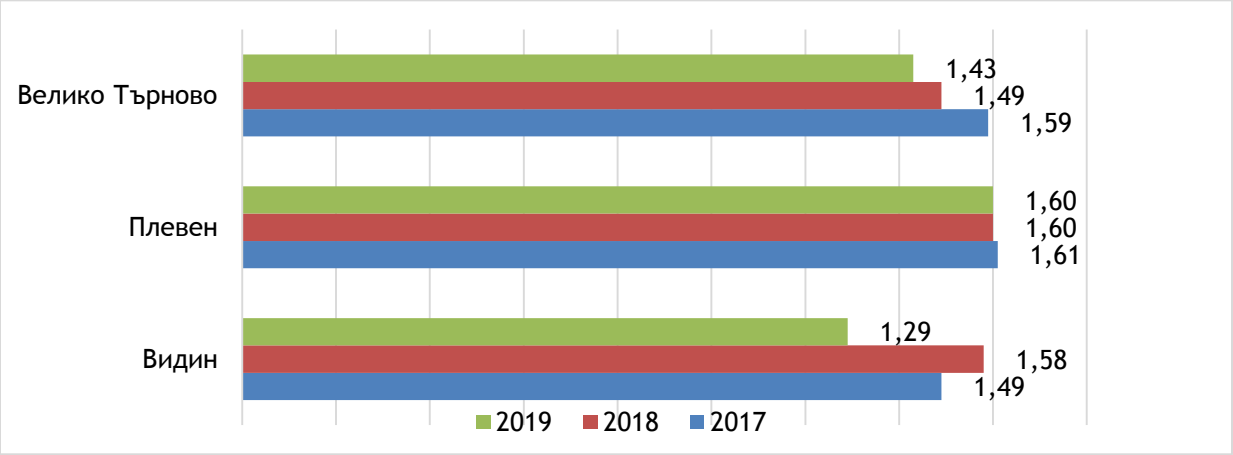
По отношение на броя пренощували лица в целевите области, ситуацията не се различава от тази при броя реализирани нощувки. Най-висок е процентът на промяна в област Видин - 13,94%, следвана от област Велико Търново - 13,20 %, стойности над средните за страната. Отрицателна промяна има в област Плевен (-5,29%).

В абсолютни стойности, областта, на чиято територия туристите реализират най-дълъг престой през 2019 г., е Плевен – 1,60 нощувки на един турист, като тази величина е постоянна за анализирания период. Най-кратък престой отчита област Видин (1.29 нощувки), а продължителността на престоя в област Велико Търново е почти постоянна за периода, като има лек спад от 2017 към 2019 г. Продължителността на туристическия престой във всички целеви област е под средното ниво за страната. Продължителността на туристическия престой е съществен фактор с положителни ефекти върху икономическото развитие на съответната територия и важен показател за нейната туристическа атрактивност.

[107] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=1258

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 10 Престой в целевите области, България 2017 -2019 г.



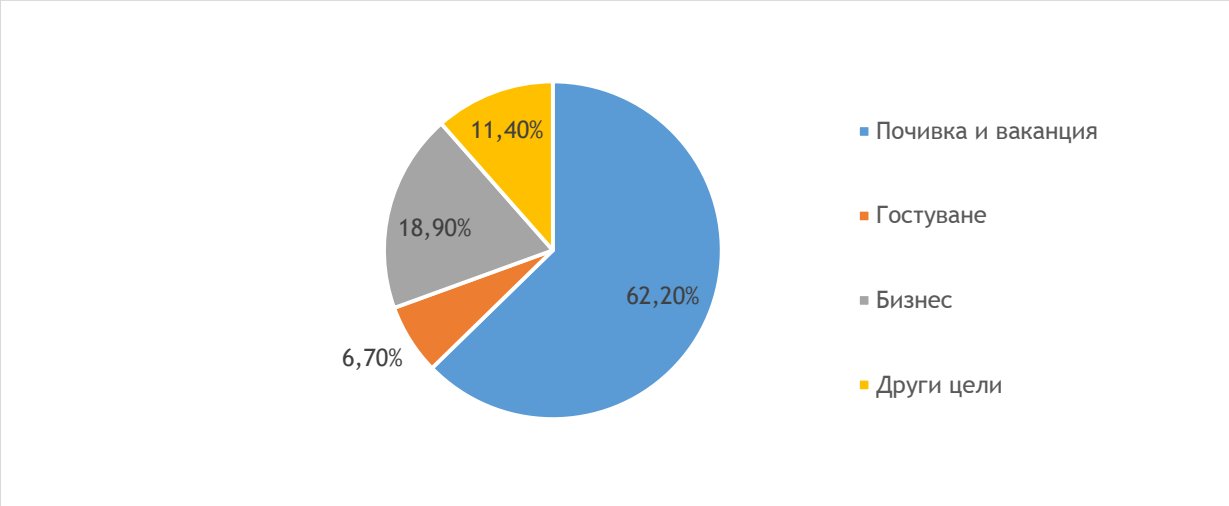
Източник: НСИ

По данни на Министерство на туризма[108] има увеличение на посещенията на чужденци с цел почивка и ваканция - реализирани 5 860 447 посещения, което е ръст от 1%. Посещенията с цел гостуване са 625 355, като те намаляват с -6,7%. Посещенията с цел бизнес туризъм са 1 761 190, като те се увеличават с 1,9%. Посещенията с други туристически цели са 1 064 689. Посещенията с цел почивка и ваканция формират 62,9% от всички туристически посещения.

[108] Министерство на туризма, Статистически данни за международен туризъм в България за 2019 г. - https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-2019

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 11 Структура на туристическите посещения на чужденци по цели през 2019 г. в %.



Източник: Министерство на туризма

При проведеното анкетно проучване, за целите на стратегията, 73% от анкетираните, представителите на българските туроператори и туристически агенти, казват, че културните събития до голяма степен са причина за привличане на туристи в трансграничен регион България – Румъния. 80% от анкетираните определят, сегментите архитектура и културно-историческите паметници в региона като водещи фактори за приличане на туристи.

По-долу е направен преглед и анализ на степента на развитие на културния туризъм в Румъния.

Румъния

В периода 2018 -2019 г., 16% от реализираните нощувки в страната са в целевия регион Югозападна Олтения. Регионът отчитат възходяща тенденция на увеличение на броя на нощувките със стойности над средните за страната. Както и в българските области, и тук делът на вътрешния туризъм е по-голям от този на входящия, както и от средните данни за Румъния.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 7 Реализирани нощувки по целеви регион, 2018 - 2019 г., Румъния

	2018			2019			
	Реализирани нощувки в места за настаняване - общо	Реализирани нощувки от румънски граждани	Реализирани нощувки от чужди граждани	Реализирани нощувки в места за настаняване - общо	Реализирани нощувки от румънски	Реализирани нощувки от чужди граждани	% промяна в общия брой нощувки 19/18
Общо за страната	12905131	10108509	2796622	13374943	10691195	2683748	3, 64%
Регион Югозападна Олтения	2090181	1984857	105324	2249955	2156374	93581	7,64%

Източник: НСИ, Румъния

Таблица 8 Пренощували лица по целеви регион 2018 - 2019 г., Румъния[109]

	2018			2019			
	Пренощували лица в места за настанява-общо	Пренощували лица в места за настанява от румънски граждани	Пренощували лица в места за настанява от чужди граждани	Пренощували лица в места за настанява-общо	Пренощували лица в места за настанява румънски граждани	Пренощували лица в места за настанява от чужди граждани	% промяна в общия брой пренощували лица 19/18
Регион Югозападна Олтения	739486	691343	48143	791821	748697	11258	7,07%

Източник: НСИ, Румъния

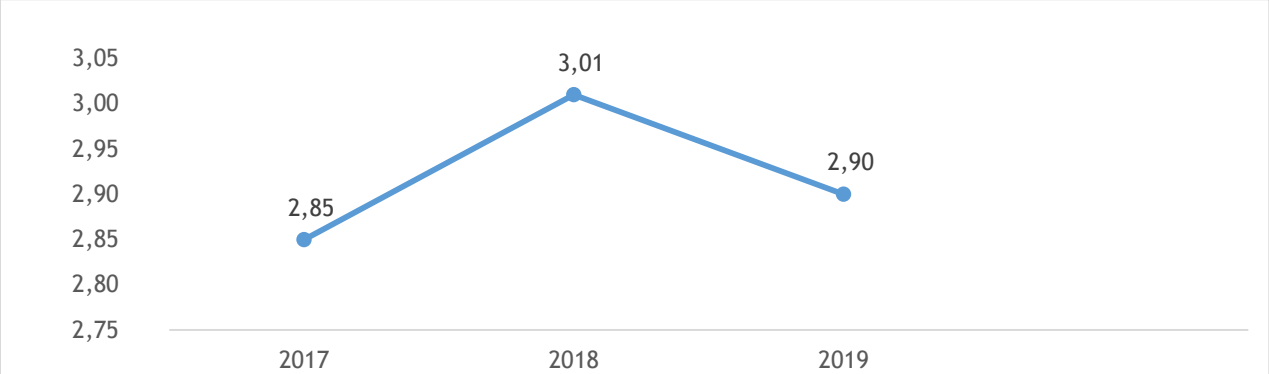
Както и в България, в ЮЗ Олтения, през 2019 година се наблюдава ръст от 7,07%, туристическите посещения.

[109] Не са налични публични данни в НСИ, Румъния за пренощувалите лица за години 2018-2019 г.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В абсолютни стойности, престоят на туристите в региона, през 2019 г. е 2,90 нощувки на един турист, като тази величина е почти постоянна за анализирания период. Продължителността на туристическия престой в Румъния е по-голяма от този в България.

Фигура 12 Престой в Регион Югозападна Олтения 2017 -2019 г.



Източник: НСИ - Регионална статистика, Румъния[110]

Изборът на румънските туристи за реализиране на специализирани форми на туризъм е илюстриран в долната таблица.

Таблица 9 Брой румънски туристи, участващи в местни туристически дейности, по форми на туризъм (2019 - 2020 г.)

	2019	2020	2019	2020
	Самостоятелни пътувания		Организирани пътувания	
Общо туристи	**231340**	**39464**	**1064115**	**521475**
Морска зона	173090	12841	643545	344003
Речни круизи	20	10	479	78
Морски круизи	174	-	334	20
Делтата на Дунав	1099	762	14147	6949
Културен туризъм	551	212	10917	5249

[110] https://olt.insse.ro/wp-content/uploads/2021/08/Turism-serii-de-date.pdf

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Религиозно поклонически	111	55	29467	11341
Планински район	7731	3641	92380	35653
Спа зона	13575	4211	152804	61840
Други зони	34989	17732	120042	56342

Източник: НСИ

Културният туризъм формира 1% от общия вътрешен туризъм. Вероятната причина за този нисък дял на културния туризъм е фактът, че най-често срещаното съчетание е между културен и друг вид туризъм. Типичните съчетания на културния туризъм са с кулинарен, планински, морски туризъм, селски, винен и еко-туризъм. Това прави съвместният интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“, привлекателен културен маршрут за интегриране с основни туристически дестинации в трансграничен регион България - Румъния.

Все по-фокусираната и ориентирана към целеви групи туристи, политика на Румъния за развитие на туризма и все-конкурентното туристическо представяне на страната в ЦИЕ генерира позитивни ефекти и върху динамиката на развитие на основни туристически показатели.

За разглеждания период от 3 години, в илюстрираните български области и румънски регион, се наблюдават разнопосочни процеси на туристическо развитие. В Румъния се регистрира възходяща тенденция на развитие на основни туристически показатели, докато в някои области в България, ръстът е от колеблив до отрицателен. Ключовият, за икономическото развитие, индикатор “реализирани брой нощувки” бележи отрицателен ръст в области Видин и Плевен и положителен в област Велико Търново и Регион Югозападна Олтения.

2.1.2.6 Човешки ресурси

До 2020 г. се наблюдава тенденцията за растеж в туристическата индустрия, като най-голямото предизвикателство, при такава тенденция е адекватното паралелно развитие на човешките ресурси, които са в основата на разработването и развитието на туристическия продукт. Развитието на специализираната туристическа инфраструктура изпреварва значително развитието и подготовка на кадрите, работещи в туризма. Ниско заплащане в бранша, силно текучество на персонала, липса на инвестиции в обучението на кадри, водят до ниска квалификация и мотивация на персонала и влошено качество на обслужването.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Усилията са съсредоточени върху ръст в броя на туристите, като брой нощувки, за сметка на по-ниски цени, което води до ниско качество на обслужване.

България

Таблица 10 Наети лица по трудово и служебно правоотношение по икономически дейности области България (2017-2019г.)

	2017			2019			Процентно изменение 19/17	
	Общо	Хотелиерство и ресторантьорство	Култура, спорт и развлечения	Общо	Хотелиерство и ресторантьорство	Култура, спорт и развлечения	Хотелиерство и ресторантьорство	Култура, спорт и развлечения
Общо за страната	2308129	119137	36911	2322561	122458	36989	2,79%	0,21%
Видин	16522	759	228	15673	726	235	-4,35%	3,70
Плевен	58430	1450	746	58567	1462	762	0,82%	2,14%
Велико Търново	67355	2802	1181	66087	2955	1100	5,50%	-6,90%

Източник: НСИ[111]

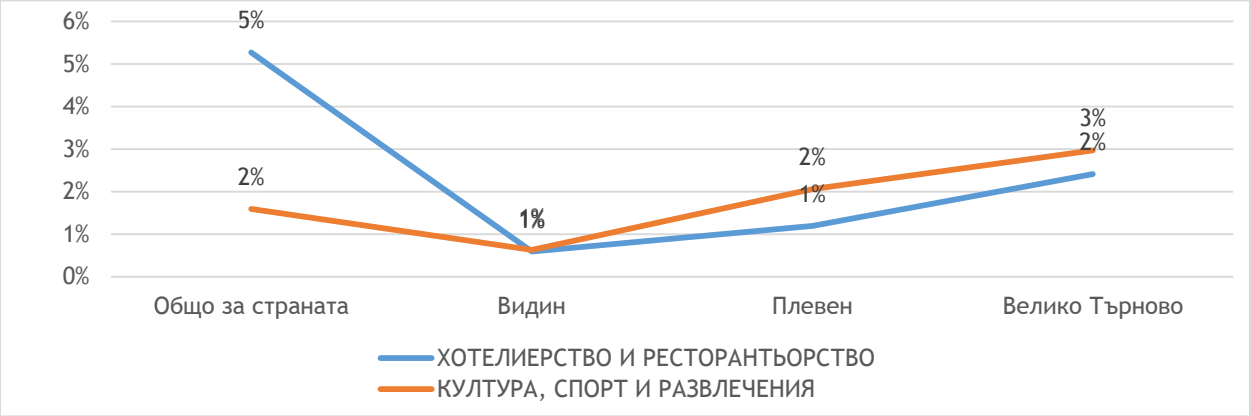
Както е видимо от изнесените данни, в Област Видин се наблюдава отрицателен процент на промяна при наетите лица в хотелиерство и ресторантьорство, съответно с 4,35%, докато в Област Велико Търново има положителна промяна - 5,50%, по-висока от средната за страната.

През 2019 г. в България, пряко в сферата на туризма и културата (хотели, ресторанти, културни институции) са били заети общо 159 447 хил. човека, което е 5% от общо заетите в страната., от които едва 1% са заети в хотелиерство и ресторантьорство в областите Видин и Плевен и 2% в Област Велико Търново.

[111] https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=79

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 13 % Заети лица в сектор "Хотелиерство и ресторантьорство" по области, България - 2019 г.



Източник: НСИ

От успешното прилагане на политиките в образованието зависят развитието на човешкия капитал, икономическия растеж и интелигентната специализация, реализацията на пазара на труда, социалното приобщаване и качеството на живот.

Броят на учениците, през учебната 2019/2020 г. (последно публикувани данни) е намалял с 3,05% в сравнение с 2017/2018 г., отражение на демографската характеристика на страната - ниската раждаемост и емиграцията. Както е видимо от таблицата по-долу, тази тенденция се наблюдава и в целевите области на Стратегията, като в тях процента на намаляване е над средният за страната, като най-драстична е ситуацията в област Видин – намаление с 11,06%. Стъпвайки на тези данни на национално ниво, са предприети действия за подобряване на образователната система в страната, като е въведена новата образователна структура, изразяваща се в завършване на прогимназиалния етап на основно образование в 7-ми клас, вместо в 8-ми клас, както и въвеждането на възможност, на местно ниво, училищата да позволяват завършване на задължителното 10-годишно образование, води до реорганизация на училищната мрежа, по-специално на малките училища в селските райони. Набляга се на борбата с отпадането от училище и на осигуряването на качествено образование.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 11 Ученици през учебните 2017-2020 години - брой

Регион / Област	2017/2018	2018/2019	2019/2020	Процентно изменение 19/17
Общо за страната	**730576**	**718186**	**708 258**	**-3, 05%**
Видин	8 665	8 343	7 706	-11,06%
Плевен	26 345	25 401	24 661	-6,39%
Велико Търново	22 964	21 790	21 462	-6,54

Източник: НСИ

Таблица 12 Брой училища по вид на училището по области, България 2017 – 2019 г.

Учебна година	Област	Общообразователни училища	Училища по изкуствата	Професионални гимназии	Професионални колежи
2017/2018	Видин	29	-	4	-
	Плевен	80	1	22	-
	Велико Търново	69	-	15	2
2018/2019	Видин	28	-	4	-
	Плевен	80	1	22	-
	Велико Търново	67	-	15	2
2019/2020	Видин	28	-	4	-
	Плевен	80	1	22	-
	Велико Търново	67	-	15	2

Източник: НСИ

От изнесените данни е видимо, че намаляването на учениците, не е довело да значително намаляване на броя училища в целевите области на Стратегията.

Професионалното образование и обучение, през учебната 2019/2020 година, се осъществява в 1 училище по изкуствата, 41 професионални гимназии и два професионални колежа, с прием след средно образование. Общият брой на училищата е 175, а общият

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

брой на учащите се в тях е 53 199. В сравнение с учебната 2017/2018 година професионалните училища запазват своя брой. През учебната 2019/2020 година 11 886 ученици от целевите области са се обучавали в професионални гимназии.

Качеството на образованието в системата на професионалните училища все още не отговаря на изискванията на пазара на труда. Наложителни са мерки за стимулиране на обучението по търсените професии. Положителен факт, в професионалното образование, е увеличаване на учащите се в професионалните училища в програми за придобиване на III степен на професионална квалификация. Обучението чрез работа (дуално обучение) е нова възможност за повторно включване на рано напусналите образователната система. Интересът към тази форма на обучение се засилва.

Системата на висшето образование е силно фрагментирана на територията на българската страна на маршрута. Общият брой висши училища е 4, като 3 от тях са съсредоточени в гр. Велико Търново и 1 в Плевен. Във Видин има филиали на университети. Броят на обучаващите се в университетите студенти намалява, поради демографските фактори и предпочитанието на младежите да учат в чужбина. В рамките на 3 академични години (2017/2018 - 2019/2020г.), броят на обучаващите се в университетите във Велико Търново студентите намалява с 16,04% , а в другите области се увеличава.

Таблица 13 Брой студенти по Области 2017 – 2019 г.

Област	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Видин	203	326	426
Плевен	3050	3255	3645
Велико Търново	18622	16499	15634

Източник: НСИ

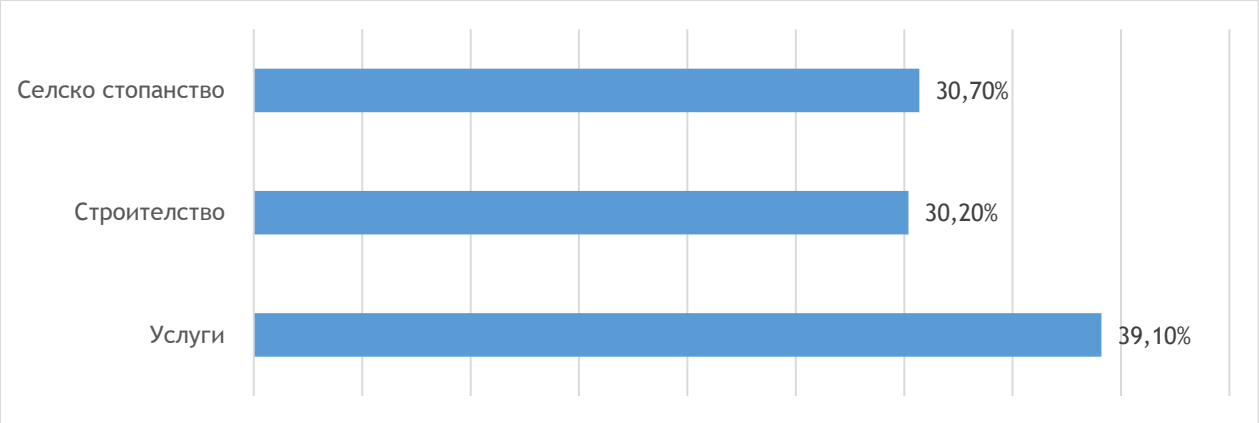
Румъния

Коефициентът на заетост на национално ниво, в Румъния, през 2018 г. е 68,7%, като се увеличава спрямо 2017 г. с 2,08%. В ЮЗ Олтения процентът на заетост е 64,6, като окръг Долж имат близка степен на заетост - 61,8%, ниво, съпоставимо с процента на заетост в страната.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

От гледна точка на участие в основните икономически дейности, работната сила в Югозападен регион Олтения е заета в селското стопанство - 30,7%, 30,2 % в промишлеността и строителството, като заетостта в услугите (вкл. ресторантьорство и хотелиерство) е преобладаваща - 39,1%.

Фигура 14 Заети по индустрии през 2017 в ЮЗ Олтения



Източник: : Регионален план за развитие на Югозападен регион на Олтения 2021-2027 г. (публикуван за публично обсъждане).

На ниво регион, учениците в ЮЗ Олтения намаляват с 122 939, като най-много намаляват учениците в начална образователна степен и средно образование - 63 573, следвани от предучилищното образование - с 22 926 по-малко записани ученици, през учебната 2017-2018 г., в сравнение с учебната 2004/2005 г.[112]

По изнесените данни от регионалните власти в региона, е налице драстичен спад в броя на учениците в професионалните гимназии и училища, поради премахването на някои училища/паралелки с технически и професионален профил. През 2004/2005 г. училищното население в тази област е 27 957, а през 2017/2018 г. броят на учениците е 8 035. В отговор на възникналите нужди, на регионално ниво се разработва Регионалният план за действие в областта на образованието (PRAI). Документът е стратегическата рамка за развитието на професионалното и техническото образование в регион Югозападна Олтения. Планът е разработен на основата на анализ на демографските фактори, пазара на труда и тенденции

[112] Източник: Регионален план за развитие на Югозападен регион на Олтения 2021-2027 г. (публикуван за публично обсъждане) - https://www.adroltenia.ro/planul-de-dezvoltare-regionala-2021-2027/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

за развитие на регионалната икономика, като основа за настоящото и бъдещото търсене на образование и професионално обучение[113].

Във висшето образование, на нивото ЮЗ Олтения, през академичната 2017/2018, в 3-те висши училища са записани 22 141 студент.

Таблица 14 Висше образование в ЮЗ Олтения академична 2017/2018

	Институциите на Висше образование	Записани студенти
Олтения - общо	**3**	**22 141**
Долж	2	1 004
Горж	1	2 698
Мехединци	-	1 353
Олт	-	485
Вълча	-	601

Най-висок дял студенти е регистриран в окръг Долж, над 75 % от броя на студентите на регионално ниво, поради съществуването на Крайовския университет, университетски център с традиции.

Разработената от НСИ демографска прогноза[114] и в трите си варианта, показва запазване на тенденциите на намаляване и застаряване на населението. Това поставя демографския проблем сред най-сериозните проблеми пред страната, който изисква специални политики и продължителен период от време за да бъде преодолян. Той ще даде отражение както върху демографската структура, така и в разпределението на населението, върху цялостния модел на урбанистично развитие на страната, върху икономиката и финансовата политика, върху услугите и инфраструктурата. В периферните и гранични райони, където са разположени обезлюдяващи се населени места, ще остане малобройно възрастно

[113] Пак там
[114] Социално-икономически анализ на районите в Република България, Трети етап, част 2 - https://www.eufunds.bg/bg/oprd/node/5747

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

население, с ограничени мобилност и финансова независимост, силно уязвимо и нуждаещо се от здравни и социални услуги.

Цялата територия на Румъния[115] е изправена пред същите демографски проблеми и тя трябва да отговори на две съществени предизвикателства за поддържане на европейския икономически пазар: намаляването на населението, причинено от отрицателния естествен прираст и най-вече миграцията на населението (и особено от висококвалифицираната работна сила, и през последните години на квалифицирания). Според анализа на статистическите показатели, регионът Югозападна Олтения заема второ място на национално ниво по отрицателен естествен прираст - голяма миграция от региона Олтения към други райони в страната и в чужбина.

И в двете държави има изградена образователна инфраструктура и са предприети политики по отношение на развитие на професионалното образование. Основният дефицит на кадри е продиктуван от демографските промени и миграцията на населението, от целевите райони на Стратегията, към други държави или райони в България и Румъния.

2.1.2.7 Информационна осигуреност

Информационната инфраструктура, към всички обекти от разширения интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“, е добре развита. Съществен недостатък на съществуващите информационни табла е, че са компрометирани (избелели, покрити с ръжда, счупени), като създават неприятното усещане у посетителите.

Указателните табели, в обхвата на маршрута, са също сериозен дефицит - в голяма степен не са налични на ключови места, като кръстовища, спирки на градския транспорт и т.н

Туристически информационни центрове са главният отправен пункт за повечето посетители. Част от тях са включени в Националната мрежа на туристически информационни центрове към Министерство на туризма в България и се намират в общините Белоградчик, Велико Търново, Видин и Плевен. Успешно функционират и туристически информационни центрове в Кнежа и Горна Оряховица.

Туристически информационни центрове са изградени в Крайова и Калафат.

[115] Регионален план за развитие на Югозападен регион на Олтения 2021-2027 г.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В близост, до всички обектите от маршрутите, има различни видове музеи, галерии, културни институции, паркове и атракциони, които допринасят не само за цялостното развитие на туризма, но и служат за ефективен комуникационен канал за повишаване информираността относно намиращите се наблизо обекти от разширения интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“.

Изградените туристически центрове, в целевите градове по маршрута, изпълняват функцията на регионалните информационни възли, предоставящи информация от „първа ръка“ на туристите.

Елемент от туристическата информационна инфраструктура, характерен само за България, са читалищата, които представляват една уникална за Европа културна институция. При 100% от обектите в близост функционира читалище, което съхранява нематериалното културно наследство от региона.

За действащите, като туристически, обекти има издавани рекламни материали (брошури, флаери и др.), като част от обектите са включени и в рекламно-информационни материали на национално ниво.

Всички обекти, включени в маршрута, имат разработена електронни страница или Фейсбук профили, също така са представени и в електронните страници на Туристическите информационни центрове. В по-голямата си част, обектите са представени на български/румънски и английски език в информационните масиви.

Информация за обектите на български и румънски език се намира и в разработени информационни портали за туризъм.

2.1.2.8 Конкурентни предимства на новия туристически продукт

В този раздел ще бъдат разгледани основните конкурентни предимства на съвместен интегриран маршрут „Изкуство и култура“ (основен и разширен) и туристическите дестинации, като се приложат критериите за туристически продукт, т.е туристическото пътуване се приема за цялостно туристическо преживяване, независимо от факта, че маршрутите представляват един от множеството компоненти, които го съставляват.

Приложените критерии са в две категории: общи за туристическия продукт и специфични за маршрута.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Основни критерии за оценка на конкурентните предимства

❖ **Туристическата инфраструктура,** изградена за развитие на дадена територия и най-вече, за да осигури достъп до нея, като връзката ѝ с останалите територии се осъществява чрез общата инфраструктура.

- Спрямо този критерий, основните предимства на съвместен интегриран тематичен маршрут "Изкуство и култура" (основен и разширен), са:
  - развита транспортна мрежа;
  - достъпност и възможност за връзки с различни видове транспорт - от и до териториите, през които премина маршрута;
  - възможности за автомобилен и автобусен транспорт за реализиране на маршрутите.

❖ **Туристическата суперструктура** - съвкупност от средства за настаняване, заведения за хранене, съоръжения за спорт и развлечения, търговска мрежа, ателиета за битово обслужване, транспортни станции и др.

За разлика от предходния критерий, тук се наблюдава неравномерно разпределение по територията на маршрута на туристическата супер структура, концентрирана предимно в областните градове в България и в гр. Крайова, Румъния. Спрямо този критерий конкурентните предимства на маршрута са достъпни само в някои от дестинациите, включени в него:

- разнообразие от възможности за настаняване – хотели, къщи за гости в конкретния град или в близост, сред красива природа или в историческа градска среда;
- развита гурме култура, насърчаваща туристите да се насладят на разнообразни кулинарни предложения;
- възможности за спорт, развлечения и шопинг туризъм;
- разнообразие и възможности за персонификация на туристическото изживяване.

❖ **Инфраструктурата** - достъп и комуникация до туристическите обекти, комуникациите вътре в обектите.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

- Модерни, съвременни и иновативни изживявания в обектите по маршрута (предимно в областните градове);
- Достъпност до култура и изкуство;
- Развити комуникации и интерактивност в обектите.

2.1.2.8.1 Детайлно описание на включените в маршрута обекти, като представените текстове са предназначени за промоциране на обектите и на маршрута като цяло.

Съвместен интегриран тематичен маршрут “Изкуство и култура“ (основен и разширен) включва общо 23 обекта, като основния маршрут включва 6, които са част и от разширения

В концепцията на настоящия документ ще изведем и основния тон на комуникация, необходим при развитието на промоционалните дейности.

А) Съдържанието: глас и тон на комуникация

Безспорно е, че за идентичността и разпознаваемостта на туристическия маршрут, съществена роля играят цялостната национална ценност, като културни, политически, търговски, туристически послания, инвестиционен потенциал и човешки активи. Всички те помагат на потенциалните туристи да идентифицират и разпознават възможностите, и същевременно да изградят определен образ за туристическото си изживяване.

Има съществени аспекти, които често са пренебрегвани или неглижирани, това са думите, написаните и изказаните. Написаните думи често имат нужда от дизайн, за да може да се предаде синергично, ефекта на въздействие. Дизайнът, структурата, подредбата и представянето карат думите да оживеят на екрана, на рекламния материал или другаде. Живот на думите дават и хората, с начина по който ги представят, отношението което влагат, съдържанието, което представят. Всичко това оказва пряко влияние върху възприятията, нагласите и отношението към продукта.

Тук отделяме внимание на значимостта и ценността за единен тон на маркетингова комуникация, независимо от съдържанието и каналите за разпространение.

Тон на комуникацията, стил на маркетинг-комуникационните активности - общият глас, тон и стил задават посоката, в която съдържателно и презентационно се развиват комуникационните процеси.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

От съществено значение за цялостното изживяване на отделните етапи е това комуникацията да бъде консистентна. Какво означава това – независимо от комуникационния канал, субектът да вижда, чете, чува и разбира информацията по един и същ начин.

Гласът и тонът на маршрутите следва да представят основните конкурентни предимства, с имплементирана ясна цел. Представянето на комуникационното послание е отправна точка за създаването на единен и последователен тон на комуникация.

Тези цели изискват последователност и повторение. Ако съобщенията и начина им на представяне се променят често, адресатите е по-трудно да разберат точно за какво става въпрос.

Образно казано - гласът е съдържанието, а тонът е начина по който това съдържание е адаптирано спрямо получателя. Докато гласът остава постоянен, тонът може да се промени според контекста на съобщенията.

Б) Детайлно описание на включените в съвместните интегрирани маршрути „Изкуство и култура“ обекти

Велико Търново

1. Художествена Галерия "Борис Денев"

Едно от бижутата на гр. Велико Търново е **Художествената Галерия „Борис Денев“**, която се намира в автентична сграда разположена в парк „Асеневци“. Галерията предлага на посетителите си постоянна експозиция от около 200 произведения в разделите графика, живопис и скулптура. На Борис Денев е отделена специална зала, в която посетителите могат да видят част от живописното творчество на художника. Постоянната експозиция е преминала трансформации във времето, като основната концепция „Велико Търново през погледа на художника“ се запазва и се подменят само отделни експонати с цел посетителите да се запознаят постепенно и отчасти с богатия фонд на галерията. Любопитният посетител може да се наслади на едни от най-ценните експонати на галерията - Въстанието на Асен и Петър 1185“ (1981 г.), живопис на Александър Терзиев, „Портрет на Мария Попова“ (1862 г.), живопис на Николай Павлович, „Прощаване с Патриарх Евтимий“ (1969 г.), живопис на Светлин Русев, „Витоша“ (1936г.), живопис на Борис Денев, „Разпятие“, скулптура на Альоша Кафеджийски, „Възрожденският живописец Иван Образописов“, гравюра на Васил Захариев.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

2. Мултимедиен посетителски център "Царевград Търнов"

Интересно ли ви е било какъв е бил животът в Царевград от XII и XIII век, мултимедийният посетителки център "Царевград Търнов", предоставя неповторима възможност на своите посетители, а именно да се потопят в автентичния бит и култура на Царевград от времето на българските царе.

Можете да срещнете цар Иван Асен II и съпругата му Ирина Комнина, а също и цар Калоян. В мултимедийния център могат да се видят 29 скулптурни фигури на знакови исторически личности.

В центъра оживява и Балдуин Фландърски в сцена с неговото пленяване, знатни боляри в техните жилища, патриарси, занаятчии.

Ще може да се срещнете с цар Калоян по време на коронацията му от папския кардинал Лъв, като и при битката при Адрианопол през 1205 г. Посетителите се срещат и с други исторически сцени и възстановки на бита от онова време.

Чрез 5 сензорни екрани с информация за Второто българско царство, а така също и мултимедийна зала за прожекции на филми, свързани с историята на славния Търнов, изживяването става още по-автентично.

3. Самоводска чаршия

Самоводската чаршия е символ на автентичния градски живот на възрожденско Търново. Място на което може да се намери всичко, улица, която се превръща в сърцето на града в пазарен ден.

Днес улицата е запазила своя романтичен дух на отминалите дни, със запазени традиции на Възрожденските занаятчийски чаршии. Архитектурният й облик се оформя от каменните дувари с големи двукрили порти, старите търновски къщи с джамали и чардаци, и балкони над Самоводския пазар, и улицата с красиви ковани железни парапети, както и фурни за симити, пити-пърленици, кравайчета и писмет.

Тук са разположени хаджи Давидовия и хаджи Великовия хан, хановете на Атанас Йоноолу и на хаджи Николи, бакалски, опинчарски, ковашки и други занаятчийски работилници и дюкяни.

Сега там работят различни занаятчийски работилници - грънчарска, оръжейна, бакърджийска, резбарска, шекерджийница, тъкачница, иконописно ателие,

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

фотографчийница, кафене, работилница за приготвяне на кадаиф и фурна на площад "Самоводска чаршия", както и много сувенирни магазини и малки художествени галерии.

Всеки желаещ може да се включи в работата на някоя от работилниците и ще получи удостоверение, че е чиракувал при съответния майстор, а предмета, който е изработил, получава като подарък.

Така се възраждат и продължават традициите на народните художествени занаяти в един от най-старите български градове - Велико Търново.

4. Хан Хаджи Николи

Докато се разхождате по калдърама на Самоводската чаршия, няма как да пропуснете уникалния Хан Хаджи Николи, който съчетава автентичност, и съвременен комфорт. Оформил се като културен център – комплекс от изложбени зали с музей и картинна галерия, ресторант и вино бар. Посетителите могат да се потопят изяло в атмосферата на този архитектурен паметник на културата от национално значение.

За да усетите напълно неповторимата атмосфера на това място, ресторанта на Хан Хаджи Николи ще ви предложи да се насладите на вкусна наслада за небцето, съчетана с перфектно обслужване, европейска и българска традиционна кухня, гурме меню.

Ако сте любители на хубавото вино, то в Хан Хаджи Николи ще можете да опитате богата селекция, обхващаща цялата пъстрота, типичност и многообразие на българското вино, както и представители на най-известните световни винени региони.

5. Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов"

Велико Търново предлага богата гама от културни изживявания, разнообразна програма от събития. Любителите на театралното изкуство могат да се насладят на програмата на МДТ “Константин Кисимов”. На сцената се представят драматични и музикални спектакли, съвместни програми концерти, шоупрограми. Театралната програма представя множество спектакли, които да задоволят и най-претенциозния вкус, не случайно театърът е отличен със “Златна лира” за принос в развитието на изкуството и за висок професионализъм!

Горна Оряховица

6. Художествена галерия "Недялко Каранешев"

В живописния град Горна Оряховица в началото на 20 в. е открита първата частна **Художествена галерия от Недялко Каранешев**. Известният български художник създава

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

галерия, която се развива и до днес, като предлага на своите посетители галериен фонд, който включва образци на живописта, графиката и впечатляващи скулптури. Сред най-ценните експонати са живописни картини на проф. Васил Стоилов, Калина Тасева, проф. Иван Петров, Лиляна Русева, проф. Илия Петров, доц. Цанко Петров, проф. Иван Бочев; графики на проф. Никола Хаджитанев, проф. Христо Цацинов; скулптура на проф. Ненко Маров, Ангел Ангелов, Красимир Яков, проф. Мотко Бумов и др.

Плевен

7. Художествена галерия Дарение "Колекция Светлин Русев"

Старата баня на гр. Плевен е интересна не само с необичайната си архитектура, която е силно повлияна от арабската архитектура, с фасада формирана от бели и червени редове с ориенталски и мавритански елементи, но и като дом на **Художествена галерия Дарение "Колекция Светлин Русев"**. Старата баня е архитектурен паметник на културата с национално значение, който е преустроен за нуждите на картинна галерия. Именитият художник Светлин Русев, дарява в средата на 80 г. на 20 в. 322 произведения на родния си град Плевен – живопис и скулптура от собствената си колекция.

Светлин Русев е световно признат художник, общественик, колекционер на произведения на изкуството, академик на БАН и народен представител. Радетел за развитието на българската култура и изкуство, той продължава своите дарения към галерията и през годините, като включва и част от личната си колекция от графични произведения на съвременни български майстори на рисунката и графиката и европейски майстори от XVIII, XIX и XX век. Творбите са подредени лично от Светлин Русев в ред, който ги представя и разделя хронологично и тематично.

В галерията може да се насладите на творби на Владимир Димитров - Майстора, акварели на Илия Бешков, творби от ранния и късния период на Златю Бояджиев, картини на Дечко Узунов, произведения на дарителя на галерията – проф. Светлин Русев (само 3 на брой). Малка част от галерията в купола е отредена на Йожен Дьолакроа, Франсиско Гоя, Жан-Франсоа Миле, Кете Колвиц, Марк Шагал, Салвадор Дали, Пикасо, Огюст Роден, Едгар Дега, Пиер-Огюст Реноар.

8. Регионален Исторически музей – Плевен

Регионален исторически музей (РИМ) - Плевен е притегателен център за история, култура и съвременно изкуство. Музей, който излиза от рамката на традиционното разбиране, предлага разнообразни експозиции и събития на своите посетители.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

РИМ-Плевен е разположен в красива и внушителна двуетажна сграда построена по италиански проект в периода 1884-1888 г. за нуждите на армията. Сградата е паметник на културата с национално значение, в нея могат да се видят 180 000 музейни единици. Специализираната библиотека на музея разполага с над 10 000 тома научна литература и периодични издания.

В музея има и постоянна експозиция - зала за голямата оперна прима Гена Димитрова. В началото на експозицията са подредени снимки, представящи части от живота на певицата, родена в село Беглеж. В основната зала, изградена като сцена, са показани фотоси на най-големите оперни сцени, на които е пяла – „Арена ди Верона" и „Ла Скала". Върху сцената на експозицията са разположени концертни и оперни костюми на примата. Сред тях е реплика на костюм, с който тя е изпълнявала ролята на Турандот в „Метрополитен опера" в САЩ.

9. Художествена галерия "Илия Бешков"

В Плевен може да посетите **Художествената галерия "Илия Бешков"**, в чиито фондове има над 6000 произведения на изкуството, систематизирани във фондовете „Живопис", „Графика", „Скулптура", „Икони", „Пленери", впечатляващите не само като обем, но и като значение за историята на българското изкуство.

Днес галерията съхранява повече от 1200 творби на големия български художник Илия Бешков (1901-1958), които представляват най-голямата колекция в национален художествен музей и са с изключително значение.

Любопитният посетител може да види основните етапи и тенденции в развитието на българското изобразително изкуство, от края на 19 в. до 70-те г. на 20 в. Започваща непосредствено от следосвобожденския период, с имената на пионерите Николай Павлович, Антон Митов и Иван Мърквичка, колекцията преминава през едни от най-известните майстори на четката като Стефан Иванов, Сирак Скитник, Владимир Димитров – Майстора, Дечко Узунов, Васил Бараков, Бенчо Обрешков, Илия Петров, Ненко Балкански, Стоян Венев, Кирил Цонев, Борис Иванов, Златю Бояджиев, Кирил Петров, Руска Маринова, Вера Недкова, Славка Денева, Иван Ненов, Найден Петков и стига до откроявящи се имена в съвременната българска живопис.

10. Панорама "Плевенска епопея 1877"

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Панорамата „Плевенска епопея 1877 г.” е построена в чест на 100-годишнината от Освобождението на Плевен от османско иго. Неповторим монумент, той е изграден в района на Скобелевия парк.

Почитта към героизма и историята е изразена чрез цялостната архитектура на Панорамата - тялото на Панорамата е направено да създава усещането, че е повдигнато върху 4 щика, които олицетворяват силата на оръжието, донесло свободата. Щиковете носят 4 хоризонтално разположени пръстена, 3 от които символизират 3-те атаки срещу Плевен, а 4-ят пръстен е декоративно-пластичен фриз, символизиращ обсадата на Плевен.

Посетителите могат да наблюдават историческите места: Мъртвата долина, редутите „Ковалък” и „Исса ага”, Костницата в Скобелевия парк, Радишевските и Гривишките възвишения, от двете зрителни площадки на покрива на музея.

11. Драматично-куклен театър "Иван Радоев"

Драматично-куклен театър „Иван Радоев“ е един от най-старите професионални театри в България с изключително богата и любопитна история.

В своята история и развитие Драматично-куклен театър „Иван Радоев“ е център на драматичното изкуство, с творческа дейност, която създава стандарти. Репертоарът включва традиционни театрални заглавия, експериментални постановки, търсене на разнообразни сценични форми, обединяващи различни видове изкуства. Специално внимание се отделя на представленията за деца.

Кнежа

12. Общински исторически музей - Кнежа

Общински исторически музей - Кнежа популяризира съхраняваната история и култура; организира празници и гостуващи изложби; участва в общинските и международни празници и честванията и театрализирани възстановки на българските традиции и обичаи.

В този китен град, историческият музей е своеобразен оазис, който работи с млади хора и ученици за обогатяване на познанията в различни области на науката и изкуството, развитие на индивидуалните качества, работа в екип, отговорност.

Музеят представя и етнографска експозиция, която ни запознава с материалната и духовна култура на населението от този край.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В художествената галерия са представени икони, картини и произведения на приложното изкуство на творци от Кнежа.

Проучените и съхранени, в Историческия музей археологически артефакти, открити в землището на община Кнежа, са ценен и богат извор за бита на хората, населявали тези земи хилядолетия преди нас. Историко-археологическите проучвания сочат, че на територията на днешната община са разкрити няколко древни селища, датиращи от различни епохи.

Белоградчик

13. Исторически музей Белоградчик

Живописния Белоградчик, може да се похвали не само със забележителна природа, но и с възрожденска архитектура, като един от емблематичните образци на епохата е "Пановата къща", където се помещава **Историческият музей** в град Белоградчик.

Експозицията в музея е посветена на Османския период и Възраждането и отразява развитието на занаяти като златарство, дърворезбарство, абаджийство, терзийство, мутафчийство, грънчарство, медникарство.

Експозицията акцентира върху въстанието срещу турския поробител от 1850 г., с център град Белоградчик – едно от най-масовите въстания в българските земи. Маркирани са и събитията, свързани с освобождението на Белоградчик от робството и тези със сръбско-българската война от 1885 г.

Музеят разполага с богата колекция на монети и икони. Показан е домашния бит, народни носии и предмети на бита. Женските накити - обеци, невестенски венци, пръстени и наушници са богато украсени с цветни стъкълца, седеф и висулки. В дворът на музея са експонирани антични надгробни паметници.

Видин

14. Художествена галерия "Никола Петров"

Във Видинския Крайдунавски парк, в красивата сграда на бившия Военен клуб се намира **Художествена галерия "Никола Петров"**. Сградата на галерията има своята история - изградена върху основите на една от входните врати на видинското крепостно съоръжение „Калето". Сградата е създадена като военен клуб със средства на военните през 1892 г. и е обявена за паметник на културата.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Художествена галерия "Никола Петров" е една от първите художествени галерии в страната. Първите творби станали част от фонда на галерията са художествени произведения, закупени от колекциите на Михаил Кремен и Богомил Райнов. Сред първите творби от фонда на галерията са и около 80 платна, създадени през 1962 година по време на пленер в града, на който рисуват художници от цялата страна, между които Стоян Венев, Панайот Панайотов, Иван Христов и др.

Днес, експозицията на Художествена галерия „Никола Петров" се състои от три отдела – Живопис, Графика и Скулптура с около 1400 произведения общо.

В отдел "Живопис" се съхраняват над 900 платна, между които оригиналните творби на Иван Мърквичка, Борис Митов, Никола Петров, Владимир Димитров – Майстора, Сирак Скитник, Златю Бояджиев, Стоян Венев, Васил Стоилов, Здравко Александров, Иван Табаков и други големи творци на изящното изкуство.

Графичният отдел на художествената галерия във Видин съдържа 45 оригинални произведения на световноизвестни майстори, сред които Рембранд, Албрехт Дюрер, Густав Доре, Франциско Гоя, Франсоа Миле, Дьолакроа, Теодор Русо.

В колекцията на отдел „Скулптура" се съхраняват творби на майстори като Иван Фунев, Димитър Остоич, Анастасия Гюкова, Александър Апостолов, Продан Проданов, Любомир Далчев и други.

15. Драматичен театър "Вида"

На метри от Художествена галерия „Никола Петров" във Видин се намира **Драматичен театър „Вида".** Впечатлителна е не само програмата, която се представя на сцената на театъра, но и факта, че се помещава в първата сграда в България, построена по европейски модел, специално за театрални нужди**.** С изграждането на театъра се заели италиански архитекти и строители. Сградата на театъра разполагала с обширен салон, партер, ложи и галерии, голяма сцена, оркестрина и остъклен покрив. През първата половина на 2020 г. приключва консервация, реставрация и експониране на драматичен театър „Вида", когато се възобновява и дейността му.

Програмата е мултижанрова и достига до публиката чрез финес и добър вкус. Театралният сезон е богат на предложения и гостуващи театри.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

16. Симфониета

Симфониета - Видин е най-големия културен институт във Видинския регион, който организира и изпълнява многообразни музикални изяви в града и региона; образователни концерти и лектории за деца.

Симфониета се е превърнала в емблема и стандарт за музикалното творчество с редица международни гости и турнета, **участия в Международни майсторски класове по дирижиране.**

Съставът на Симфониета Видин е имал изяви в известни европейски концертни зали, като „Concertgebouw“ – Амстердам, „Victoria Hall“- Женева, „House of Music“- Виена, „Beethoven Hall „- Щутгарт, “ The Hall of Congresses “ – Сарагоса и много други.

Много известни български и чуждестранни диригенти и солисти, чиито имена са добре познати в музикалния свят са имали удоволствието да работят със Симфониета Видин.

17. Държавен куклен театър - Видин

Кукленият театър ни въвежда в различен свят, това прави и **Държавен куклен театър - Видин**. Видинският куклен театър поддържа 10-12 заглавия в театралния си афиш, който всяка година включва и 3-4 нови постановки. Репертоарът му е насочен основно към детската публика, но се играят и спектакли за възрастни.

През годината се играят около 200 представления в града и околностите, както и на подходящи сцени в страната. Художествените търсения на трупата балансират изразните средства на кукленото представление със сценична игра на живо. На видинска сцена могат да се видят постановки от всички сценични жанрове, творците работят с различни системи кукли, като проявяват силен и траен интерес към театъра на сенките. Видинският куклен театър е единственият български театър, който членува в европейската асоциация “Изкуство за деца и млади хора” със седалище в Амстердам, Холандия.

Клафат

18. Двореца-музей Маринку

Дворците свързваме с минали времена и приказки - **Двореца-музей Маринку в гр. Калафат, Румъния** е изключително красива сграда, архитектурен паметник от местен интерес, в центъра на града. Днес е и Музей на изкуствата и етнографията.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Дворецът е построен от местен финансист Щефан Маринку в памет на неговата дъщеря, Мариоара Маринку, която умира от туберкулоза на 13 години в периода между 1904 г. и 1907 г. Преди смъртта си, Щефан Маринку дарява двореца на Калафатската община като поставя задължително условие в сградата да има девическо училище в памет на дъщеря му.

Архитектурният стил на двореца принадлежи към френския неокласицизъм с барокови и рококо акценти и с влияния на румънската архитектура от началото на XX век., откроява се с впечатляващите си размери, но и с финес на детайлите.

Музеят включва постоянни експозиции с художествени произведения в раздели живопис, графика и скулптура; етнографска експозиция; раздел с историята на Калафат; археология; съвременно румънско изкуство. Музеят за изкуства и етнография разполага с над 1000 експоната в своя етнографски раздел. Колекцията включва облекла, килими, керамика, инструменти, предмети от бита и други.

Крайова

19. Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил)

Дворецът Жан Михаил е най-красивата сграда в гр. Крайова, окръг Долж, Румъния. Сградата е архитектурен паметник от национален интерес. Дворецът е построен между 1898 и 1907 г., за да служи като частна резиденция на Константин (Дину) Михаил, земевладелец и политик.

Дворецът притежава богата интериорна и екстериорна декоративна архитектура. Изключителният интериор е постигнат чрез стълбище от кararски мрамор и колони в йонийски стил, полилеи от Мурано, полилеи от Венеция, позлатени мазилки, стени, тапицирани с лионска коприна, висококачествени лампериии и паркет, стилни мебели, японски съдове, скулптури и картини. Дворецът Жан Михаил принадлежи към френския академизъм, включващ елементи, принадлежащи към късния барок.

Днес в Двореца Жан Михаил се помещава Музей на изкуствата – гр. Крайова. Постоянната експозиция представя произведения, разделени в три експозиции: колекция с европейско изкуство, колекция с румънско изкуство и Константин Брънкуш. Колекцията с европейско изкуство предлага на посетителите произведения от холандската, фламандската, италианската и френската школа. Колекцията с румънско изкуство включва икони, живопис, картини на художниците Константин Лека, Теодор Аман, Николае Григореску,

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Щефан Лучиан, Николае Тоница, Йосиф Изер,Георге Петрашку, Теодор Палади, Еустациу Стоенеску, Йон Цукулеску, Корнелиу Баба.

Основна атракция на музея е галерията, посветена на Константин Брънкуш, показваща шест от ранните му скулптури.

20. Къща Бънией (Casa Baniei)

Къща Бънией (Casa Baniei) е най-старата гражданска сграда в Крайова, възстановена през 1699 г. от влашкия владетел Константин Брънковяну на мястото на бивши болярски къщи. През годините сградата е претърпяла много преустройства и в нея са функционирали съдът на Крайова, някои училища, свещеническата семинария, отделът на държавния архив. След възстановителни дейности през 1934 г. сградата е предоставена на Регионален музей Олтения и е негово седалище до 1948 г.

От 1967 г. в Къща Бънией е разположена постоянната експозиция на отдел „Етнография“ към музея Олтения. В етнографския музей посетителите могат да се запознаят с експозиции като „Приготвяне на хляб“ и „Ритъма на живота“, включваща керамика от Олт, сватбени традиции, религиозни предмети, икони, килими, черги, както и изложба на кукли. В музея се организират работилници за деца.

21. Филхармония "Олтения"

Филхармонията „Олтения“, гр. Крайова е авторитетна институция в румънския музикален живот. Настоящата дейност на филхармонията се извършва от Симфоничен оркестър, Камерен оркестър, Академичен хор, както и много камерни състави.

Симфоничният оркестър е сформиран от около 80 професионални музиканти и репертоарът му включва шедьоври на симфонична музика, опери, реквиеми, аранжименти на известни джаз парчета и други.

Камерният оркестър е основан през 1957 г. и е бил специализиран в представяне на предкласическа и класическа музика. Репертоарът му е по-разнообразен и включва основно съвременна музика.

Академичният хор е един от най-ценните състави в страната в този жанр. Филхармония „Олтения“ организира всяка година Международен фестивал „Музикална Крайова“.

22. Национален театър "Марин Сореску"

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Национален театър „Марин Сореску“ е друга знакова, за културния живот в гр. Крайова, институция, носещ името на румънския поет Марин Сореску. Театърът е първият, от държава в Централна и Източна Европа, станал член на Европейската театрална конвенция. Сградата на театъра е архитектурен символ на града.

Театърът, със 170-годишна история, е един от най-важните театри в Румъния. Национален театър „Марин Сореску“ е участвал на множество международни фестивали, от които има много награди и отличия. През 1996 г. е поканен да направи представление в Брюксел в рамките на „Великите театри на Европа“. От 1994 г. започва провеждането на Международен Шекспиров фестивал. През 2016 г. театърът организира за пръв път в Румъния престижното театрално събитие - Европейските награди за театър.

Национален театър „Марин Сореску“ е единственият в държавата, награден с орден за заслуги в сферата на културата с ранг командир, в знак на признателност за изключителните му постижения.

23. Театър за деца и младежи "Колибри"

Театър за деца и младежи „Колибри“ е основан през 1949 г. като секция за куклен театър на Националния театър „Марин Сореску“ и става самостоятелна институция през 1956 г.

Театър „Колибри“ има репертоар от 20 постоянни представления, организира улични представления, фестивали като - „Куклите завземат улицата“, работилници и други културни дейности като Куклена терапия, Куклен маратон и др. Театърът участва на най-важните театрални фестивали в страната, както и на международни такива в Европа, Азия и Африка.

2.1.2.8.2 Сравнителните конкурентни предимства на новия туристически продукт

Преимуществата на Съвместен интегриран тематичен маршрут “Изкуство и култура“ (основен и разширен), които могат да се изведат като сравнителни конкурентни предимства, са:

✓ Иновативност при конструирането на туристическия маршрут, чрез инкорпориране на различен тип изживявания, свързани с темата изкуство и култура;

✓ Развитие на маршрута в изцяло градска среда, но неограничаващ туристите относно вариантите за потребление на различни видове туризъм;

✓ Многообразие и културен обмен, разширяване на общата култура със специално

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

подбрани за маршрутите обекти и форми на представяне на културата и изкуството в трансграничен регион България-Румъния;

✓ Началната и крайна точка на маршрута също са едно от основните предимства. Велико Търново, като дестинация, силно подпомага и развива образа на маршрутите, като ексклузивна форма на културен туризъм.

Изведените сравнителни конкурентни предимства се основават на изготвения и представен в преходните части ситуационен анализ и основните, залегнали продуктови ценности на маршрутите.

Автентичността на конкурентните предимства ще бъде тествана с изследване сред туристи, които са реализирали туристически пътувания по маршрута.

2.1.2.8.3 Възможности за допълнителен брой туристически услуги като допълнения към основния пакети

Културният туризъм, в последните години, излиза извън рамката на туристическите продукти, предназначени за посетители с тесни познавателни интереси, в областта на историята и миналото. Ресурсите за развитие на този вид туризъм включват освен археологически и архитектурни паметници, вече и култови обекти на различни религии; етноложки обекти; културни институции – музеи, галерии, вкл. за модерно изкуство; различни събития, свързани с творчество, в които самите туристи създават култура; нематериалното наследство – песни, танци, обичаи, но и храна и кулинария; начин на живот. Затова и културният туризъм, вече се смята за „тематичен“, разделен на много специализирани и целенасочени категории туристически продукти, селектирани и обвързани с различни дейности, насочени към съответните различни целеви групи.

Основна цел е посещението на обекти, свързани с културата и културните особености на някаква епоха или на някаква група хора (нация, етнос, племе и т.н.). Обектите на културния туризъм представляват различни форми на изкуство, представени в галерии или на открито, места, сгради и предмети с историческо значение (археология), музеи и разкопки, етнографски резервати. Към културния туризъм спада също посещението на различни културни изяви от типа на фестивали, театрални постановки, представяния на местни народни традиции, обичаи, обреди и др. Подвидове на културния туризъм са, освен познавателно-историческия, също и религиозния, винения и кулинарния, тъй като тези елементи също са част от културното наследство. Трябва да се отбележи, че туристите,

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

практикуващи културно-познавателен туризъм, са по-мобилни и харчат повече средства от обикновените туристи, което е предимство, особено за селските райони.

Стъпвайки на тенденциите за развитие на културния туризъм и на база отговорите, от проведеното онлайн анкетно проучване сред туроператори и туристически агенти, от които *50% от анкетираните биха предлагали маршрута в комбинация с Хоби туризъм - пътешествия, фотография, кулинария и винен туризъм* са изведени следните предложения от авторите на Стратегията за разширяване на продуктовата палитра на предлагания туристически маршрут.

Обекти от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Художествена Галерия „Борис Денев“. Мултимедиен посетителски център "Царевград Търнов". Самоводска чаршия. Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов".	
Местоположение:	гр. Велико Търново
Допълнителни туристически услуги и атракции	Интерактивната познавателна игра „Средновековни криминални загадки - Тайната на 9-те ключа“. Аудио - визуален спектакъл "Звук и светлина" (Хълм Царевец). Паркът с миниатюри „Търновград – духът на хилядолетна България“. Местността „Боруна“. Защитена местност „Преображенски манастир”. Винарна Ялово. Петропавловския събор. Международният античен римски фестивал "Нике - играта и победата.
Обект от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Художествена галерия „Недялко Каранешев“	

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Местоположение:	гр. Горна Оряховица
Допълнителни туристически услуги и атракции	Петропавловския събор. Етнографски музей Долна Оряховица. Алея за пешеходен туризъм. Защитената местност „Божур поляна“. Национален празник на Божура и цветята, Майски дни на културата.
Обект от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Общински исторически музей	
Местоположение:	гр. Кнежа
Допълнителни туристически услуги и атракции	12 могили в старите лозя и смрадликите. Късноантично и ранносредновековно селище. Църква “Света Троица“. Защитена зона за местообитанията р. „Искър”. Рок фест Кнежа.
Обекти от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Художествена галерия Дарение „Колекция Светлин Русев“. Регионален Исторически музей – Плевен. Художествена галерия "Илия Бешков". Панорама "Плевенска епопея 1877" Драматично-куклен театър "Иван Радоев"	
Местоположение:	гр. Плевен
Допълнителни туристически услуги и атракции	Късноантична крепост "Сторгозия". Пещерен музей на виното.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	Възрожденски комплекс къщи Бакърджиева Първанова Дачева. Плевенска филхармония. Арт център Плевен. Летен театър "Кайлъка" – Плевен. Парк "Кайлъка". Природният резерват в местността “Чернелка”. Природен комплекс „Персина - Никополско плато“. Международен фестивал за маримба и ударни инструменти. Международен AUTUMN JAZZ FEST.
Обекти от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Исторически музей Белоградчик	
Местоположение:	гр. Белоградчик
Допълнителни туристически услуги и атракции	Винарска изба „Магурата“. Винарска изба Боровица. Белоградчишката крепост „Кале“. Летен театър – Белоградчик. Пещера „Магурата“. Летен фестивал „Опера на върховете – Белоградчишки скали“.
Обекти от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Художествена галерия "Никола Петров" Драматичен театър "Вида" Симфониета – Видин Държавен куклен театър - Видин	
Местоположение:	гр. Видин

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Допълнителни туристически услуги и атракции	Замък “Баба Вида”, гр. Видин. Музей "Кръстата казарма". Драматичен театър гр. Видин. Крайдунавска градска градина, Видин. Защитена зона „Видински парк“. Фестивал на изкуствата дунавски вълни. Летен оперен фестивал крепост на вековете - Баба Вида. Винарна „Новоселска гъмза“. Изба „Бонония Естейт“.
Обект от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Двореца-музей Маринку	
Местоположение:	гр. Калафат
Допълнителни туристически услуги и атракции	Манастир Маглавит
Обекти от разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил). Къща Бънией (Casa Baniei). Филхармония "Олтения". Национален театър "Марин Сореску". Театър за деца и младежи "Колибри".	
Местоположение:	гр. Крайова
Допълнителни туристически услуги и атракции	Парк Николае Романеску. Английски парк. Ботаническа градина, гр. Крайова.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	Фестивал "Летни традиции" - юли, край Свети Илия. Национален фестивал "Йоана Раду". Международния музикален фестивал в Крайова. История и традиция на Долж.

2.1.2.9 Подбор на целевите пазари

Целта на този анализ е да се направи оценка на средата, в която разработеният маршрут ще бъде маркетиран и популяризиран като туристически продукт, за да се информира и улесни процеса по изготвяне на маркетинговата стратегия.

С оглед поставените цели, обхватът на разглежданите проблеми включва:

(1) Анализ на актуалното, към началото на 2020 година, състояние и перспективите за развитие на туризма в световен и европейски план (външен пазар).

(2) Актуалното, към началото на 2020 година, състояние и перспективите за развитие на туризма в България и Румъния - трансграничните региони (вътрешен пазар), в чиито обхват се планира маркетирането на маршрута;

(3) Да проучи пазарния потенциал и да се идентифицират целевите пазари;

(4) Прогноза и оценка на потенциала за привличане на различни целеви групи туристи;

(5) Анализът разглежда, но не задълбочава изследването в 2020 година, поради извънредния характер на предприетите ограничения, които оказват влияние, цялостно върху икономическото развитие на държавите, но и специфично, върху сектор туризъм. Поради посочената извънредност, докладът приема, че липсват основания да се правят генерални заключения относно тенденциите наблюдавани през 2020/2021 година.

При разработването на анализа е използван методът „кабинетно проучване“.

За да се оцени средата, индикаторите са подбрани, с цел да осигурят възможно най-голяма обхватност на анализа, актуалност и пълнотата на данните. Поставя се фокус върху предимствата и недостатъците, които биха имали ефект върху разработването и осъществяване на маркетинговата стратегия на трансграничния туристически пазар.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Анализът е ориентиран около насоките за измервания и анализи в туризма на Световната туристическа организация към ООН (UNWTO)[116].

В анализа са залегнали комбинация от количествени и качествени данни, които разглеждат тенденции и наблюдения в развитието на туризма в целевия регион. Като източници са използвани данни от международна и национална статистика, както и обобщения и изводи от общи и секторно-ориентирани национални/европейски/световни планови и стратегически документи, аналитични проучвания и изследвания

2.1.2.9.1 Анализ на текущото състояние и перспективи за развитие на туризма в световен и европейски план (външен пазар)

Туризмът продължава да се определя като един от ключовите сектори за развитие на световната и европейска икономика. По данни на Световната организация по туризъм към ООН[117] (UNWTO), през 2019 г. туризмът се превръща в третия по значимост сектор (през 2017 година той е на четвърта позиция), след химичната индустрия и горивата. Към юли 2019 г. (последната пред-пандемична година, в която се публикува подобна статистика), същият доклад посочва, че международните туристически пътувания са се увеличили с 5%, за да достигнат 1,4 милиарда долара - последователност от непрекъснат растеж от 2014 година насам. Същевременно приходите от туризъм са нараснали до 1,7 трилиона щатски долара (4,4% ръст), темпове на растеж над тези на нарастването на световния БВП (ръст от 3,5%). Най-силен ръст се регистрира в Африка (7%), Азия и Тихия Океан (7%). В Европа и Близкия Изток растежа е от 5%, но с разлика в ръста на приходите от пътуване и туризъм – 5% за Европа и 4% за Близкия Изток. Европа също така приема над половината (51%), докато Азия и Тихия океан приемат 25% от общия туристически поток. Към този момент туризмът осигурява 7% от общия глобален износ и 29% от световния износ на услуги и остава важен елемент от диверсификацията на експорта, както за развиващи се, така и за развити пазари.

Отново по данни на UNWTO[118], туризмът в ЕС отбелязва девета поредна година (2010 – 2019) на растеж, превръщайки Европа в най-посещаваната дестинация. Тази тенденция се води от Средиземноморския регион на Европа, който отбелязва 8% ръст на посещенията и 7% ръст в приходите. За сравнение Централна и Източна Европа, регионът, върху който се поставя фокус в този анализ отбелязва 5% увеличение на посещенията, но 9% ръст на

[116] http://www.e-unwto.org/content/m62755/
[117] https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152
[118] Пак там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

приходите. Облекчаването на визовия режим, води до увеличение на китайските туристи в региона, а провеждането на Световната купа по футбол в Русия увеличава значително приходите, отчетени в доклада на Световната организация по туризъм към ООН.

Долната таблица резюмира данни за входящия туризъм по региони, като специален акцент е поставен върху Централна и Източна Европа (ЦИЕ), чиито данни са декомпозирани по страни. Както е видно от таблицата, Европа отчита пазарен дял от 50,7 % при среден ръст между 2010 и 2018 г. от 4,8%. Тези стойности са различни за ЕС от 28 държави, които представляват 40,2 % от общи пазарен дял на туризма, но отчитат среден ръст от 5% за същия период.

Таблица 15 Входящ туризъм по избрани региони, 2010 до 2018 година.

Входящ туризъм по региони				**Пазарен дял**	**Промяна**		**Средногодишен растеж**
	2010	2017	2018	2018	17/16	18/17	"10" - "18"
	Брой чуждестранни туристи (млн)			**%**	**%**	**%**	**%**
Целият свят	952	1,3	1,4	100,0	7,0	5,4	5,0
Развити икономики	515	730	762	54,4	6,3	4,3	5,0
Развиващи се икономики	437	598	639	45,6	7,9	6,8	4,9
Европа	486.4	673.3	710	50,7	8,6	5,5	4,8
ЕС-28	382.2	539.3	562.9	40,2	7,7	4,4	5,0
Северна Европа	57	78.4	78.9	5,6	6,0	0,5	4,1
Западна Европа	154.4	192.7	200.4	14,3	6,1	4,0	3,3
Централна и Източна Европа	98.1	134.6	141.4	10,1	5,6	5,0	4,7
	Брой чуждестранни туристи (1000)						

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Входящ туризъм по региони				Пазарен дял	Промяна		Средногодишен растеж
България	6.047	8.883	9.273	1,3	7,6	4,4	..
Чехия	8.629	13.665	..	..	6,7	..	..
Естония	2.511	3.244	3.234	0,5	3,6	-0,3	..
Унгария	9.510	15.785	17.152	2,4	3,5	8,7	..
Латвия	1.373	1.950	1.946	0,3	8,7	-0,2	..
Литва	1.507	2.523	2.825	0,4	9,9	11,9	..
Полша	12.470	18.400	19.623	2,8	5,3	6,6	..
Румъния	1.346	2.760	2.797	0.4	11,3	1,3	..
Словакия	5.415	..	..	..	..	..	..
Гърция	15.007	27.194	30,123	4,2	9,7	10,8	
Турция	31.364	37.601	45.768	6,4	24,1	21,7	
Хърватия	8.966	15.593	16.645	2,3	13,7	6,7	
Австрия	22.004	29.460	30.8016	4,3	4,8	4,6	
Южна Европа	176.881	267.486	289.352	40,8	12,9	8,2	..

Източник: Световна организация по туризъм към ООН.

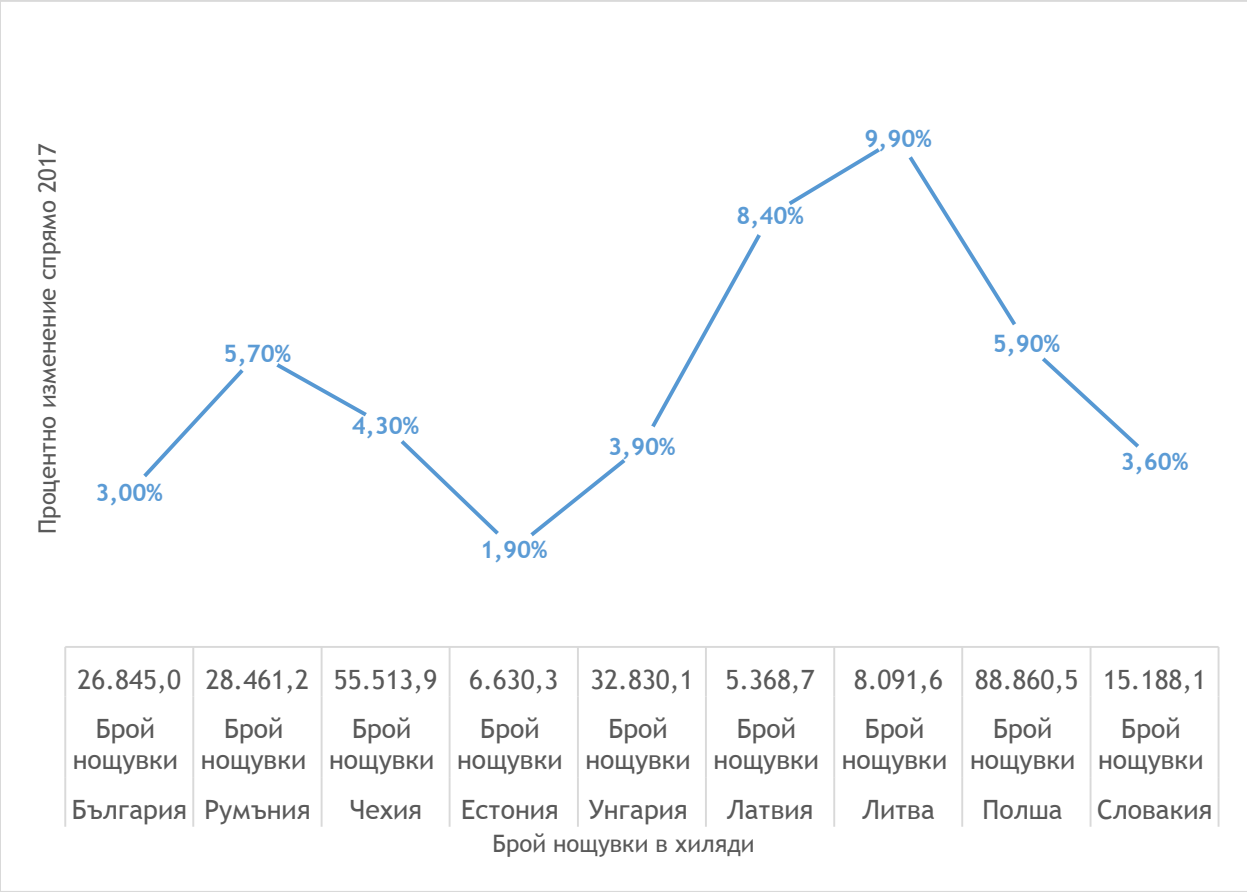
С изключение на Унгария, Литва и Полша, които отбелязват по-висок ръст през 2018 г., отколкото през 2017 г., останалите страни в Централна и Източна Европа, отбелязват спад в темповете на растеж на броя чуждестранни туристи. За България това означава ръст от 4,4% (7,6 за 2017 г.), а за Румъния това е дори по-фрапиращо 1,3% за 2018 г. в сравнение с 11,3% през 2017 г.

Въпреки, че лидерското място продължава да се заема от Западна Европа, прави впечатление, че Централна и Източна Европа сближава разликите, както в абсолютните стойности, така и в темповете на растеж. През 2018 г. Литва бележи една от най-високите стойности на ръст на чуждестранни туристи, а Полша и Унгария остават над средните стойности на растеж в Европа.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Важен критерий за оценка на тенденциите в сектор пътуване и туризъм е броят на пристигащите в съответната държава, както и броя на нощувките. Следващите таблици представят тези тенденции на изменение спрямо 2017 г., в държавите от ЦИЕ[119].

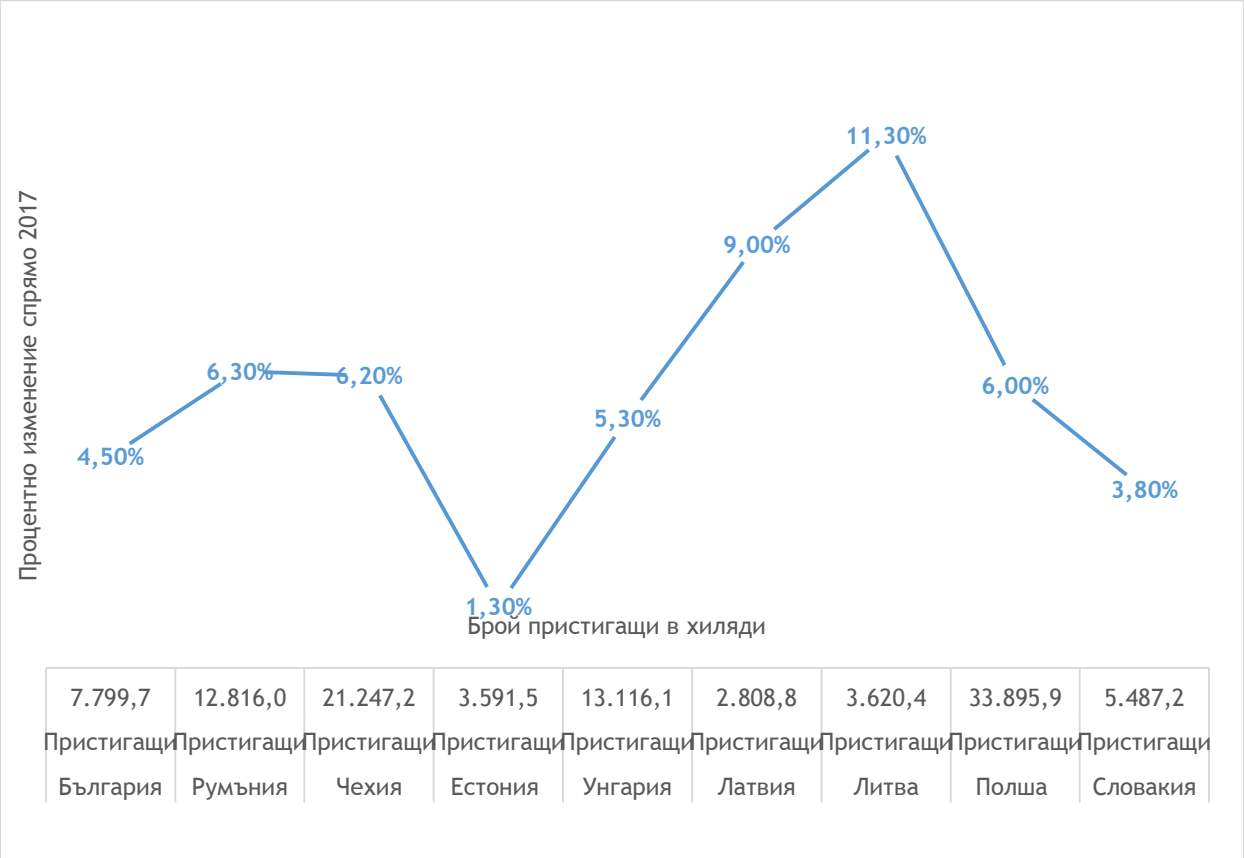
Фигура 15 Брой нощувки прекарани в страните от ЦИЕ 2018 г.



[119] Източник: Виртуална обсерватория по туризъм на ЕС - https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/country-fact-sheets

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 16 Брой пристигащи в страните от ЦИЕ - 2018 г.



Както е видно от фигури 14 и 15 в региона се наблюдава тенденция на ръст в броя пристигащи и броя на нощувките за 2018 година, спрямо 2017 г. Най-висок и по отношение двата параметри е ръстът в Литва и Латвия, а най-нисък в Естония. Румъния отбелязва сравнително по-висок ръст (5,7% в нощувките и 6,30% в пристигащите) спрямо България, която има растеж от 3,0% в нощувките и 4,5% в броя на пристигащите. Цялостна тенденция може да се отбележи по отношение на наваксването на Румъния в туристическия сектор, за последните 10 години. Структурата на това нарастване обаче е коренно различна. В България, както по отношение на нощувките, така и по отношение на пристигащите, по-голям дял имат не-резидентите. При нощувките, не-резидентите наброяват 17.748,9 хиляди (ръст от 3,80%), резидентите са 9.096,1 хиляди души (ръст от 1,70%), а при

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

пристигащите това съотношение е по-малко, но отново с превес на не-резидентите - 3.910,2 хиляди (ръст от 7%) и 3.889,5 хиляди (ръст с 2,20%). В Румъния разликата в нощувките резиденти (23.154,7 хиляди) и не-резиденти (5.306,5 хиляди) е значителна, макар и двата сегмента да отбелязват ръст от 7 процента. Подобна е и разликата в структурата на пристигащите, от които 10.029,5 (ръст със 7,80%) са резиденти, а 2.786,5 хиляди души са не-резидентите (ръст от 1,40%). Това прави таргетирането на различни публики, както и фокусирането върху вътрешния пазар особено важно при разработване на обща маркетингова стратегия.

2.1.2.9.2 Анализ на състояние и перспективите за развитие на туризма в България и Румъния трансграничните региони България и Румъния

Допълнителна перспектива пред сравнението на България и Румъния, и страните от ЦИЕ е инструментът разработен от Световния икономически форум - Индекс за туристическа конкурентоспособност. В годишния доклад за 2019 г.[120], България е класирана на 45-то място, което страната запазва спрямо 2017 г., но повишава своята конкурентоспособност с 1,8%. Румъния също повишава резултата си спрямо 2017 г. с 5,7% и се изкачва с 12 места – 56-то място от 140 държави. Колкото по-ниско в класацията е дадена държава, толкова по-висока е нейната конкурентоспособност в туризма. Оценката се прави на база серия от критерии, които се оценяват по скала от 1 (най-лош) до 7 (най-добър резултат). От останалите страни Словения е класирана на 36-то място, Чехия (38-мо), Полша (42-ро), Естония (46-то), Унгария (48-мо), Латвия (53-то), Литва (59-то), Словакия (60-то място).

Основните изводи от доклада извеждат необходимостта от интегриран и системен подход към стратегическото развитие на туризма и неговото представяне в глобалната икономика. Над средните за света нива на конкурентоспособност, достигат тези икономики, които развиват всички стълбове, измерване от индекса. Същевременно се отбелязва, че продължаващия ръст на сектора в световен план, е съпътстван с изоставащо развитие на необходимата инфраструктура и бавно налагане на практики, свързани с устойчиво управление на ресурсите. Ръстът през 4-те години преди 2019 г., се дължи на развитието на въздушния транспорт, дигиталната свързаност и отвореността на световната икономика, въпреки растящите напрежение и национализъм. Основна тенденция е понижаването на цените на пътуванията и повишаването на тяхната сигурност – сегментът – Конкурентост на цените, процентно отбелязва най-силен ръст от 2017 г., в това изследване.

[120] Наличен на https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Европа и Евразия остават един от най-конкурентноспособните региони в сектора. 6 от 10-те първи икономики са позиционирани в Европа. В основата на това представяне са културните ресурси, модерната инфраструктура – особено в наземния, пристанищен транспорт и по отношение туристическите услуги. Регионът се характеризира с висока степен на „улесняваща“ среда и приоритизиране развитието на сектора. Поради тези причини Европа е най-много развития регион спрямо 2017 г., благодарение на подобрени в сегментите „ценова конкурентност“, инфраструктура за въздушен транспорт и готовност за внедряване на информационни и комуникационни технологии.

Докладът посочва, че подрегионът Балкани и Източна Европа е с най-нисък дял на сектора при формиране на БВП – 4%, но страните тук са най-зависими от не-резиденти за приходи от пътувания и туризъм. Необходими са мерки за повишаване на конкурентността на този сектор, за да се реализира неговия пълен потенциал. Все пак регионът отбелязва едни от най-бързите темпове на развитие конкурентоспособността на туризма, спрямо останалите подрегиони в Европа. Особено видима тази промяна е в сегментите природен и културен туризъм, в следствие подобреното си позициониране. Като общи тенденции са изведени също подобрението на „приоритизирането на сектора“, „туристическите услуги“ и „ценовата конкурентност“ (най-доброто сравнително предимство на региона). Все пак докладът посочва, че Балканите и Източна Европа са под-средното ниво - в шест сегмента на индекса спрямо резултатите в света и във всички сегменти, спрямо Европа.

Според индекса, най-слабите (и следователно най-уязвимите) елементи на туризма в Румъния са летищна инфраструктура, следвана от наземна и пристанищна инфраструктура, бизнес средата, човешки ресурси и трудов пазар. В тези сегменти Румъния е със стойности около средните за региона. Най-лош, спрямо региона, резултат Румъния отбелязва по отношение, приоритизиране на политиките в сектора – в долните 40%. Най-високи оценки страната получава за сегментите – „здраве и хигиена“, „безопасност и сигрност“, „ценова конкурентност“, „готовност за ИКТ“, „природни ресурси“, „устойчивост на околната среда“ и „културни ресурси и бизнес пътувания“ – сравнително нисък резултат (2,3), но в горните 40%, спрямо региона. Слабите страни на туристическата конкурентоспособност на България са летищна, наземна и пристанищна инфраструктура. България е оценена със сравнително ниски резултати в сегментите „природни ресурси“ и „културни ресурси и бизнес пътувания“, но както и за Румъния те я позиционират в горните 40%. Силните страни са “здраве и хигиена”, “туристически услуги и инфраструктура” и “устойчивост на околната среда”.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В така представените данни е необходимо да се включат и тези държави, които могат да се разглеждат като конкурентни, според предлаганите туристически услуги. В различните стратегически изследвания и документи в сферата на туризма и специфично в сферата на културния туризъм, има консенсус по отношение основните конкуренти на България, следователно и по отношение на интегрирания съвместен, туристически маршрут. Според проектът за актуализация на основния стратегически документ в сферата - Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма, 2014 – 2030 г. (НСУРТ)[121], основните конкуренти на целевия регион са държавите Гърция, Турция, Хърватия, Италия и Испания, в сегмента морски и ваканционен туризъм, Австрия (зимен/ски туризъм), Гърция и Италия (културен туризъм) и отново Гърция и Турция по отношение спа, балнео и уелнес туризма. Като основни конкуренти се обособяват Гърция, Турция, Хърватия и Австрия. В настоящата стратегия тези държави са разгледани, съобразно тяхната обективна оценка на база индексът за туристическа конкурентоспособност, като са обобщени техните конкурентните предимства и недостатъци, спрямо България и Румъния.

В класацията на индекса, Австрия заема 11-то място, Гърция 25-то, Хърватска – 27-мо, а Турция заема 43-то място.

Австрия има най-висок резултат в секцията „здраве и хигиена“ (7 при средна стойност за света от 5,1%). Над средните за региона и в горните 20% от света, са и стойностите и за „безопасност и сигурност“, „готовност за ИКТ“, „приоритизиране на сектора“, „устойчивост на околната среда“, „туристически услуги и инфраструктура“, както и в частта „наземна и пристанищна инфраструктура“. Държавата изостава в секциите „бизнес среда“, „въздушна инфраструктура“ и „културни ресурси и бизнес пътувания“. България се доближава най-много до стойностите на Австрия в сегмента „здраве и хигиена“ и „туристически услуги и инфраструктура“, а изостава най-вече по отношение инфраструктурата и безопасността и сигурността като компоненти. Както е видно и от резултатите представени по-горе, тези изводи са сходни и по отношение на Румъния.

Както се вижда в таблицата по-долу, спрямо останалите основни конкуренти, България и Румъния имат по-добри или сравними стойности по отношение на сегментите „здраве и хигиена“, „готовност за ИКТ“, „ценова конкурентоспособност“, като България изпреварва повечето от тях в оценката за своята „туристическа инфраструктура“. Най-ниски, за тази група, стойности се отбелязват по отношение „приоритизиране на туризма“, „отвореност

[121] https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/aktualizirana-nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

на държавата“, „природни ресурси“, „културни ресурси и бизнес пътувания“ и въздушната и наземна инфраструктура.

Таблица 16 Индекс на туристическа конкурентоспособност 2019 - критерии I част

	Позиция	Бизнес среда	Безопасност и сигурност	Здраве и хигиена	Човешки ресурси и пазар на труда	Готовност за ИКТ	Приоритизиране на сектора	Отвореност
Австрия	11	4,8	6,2	7	5,3	6,1	5,3	4
Гърция	25	3,9	5,6	6,5	4,7	5,2	5,6	4,1
Хърватска	27	3,8	5,9	6,3	4,1	5,2	4,9	4,2
Турция	43	4,4	4,3	5,5	4,2	4,6	5,1	3,8
България	45	4,4	5,2	6,7	4,6	5,2	4,7	3,9
Румъния	56	4,4	6	6,1	4,5	5,2	4,1	3,9

Таблица 17 Индекс за туристическа конкурентоспособност 2019 - критерии II

	Позиция	Ценова конкурентоспособност	Устойчивост на околната среда	Летищна инфраструктура	Наземна и пристанищна инфраструктура	Инфраструктура на туристическите услуги	Природни ресурси	Културни ресурси и бизнес пътуване
Австрия	11	4,7	5,7	4,2	5,2	6,7	4,1	3,2
Гърция	25	4,9	4,5	4,8	3,8	5,8	3,5	3,3
Хърватска	27	5	5,1	3,6	3,9	6,5	4,4	2,8
Турция	43	5,6	3,7	4,7	3,6	5	2,8	3,8
България	45	5,7	4,8	2,7	3,2	6	3,7	2,1
Румъния	56	5,6	4,4	2,7	3,1	4,6	3,2	2,3

Вижда се ясно, че България и Румъния запазват структурата на своите конкурентни недостатъци, като по тях изостават от своите конкуренти. Като особено необходимо е да се предприемат действия по подобряване маркетинга и брандинга на страните и различните туристически продукти, както и засилване на приоритизацията на сектора, особено с оглед относително високия дял, който той заема в икономиките на двете

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

държави. Следва да се наблегне по-силно върху предимствата на двете дестинации, сравними с тези на конкурентите - добрата комуникационна и интернет обезпеченост, относително добрите здравни услуги, високото качество на услугите и тяхната ценова конкурентоспособност, както и относително високата степен на сигурност.

Що се каса е до спецификата на културния туризъм, отново по оценка на НСУРТ, 2014-2030, България е оценена като страната с най-слаби позиции, в сравнение с конкурентите си по отношение на наличните културно-исторически ресурси. По последни данни на UNESCO[122], Турция изпреварва Гърция и е страната с най-много регистрирани културни обекти в списъка на ЮНЕСКО – 17, в Гърция са регистрирани 16, Австрия има регистрирани 11 културни обекти, Хърватска – 8, България – 7 и Румъния също 7. Хърватска също е изпреварила България спрямо 2017 година. Тази ситуация се отразява и в очакванията и нагласите на различните групи туристи.

Направено сред туристите (българи и чужденци) туристическо проучване[123] относно предоставените туристически услуги в региона и тяхната мотивация да посетят именно тази дестинация, показва ясно силния потенциал на културния туризъм (като самостоятелно, но най-вече като интегриран продукт), но и необходимостта от активна комуникация и промоция на дестинацията.

2.1.2.9.3 Прогноза и оценка на потенциала за привличане на различни целеви групи туристи

Отговаряйки на въпроса „Каква е целта на вашето пътуване“, 55,5% от анкетираните отговарят - семейна почивка и отдих. На второ място се нарежда „културният туризъм“ с 32,6%. Това е валидно както за чуждите туристи, така и за българите. Веднъж пристигнали в региона, в най-голяма степен респондентите са практикували културен туризъм – 50% от отговорилите. При българите това е доста по-висок процент – 54,4, спрямо 31,5% при чужденците. Това отразява общата тенденция, вътрешния пазар да доминира като формиращ основния туристически поток в структурата на общия сектор. Местните забележителности и културните/исторически обекти са най-предпочитаните дейности по време на почивката – 67,2%. На второ място се нареждат самостоятелните обиколки и разходки (59,9%). 26,9% изразяват предпочитания към дегустацията на местни деликатеси

[122] https://whc.unesco.org/en/list/&order=country
[123] Данните са от проучване, предоставено от Община Велико Търново.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

и продукти. Не се наблюдават сериозни различия в изразените предпочитания от българите и чужденците, по този въпрос.

Прави впечатление сериозният процент на хората, които посещават дестинацията повече от един път – при българите той е около 63%, а при чужденците около 43%. Това, освен висока удовлетвореност от продукта, показва огромния потенциал на различните туристически възможности. Тяхното интегриране в съвместен продукт увеличава не само потенциала на региона да се наложи като традиционна дестинация (посещавана традиционно), но и да разшири своята популярност сред различните целеви пазари и групи. Доказателство в тази посока е и факта, че се наблюдава значителен скок – 30%, в нагласата на чуждестранните туристи да се върнат отново в България с цел почивка – от 63,1% през 2009 година на 93,3% през 2020 година. В допълнение се наблюдава и ръст в процента туристи, които мислят, че си заслужва да препоръчат България като туристическа дестинация на свои близки, приятели и познати. „През 2009 година 90,6% от българските туристи са на това мнение, а чуждестранните – 83,3%. И тук през 2020 година се наблюдава покачване на тези дялове – почти всички българи (97,9%) и чужденци (96%) биха препоръчали дестинацията на свои близки“[124].

Туристическото сегментиране в настоящия случай се нуждае от два критерия – типове туристи и туристически профил. В условията на засилена конкуренция за внимание и привличане на туристи, намалял туристопоток в глобален мащаб и все по-утвърждаващата се тенденция за развитие на вътрешния туризъм, следва да се обърне внимание на детайлните потребителски профили, нужди и очаквания на туристите.

На база вече цитираното проучване, ясно се открояват следните тенденции. „89,2% от българите през 2009 година заявяват, че разчитат на себе си, щом става въпрос за организиране на ваканция, а през 2020 година този процент се покачва на 94,5%. Чужденците също стават по-самостоятелни от тази гледна точка – през 2009 година 68,7% организират сами пътуването си и 29,8% използват услугите на туристическа агенция, докато през 2020 година 83,3% планират самостоятелно и само 12% - с помощта на туристическа агенция“. Наблюдава се и намаляване на времето за организация и подготовка пътуването: „чужденците през 2009 година, от друга страна, организират почивката си напред във времето – между 2 и 3 месеца преди това (27,3%), за да може тя да бъде съобразена с резервацията на самолетни билети и свободни места за настаняване. През 2020 година 58,7% от почивките са организирани в рамките на един до 14 дена“. Тази

[124] Отново там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

тенденция е още по видна по отношение на резидентите – през 2020 г., 90 процента от тях организират почивката си между няколко дена и един месец преди заминаването - 74,7% през 2009.

По отношение факторите, влияещи на избора на туристите- за резидентите той е повлиян предимно от съотношението цена - качество, а този на чужденците – от цената и дестинацията. „През 2020 година водещите фактори са предимно нематериални – това са чистотата и природата“[125]. Подобни натрупвания посочват необходимостта от целенасочени мерки и комуникация, която да популяризира дестинацията, в нейната завършеност и цялост (разнообразие на възможности и фактори, влияещи на избора), както и за управление на имиджа на дестинацията, спрямо очакванията на туристите.

Типове туристи

Според експертната оценка, на база направените проучвания на съществуващи документи и анализиране на информацията, се предлага сегментирането на туристите в четири категории (типове туристи), които най-общо споделят следните общи черти:

1. Туристи от страната - това включва туристи от България и Румъния, които имат културно опознавателен интерес към маршрута, склонни са да пътуват по един от двата маршрута, в зависимост от сезона и очакваните разходи.

2. Нуждаят се от настаняване, извозването им може да бъде с личен транспорт или организирано от специализиран транспорт.

Преобладаващи за маршрута ще са – туристи от места, отдалечени до 400 км. Пътят им е до 3-5 часа, ползвайки собствен или организиран транспорт, използването на обществен транспорт по маршрута е не е удобно и би затруднило и опорочила туристическото преживяване.

3. Международни туристи. За пътуване ползват международен транспорт авиотранспорт, пътнически кораби (круизи), туристически автобуси, собствени автомобили. Пътят им е от няколко часа до няколко дни. Могат да се нуждаят от настаняване в дестинацията в хотели, квартири, пансиони или да не се нуждаят (при круизните туристи). Туристическото сегментиране е спрямо мотивацията, изследването на профилите се основава на най-базовите мотиватори като: социализация/нови хора, нови общностни групи/обмен, преживявания/събитийност, грижа за себе си (като това включва

[125] Отново там

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

широка гама от подмотиватори). Информацията е представена под формата на представяне на туристическа персона – която включва няколко съществени аспекта – мотивация и ползи; интереси и активности; очаквания; както и степен на влияние дава разбит профил на туристите, потенциално заинтересовани от маршрута.

Турист-персона, профил 1 - „Активни семейства - откриватели“

Описателно представляват т.н. „Активни семейства – откриватели“. Техния демографски профил представлява: семейни или партньорски двойки с деца (на възраст над 5 години), средната възраст на родителите може 30 – 50 г., с висше образование, установени трудови навици, работещи със сигурни и стабилни доходи над средните за страната.

Техните навици за пътуване се определят от два основни фактора рекреация и опознавателен туризъм, което включва както култура, история, изкуство, така и природа, събития и фестивали. Интерес за тях представляват и възможностите за комбиниране на различни видове туризъм.

Мотиватори за тях са възможностите да развиват себе си и децата си интелектуално, да ги запознават с и да им представят различни култури, форми на изкуство, да могат да бъдат въвлечени в тях, а не само да бъдат наблюдатели. Основен приоритет, за тази група туристи, са възможностите за активно изкарване на време заедно със семейството, да правят различни неща заедно и да формират спомени заедно, и да опитват нови неща.

Стилът им на пътуване се определя от децата и тяхната възраст, по-често пътуват самостоятелно, с лично превозно средство, което им помага да бъдат мобилни и да променят плана си в движение. Предпочитат удобствата при настаняване, което ги улеснява и допринася за цялостното изживяване.

Планират пътуванията си спрямо ваканциите на децата и се съобразяват с техните възможности за отсъствие от училище, същевременно предприемат чести малки пътувания, съобразени с празници и възможностите за комбиниране на почивни дни с празнични. Възможността им за цялостно изживяване по маршрута се ограничава от сезонността и предвидената продължителност.

Този профил туристи, биха останали по-дълго на дадено място, част от маршрута, ако могат да го комбинират с друг вид туризъм и допълнителни извън маршрута атракции, като например във Велико Търново, където имат голяма възможност за допълнителни туристически изживявания, местата за настаняване и изхранване са на най-добро ниво, в сравнение с другите градове по маршрута.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Основните места, от които събират информация за структуриране на пътуването си са онлайн и от лични препоръки на познати и приятели, като проверят информацията в интернет, критични са към коментари и избират места за настаняване и хранене. Планират и се информират онлайн, и разчитат на актуалността и акуратността на онлайн информацията.

Ползват печатни материали с очакването за подробна информация, подкрепена с илюстративен материал, които могат да бъдат ползвани в бъдеще и също така да бъдат хубав и интересен спомен от пътуването, биха ползвали печатни карти, но по-скоро като съпътстващ, но не основен материал към маршрута и не биха ги пазили.

Разчитат на разказите на местните хора, както и на представителите на обектите, които са включени в маршрута, за тях този разказ е ценен и от гледна точка на образование за тях и децата им.

Този тип туристи са почитатели на устойчивия начин на живот и не биха потребявали печатни материали ако те нямат последваща ценност за тях.

Пътуването за тях е неизменна част от живота им, за което са склонни да разходват средства от семейния бюджет, но без това да затруднява семейния бюджет, спазват финансова дисциплина, но настаняване, изхранване, допълнителни атракции и билети за събития и посещения на обекти са планирани в бюджета за пътуването им.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 17 Турист-персона, профил „Активни семейства - откриватели“

Турист-персона, профил 2

Описателно наречени „Авантюристи“. Те се интересуват от срещи с различни хора, култури и разнообразни форми на изкуство. Обичат да пътуват и да се наслаждават на живота, разнообразяват дестинациите и комбинират различни форми на туризъм.

Демографският профил включва предимно хора до 35 г., с висше образование и стабилна работа, с амбиция за професионална реализация. Стилът им на живот е динамичен, активно работят, но и активно искат да пътуват и почиват, да опознават местата, до които пътуват. Често живеят на партньорски начела, нямат деца. Живеят в големи градове, динамично, но могат да работят и дистанционно.

Основните им мотиватори за пътуване са търсенето на разнообразие, с допълнителна ценност - изживяване, откриването на нови неща. Бягането от стреса и рутината вкарват този тип туристи в категорията градски номади, които искат да пътуват, да научават, да се поглезят, същевременно да не се отказват от атмосферата на града.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Това провокира нуждата им от пътувания и разнообразие, също така и склонността им да разходват средства за пътуване. Спонтанни са при взимането на решение за пътуване, влияят се от мнението на познати и приятели, както и от информация в социалните медии.

Тяхното свободно време за пътуване се определя от работата им и от социалната им среда, предпочитат да планират самостоятелно пътуванията си, но изискват и очакват пълна информация на официалните онлайн канали на хотели, ресторанти, културни обекти, възможности за посещения на събития.

Изборът на маршрут зависи от удобствата, които се предлагат, интересната събитийна програма, както и от атрактивността на културните обекти, лесната им достъпност и информационната обезпеченост.

Източници на информация, които оказват влияние върху решението им за покупка са предимно социалните мрежи, специализирани туристически сайтове, влияят се от мнения на популярни личности и лидери на мнение, споделено мнение и препоръка от близки и познати. В модела им на взимане на решение, голямо влияние оказва етапа на събиране на информация и сравняване на алтернативите. Предпочитат да са информирани, формите които предпочитат са видео и визуално насищане с по-малко текст, основно есенция. Не разчитат на печатни източници на информация, предпочитат живия разказ на място или онлайн.

Туристите от профил 2 се влияят силно от мнението на своите общностни групи и поради тази причина, маркетинговите усилия следват да бъдат насочени към общности със сходни интереси и да имат по-широк обхват. Формите на културен и събитиен туризъм ги вълнуват и интересуват, като при тях не малко значение има съдържанието, склонни са да посещават едно и също място или да изживяват един и същи маршрут, стига във времето да са променя и да се обогатява като експозиции, програма на събития и разбира се различните форми на фестивали по маршрута. За тях от значение са автентичността, опознаването на местната култура и изкуство, срещането на нови форми на изкуство, да се чувстват сигурни и обезпечени в пътуването си. Също така те са активни в социалните мрежи, освен консуматори на съдържание онлайн са и активни генератори на такова.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 18 Турист-персона, профил „Авантюристи - социализация“

Турист-персона, профил 3 „Романтични - споделяне на време“

Тази турист персона не се отличава драстично от профил 2, но за разлика от нея предпочитат пътуването по двойки, като държат на романтичната страна на нещата, пътуванията за тях са манифест на свързаността. Пътуванията за тях са заетост и свързаност. Интересът им към културния туризъм е изявен, като те обичат да дискутират видяното и изживяното, да се обогатяват интелектуално и да разширяват полето си на обща култура. Впечатляват се от разнородни форми на представяне на културата и изкуството, обичат експериментите и силно ценят традициите.

Изборът им на пътуване зависи от удобствата, склонни са да пътуват както в организирано пътуване, така и със самостоятелна организация. Удобството на това, някой друг да е направил организацията, е нещо, което ценят и биха предпочели като форма на пътуване. Обръщат се към туристически агенции за организиране на пътуването си било то самостоятелно или групово.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Ключово за тях е да могат да съчетават културния туризъм с друг вид, почитатели са на т.н. романтични бягства, които могат да бъдат съчетани с предложения от кулинарен, винен и СПА туризма.

Демографският профил на персоните 2 и 3 не се различава, но в поведенческо отношение, те имат различни предпочитания, които идват от основният мотив, а именно разбирането за романтика и пътуването на двойката. Това предполага по-голям фокус към удоволствията, без да се неглижират изживяванията свързани с култура и изкуство.

Като средство за информация ползват основно интернет, много са обвързани със социалните мрежи, предимно инстаграм, като там създават и поддържат активна комуникация като генерират съдържание. Визуалното възприемане на света на културата и изкуството е водещо за тях. Съществено внимание отделят на това как пътуването и съпътстващите събития могат да бъдат презентирани от тях в социалните мрежи и как това ще представи двойката в общностните им групи.

Влияят се от мнението на лидери на мнение и инфлуенсъри, като и как то се вписва в разбиранията и възможностите за валидация от общностните им групи – приятели, семейство, професионални и социални.

Фигура 19 Турист-персона, профил „Романтични - споделяне на време“

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Турист персона, профил 4 - „Златна възраст - грижа за себе си“

Представителите на тази турист персона - са хора в пенсионна възраст, които най-често все още работят или се грижат за внуците си, подпомагайки своите деца по този начин. Активни са, разполагат със средни доходи, не толкова свободно време, както се предполага за пенсионната им възраст. По-големи процент от тях живеят в съжителство, активността им ги насърчава да има усещането за младост, обичат да пътуват, но не и да организират пътуванията си.

Предпочитат групови пътувания, с предварителна програма, която да не е много натоварена. Предпочитат бюджетни предложния, които да не включват допълнителни разходи, свързани с пътуването. Разполагат с фиксирани средства, които са склонни да похарчат.

Силно заинтересовани са към посещенията на културни и исторически обекти, както и посещенията на театрални, музикални и балетни постановки, но по-близки до класическите форми на изкуството. Предпочитат, посещенията на галерии и музеи да са съчетани и с други туристически атракции, и да бъдат придружени от екскурзовод и/или специалист, който да им представи разказ за видяното. Обичат да имат цялостен поглед върху видяното.

При планиране на пътуването биха предпочели да не се грижат за настаняването и изхранването, което да бъде част от цялостното пакетно пътуване.

Пътуват предимно по двойки, дали с партньор или приятел, комуникативни са и желаят да им се обръща внимание по деликатен начин. Вторична цел на пътуването е създаване на нови контакти и социализация. Не са привърженици на интензивните преживявания.

Информират се предимно от традиционните медии, но индиректно интернет оказва силно влияние върху решенията им, защото ги консултират с по-младите си близки, които нерядко ги подпомагат и финансово, или им подаряват такъв тип пътувания, каквито са предложените маршрути. За тях силно значение има информацията, получена от близки и познати, които споделят опита си, не се интересуват от социални мрежи, ползват ги предимно за връзка с роднини и приятели, както и като място за споделяне на снимки.

Ползват печатни информационни източници, като ги запазват, за тях имат стойността на спомен и поради тази причина те придобиват и ценност за тях. Задават въпроси и са активни при придобиването на информация на място, както и в допълването на разказа за мястото.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 20 Турист персона, профил „Златна възраст - грижа за себе си“

2.1.2.9.4 Прогноза за посещаемост на туристическия маршрут (продукт – обект на маркетинга)

Според проучване на UNWTO, пазарът на културен туризъм съставлява 39% от всички международни туристически посещения или 516 милиона международни пътувания през 2017г. По оценка на европейската комисия, културният туризъм представлява 40% от целия европейски туризъм, като 4 от 10 туристи избират своята дестинация, въз основа, възможностите за културно изживяване[126]. Данни на Евробарометър посочват, че 68% от европейците са съгласни, че наличието на културно наследство влияе върху избора им на дестинация[127]. Основен критерий за определяне на потенциала на интегрирания съвместен туристически продукт „Изкуство и култура“ е посещаемостта на културни събития или

[126] ЕК, Вътрешен пазар, индустрия, предприемачество и МСП - https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en
[127] Евробарометър, „Предпочитанията на европейците към туризма“ - https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2065

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

институции. Отново в изследване на Евробарометър[128] 68% от европейците са изявили желание да научат повече за европейското културно наследство. За България този процент е 74, а за Румъния 70%. Данните за посетилите различни културни събития са изнесени по-долу:

• Посетилите исторически паметник или обект са 51% за България и 40% в Румъния (61% да ЕС-28).

• 41% са посетили традиционно мероприятие (фестивал, карнавал, куклен театър и др.) в България, а 37% в Румъния (52% за ЕС).

• 38% също са гледали представление на традиционно или класическо изкуство, 34% в Румъния (43% за ЕС-28).

• 38% са посетели музей или галерия в България и 29 е процентът в Румъния (50% за ЕС-28).

• 22% са посетили работно място с традиционни занаяти в България, 22% в Румъния (30% за ЕС-28).

• В България 16% са били на кино или на фестивал за филмово наследство, за да гледат европейски филм, създаден поне преди 10 години, за Румъния този процент е 18%.

Нужно е да се уточни, че по отношение туристическите характеристики и профилите на посетителите има изключително силен недостиг на изследвания и информация. По тази причина е трудно да се формулират актуални и качествени количествени измерители на интереса към културния туризъм и специфично в целевите региони.

В следващите таблици са представени публично достъпните данни по отношение реална посещаемост на различни културни събития за период 2016-2019 година в България. Възможността за анализ е ограничена поради липсата на сравними данни за всички години, по области в България, по различни културни характеристики, както и между двете държави (България и Румъния). Също така, на база сходните стойности, на вече разгледаните данни, от проведеното проучване на Евробарометър[129], може да се допусне, че тенденциите в България и Румъния са относително сравними.

[128] Special Eurobarometer 466: Cultural Heritage - https://data.europa.eu/data/datasets/s2150_88_1_466_eng?locale=en
[129] [129] Special Eurobarometer 466: Cultural Heritage

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 18 Посещения на представления на живо по възраст, 2016 - национално ниво, България

	2016					
	Общо	1-3 пъти през последните 12 месеца	4-6 пъти през последните 12 месеца	7-12 пъти през последните 12 месеца	Повече от 12 пъти през последните 12 месеца	Не посещавали през последните 12 месеца
	брой	брой	брой	брой	брой	брой
Общо	3852978	1119292	297605	116989	52463	2266629

Източник: НСИ, България

Тези данни изразяват резултатите от описаното по-горе проучване в реални числа. Посещенията на рецитали и концерти през 2017 и 2018, са представени в таблицата по-долу:

Таблица 19 Посещения на концерти и рецитали по възраст, 2016 - национално ниво, България

	2017		2018	
	Брой	Посещения	Брой	Посещения
Рецитали	14	3350	29	3150
Концерти	1135	493898	1097	444028

Източник: НСИ, България

Вижда се, че тенденцията на посещаемост се запазва през изследваните две години, като тя се влияе силно от броя проведени мероприятия, при концертите. Намаляването на техния брой, води и до намаляване на посещенията. При рециталите дори увеличаването на тази бройка не успява да запази посещаемостта. Все пак е очевидно, че е необходимо включването на атрактивни събития и инвестиция в тяхното развитие, като двигател на посетителски интерес. Съвместно (заедно със заинтересованите страни по туристическия продукт) разработване на културни продукции, тяхната синхронизация и маркетиране е

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

потенциален двигател на туристическия интерес и посещаемост на маршрута, като част от туристическата дестинация на целевите региони.

На областно ниво не могат да бъдат намерени данни относно посещаемост на подобни събития, но има данни относно театрите и театралните сцени. Таблиците по-долу представя тази посещаемост.

Таблица 20 Посещения театри в целевите области - България, 2017 -2019 г.

Области	2017	2018	2019	% изменение 2019 - 2017
	Посещения	Посещения	Посещения	Посещения
Видин	37491	41631	35052	-7%
Плевен	38565	49843	61019	58%
Велико Търново	35701	33978	34005	-5%

Източник: НСИ, България

Посещаемостта на театралните постановки бележат относително постоянна тенденция на запазване или нейното увеличение (Плевен) в целевите региони. Плевен отбелязва изключителен ръст за разглеждания период от 58%. Останалите отбелязват лек спад от 5 и 7%. Като цяло обаче се запазват близки стойности, което дава отправна точка за оценка на културния и театрален календар в целевия регион. От изключително значение е да се развият и интегрират съществуващите културни продукти, в съвместна комуникационна и маркетингова стратегия, за да се увеличи дела на туристите (резиденти и не-резиденти) в структурата на регионалната културна активност/икономиката и да се превърне в двигател на туристическия сектор в региона.

Ключов елемент от подобно усилие остават културните и исторически забележителности. Както и при описаните европейските тенденции и в целевия регион, най-висок дял имат посещенията на културни забележителности. Като цяло наличните данни показват, че е налице значителен интерес към всички форми на културния туризъм, като е необходимо целенасочено развитие на подобен туристически продукт.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 21 Посещения на културни забележителности през 2016, национално ниво - България

	Общо	1-3 пъти през последните 12 месеца	4-6 пъти през последните 12 месеца	7-12 пъти през последните 12 месеца	Повече от 12 пъти през последните 12 месеца	Не посещавали през последните 12 месеца
	брой	брой	брой	брой	брой	брой
Общо – България	3829172	998225	233391	108102	52274	2437178

Източник: НСИ, България

Над 3 милиона и 800 хиляди души са посетили поне по веднъж някоя културна забележителност през 2016 г. Имайки предвид, че това е най-предпочитаната форма на културна активност (51% за България и 40% в Румъния) може да се предположи, че тенденцията ще се запази, с потенциал за значително увеличение след отминаването на пандемичната криза. За подобно заключение могат да послужат и данните от анализа на посещаемостта на музеи на областно ниво.

Таблица 22 Посещения музеи в целевите области - България, 2017 -2019 г.

Област	2017	2018	2019	% изменение 2019 - 2017
	Посещения	Посещения	Посещения	Посещения
Общо за страната	5109135	5084387	5354794	4,80%
Видин	156146	183935	210864	13,50%
Плевен	199675	192885	201780	1,06%
Велико Търново	495110	507819	545491	10,18%

Източник: НСИ, България

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Като цяло може да се обобщи, че Велико Търново е сред областите с най-интензивен културен живот през 2019 г. По данни на Института за пазарна икономика[130], причината за това се открива във високата и нарастваща посещаемост на местните музеи и библиотеки – 10,18%. Според ИПИ, броят на посещенията в музеите е тройно по-висок от средния за страната, като достига 2346 на 1000 души (средния за страната е 770 на 1000 души). Посещаемостта на библиотеките е близо четири пъти повече от средните – 2649 на 1000 души в областта при 683 на 1000 души в страната. Посещенията на местните театри и кина остават двойно по-ниски от средните. През 2019 г. посещенията в кината намаляват до 319 на 1000 души (при 659 на 1000 души в страната), а на театрите леко се увеличават до 146 на 1000 души (при 362 на 1000 души в страната).

Основна причина за доброто представяне на област Видин – ръст от 13,50%, в тази категория е високата посещаемост на музеите в областта. През 2019 г. се отчитат 2546 посещения на 1000 души от населението, или над три пъти повече от средните за страната. Макар и по-малко, местните театри и библиотеки регистрират 423 посещения на 1000 души, а библиотеките – 631 на 1000 души (при 683 на 1000 души в страната).

Сравнително ниска интензивност има културният живот в област Плевен през 2019 г. Музеите успяват да постигат по-висока посещаемост от средната за страната – 854 посещения на 1000 души население. Интересът към местните библиотеки обаче е доста по-нисък (почти двойно) от средния за страната – посещенията са 310 на 1000 души. С около 1/3 по-малък пък е относителният брой на посещенията на кина и театри.

Извън посочените изключения се наблюдава стабилна тенденция на ръст в интереса към културни събития и обекти в разглежданите целеви региони. Това е ясна индикация на потенциала за привличане на туристически интерес, в рамките на описаните стойности на растеж на посещенията. Активната комуникация и работа в тази посока, развитието на интегрирания туристически продукт, би бил добра изходна позиция за задържането на ръст между 4 и 10% посещаемост в описаните области.

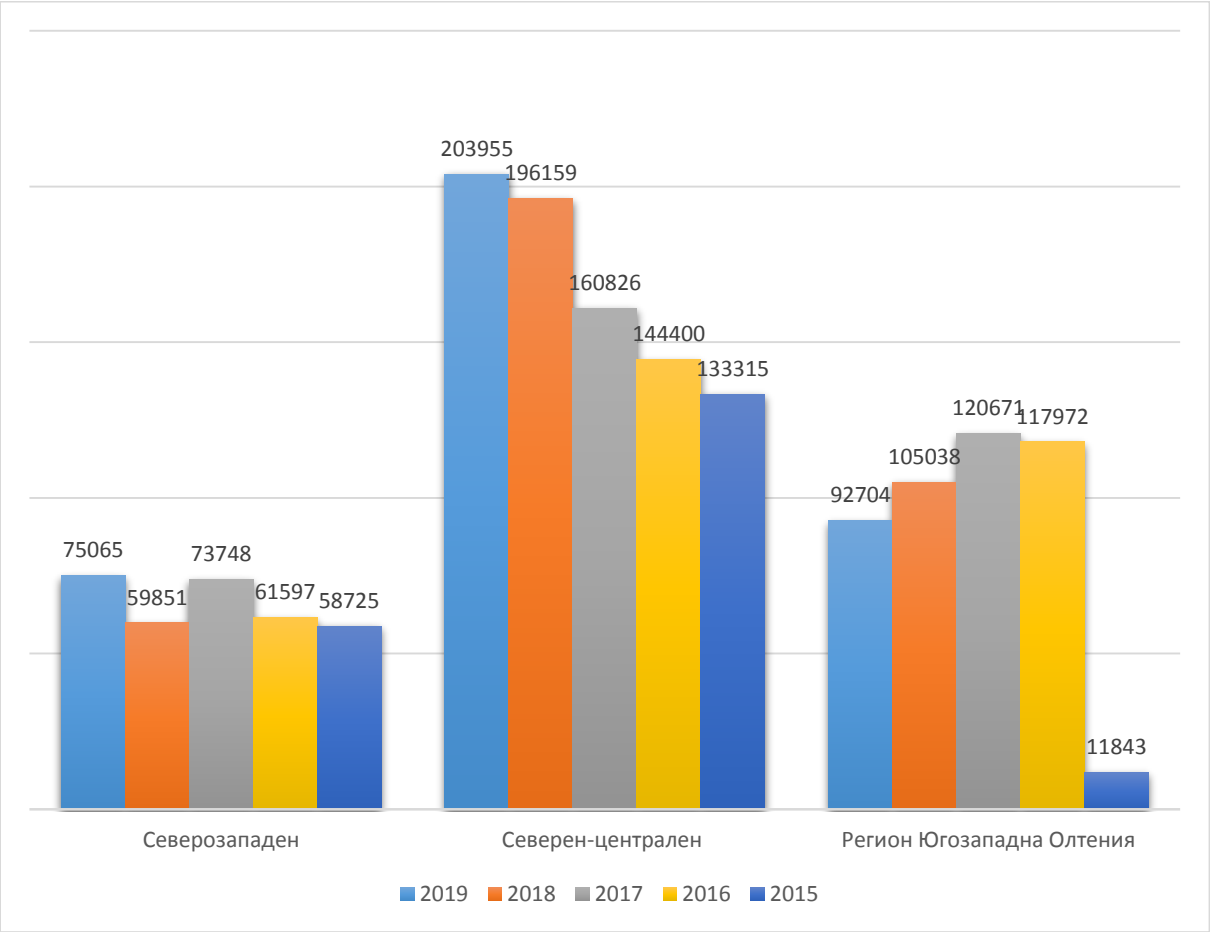
Вече бе посочено, че през последните години (2017 – 2019), културният туризъм трайно формира близо 40 % от международните туристически пристигания в света (39 през 2019 в световен план и 40% в европейски). Също така анализът извежда данни за посещаемост на целевия регион (виж Таблица 6 Пренощували лица по целеви области, 2017 - 2019 г.,

[130] Регионални профили, поддържани от Института за пазарна икономика - https://www.regionalprofiles.bg/bg/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

България, секция 2.2.5 от настоящия анализ). Броят на пренощувалите лица в целевите региони се променя както следва: в област Видин общия броя на пренощувалите лица е нараснал спрямо 2017г. 13,94%. Подобна е стойността на ръст и във район Велико Търново -13,20%. Плевен отбелязва спад с 5,92%, при среден ръст от 9,73 за страната. За съжаление липсват подобни публично достъпни данни за окръг Долж, Румъния. Все пак може да се вземе предвид тенденцията, която се наблюдава в измененията на броя нощувките на ниво NUTS2 – следващата фигура:

Фигура 21 Нощувки в места за настаняване по региони - ниво NUTS 2



Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Вижда се ясно, че преобладава тенденция на ръст, която е съизмерима с наблюдаваната тенденция при броя пренощували лица.

Като референта стойност на описаните тенденции, може да се разгледа посещаемостта на един от включените в интегрираните туристически маршрути „Изкуство и култура“ – художествената галерия „Борис Денев“.

Таблица 23 Посещаемост Художествена Галерия „Борис Денев“ - 2016/2020 г.

Година	Брой продадени билети по 1,00 лв.	Брой продадени билети по 3,00 лв.	Брой продадени билети общо	% изменение 2019-2017
2017	507	1852	2359,00	
2018	583	2016	2599,00	10%
2019	627	2200	2827,00	20%

Източник - данни на община Велико Търново

Посещаемостта на галерията отразява описаните в предишните таблици тенденции, както и се доближава до стойностите на изменения, касаещи сектора в разглежданите райони. Като основна прогноза за туристическата посещаемост може да се приеме хипотеза за възстановяване на нивата на посещаемост от преди кризата, поради КОВИД-19 и възстановяване на ръст в сектор „пътуване и туризъм“ на нивата от 2019 година, през 2023.

Въпреки ефектите, които пандемията Ковид-19 има върху туристическия сектор, които са изведени подробно по-долу, на база на така разгледаните данни е възможно да се направи прогноза за възстановяване на туристическия интерес като цяло и към културния туризъм в целевите региони в границите на растеж спрямо 2019та между 4 и 10 процента. Ролята на интегрирания съвместен туристически продукт „Изкуство и култура“ е от ключово значение за постигането на подобна цел.

Същевременно следва да се отбележи, че с оглед описаната структура на туристическия пазар, ключово за възстановяването на туристическия сектор (без значение разликите в пазара между Румъния и България) би било поставянето на ясен фокус върху вътрешния пазар, както и на вече традиционни за двете държави пазари. Следващата част разглежда генериращите пазари, извеждайки необходимостта от обвързването на продукта с вече проправени и утвърдени туристически стратегии, както и стратегия, свързана с конкурентните предимства на интегрирания продукт. В краткосрочен и дългосрочен план,

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

няма ресурс за налагане на маршрута на нови пазари и с оглед на последиците от глобалната пандемия и факта, че интегрираните туристически маршрути „Изкуство и култура“ са нови и неразработени продукти.

2.1.2.9.5 Пазарен потенциал - целевите пазари.

Целеви (генериращи) пазари и пазарен потенциал

По данни на Световния съвет за туризъм и пътуване[131] през 2019 година делът на туризма в икономиката на Европа е 9,5% от БВП на Европа и възлиза на 2,191.2 милиарда долара, като осигурява 38.47 милиона работни места, което съставлява 10,1% от общата заетост в Европа. Не-резидентите (международните туристи) са похарчили 639.5 милиарда долара (6,2% от общия износ на европейската икономика), а резидентите 1,222.5 милиарда долара, което съставлява 66% от общите приходи от пътуване и туризъм. 80% от приходите – 1,484.7 милиарда, се формират от пътуване за удоволствие и почивка, а 20% или 377.2 милиарда са във връзка с бизнес пътувания.

Пандемията оказва силно влияние върху сектора. Делът на пътуванията и туризма от европейската икономика намалява с 51,4 %, падайки до 4,9% от общия БВП. Осигурените работни места намаляват с 9,3% до 34.87 милиона или 9,3% от общата заетост в европейската икономика. Приходите падат съответно с 63,8% (-408.3 милиарда долара) за нерезидентите и 48,4% (-591.6 милиарда долара) за резидентите пътуващи в Европа. Структурата на приходите се запазва сходна по отношение на пътувания за удоволствие (73%) и по работа (18%). Със 7% се увеличава делът на приходите от резиденти – до 73%, за сметка на тези от нерезидентите, които падат до 27% от общите приходи. Въпреки тези сериозни изменения, отразяващи пандемията от Ковид-19, липсват достатъчно основания да се приеме, че тази ситуация ще промени съществено позитивните тенденции, структурата и характеристиката на туристическия пазар от преди извънредната ситуация. Знак в тази посока е сравнително високия процент (90,7) на запазени работни места в Европейския пазар. Предприетите мерки за компенсиране на негативните тенденции, предпоставят възможност за връщане към тенденциите от 2019 година. За сравнение в световен план загубата на работни места е от 18,5%, въпреки че спадът на дела на приходите от пътуване и туризъм от световния БВП е малко по-нисък – 49,1%.

Според разглеждания доклад, ситуацията е сравнително сходна за България и Румъния. През 2019 година приносът на пътуванията и туризма, съставлява 7,640 милиона долара

[131] Налични на https://wttc.org/Research/Economic-Impact

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

или 10,7 % от БВП на България. В следствие на пандемията този принос намалява с 57,4%, като се свива до 4,8% от БВП. Секторът губи 45,5 хиляди работни места (намаление с 13,3%, по-високо от средното за Европа), но запазва сравнително същия дял от общите работни места (9,5%) в сравнение с 2019 година, през която е осигурил 341,6 хиляди работни места, съставляващи 10,6% от работната сила.

За разлика от Европейската икономика, структурата на пътуващите е обърната. През 2019 година, 80% от приходите от пътувания и туризъм се формират от нерезиденти (4,872 милиона долара – 10,6 % от износа на страната), а 20% (1,210.9 милиона) от резиденти. Освен значителното намаление на общите приходите, тази структура отбелязва сравнително слаба промяна през 2020 година, като 73% или 1,730.4 милиона долара (4,6% от износа на страната) са приходите от нерезиденти и 27% - 633.4 милиона идват от вътрешни пътувания. По отношение нерезидентите спадът на приходите е със 64,5 %, а приходите от вътрешните пътувания спадат с 47,7%.

Както и в Европа, основната част от приходите са от пътуванията с цел почивка – 4,299.9 милиона долара, като това формира 71% от общите приходи. Приходите с цел бизнес са в размер на 1,783.1 милиона долара. През 2020 това остава сравнително непроменено: 69% или 1,619.7 милиона са приходите от пътуване за удоволствие и 31% (744.1 милиона) са приходите от бизнес пътувания. Прави впечатление сравнително сходната тенденция на развитие на този сектор, спрямо тенденциите на европейския пазар, което се обяснява отново с предприетите мерки на Европейско и национално ниво и предпоставя добри перспективи за възстановяване на предпандемичните тенденции.

Известна промяна се отбелязва и анализа на пазарите, които са източник на входящ туризъм в България. Следващите таблици представят данните за 2019 и 2020 година по отношение входящите и изходящи пазари в сектора.

Таблица 24 Входящите и изходящи пазари в сектора (България 2019 - 2020 г.)

Входящи пътувания (%)			
Страна	**2019**	**Страна**	**2020**
Румъния	11	Румъния	24
Германия	10	Турция	12
Турция	9	Гърция	8

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Гърция	7	Украйна	7
Украйна	6	Германия	6
Останалия свят	57	Останалия свят	43
Изходящи пътувания			
Страна	**2019**	**Страна**	**2020**
Гърция	46	Турция	43
Турция	28	Гърция	30
Унгария	5	Унгария	4
Великобритания	3	Великобритания	4
Румъния	2	Германия	2
Останалия свят	16	Останалия свят	18

Източник: Годишно изследване на Световния съвет за туризъм и пътуване за 2021 г.

Прави впечатление не само сравнително високия дял на Румъния в структурата на входящите пътувания, но и увеличението на този дял, в следствие на кризата. Въпреки, че това се обяснява предимно с пътувания свързани с ваканционен туризъм, в региони отвъд обхвата на маршрута и ограниченията за пътуване в Гърция, е добра предпоставка за създаване на интегрирани продукти, насочени към популяризиране и маркетирането на разработения маршрут. Запазването на Германия, Украйна и Турция като стойности, както и повишаването на пътуванията от Гърция към България, също показват силен потенциал за развитие на тези пазари с оглед целите на маркетинговата стратегия.

Посочените тенденции са сравними по отношение сектора в Румъния. През 2019 година страната е отбелязала приходи от пътуване и туризъм в размер на 15,743.3 милиона долара. Това формира 6,1% от БВП на Румъния за тази година, което е сравнително по-малък дял в структурата на икономиката, отколкото в България. Секторът е бил източник на работни места за 575.8 хиляди души или 6,8% от общата заетост в Румъния. Доста е различна структурата на приходите, спрямо България. През същата година приходите от резиденти са били в размер на 4,942.6 (53%), което е формирало 4,2% от износа на държавата, а от не-резиденти - 4,345.4 милиона долара. Като това съотношение дори се засилва през 2020. Въпреки значителното намаление в приходите – 79,9% (3,473 милиона) за нерезиденти и 46,2% (2,821.1 милиона) за резиденти, вътрешните приходи формират

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

вече 75% от общите приходи от сектора. След кризата делът на туризма и пътуванията в износа на страната пада на 1%. Както и в България, по-голямата част от приходите се формират от почивки и отдих, а не от бизнес пътувания. През 2019 година това съотношение е 71 (6597,7 милиона) към 29 (2,690.4 милиона долара) процента, като тенденцията се засилва през 2020 – от отдих идват 3,183.2 милиона долара (90%), а от бизнес пътувания 394.8 милиона (10%). Прави впечатление, че по отношение загубата на работни места, Румъния губи дори по-малко от средното за Европа - 16,2 хиляди или 2,8%.

Що се отнася до основните пазари, не се отбелязва значима промяна в структурата им. Следващите таблици представят изходящите и входящи пътувания, според източника и дестинацията.

Таблица 25 Входящите и изходящи пазари в сектора (Румъния 2019 - 2020 г.)

Входящи пътувания (%)			
Страна	**2019**	**Страна**	**2020**
Германия	11	Германия	15
Израел	9	Италия	9
Италия	8	Унгария	5
САЩ	6	Великобритания	5
Унгария	6	Полша	5
Останалия свят	60	Останалия свят	61
Изходящи пътувания			
Страна	**2019**	**Страна**	**2020**
Унгария	14	България	20
Гърция	12	Унгария	13
Италия	12	Италия	12
България	10	Великобритания	8
Испания	8	Гърция	7
Останалия свят	44	Останалия свят	40

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Източник: Годишно изследване на Световния съвет за туризъм и пътуване за 2021 г.

Както и при България, липсата на сериозни промени, вследствие на пандемичните ограничения, говори за голяма степен на традиционност/предвидимост в пазарите и предвидимост по отношение целевите групи. Докато в България все пак се наблюдава сериозно изместване в дяловете на пътуващите, в Румъния структурата на входящите пътувания остава сравнително непроменена.

Като общ извод може да се изведе липсата на сериозни структурни промени в следствие на пандемията през 2020 година. Въпреки общото намаление на пътуванията с цел бизнес и туризъм, този факт създава предпоставки за след кризисното възстановяване на сектора, но и е добра основа за устойчивост на целите и инструментите на настоящата маркетингова стратегия.

На база на този анализ могат да се добавят и данните от Оценката на ефективността на НТМ за периода 2012-2014, цитиран в Културен туризъм - продуктов анализ, най-висок процент туристи, които биха били склонни да практикуват културен туризъм се открива в Полша (37%), Франция (47%), Украйна (46%), Русия (51%). По същите данни обаче информираността, относно предлагането на културен туризъм в България е доста по-ниска: във Франция 17% от респондентите знаят за тази възможност в България, в Полша това са 28%, в Русия – 41, Украйна -34 и в Германия 50%.

С оглед на двата критерия: пазарите източник на входящ туризъм в България и Румъния, както и отношението и информираността на туристите спрямо възможността за културен туризъм в двете държави могат да се изведат следните целеви пазари, за целите на маркетинговата стратегия.

Вътрешният пазар е от особено голямо значение за налагането интегрирания съвместен туристически продукт, особено по отношение Румъния. В България този пазар заема значително по-малка част от структурата на приходите от пътуване и туризъм, но същевременно носи най-голям потенциал, с оглед на това, че 64% от българите са посочили, че биха практикували такъв туризъм. Също така процентът на информираност относно наличните възможности за културен туризъм е значително по-висок.

Вече разработени пазари – Германия, Украйна, Полша, Великобритания. Висок процент като дял от входящия туризъм в България и Румъния и висока степен на разпознаваемост на дестинацията или мотивация за практикуване на културен туризъм.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Неразработени пазари – Франция. Огромен потенциал като склонност за практикуване на културен туризъм, но ниска информираност за България и Румъния като туристическа дестинация, специфично в сферата на културата.

Обобщени изводи

От направения сравнителен преглед на данните за развитието на туризма в световен, Европейски и регионален план, биха могли да се направят следните изводи:

Въпреки извънредната ситуация от 2020 година, общите икономически предизвикателства и силният ефект, който епидемиологичните ограничения оказват върху световния и европейски туризъм, структурата на туристическите пазари, основните им характеристики, остават сравними със ситуацията от преди пандемията;

Европа продължава да бъде водеща дестинация в света както за вътрешен така и за входящ туризъм;

Благодарение прилагането на координирани инструменти, Европа и в частност България и Румъния, успяват да ограничат ефекта на пандемията върху човешките ресурси в сектора, което е предпоставка за устойчивост и добра отправна точка за след-пандемичното възстановяване на сектора.

България е в значителна степен по-зависима от входящия туризъм, отколкото Румъния. Двете държави обаче споделят висока степен на интегрираност на своите туристически пазари. Това е добра отправна точка за маркетирането на съвместни и интегрирани туристически продукти.

Българският вътрешен пазар е изцяло неразвит. Необходими са целенасочени усилия за разработването му и интегрирането му в структурата на българската икономика.

Румъния отбелязва много по-висок ръст в развитието на сектор туризъм от България. И двете държави обаче са под средните стойности за Европа, въпреки че сближават разликите.

България и Румъния запазват структурата на своите пазари по отношение входящи и изходящи пътувания. Липсата на сериозни промени, вследствие на пандемичните ограничения, говори за голяма степен на традиционност/предвидимост в пазарите и предвидимост по отношение целевите групи.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Видима е необходимостта от интегриран и системен подход към стратегическото развитие на туризма и неговото представяне в глобалната икономика. Румъния отбелязва изключително ниски резултати по отношение приоритизиране на политиките в сектора, въпреки подобрението в инфраструктура.

България също отбелязва подобрение в своята инфраструктура, но е необходим огромен напредък по отношение развитието на „културните“ си ресурси.

И за двете държави е необходимо инвестиране в конкурентоспособността на сектора необходими са мерки за повишаване на конкурентостта на този сектор, за да се реализира неговия пълен потенциал.

Основни конкуренти на България и Румъния от региона на ЦИЕ са Литва, Латвия, Унгария и Австрия. Също така Турция, Гърция и Хърватска.

Основни и потенциални генериращи външни пазари са Германия, Украйна, Полша, Великобритания, Франция и Русия.

2.1.2.10 Идентифициране на заинтересованите страни

За целите на маркетинговата стратегия е съставен е списък от заинтересовани страни, който включва различните институции, организации и групи, които влизат в

- Представители на централната власт;
- Представители на местната власт в целевите региони;
- Представители на регионална власт от 4те целеви региони;
- Представители на бизнеса: еднолични търговци, туроператори, туристически агенти, кооперации, представители на търговски дружества предоставящи комунални услуги в целевите региони;
- Представители на гражданското общество (СГО), в това число НПО, туристически дружества, браншови организации, камери и т.н.;
- Представители на научни организации и образователни институции;
- Културни институции, в това число читалища, оркестри, галерии, представители на регионални и местни музеи и т.н.

Конкретен списък на заинтересованите страни е предоставен в таблицата по-долу:

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
Централна власт	**България** Министерство на регионалното развитие и благоустройството Министерство на туризма Министерство на околната среда и водите Министерство на образованието Министерство на икономиката Министерство на земеделието и храните **Румъния** Национален орган по туризъм (НОТ) към Министерството на икономиката
Регионални власти	**България** Регионални съвети за развитие Регионални координационни съвети Областни управители **Румъния** Регионални агенции за развитие
Местни власти	**България** Общински администрации Общински съвети **Румъния** Окръжни администрации

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
	Градски администрации
Бизнес	Туристически оператори Туристически агенти Хотелиери Ресторантьори
Структури на гражданското общество (НПО)	Сдружения в обществена полза Асоциации в обществена полза Местни инициативни групи Браншови сдружения на бизнеса Организации на работодатели Търговско – промишлени палати Туристически дружества Туристически сдружения
Културни институции	Регионални исторически музеи Местни музеи Художествени галерии Театри и оперни театри Музикални и културни институции

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
Научни и образователни институции	Научноизследователски организации Университети Средни училища Професионални гимназии Техникуми

Анализът на интересите е реализиран, както вече бе казано, метода на решетката Влияние/Интереси.

В анализа са включени само онези групи, които имат значими и подлежащи на мобилизиране ресурси, които биха могли да бъдат използвани в процеса на прилагане на маркетинговата стратегия, в съответствие с целите на стратегията и интересите на групите.

За целите на стратегията са анализирани:

- интересите на идентифицираните заинтересовани страни, които имат отношение към реализирането на Стратегията;
- количеството и видовете ресурси, които същите могат да мобилизират, за да повлияят върху резултатите от нея.

Тези елементи са описани в таблицата по-долу:

ГРУПА	ИНТЕРЕСИ НА ГРУПАТА КЪМ ПРОБЛЕМА	РЕСУРСИ	ПОТЕНЦИАЛ ЗА МОБИЛИЗИРАНЕ НА РЕСУРСИТЕ
Централна власт	Определя политическата рамка и формулира националните политики за регионално и местно развитие, както и по – отношение в сектора (културен туризъм) и цялостно в икономиката.	Определя финансовата рамка. Определя административната осигуреност.	Висок потенциал – управление на средствата от националния бюджет; достъп, управление и разпределение на европейски финансови ресурси.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ИНТЕРЕСИ НА ГРУПАТА КЪМ ПРОБЛЕМА	РЕСУРСИ	ПОТЕНЦИАЛ ЗА МОБИЛИЗИРАНЕ НА РЕСУРСИТЕ
Регионални власти	Отговарят за стратегическото планиране по отношение интегрираното развитие на регионално и областно ниво. Осъществяват/координират националните политики на регионално и областно ниво.	Не разполагат с механизъм за разпределение на ресурси	Нямат бюджет
Местни власти	Отговарят за формулирането и изпълнението на политики за местното развитие	Управление на средства от общинския бюджет	Използване на общински бюджет (собствени приходи и от национално финансиране); Достъп и използване на европейски ресурси
Бизнес	Интерес от развитие на средата за правене на бизнес – опции за намаляване на разходите и достъп до финансови инструменти, програми за стимулиране, подобряване на административните услуги. Заинтересован от увеличаване на заетостта и доходите.	Липса на устойчива практика за реинвестиране в развитие на бизнеса. Достъп до ограничено финансиране Достъп до европейско финансиране	В зависимост от наличието на браншови организации; В зависимост от организационния капацитет.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ИНТЕРЕСИ НА ГРУПАТА КЪМ ПРОБЛЕМА	РЕСУРСИ	ПОТЕНЦИАЛ ЗА МОБИЛИЗИРАНЕ НА РЕСУРСИТЕ
Структури на гражданското общество (НПО)	Заинтересовани от наличието на проекти за развитие (инфраструктура, образование) и подобряване средата на живот (специфично в сферата на културното развитие). Специфичен интерес, насочен към устойчиво управление и развитие на ресурсите (еко, човешки, културни).	Знание; обществено влияние; капацитет по управление на специфични ресурси; обществени мрежи.	Нисък по отношение финансови ресурси; Среден до висок по отношение човешки и експертен ресурс; Среден до висок по отношение обществени кампании.
Културни институции	Заинтересовани от провеждане на политика за запазване на културното – историческото наследство, стимулиране на нови и утвърждаването на съществуващи културни проекти и продукти, развитие на материалното и нематериално наследство и разкриването на нови археологически паметници.	Недостатъчни собствени ресурси и приходи. Недостатъчно инструменти за външно финансиране.	Не разполагат със средства, но притежават експертиза и административен капацитет.
Научни и образователни институции	Развитие на научните изследвания и иновации. Включени са в разработването и	Делегирани бюджети. Недостатъчни финансови ресурси.	Не разполагат с финансови средства, но възможности за мобилизиране на експертиза

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

ГРУПА	ИНТЕРЕСИ НА ГРУПАТА КЪМ ПРОБЛЕМА	РЕСУРСИ	ПОТЕНЦИАЛ ЗА МОБИЛИЗИРАНЕ НА РЕСУРСИТЕ
	реализирането на политики. Развитие на образователните програми, свързани с пазара на труда и изискванията на социално-икономическата среда. Квалификация и преквалификация на човешките ресурси.	Експертен потенциал, достъп до информация.	и използване на европейски ресурси.

В следващата таблица е приложена описаната по-горе методология (таблица 1), за да бъде направена оценка спрямо основните въпроси на изследването:

- Какви стратегии да се приложат спрямо различните групи заинтересовани страни? Специфично:
- Кои следва да бъдат включени в процеса на консултации по отношение целите и инструментите на маркетинговата стратегия? Защо?
- С кои страни да се търси трайно партньорство при реализирането на стратегията?
- Какви инструменти са в основата на подобно партньорство?

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 26 Оценка на ключови заинтересовани страни и избор на стратегия спрямо тяхната роля.

Заинтересована страна	Критерии за оценка							Резултат	
	Интерес		Власт[132]			Влияние	Обща оценка	Класификация спрямо групирането	Необходимост от включване
	Дефиниране	Оценка	Ч	Ф	П				
Централна власт	Разработване на политики и стратегии за подобряване имиджа на България, привличане на инвестиции, осъществяване на държавни политики в областта на икономическото развитие - туризма (в частност), развитие на културата, запазване на културно – историческото наследство, продължаващото образование, опазване на околната среда.	3 - (Маркетинговата стратегия ще допринесе за постигането на стратегически цели на ниво държавна политика, регионално развитие и и позициониране на България като туристическа и	4	3	5	12	3/12	Група 1 - Играчи	Активно включване и стратегия за партньорство

[132] Властта на отделните заинтересован и страни се отнася до количеството ресурси, както следва:

Ч - човешки,

Ф- финансови,

П – политически, ресурсите с които заинтересованите страни разполагат и способността им да мобилизират тези ресурси в подкрепа или против реализацията на Стратегията.

В тази колона се идентифицира силата на всяка заинтересована страна по отношение наличието на Ч, Ф и П ресурси. Силата за всеки един от видовете ресурси се определя по скала от 1 до 5, където:

5 - много силна;

4 - силна;

3 - средно;

2 - слаба;

1 - много слаба

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

		културна дестинация.							
Регионални власти	Отговарят за разработването на стратегически/интегрирани регионални планове за развитие. Провеждат държавната политика на регионално ниво, координират работата на органите на изпълнителната власт на регионално ниво и взаимодействието им с местната власт. Следи за съответствие между националните и местните интереси, осъществява взаимодействие с органите на местното самоуправление.	2 - Маркетинговата стратегия, както и самото реализиране на съвместен интегриран туристически продукт е ключов елемент от стратегията за развитие на целевите региони (на ниво региони за планиране), секторите туризъм и култура, както и цялостното икономическо развитие на ниво област и регион.	4	2	5	11	2/11	Група 1 - Играчи	Активно включване и стратегия за партньорство

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Местни власти	Основен фактор при разработването и изпълнението на стратегии за местно развитие. Реализиране на политики на местните власти. Особено влияние при създаването на устойчиви стратегии за развитие на културата, туризма и икономиката на местно ниво. Биха имали ясно отношение към възможностите за подкрепа местните културни и образователни институции и създаването на устойчиви партньорства при реализирането на стратегията. За тях ще се наблюдава косвен положителен стопански резултат, създаване условия за инвестиране и развитие на културната среда, образованието и социалната среда.	3 - Маркетинговата стратегия би допълнила и подпомогнала мерки, залегнали в плановете за интегрирано развитие на общините - сектори икономика, туризъм, култура и образование.	4	2	5	11	3/11	Група 1 - Играчи	Активно включване и стратегия за партньорство
Бизнес	Пряко отношение към развитие на икономическите процеси, свързани с туристическите услуги и косвените ефекти от съпътстващото икономическо развитие. Подобряването на средата за живот (в частност културния живот)	3 - Преки интереси в целевите сектори и косвени интереси за останалите	3	4	3	10	3/10	Група 1 - Играчи	Активно включване и стратегия за партньорство

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Структури на гражданското общество (НПО)	НПО - участват във формулирането и разработването на политики и стратегически документи и др., специфично в сферата на устойчивото развитие на туризма и културата, управление на движимо и недвижимо културно наследства, както и в областта на професионалното образование и други сфери, свързани с разработването и реализирането на маркетинговата стратегия. Заинтересовани от наличието на проекти за развитие (инфраструктура, образование) и подобряване средата на живот (специфично в сферата на културното развитие). Специфичен интерес, насочен към устойчиво управление и развитие на ресурсите (еко, човешки, културни).	3	2	2	3	7	3/7	Група 3 "Обекти" - силен интерес, но слабо/косвено влияние	Група 3 - Консултации и партньорство;
Културни институции	Осъществяват проекти за културни продукти и услуги. Заинтересовани от провеждане на политика за запазване на културното – историческото наследство, стимулиране на нови и утвърждаването на съществуващи културни проекти и продукти, развитие на материалното и нематериално наследство и разкриването на нови археологически паметници.	3 - пряк интерес към създаването и реализирането на съвместен интегриран туристически продукт, включващ културни събития и институции. Възможно е да се идентифицират вътрешни групи (повече или по-	3	2	2	7	3/7	Група 3 "Обекти" - силен интерес, но слабо/косвено влияние.	Група 3 - Консултации и партньорство;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

		малко интерес и влияние)							
Научни и образователни институции	Участие с експертиза при разработването на национални и регионални политики и стратегически документи. В Развитие на образователните програми, свързани с пазара на труда и изискванията на социално-икономическата среда. Квалификация и преквалификация на човешките ресурси. Засилване на връзката наука – образование – секторно развитие.	2 - Пряк интерес (запазване на културно-историческото наследство) и непряк - връзка на професионалното образование и пазара на труда	4	2	2	8		Група 3 "Обекти" - силен интерес, но слабо/косвено влияние.	Група 3 - Консултации и партньорство;

Маркетинговата стратегия за реализиране на съвместен интегриран туристически продукт "Изкуство и култура (основен и разширен)" е зависима до голяма степен от възможността да се изработи активното включване и устойчиво партньорство с представителите на публичния сектор (особено регионално и местно ниво), бизнес и културните институции, както и да се създадат активни канали за комуникация и координация с образователния, научния и неправителствения (НПО) сектори в целевите региони.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Подобна стратегия на активно управление на комуникацията и партньорството със заинтересованите страни би създало среда, в която пълноценно да се използват ресурсите на общността, в едно взаимно изгодно, дългосрочно и институционализирано/формално и неформално/ сътрудничество между публичния сектор, бизнеса, културните, научните и образователни институции и НПО.

За да се постигнат целите на маркетинговата стратегия е необходимо да се изгради среда на открита, прозрачна и публична комуникация, взаимно доверие и партньорство. Включването на заинтересованите страни може да се реализира по различни форми - срещи, проучвания, интервюта и/или фокус групи, съвместни заседания в комисии и др.

Това ще повиши връзката на резултатите от стратегията и реалните нужди на заинтересованите страни, както и ще повиши социалното одобрение/легитимността на използваните инструменти и на самия съвместен интегриран туристически маршрут.

След идентифициране на заинтересованите страни, авторите на Стратегията направиха проучване за изследване на тяхното виждане по отношение на: предпоставки за интегриране на маршрута с други туристически продукти, основните предимства, символи и асоциации, които свързват маршрута с туристическата дестинация България – Румъния, за да се превърне в атрактивен туристически продукт, разширеният интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“. За целта се проведе онлайн анкетно проучване сред туроператори и туристически агенти и други заинтересовани страни.

Проведеното анкетно проучване бе анонимно, за да позволи повече откритост и честност при формулиране на мнението. Разработеният въпросник за анкетното проучване има една обща част, предназначена за всички респонденти, след която се добавят специфични въпроси с цел да изяснят и прецизират мнението на заинтересованите страни към целите на анализа. В резултат от собствените проучвания се осигури голяма база първични данни, достатъчни за прилагането на статистическите методи за анализ. Базата данни е в електронен формат, което позволява да се правят анализи, необходими към дадения момент.

Анкетните карти съдържаха основно затворени въпроси и въпроси с използване на скали, които позволяват разнообразна статистическа обработка на отговорите и използването на различни анализи на данните.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Избраният метод на проучванията е анкетна карта за самопопълване (програмирана в електронен вариант, който минимизира случайните грешки и гарантира, че ще бъде отговорено на всички въпроси).

На представители на заинтересованите страни бе изпратен имейл с линк към електронна анкетна карта. Имейлът съдържа разяснение относно целта на изследването, възложителят на изследването, както и гарантирана анонимност на индивидуалното мнение. За по-голяма представителност, анкетите са изпратени до всички представители на заинтересованите страни, чиито контакти бяха достигнати, като се заложи минимален брой на отговорите, който гарантира надеждност на резултатите (малка стохастична грешка). За целите на анализа бяха изпратени писма за съдействие до браншови организации на хотелиери, ресторантьори и туристически оператори в България и Румъния, също бяха изпратени и писма до местни, регионални и централни власти в двете страни.

В резултат от предприетите действия, от страна на авторите на Стратегията, бяха разпространени 187 анкети сред представители на заинтересовани страни в България и Румъния, и 38 анкети сред представители на туроператори и туристически агенти от целевите области и окръзи в Българи и Румъния.

Проведеното онлайн анкетно допитване сред български и румънски туроператори и туристически агенти, специализирани в културно-исторически туризъм, имаше за цел да изследва експертно мнение за това какви характеристики следва да притежава маршрутът, за да се превърне в атрактивен туристически продукт.

Общият постигнат резултат е: 24 попълнени анкетни карти, от които 15 от туроператори и туристически агенти и 11 други заинтересовани страни.

По отношение на тематичната обвързаност на маршрута „изкуство и култура“ - 81% от анкетираните представители на заинтересованите страни, смятат, че маршрута е предпоставка за привличане на повече туристи в региона. Над 60% от анкетираните и от двете групи са на мнение, че маршрутът ще има успех, ако се предлага целогодишно.

На въпроса, свързан с причините, поради които туристите посещават трансграничния регион България-Румъния, 45% от анкетираните заинтересовани страни и 80% от туроператорите и туристическите агенти, посочват, че архитектурата и културно-историческите паметници в региона са основна причина за посещенията. На второ място

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

(67%) са посочили градски пространства. Следваща причина за 57% от анкетираните са религиозен туризъм, развлекателни и културни събития и средно, от двете групи, 46,1 % са посочили винен туризъм.

Според 63% от представителите на заинтересованите страни смятат, че основната група туристи, които посещават региона на маршрута, са индивидуално организирани туристи, като 66,7% от туроператорските агенции и туристическите агенти посочват, че основните групи туристи, по отношение на възраст са между 26 и 45 годишни.

На въпроса, свързан с конкурентните предимства на маршрута, 86,7% от анкетираните (туроператори и туристически агенти) посочват ***разнообразно природно и културно наследство***, като негова най-силна страна. На второ място (80%), респондентите поставят ***благоприятните условия за интегриране на маршрута с други видове туризъм***. С по-нисък приоритет се поставя ***потенциал на маршрута за включване в по-голям международен туристически продукт***.

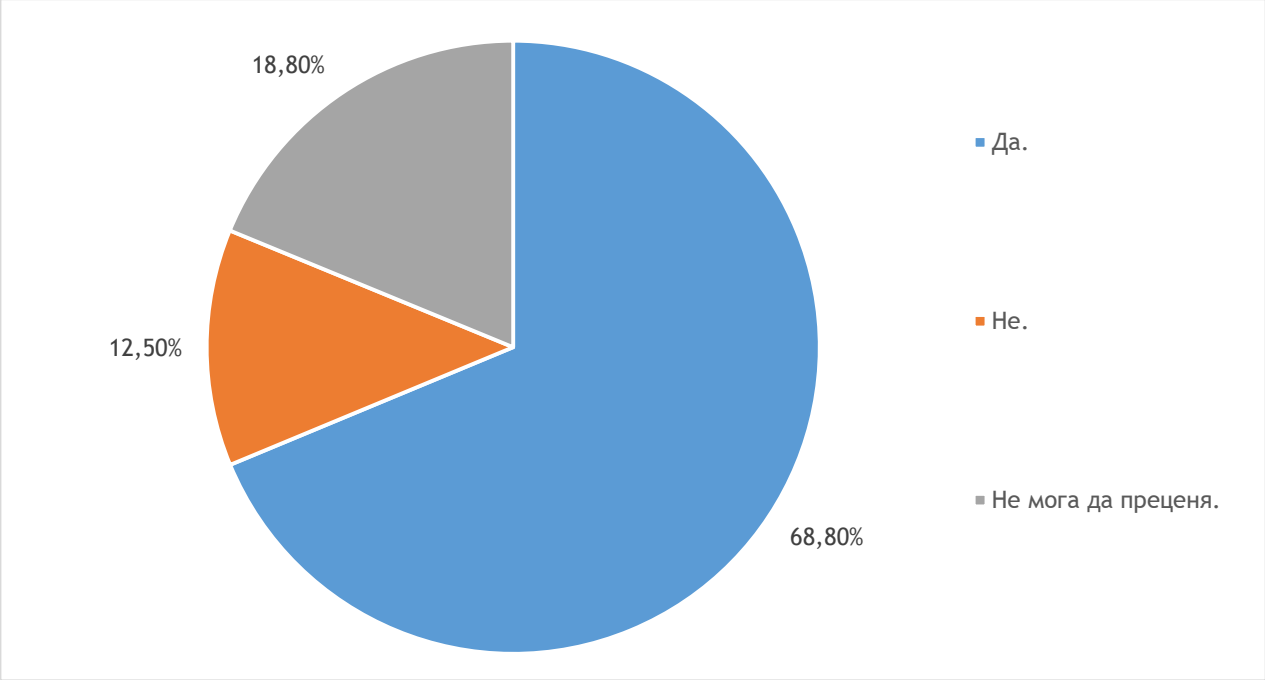
На въпроса ***„Моля, приоритизирайте посочените ограничения на маршрута, с оглед неговото превръщане в туристически продукт, по скалата от 1 до 4, където 1 е най-малък приоритет, а 4 - най-висок“***, като най-голяма пречка респондентите (туроператори и туристически агенти) посочват липсата на квалифициран персонали (60%), липса на интегрирана маркетингова политика за позициониране на региона, като туристическа дестинация (46,7%) и липса на възприятие на региона, като туристическа дестинация (33,3%), както и слабо развитото предлагане на туристическата дестинация от туроператори в страната и чужбина (33,3%).

Доказателство за потенциала на маршрута да се превърне в туристически продукт могат да се възприемат отговорите на анкетираните туроператори и туристически агенти на въпроса:

Считате ли, че обособеният маршрут „Изкуство и култура“ с включените обекти е, сам по себе си, атрактивен туристически продукт?“.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 22 Атрактивен туристически продукт „Изкуство и култура“

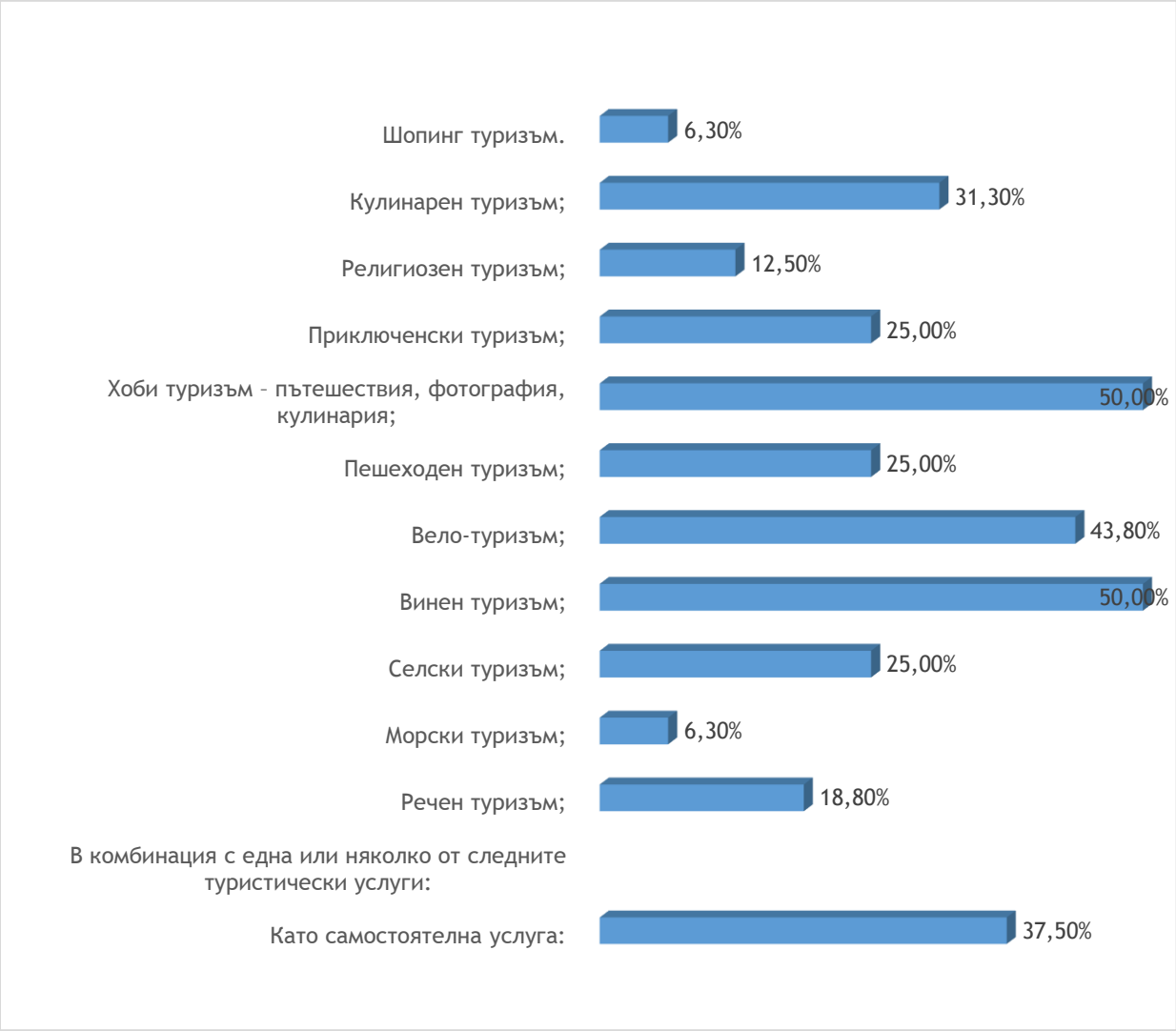


Източник: Собствено анкетно проучване

На въпроса към туроператорите и туристически агенти дали биха предлагали маршрута, като самостоятелна услуга или в комбинация с друга туристическа услуга в региона, 50% от анкетираните посочват, че биха го предлагали в комбинация с Хоби туризъм – пътешествия, фотография, кулинария и винен туризъм.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 23 Предлагане на туристически продукт „Изкуство и култура"

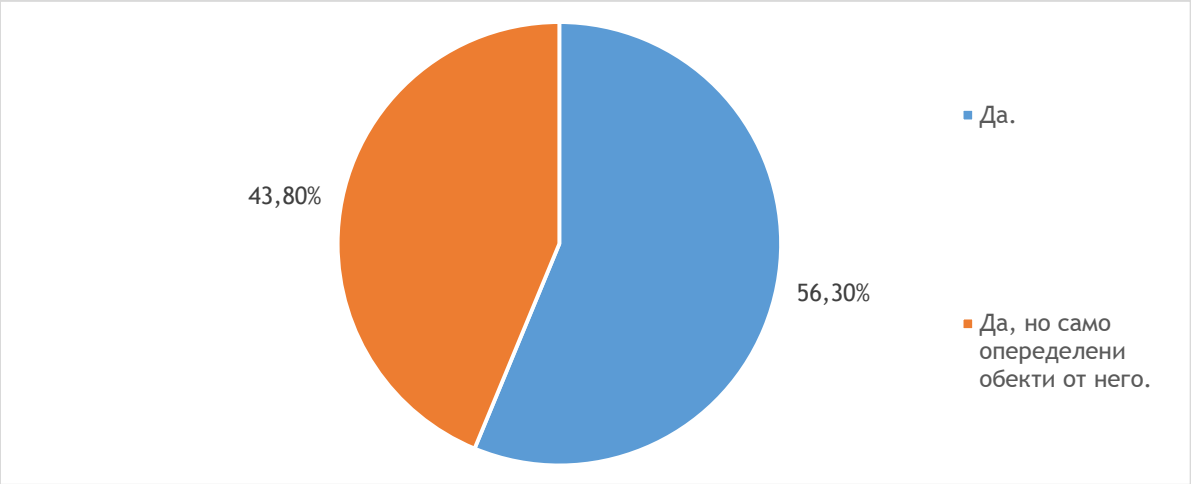


Източник: Собствено анкетно проучване

Оптимистична перспектива за реализация на маршрута са отговорите на туроператори и туристически агенти, на въпроса ***Бихте ли включили разработеният туристически маршрут във Вашите туристически услуги?***

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

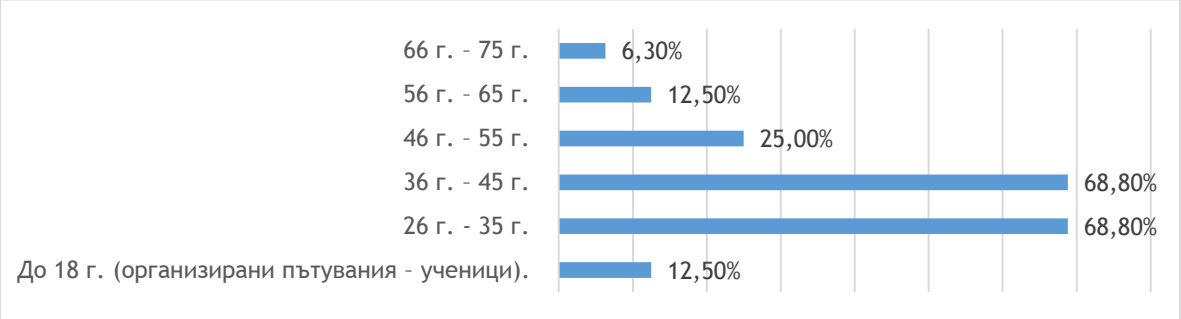
Фигура 24 Включване на разработения туристически маршрут в туристически услуги.



Източник: Собствено анкетно проучване

По отношение на туристопотока, участвалите в допитването, туроператори и туристически агенти, степенуват типа групи туристи за които би бил привлекателен разработеният маршрут.

Фигура 25 Типове туристи за които е привлекателен разработеният туристически маршрут



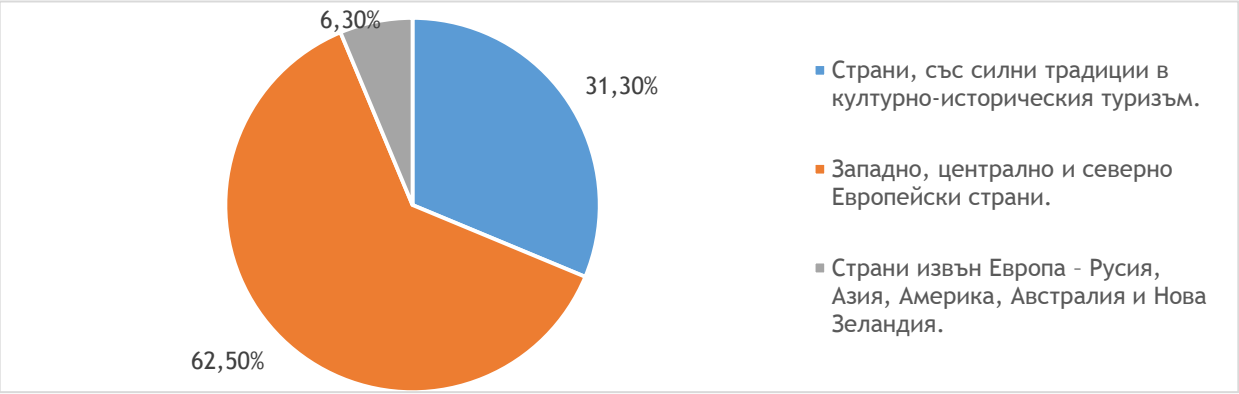
Източник: Собствено анкетно проучване

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Тази информация е полезна при планиране на маркетингови дейности за популяризация на маршрута.

На въпроса, ***Според вас и на база на вашия опит, туристи от кои региони, с изключение на България и Румъния, биха проявили интерес към маршрута?***, 62,50% от анкетираните туроператори и туристически агенти определят, че целеви регион за по-активна маркетиране са западно, централно и северни Европейски страни.

Фигура 26 Туристи от региони с интерес към туристическия продукт



Източник: Собствено анкетно проучване

2.1.2.11 SWOT АНАЛИЗ

Резултатите от социално-икономическия анализ показват, че всички територии, които попадат в ареала на интегрирания туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“, притежават неразгърнат туристически потенциал, който се нуждае от позициониране на туристическия пазар, атрактивен маркетинг и ефективно управление. Многообразието от обекти предполага фрагментарност в подходите за неговото управление, която би нарушила интегритета на маршрута. Недоброто обслужване и ниските цени на българските туристически продукти създават опасност за изграждане на траен имидж на страната като “евтина дестинация”. Остарялата система за професионално обучение в туризма и липсата на достатъчен интерес и стимули, както и на съвременни форми за образование и квалификация в сферата на културата, не допринася за адекватната туристическа интерпретация на културните ресурси.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

В процеса на изготвяне на SWOT анализа, за целите на стратегическото планиране за маркетиране на интегрирания туристически маршрут, сме обособили следните основни изводи:

(1) С най-съществена роля за маркетирането на туристическия продукт е неговият потенциал за интегриране в други утвърдени, транснационални културни, културно-исторически и други туристически маршрути от Културен коридор Дунав.

(2) Липса на атрактивна реклама на културния туризъм в двете държави, която по отношение на България води до задълбочаване на негативния имидж на страната като "евтина дестинация". Този имидж се подхранва и от изоставането в темповете на ръст на качеството, на българския туристически продукт, в сравнение с този на конкурентните страни, вкл. с Румъния. Лошото качество на повечето съставни елементи на българския туристически продукт е един от най-големите проблеми, пред който е изправен отрасълът, днес. Същевременно, поради липса на ефективна маркетингова политика от страна на българските хотелиери, висококачественият продукт се продава на ниски цени;

(3) Текущото състояние на туристическата суперструктура в целевия регион е незадоволително и неконкурентно;

(4) С въвеждане на ИКТ в търсенето и предлагането на туризма се налага тенденция на повишаване на дела на културния туризъм в световен мащаб. Това се дължи от една страна на все по-достъпната информация по различни културно-исторически теми, а от друга - на увеличаването на кратките градски и уикендови ваканции, с цел посещение на културни събития. Принос за развитието на този вид туризъм има и експанзията на нискотарифните полети, които правят дестинациите достъпни за все повече туристи;

(5) Като природни дестинации, крайречните райони, заедно с островните и крайбрежните, са дестинациите, изложени в най-голяма степен на измененията на околната среда, които могат да доведат до преобразяване на туристическия избор и дейности. Необходимо е да се прилага балансиран подход, основаващ се на принципите на смекчаване (т.е. действия, ограничаващи факторите, които допринасят за изменението на климата, и по този начин смекчават неговото въздействие) и адаптация (т.е. предприемане на необходимите стъпки за справяне с последиците от изменението на климата).

В резултат на всичко казано дотук, се изготви следният SWOT анализ за иновативно маркетиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура" в разпознаваем

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

туристически продукт. Смисълът на SWOT анализа, освен че предполага и обосновава разработването на стратегия, е, че задава посоката на интервенции, чрез стремеж към минимизиране ефектите на слабите страни и максимизиране ползите на силните.

Таблица 27 SWOT анализ за маркетиране на туристически продукт "Изкуство и култура"

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
Благоприятно географско разположение. Маршрутите са разположени по евро-азиатски транспортни маршрути. Разнообразие от туристически ресурси и разработени различни форми на туризъм. Провеждане на национална политика в България и Румъния за развитие на културния туризъм. Добре развита и координирана Европейска стратегическа рамка. Интегриран продукт с богат културен календар в рамките на региона. Община Велико Търново (водещ партньор по проекта) е изградила капацитет при управление и развитие на културни обекти и туристически политики. Кандидат за „Европейска културна столица 2019". Включването на институционални	Неравномерно развита по категории туристическа база. Най-развити са ниските категории на настаняване (до 3 звезди); Застаряващо население и миграционни процеси, които се отразяват на работната сила и потреблението на туристически услуги. Проблеми с професионалната квалификация на персонала; Преобладаване на физически или морално износена, инфраструктура; Липса на ефективна маркетингова политика, за позициониране на региона като разпознаваема културна дестинация; Относителна бедност на населението в целевите региони; Недостатъчно развитие на магистралната инфраструктура (липса на такава) и скоростни пътища. Лошо

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

партньори, на местно ниво е предпоставка за устойчивост и реализирането на стратегията. Несезонност/целогодишна/ заетост на легловата база – 281 дни е средната заетост за региона. Разработени интегрирани туристически продукти на маршрутите; Обектите по маршрута са автономни и функциониращи туристически обекти.	състояние на вътрешните регионални пътища.

ВЪЗМОЖНОСТИ	**ЗАПЛАХИ**
Наличие на възможности за финансиране развитието и маркетирането по линия на европейски структурни фондове и национални програми; **Свободно движение на хора и услуги;** Повишено търсене на градски и културен туризъм в глобален, регионален и национален план; Нарастващ дял на нискобюджетните полети и увеличаване на броя летища, обслужващи такива полети	Продължаване на епидемиологичната обстановка и ограничаване на пътуванията; Неефективното запазване и управление на природни ресурси; Разрушаване на екологичната среда; Свръхтуризъм – обезценяване на културния продукт, поради налагането му като комерсиален продукт.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Територията на интегрирания туристически маршрут попада в обхвата на Стратегията на ЕС за развитие на Дунавския регион; Територията на интегрирания туристически маршрут попада в обхвата на Европейски културен коридор Дунав; Инкорпориране в маршрута на градски паркови пространства и нов тип събитиен туризъм.	

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

III. СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА

Настоящата стратегия за промотиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ се основава на следните принципи:

- Приемането на туристическото предлагане като холистично преживяване за туристите, което следва да бъде запълнено със съдържание, удобство и положителен опит. Това не е определение за туризъм или туристическо предлагане, а работна позиция насочена към създаването на туристически продукти за хората и техните туристически преживявани в тяхната цялост;
- Интегритет на туристическите предложения с потенциал за развитие, разнообразие, надграждане, устойчивост и ценност на туристическите изживявания;
- Вплитане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ в цялостното предлагане на районите, през които минава.

3.1 Визия

Визията се разглежда в контекста за развитие на всички области и туристически райони, които обхваща интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“, но запазвайки своята конкретика и специфичност, насочена към неговото маркетингово позициониране.

„Изкуство и култура“ - изживяване на двата бряга на Източен Дунав! Превръщане на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен), в разпознаваем и предпочитан туристически продукт „Изкуство и култура“

3.2 Мисия

Мисията определя общата рамка на посоката на действие за достигане на посочената визия. В настоящата стратегия се залага на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“, като туристически продукт, който може да бъде основен мотив за пътуване.

Интегриран и устойчив туристически продукт „Изкуство и култура“, допринасящ за популяризирането на трансграничния регион чрез своето многообразие.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

3.3. Маркетингови цели

Дефинираните маркетинговите цели се базират на ключовите елементи в маркетинг микса в сферата на туризма и представят синергичен поглед върху развитието на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

Основните характеристики на маркетинговия микс в туризма, са *взаимно-зависими променливи*, които са специфични. Компонентите на маркетинговия микс трябва да бъдат планирани заедно, за да се гарантира успех на всяка маркетингова стратегия.

Използването на тези компоненти допринасят за постигане определени резултати, като удовлетворение на посетителите, ниво на продажбите, ниво на печалбите и т.н. Маркетинговият микс е много гъвкав инструмент, който се разработва в съответствие с текущата пазарна ситуация.

При разработването на настоящата стратегия, като елементи на маркетинг микс в туризма, приемаме разширения формат на класическия – туристически продукт, ценови предложения, дистрибуция, комуникационна и промоционална политика, физическа среда, процеси и хора.

Всички тези елементи оказват влияние върху начина на предлагане, както и върху целеполагането.

Стратегическа цел 1: Развитие и усъвършенстване на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) като културна туристическа дестинация в трансграничен регион Румъния-България.

Специфична цел 1.1 Разгръщане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ чрез обогатяване на продуктовата палитра.

Специфична цел 1.2 Развитие на интегрирания туристически продукт в посока подобряване на преживяването на туристите в дестинацията.

Специфична цел 1.3 Развитие на национално, трансгранично и международно сътрудничество за усъвършенстване и поддържане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел 2: Повишаване качество на съществуващите услуги и въвеждане на системи за споделено иновативно управление на интегрирания туристически продукт.

Специфична цел 2.1 Укрепване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на интегрираните туристически маршрути.

Специфична цел 2.2 Укрепване на капацитета за предоставяне на услуги в туристическите обекти по маршрутите.

Специфична цел 2.3 Създаване на благоприятни условия за ефективно и устойчиво управление на интегрирания туристически продукт.

Стратегическа цел 3 Популяризиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ като устойчива дестинация в трансграничния регион Румъния-България“

Специфична цел 3.1 Интегриране на бранд идентичността на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

Специфична цел 3.2: Създаване и развитие на информационна осигуреност на маршрута за подпомагане на информиран избор на туристите.

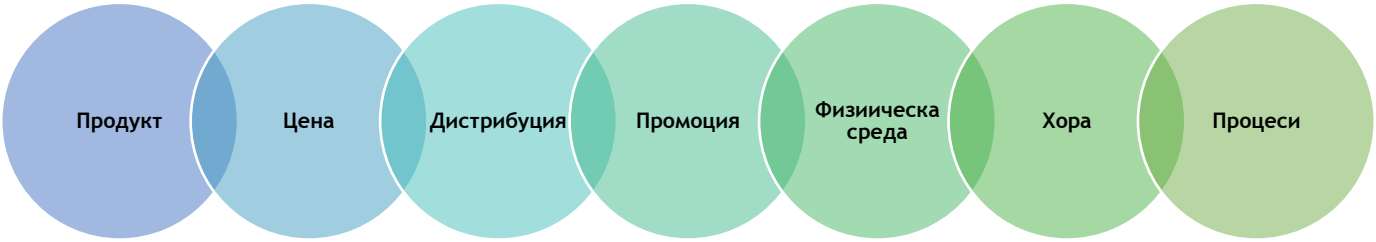
Специфична цел 3.3: Развитие на рекламна и комуникационната политика на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

3.4 Маркетингов микс

В разработването на настоящата стратегия изхождаме от приетия маркетинг микс „7P“ в туризма, показващ основните елементи на маркетинга, имащи отношение към развитието на продукти и услуги в сферата на туризма.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 27 Елементи на маркетинг микс в туризма



Интегриран туристически продукт „Изкуство и култура“

Най-общо, продуктът е всичко, което може да бъде предложено на пазара за внимание на туристите, придобиване, използване или потребление, което може да задоволи желанието или потребността. Също така, може да се дефинира като физически продукт или услуга за потребителя, за който потребителят е готов да плати.

Спецификата на туристическия продукт е, че предлага на крайните потребители/туристите нематериалност, а именно услуги и изживявания. Тази нематериалност, като характер на туристическото предлагане, предполага съществени усилия, в посока доставка на услугата и дизайн на преживяванията. Редица са изследванията, които установяват, че иновативните и добре координирани туристически продукти са изключително важни за туристическите региони и удовлетворението на туристите.

В този контекст насоките за развитие на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ включват слените дейности:

- ✓ Унифицирано представяне на туристическия продукт;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

✓ Стандартизирано туристическо преживяване;

✓ Засилена координация между обектите, включени в маршрутите, които са част от интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

✓ Разработване на туристически предложения, които разнообразяват и допълват туристическото преживяване по маршрута.

Цената е сумата пари, която клиентите трябва да платят, за да получат продукта.

Цената се възприема като единственият елемент от маркетинговия микс, генериращ приходи и най-важният фактор за удовлетвореност и лоялност на клиентите.

Туристическото предлагане включва множество контрагенти и ценообразуването зависи от продаващия продукта. За нуждите на настоящата стратегия следва да изходим от ключовите елементи, формиращи цената на туристическото пътуване – извозване, настаняване, изхранване, цени за достъп до обектите и допълнителни разходи. Ценообразуването зависи и от множество неконтролируеми фактори като: цени на горивата, инфлация, транспортни такси, здравни такси, данъци, цени за посещение на обектите по маршрута, цени за достъп до събития и др.

Външни макрофактори на средата (неуправляеми): съотношение на търсенето към предлагането; равнището и динамиката на конкурентните цени; държавно регулиране на икономиката и на туристическия отрасъл; политическа конюнктура; стадий в който се намира икономиката, платежоспособност на потребителите, динамика на техните интереси, навици и вкусове.

Вътрешни микрофактори и цели (управляеми): запазване на пазарния дял; максимизиране на печалбата от осъществяването на туристическата дейност; достигане на лидерство в качеството на предлаганите туристически продукти; завоюване и поддържане

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

на лидерство в пазара на туристическите услуги; стремеж към увеличение на пазарния ръст на продажбите, дори и за сметка на намаление на приходите от продажби; стремеж към изграждане на благоприятен имидж.

Цената на туристическото изживяване се влияе и от фактора, дали пътуването е групово или самостоятелно, дали е предприето от чуждестранни или местни граждани.

Степента на новост на туристическия продукт играе съществена роля в ценообразуването, тъй като методиката за определяне на цените на новите туристически продукти, е най-сложната задача. При новите продукти имаме по-малка база за сравнение с историческия опит на други сходни продукти, в някои случаи сравняването е невъзможно поради липса на информация за търсенето на пазарни анализи, това предполага слабости при определянето или прогнозирането на количествата на предполагаеми продажби.

Методи за ценообразуване в туризма

С оглед на изложените по-горе фактори, особености и стратегии, свързани с ценообразуването, в теорията на туристическия маркетинг са познати и се използват в практиката, следните основни методи на ценообразуване:

- ценообразуване на база равнище на конкуренция;
- ценообразуване на база пазарно търсене;
- ценообразуване на основата на разходите свързани с предоставянето на услугите (разходен метод).

Спрямо спецификата на предлагане на маршрута, най-подходящ е разходния метод:

Ценообразуване на основата на разходите (разходен метод) се базира на основата на калкулирането на пълната себестойност на туристическия продукт.

Този метод проучва минималния праг на цената, който може да се предложи на потребителите, което е най-удачно за маршрутите включени в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

Предимства на разходния метод:

- ценообразуването е значително опростено, може относително точно да определи структурата на себестойността на туристическите продукти;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

• висококонкурентен е при потребители чувствителност към цената, като основен фактор;

• внимание върху промените в търсенето на туристическите продукти.

В себестойността на туристическия продукт се залага нормативна печалба, която се определя от туристическата фирма, като процент от стойността на туристическите продукти. Размерът ѝ зависи от търсенето на туристическия продукт и може да варира от 5 до 100% или повече. На практика, най-често размерът на процента на нормативна печалба в туристическите фирми е 20.

Туристически услуги, които влизат в ценообразуването съгласно т. 90 от Допълнителните разпоредби на Закон за туризма са:

• Превоз на пътници чрез пътнически транспорт - самолет, влак, автобус и др.;

• Настаняване, което не е неделима част от превоза на пътници и не е за жилищни нужди;

• Наемане на автомобили или други моторни превозни средства и някои мотоциклети (*наем на велосипеди или лодки не попадат в тази категория, но са "други туристически услуги");

• Достъп до културни обекти; исторически обекти; концерти, спортни събития и др.; екскурзии; тематични паркове; екскурзии с екскурзовод; ски карти; наем на лодки; наем на велосипеди и наем спортно оборудване, като ски оборудване или уелнес процедури;

Не се считат за туристическа услуга:

• Настаняването за жилищни цели, включително за дългосрочни езикови курсове;

• Финансовите услуги като застраховки при пътуване;

• Услуги, които са неделима част от друга туристическа услуга, например превоз на багаж при превоз на пътници, малки транспортни услуги — напр. превоз на пътници като част от организирана обиколка с гид или трансфер между хотела и летище или железопътна гара, предоставяне на храни и напитки в хотела и почистване при настаняване, или достъп на място до съоръжения — напр. басейн, сауна, спа процедури или тренировъчна зала, предоставяни на всички гости на хотела;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

• Настаняване, което е неразделна част от пътническия превоз с шосеен, железопътен, воден или въздушен транспорт, когато основният компонент очевидно е транспортът и придвижването от точка А до точка Б.

Примерен модел за възможност за ценообразуване:

Както бе представено в изложението по-горе, най-уместен модел би бил разходния метод за представяне на цената за потребителя на туристическия продукт. Тук следва да се каже, че моделът е онагледен чрез необходимите компоненти, които следва да бъдат включени в ценообразуването.

Дели се на четири основни групи: индивидуални туристи, малки (до 10. транспорт с микробус), средни (до 20 ч. – транспорт с микробус), големи (над 30 ч. транспорт с автобус).

Моделът на ценообразуване е сходен с описания по-горе, като част от перата се различават по отношение ползването на специализирани услуги.

Сумираните разходи, могат да бъдат разделени на членовете на групата и така да бъде формирана базовата цена за туристическо пътуване по маршрутите, включени в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

Цената не може да бъде константна поради променливостта на разходите, които съставляват туристическото пътуване. Както и спецификата на предпочитанията на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

пътуващите, както са описани спрямо *персоните* в ситуационния анализ.

Авторите на стратегията са разработили 8 ценови туристически пакета, според броя на туристите в група и индивидуално пътуване, както и според категорията на местата за настаняване, за разширения и основен маршрут. Цените на пакетите са съобразени с приетите наредби на общинско ниво и обявените в електроните страници на обектите по маршрутите към 30 юли 2021 г. ценоразписи.

В груповите пакети са включени:

- Настаняване;
- Вечеря;
- Транспорт;
- Пътни такси;
- Застраховки;
- Организиран екскурзовод;
- Такси за посещения на обектите по маршрутите.

В индивидуалните пакети са включени:

- Настаняване;
- Пътни такси;
- Застраховки;
- Екскурзоводи на място в обектите;
- Такси за посещения на обектите по маршрутите.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Пакети: Основен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“- продължителност 5 дни.

Настаняване в категория места за настаняване	Цена пакет „индивидуално пътуване“	Цена пакет „група до 10 човека	Цена пакет „група до 20 човека	Цена пакет „група от 30 човека
1-2 звезди	224 евро/233 евро[133]	317 евро/326 евро[134]	223 евро/232 евро[135]	228 евро/237 евро[136]
3 звезди	249 евро/266 евро	342 евро/359 евро	248 евро/265 евро	253 евро/270 евро
4-5 звезди	305 евро/333 евро	398 евро/425 евро	304 евро/ 332 евро	309 евро/337 евро

Забележка:

При посещения на театрални представления към пакета се калкулират допълнителни 10 евро.

При посещения на фестивали, концерти, събития и допълнителни атракциони, цената на пакетите се актуализира според актуалната цена, на съответното събитие/ атракцион, при продажбата на пакетите.

При семейни пътувания (индивидуални пътувания) цената се намалява с 5%.

[133] При настаняване в единична стая
[134] При настаняване в единична стая
[135] При настаняване в единична стая
[136] При настаняване в единична стая

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Пакети: Разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ - продължителност 7 дни

Настаняване в категория места за настаняване	Цена пакет „индивидуално пътуване“	Цена пакет „група до 10 човека	Цена пакет „група до 20 човека	Цена пакет „група от 30 човека
1-2 звезди	319 евро/328 евро	413 евро/422 евро	298 евро/307 евро	299 евро/308 евро
3 звезди	331евро/348 евро	438 евро/455 евро	323 евро/340 евро	325 евро/341 евро
4-5 звезди	387 евро/415 евро	495 евро/521 евро	379 евро/395 евро	380 евро/397 евро

При посещения на театрални представления, концерти и т.н. (в обектите от маршрута) към пакета се калкулират 40 евро на човек.

При посещения на фестивали, концерти, събития и допълнителни атракционни, цената на пакетите се актуализира според актуалната цена, на съответното събитие/атракцион, при продажбата на пакетите.

При семейни пътувания (индивидуални пътувания) цената се намалява с 5%.

Дистрибуция

Места за предлагане и продажба на маршрутите включени в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

От ключово значение за реализирането на маркетинговата стратегия са контрагентите, които предлагат и продават маршрутите, включени в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен). От ключово значение е сезонността и разстоянията от различни точки за включване в маршрутите, това дава идеи за различни

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

маршрути за пътуване, избор на атракции и съоръжения за обогатяване на маршрута.

Търговското предлагане на маршрутите, включени в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен), може да се осъществява на следните места:

- Туристически информационни центрове:
  - Туристически информационен център - Велико Търново;
  - Информационен център, гр. Горна Оряховица;
  - Туристически информационен център, гр. Плевен;
  - Информационен център, гр. Белоградчик;
  - Туристически информационен център, ПГ "Проф. д-р Асен Златаров" Видин;
  - Туристически информационен и обучителен център и офис на Дунавско бюро, Видин (дава информация и за гр. Калафат);
  - Туристически информационен център, Крайова (Green School Education - Centru de Informare Turistică);
  - Културно пристанище Cetate.
- Местни и чуждестранни туроператори:
  - Туристическа агенция "РУАЛ ТРАВЕЛ" ООД, офис Велико Търново;
  - Туристическа агенция Usit Colours ("ЮЗИТ КАЛЪРС БЪЛГАРИЯ" ООД, офис Велико Търново);
  - Туристическа агенция "ХИТ ХОЛИДЕЙ" ЕООД, офис Велико Търново;
  - Туристическа агенция "ИНТЕРТУРС" ООД, офис Велико Търново;
  - Туристическа агенция "ВИВА ТУРС", офис Велико Търново;
  - Туристическа агенция „ФЕНСИ ХОЛИДЕЙС“ ООД, Видин.
- Онлайн, чрез различни платформи, като Webjet, Tripadvisor, Viator, Musement, GetYourGuide и др.;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

➢ Глобалните дистрибуционни канали – GDSs (Global Distribution Channels); ОПА (Онлайн пътнически агенции) (OTAs / Online Travel Agencies);

➢ Социалните медии, като важен източник на информация и реклама.

Фейсбук страници на:

• Община Велико Търново - https://www.facebook.com/pages/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%20%D0%A2%D1%8A%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%20BE/603279179720458/

• Туристически информационен център - Велико Търново: https://www.facebook.com/velikoturnovo.info

• Община Горна Оряховица: https://www.facebook.com/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B0-%D0%9E%D1%80%D1%8F%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%86%D0%B0-185146531654929

• Община Плевен: https://www.facebook.com/Pleven.municipality

• Община Кнежа: https://www.facebook.com/profile.php?id=100009074784028

• Община Белоградчик: https://www.facebook.com/groups/2844825978878640

• Община Видин: https://www.facebook.com/obshtinavidin

• Община Калафат: https://www.facebook.com/calafat.dolj

• Община Крайова : https://www.facebook.com/Administratie.Craiova

➢ Обектите, които са включени в съвместен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

• Художествена Галерия "Борис Денев": https://www.facebook.com/vt.bdenevgallery/

• Мултимедиен посетителски център "Царевград Търнов": https://www.facebook.com/tsarevgrad

• Самоводска чаршия.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

- Хан Хаджи Николи: https://cutt.ly/dgeRAwb
- Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов": https://www.facebook.com/teatarvtarnovo/
- Художествена галерия "Недялко Каранешев: https://cutt.ly/6grzbtm
- Художествена галерия Дарение "Колекция Светлин Русев": https://cutt.ly/svetlinrusev
- Художествена галерия "Илия Бешков"=
- Регионален Исторически музей – Плевен: https://www.facebook.com/plevenmuseum
- Панорама "Плевенска епопея 1877": https://www.facebook.com/panorama.pleven.epopee/
- Драматично-куклен театър "Иван Радоев": https://www.facebook.com/TheatrePleven/
- Общински исторически музей - гр. Кнежа
- Исторически музей Белоградчик
- Художествена галерия "Никола Петров": https://www.facebook.com/Nikola-Petrov-Gallery-858796327546972
- Драматичен театър "Вида": https://cutt.ly/teatyrvidin
- Симфониета – Видин: https://www.facebook.com/Simfonietta/
- Държавен куклен театър – Видин: https://www.facebook.com/puppets.vidin/
- Двореца-музей Маринку: https://www.facebook.com/palatulmarincu
- Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил)
- Къща Бънией (Casa Baniei)
- Филхармония "Олтения": https://www.facebook.com/filarmonicaolteniacraiova/
- Национален театър "Марин Сореску": https://www.facebook.com/tncms.oficial/

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

- Театър за деца и младежи "Колибри": https://www.facebook.com/TeatrulColibri/

Промоционална и комуникационна политика за налагане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.

Целта на промоционалната политика е да подчертае основните предимства и да представи уникално предложение за продажба на включените маршрути в интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен). Маркетинговият комуникационен микс (Promotion mix) се състои от специфичната комбинация от реклама, лични продажби, насърчаване на продажбите, връзки с обществеността и инструменти за директен маркетинг, които се използват за преследване на своята рекламна и маркетингова цел. Пряка е връзката между въздействието на комуникациите върху туристическото изживяване и удовлетвореността.

Успешното представяне на туристическите маршрути изисква, промотирането пред аудиторията - не само на това, което маршрутите представят, но и на това което местата/дестинации могат да предложат на посетителите. Това, което ще видят, общия им имидж, това, което ще накара потребителите да предпочетат тези туристически маршрути пред други.

Комуникационната политика се основава предимно на информационна обезпеченост, която да използва различни канали на разпространение, съобразени с публиките.

Промоционалните действия следва да бъдат съобразени с фунията за комуникационно въздействие **AIDA** (**A**wareness, **I**nterest, **D**ecision, **A**ction) - **Внимание, Интерес, Решение и Действие**. В маркетинга, тази фуния се използва и като представяща продажбени етапи и процеси, именно това я прави универсална при създаване на нарочни усилия за въздействие върху туристите.

Фигура 28 Фуния на комуникационното въздействие AIDA

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Промоционалният микс представлява комуникационна политика, която представя основните комуникационни техники, материали и канали, чрез които синергично да бъде представен съвместен интегриран тематичен маршрут „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

Тези техники са съобразени, с представения по-горе модел на въздействие върху публиките.

Реклама	
Информационни материали	Рекламни брошури и листовки, които представят маршрутите (на български, английски и румънски език). Рекламни културни календари на английски, български и румънски език (съдържащи събития в общините, от чиито територии са включени обекти, от основния и разширен маршрут). Разработен *КАЛЕНДАР “ИЗКУСТВО И КУЛТУРА”.* Допълнителни туристически услуги – представяне на кулинарен, винен, приключенски туризъм в дестинациите. Карта за събиране на стикери от обектите при посещение.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Онлайн реклама	Създаване на партньорства с различни онлайн медии и партньорски сайтове за излъчване на рекламни банери и/или материали за маршрутите (основен и разширен), напр:https://museumvt.com/bg/, http://www.velikoturnovo.info/, https://discoverdolj.ro/ и др. Google Ads – за промотиране на платформата (електронна страница с включените маршрути), част от интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“. YouTube – рекламен клип. Реклама в специализирани сайтове, като https://www.peika.bg/, https://oilaripi.com/ и др.
Реклама в традиционни медии	Излъчване на радио-клип за привличане на внимание към конкретни, за интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“, събития или развитие на обектите включени в маршрутите (основен и разширен) в популярни радио станции – Радио Енерджи и др.. Съвместна телевизионна реклама с партньори, предлагащи маршрутите от интегрирания туристически продукт, дестинации през които преминава маршрутите, като телевизия Балканика мюзик телевижън и др.
Реклама в/на обектите включени в маршрутите (основен и разширен) към интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“:	Рекламни стикери, обозначаващи, че са част от интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен), които се събират в туристическа карта с обектите от маршрутите . Мобилен гис за Android и IOs, свързани с дестинацията и обекта елементи от маршрута.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	Рекламни листовки на английски, български език и румънски език съдържащи информация за събитията във Велико Търново и Калафат. Рекламни плакати на английски, български и румънски език, съдържащи информация за събитията във Велико Търново и Калафат.
Рекламни материали за партньори	Създаване на общи модели за представяне на маршрутите като туристически пакети за продажба, според представения по-горе модел на ценообразуване. Брошури за представяне на интегрираният туристически продукт – на английски, български и румънски език (съдържащи основния и разширения маршрут). Рекламни календари на маршрутите (на български, английски и румънски език). *КАЛЕНДАР "ИЗКУСТВО И КУЛТУРА".*
Връзки с обществеността и обществена отговорност	
Партньори **Медийни партньорства**	Създаване на мрежа от партньорства с: Туристически организации; Медии; НПО; Образователни институции; Поддържане на активна двустепенна комуникация с партньорите; Информационно обезпечаване; Инициране на съвместни инициативи.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Информация за медии и партньори	Проактивна медийна кампания с информационно обезпечаване свързана с актуални новини и събития с обществена значимост; Популяризиране на маршрута.
Представяне на маршрута на различни събитийни форуми	Разработване на специализирани информационни материали, презентации, видео, винили и т.н. за представяне на двата маршрута на различни събитийни форуми.
Инициране на образователни програми	Създаване на съвместни програми и събития с образователни институции и обектите включени в маршрутите.
Инициране на доброволци	Създаване на доброволческа програма, чрез която да се популяризират различните преимущества на интегрираният туристически продукт „Изкуство и култура“, това ще разшири потребителските групи и тяхната информираност. Ще насърчи популяризирането на продукта от „уста на уста“.
Посланици на маршрутите	Избор на лидери на мнение, които да представят маршрутите пред неспециализирана публика – туристически.
Комуникация в онлайн среда	
Уеб сайт на маршрутите	Развитие на платформата/сайта, чрез непрекъснато добавяне на информация и позиционирането му като основен източник за информация. Предложение за маршрутите с улеснено планиране. Допълнителна информация за партньори и възможности за самостоятелно и организирано пътуване.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Социални мрежи и медии	Създаване и поддържане на профили на основен и разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ в Facebook. Разработване на детайлна кампания за устойчиво развитие и поддържане на двустепенна комуникация с публиките в социалните мрежи и медии.
Content marketing	Съставяне на цялостна история с връзки, любопитни факти и образност между обектите в двата маршрута – storytelling. Това е съществена част и необходимост при създаването на историята на бранда, т.н. митология на бранда; Материали, които описват не само маршрута, но и подпомагат туристите да организират по-добре пътуванията си, като: карти, мини гайдове, връзка с партньори, препоръки за изживявания, за съпътстващи интересни форми на туризъм в региона.
Партньорски онлайн платформи	Създаване на профили в международни туристически платформи и приложения, в които да се представят маршрутите, част от интегрирания туристически продукт, чрез създадените информационни материали.
Събития	
Иницииране на специални събития	Създаването на информационни събития от страна на обектите, включени в маршрута, с цел привличане на разнообразна публика и повишаване на имиджа.
Създаване на културен интегриран календар	Създаването на културен (събитиен) календар ще подобри възможността за информиране относно предстоящи събития, свързани с туристическия маршрут на заинтересованите страни и целевите групи. Календарът на събитията да включва следната информация: име и тема на събитието; дата и място на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	провеждане; програма на събитията; тип на събитието (напр. възстановки, фестивали, демонстрации и др.); организатори и лица за контакт. Необходимо е да се актуализира периодично, разработеният дигитален културен календар (в електронната страница) и да се позиционира в онлайн канали. Календарът следва да се разпространява сред туроператори и партньори, за да могат да планират своите туристически програми повече от година, преди провеждане на събитията.
Специализирани туристически борси и изложения	Участие на специализирани събития, като: Международна туристическа борса ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО; Международно туристическо изложение „Културен туризъм” - Велико Търново; Туристическа борса „Вашата Ваканция” - Бургас; Изложение „Уикенд туризъм“ - Русе; Черноморски туристически форум, посветен на специализираните видове туризъм - Варна; Румънски Търговски Панаир на Индустрия Пътуване и Туризъм (Romanian Travel and Tourism Industry Trade Fair); Румънски Туристически Панаир 2021 (Romanian Tourism Fair 2021); Международни туристически изложения, на които

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	България има представителство [137]

Физически фактори

Физическата средата са обектите от маршрутите, в която си предлага изживяването на туриста. Състоянието на обектите и експонираните в тях елементи на културното наследство, предлаганите атракции, представления и събития са материалната среда или измерим компонент, който оказва пряко влияние и подпомага комуникацията с туриста. Физическите фактори (физическата среда) са материалната част на една иначе нематериална услуга – туристическата услуга. Във физическите фактори влизат следните елементи: помещение, външен вид на служители, поведение на служители, обзавеждане, рекламни материали и всички елементи на идентичността на интегрирания туристически продукт. От съществено значение, за туристическото изживяване по маршрутите, е свързаността между обектите, включени в маршрутите, по отношение на тяхното управление и комуникационна политика, елементи, които са предпоставка за идентичност на продукта. Споделянето на обща идентичност на обектите и предлаганото преживяване са един от най-силните инструменти за въздействие.

Разработването на стикери обозначаващи интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ (основен и разширен) и карта за събиране на стикери от обектите при посещение от туристите, са елементи, които маркират продукта и в същото време са сувенир от туристическото преживяване.

[137] Международни туристически изложения, на които България има представителство https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/MRIT/ministry_of_tourism_mejdunarodni_izlojeniya_2020_2_0.pdf

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Хората в маршрутите

Фокусът в туризма е поведението на хората, контрола на качеството и личните продажби. Хората са ключовите заинтересовани страни - крайни клиенти, заинтересовани страни, партньори, персонал - който активно участва в покупката и продажбата на туристически продукт. Отношението, уменията и външният вид на персонала са важни за осигуряване на цялостна удовлетвореност.

Координирането на начините на представяне, повишаване на капацитета на служителите, предлагащи и презентиращи интегрирания туристически продукт, е основен елемент на промотирането му. Ключов елемент е създаването на единен стандарт за представяне на обектите - част от маршрутите „Изкуство и култура“ (основен и разширен).

Процеси

Процесите в туризма включват:

- ✓ Планиране и очакване на пътуване;
- ✓ Пътуване до обекта/района;
- ✓ Спомен;
- ✓ Пътуване;
- ✓ Пакети за планиране.

Добре проектираните процеси правят услугите удобни за туристите. Това до голяма степен повишава увереността и удовлетвореността на туристите.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Улесняването на пътуванията в съвременния свят е не само тясно свързано с „развитието на туризма“, но то може да бъде от ключово значение за повишаване на търсенето и за икономическия растеж.

Управлението на процесите на предлагане, комуникация създаване на очаквания и тяхното удовлетворяване е от първостепенна важност за позиционирането на интегрирания туристически продукт.

Основен и разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ предлагат преживяване, но потребяването му е свързано с туристическото реализиране на маршрута, поради това следва да бъде осигурявано с професионално обслужване, за да могат туристите да направят своя избор между предлаганите атракции/забележителности, услуги/съоръжения, привлекателност/достъпност. Именно тези отличителни характеристики определят конкурентоспособността му като туристически продукт.

Аспектите, изграждащи бранд идентичност на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“, с цел постигане на конкурентни предимства са следните:

Маркова ценност	Изкуство и култура в различни проявления. Уникално наследство. Разнообразие на предлаганите форми на изкуство и култура. Красиви и разнообразни природни дадености по маршрута. Атрактивни, топли и дружелюбни хора в обектите, включени в маршрутите. Събития и атракции извън включените в маршрутите обекти.
Атрибути на бранда ***(атракции, основни услуги)***	Основни атракции – всички обекти включени в двата маршрута. Съпътстващи услуги, свързани с транспорт, настаняване, изхранване по маршрутите, създаване на акцент на кулинарните традиции на дестинациите през, които преминават маршрутите.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	Ключови символи от дестинациите, включени в маршрута, които могат да бъдат допълващи към туристическото изживяване.
Комуникационни техники	Акцент към създаването на партньорства; Маркетинг чрез съдържание (Content Marketing); Комуникации в социалните мрежи и онлайн среда; Създаването на информационно-промоционални материали на различни носители, в дигитален и аналогов формат, включващи информация за възможен дизайн на пътуването и туристическото изживяване; Реклама; Публичност; Обществена отговорност; Събития и колаборации с различни институции и създаването на съвместни комуникационни кампании.
Маркетинг идентичност (*основните характеристики на икономическите, социалните и културни дейности)*	Разширяване на предлагането с цел насърчаване на туристите да похарчат повече средства в дестинациите; Колаборация между предлагането със съпътстващи дейности, нарочно създавани събития и/ или развитие на сувенирна продуктова линия за маршрута; Представяне на автентична местна култура в различните дестинации.
Посоки, базирани на продукти, услуги и действия	Разширяване на тематичния маршрут (като се включат съпътстващи туристически продукти и услуги), чрез разширяване на партньорската мрежа.
Същност и основни ценности *(хора, вярвания, история,*	Обектите включени в маршрутите; Експертизата на хората представящи обектите на място;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

иновации, знания и умения.)	Културното многообразие преплетено с туристическото изживяване чрез разнообразни форми на изкуство и култура; Културно наследство и автентичност на представянето.
Уникален сбор от атракции	**Велико Търново** 1. Художествена Галерия "Борис Денев" 2. Мултимедиен посетителки център "Царевград Търнов"; 3. Самоводска чаршия; 4. Хан Хаджи Николи; 5. Музикално-драматичен театър "Константин Кисимов". **Горна Оряховица** 6. Художествена галерия "Недялко Каранешев". **Плевен** 7. Художествена галерия Дарение "Колекция Светлин Русев"; 8. Регионален Исторически музей – Плевен; 9. Художествена галерия "Илия Бешков"; 10. Панорама "Плевенска епопея 1877"; 11. Драматично-куклен театър "Иван Радоев". **Кнежа** 12. Общински исторически музей. **Белоградчик** 13. Исторически музей Белоградчик. **Видин** 14. Художествена галерия "Никола Петров"; 15. Драматичен театър "Вида";

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	16. Симфониета; 17. Държавен куклен театър. **Клафат** 18. Двореца-музей Маринку. **Крайова** 19. Музей на изкуствата (двореца Жан Михаил); 20. Къща Бънией (Casa Baniei); 21. Филхармония "Олтения"; 22. Национален театър "Марин Сореску"; 23. Театър за деца и младежи "Колибри". *Обектите включени в основен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ са шест (отбелязани са в цвят). *Обектите включени в разширен съвместен интегриран туристически маршрут „Изкуство и култура“ са двадесет и три.
Персонализация на бранда	Изкуство и култура по Източен Дунав – представена е визуализация на персонализацията на бранда.
Същност на бранд идентичността	Зелен туризъм; Приключението да откриваш; Вдъхновени от изкуството; Културно наследство; Дунав -люлка на културата; Културата – открий я и мечтай.

Както всеки бранд, така и интегрираният туристически продукт „Изкуство и култура“ е

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

изграден от неосезаемите елементи, но също така и от някои действително осезаеми – като лого, послания и символи.

Независимо дали става въпрос за осезаемите или неосезаемите елементи, които го изграждат, те трябва да работят заедно и в синхрон. Логото, посланията, символите трябва да си кореспондират и да комуникират пряко с обещанията и очакванията, които интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ създава, с възприятията, които формира и с цялостното преживяване, което дава.

Концепцията за бранда на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ трябва да е ясна и трябва да вдъхва надеждност и доверие в туристите, като краен потребител, също и в предоставящите туристическите услуги - служителите в културните организации и партньорите, изграждащи туристическия продукт.

Преди да бъде дефиниран ясно и да заживее свой собствен живот, всеки бранд, който предстои да бъде изграден, трябва да бъде подложен на някои проучвания.

Обединяващото в интегрирания туристически продукт са елементите представени в името му - „Изкуство и култура“, като основен и първи елемент на бранда е идентичността на продукта.

Избраното име представлява симбиоза между мотивите за развитие на културния туризъм, предлагане и същността на включените обекти в двата туристически маршрута от интегрирания туристически продукт.

Визуална идентичност, визуална идентичност на бранда

Изхождайки от вече избраното име, следва да обърнем внимание на семиотичната страна и символното значение не само на избраните думи, но и обектите, които подробно са описани в „Разработване на съвместен интегриран тематичен маршрут “Изкуство и култура“ ДОКЛАД №4 Проект ROBG -576 “Изкуство и култура - общи трансгранични активи в подкрепа на устойчивото развитие на туризма”. Представените обекти изразяват многообразието на възможностите за туристически пътувания, с тема изкуство и култура на трансграничния регион.

Това многообразие е плюс, но в същото време може да доведе до преплитане на символите и създаване на обвързване и дисбаланс във възприятията на туристите. В тази връзка са необходими активни и целенасочени действия за създаване на единна визуална

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

идентичност на интегрирания туристически продукт. За целта следва да се обърне внимание на ключовите за трансграничния регион символи и послания, които да бъдат инкорпорирани в графичната идентичност.

Първият избор следва да бъде съобразен с цветовете, предлагаме следните три варианта на хармонизирани цветови палитри, с три цвята, общ е синия цвят – като цвят на река Дунав, но не е необходимо да има символ за река в логотипа.

Фигура 29 Палитри за избор на цветове за изграждане на визуална идентичност

В първите две палитри се предлага и лилавия цвят, който е част от визуалната идентичност на гр. Велико Търново, като първа и последна точка на туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен). Градът, същевременно, е най-разпознаваемата туристическа дестинация, на чиято територия има пет обекта от маршрута и много голямо предлагане на допълнителни туристически продукти и услуги, много силно развит събитиен календар.

И в трите предложения, балансиращия цвят е топъл – жълт, оранжев (два нюанса). Тези цветове носят баланс в графичното изображение и могат да бъдат свързани с топлота, слънце, оранжевото в хералдиката на цветовете се свързва с креативността и съзидателното творчество.

Логото, като част от марката, представлява основният, ключов елемент на бранда, който визуализира името, изобразено по определен начин, или относително самостоятелен графичен елемент, който подсказва смисъла на марката. Неговата форма, цвят и цялостна визия са описание на философията на интегрирания туристически продукт.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Основните символи, които следва да залегнат в логотипа на интегрирания туристически продукт и включените туристически маршрути, следва да се разглеждат като отделни туристически продукти, но с един бранд. Те трябва да бъдат свързани с името на маршрута и обединяващото маршрута, а именно – изкуство, култура, креативни индустрии. Това предполага вплитането на многообразието в един символ без да се получи претрупване на символи. Логотипът следва да съдържа акценти от интегрирания туристически продукт, специална типография, като задължителен елемент е териториалното позициониране на продукта.

Важно за логото е, да е лесно запомнящо се, да не е натоварено с много детайли, за да не създава объркване или противоречививъзприятия у потребителите. Логото трябва да е като името – да говори за марката, вместо нея. Да бъде нейно лице, неин глас и да създава усещане за нея.

Брандът не е само лого, шрифтове, цветове - това е процес на утвърждаване на марката, а това става по-лесно чрез положителен опит и емоции с качествени продукти, с оглед да се изгради емоционална връзка. Това се постига чрез средствата на маркетинг комуникациите – конкретно описани по-горе, при представяне на маркетинг микса.

В символното означаване може да се открие връзката на името на бранда с бранд персоналността и емоциите, които се стреми да предизвика у потребителите. Именно тук, може да се подчертае една от ключовите роли на името на бранда в процеса на бранд комуникационното позициониране, където името се свързва с емоциите (чувствата, които предизвиква), персоналността (отличителните черти, с които брандът се асоциира), персоналните и социалните ценности.

Генерирането на преживявания, споделянето на послания и създаването на емоции са важните цели на събитията в туризма. Сред многообразието от продукти на културния туризъм, културните събития предоставят ценно стратегическо предимство. Факт е ползата за местната общност от създаването и популяризирането на културни обекти и събития.

Стъпвайки на описаното по-горе, в Стратегията се предлагат няколко варианта за бранд на интегрирания туристически продукт.

Предложение за бранд в концепция „Изкуство и култура по Източен Дунав“

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Изкуство и култура по Източен Дунав

Предложения за бранд в концепция „Културен коридор Източен Дунав“

Вариант 1:

Културен коридор
Източен Дунав

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Вариант 2:

Културен коридор Източен Дунав

Предложение за бранд в концепция „Културно наследство на Източен Дунав“

КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО по Източен Дунав

3.5 Маркетингови дейности за реализиране на стратегия

При разработването на настоящата *Маркетингова стратегия на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“*, изборът на цели и дейности е провокиран от разбирането, че разработения туристически продукт е с потенциал за устойчиво развитие и позициониране на вътрешни и външни туристически пазари. Чрез идентифицираните конкретни дейности се постигат конкретни дейности се постига изпълнението настратегическите цели на Стратегията. Дейностите са групирани, съобразно предвидените специфични цели, които допринасят за постигане на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

стратегическите цели. Всяка дейност е ясно и точно дефинирана от гледна точка на времеви график и необходимите ресурси. Този логически обвързан подход гарантира изпълнението на Стратегията.

Таблица 28 Специфичните дейности са представени в следващата таблица

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
Стратегическа цел 1: Развитие и усъвършенстване на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) като културна туристическа дестинация в трансграничен регион Румъния-България.	Специфична цел 1.1 Разгръщане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ чрез обогатяване на продуктовата палитра.	**Дейност 1.1.1:** Сформиране на смесена работна група с представители на заинтересованите страни за разработване на критерии за разширяване на маршрутите с обекти, актракционни, природни дадености, активности и т.н. **Дейност 1.1.2:** Разработване на локални туристически маршрути (под-маршрути), интегрирани с други форми на туризъм. **Дейност 1.1.3:** Присъединяване на маршрута към съществуващи, тематично сходни маршрути, свързани с изкуство и култура на територията на трансграничния регион Румъния-България. **Дейност 1.1.4:** Разширяване и актуализиране на културния (събитиен календар) на интегрирания туристически продукт.
	Специфична цел 1.2 Развитие на интегрирания туристически продукт в посока подобряване на преживяването на туристите в дестинацията.	**Дейност 1.2.1:** Създаване на партньорства с представители на заинтересовани страни (представители на туристическия сектор: хотели, ресторанти, туристически оператори, туристически агенти; камари на занаятчиите; браншови организации на екскурзоводи; управители на културни институции; организатори на фестивали и управляващи атракции, културни институции, неправителствени организации и т.н.).

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
		Дейност 1.2.2: Разработване на специализирани туристически пакети (напр. тематични пакети - Изкуство и култура по пътя на виното и т.н) в партньорство със заинтересованите страни, стъпвайки на разработените интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен). **Дейност 1.2.3:** Разработване на събитийна програма за реализиране на събития в обектите от основен и разширен интегрирани туристически маршрути и реализарането й. **Дейност 1.2.4**: Разработване на туристически пакети за съчетаване на интегрирания туристически продукт с фестивални прояви в дестинацията, ключов елемент за междукултурния обмен и интензивността на социалните контакти.
	Специфична цел 1.3 Развитие на национално, трансгранично и международно сътрудничество за усъвършенстване и поддържане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.	**Дейност 1.3.1**: Укрепване на взаимодействието между участниците в управлението и развитието на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“. Насърчаване на междуинституционалното и трансгранично сътрудничество за осигуряване развитието на маршрута. **Дейност 1.3.2:** Развитие на партньорства с европейски и световни туристически оператори за включване на интегрирания туристически продукт или обекти от него, в разработени от и функциониращи при тях маршрути. **Дейност 1.3.3:** Развитие на партньорства с международни и национални онлайн платформи за

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
		туризъм, за включване на маршрутите в съответните платформи. **Дейност 1.3.4:** Създаване на контакти с организатори на туристически борси и изложения за включването на интегрирания туристически продукт в програмите им.
Стратегическа цел 2: Повишаване качество на съществуващите услуги и въвеждане на системи за споделено иновативно управление на интегрирания туристически продукт.	Специфична цел 2.1: Укрепване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на интегрираните туристически маршрути.	**Дейност 2.1.1**: Анализ на нуждите от обучение на управляващите маркетинговата стратегия и управлението на дестинацията. Разработване на обучителни програми (на основата на анализа) за усъвършенстване на знанията и уменията. **Дейност 2.1.2:** Провеждане на обучения за усъвършенстване на административния капацитет за развитие и управление на туристическа дестинация, и развитие на тематични туристически маршрути. **Дейност 2.1.3:** Провеждане на обучения за усъвършенстване на административния капацитет за управление на изпълнението и оценката на маркетинговата стратегия. **Дейност 2.1.4:** Участия в учебни посещения в организации, отговорни за управлението на туристически дестинации.
	Специфична цел 2.2: Укрепване на капацитета за предоставяне на услуги в туристическите обекти по маршрутите.	**Дейност 2.2.1:** Разработване на програми за продължаващо интерактивно обучение в сферата на туризма и спецификите на маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути. **Дейност 2.2.2:** Провеждане на обучения за усъвършенстване на знанията и уменията, на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
		предоставящите туристически услуги, при маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути.
	Специфична цел 2.3: Създаване на благоприятни условия за ефективно и устойчиво управление на интегрирания туристически продукт.	**Дейност 2.3.1:** Разработване на механизъм за споделяне на информацията между всички партньори и обекти, включени в интегрирания туристически продукт, за да се избегне информационен вакуум и ненавременна информираност на туристите. **Дейност 2.3.2**: Провеждане на/и участие в периодични събития със заинтересованите страни, във връзка информационно представяне на интегрирания туристически продукт и комуникационната свързаност с различните публики. **Дейност 2.3.3:** Провеждане на годишни анкетни проучвания за посещаемостта на обектите от съвместните туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) и трансформирането на резултатите в мерки за действие.
Стратегическа цел 3: Популяризиране на	Специфична цел 3.1 Интегриране на бранд идентичността на интегрирания	**Дейност 3.1.1:** Разработване на митология на бранда, обвързана с всички обекти по съвместните туристически маршрути.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
	туристически продукт „Изкуство и култура“.	**Дейност 3.1.2:** Разработване на Ръководство за визуална идентичност и прилагането на му от всички участници в управлението и продажбите на интегрирания туристически продукт.
	Специфична цел 3.2: Създаване и развитие на информационна осигуреност на маршрута за подпомагане на информиран избор на туристите.	**Дейност 3.2.1:** Разработване и разпространение на рекламни материали (онлайн и на аналогов носител), представящи добро съотношение цена-качество-преживяване и тяхната обвързаност. **Дейност 3.2.2:** Разработване и разпространение в обектите, по интегрираните туристически маршрути, на стикери на маршрута и карта за събиране на стикери от посетителите (сувенир на интегрирания продукт). **Дейност 3.2.3:** Участие на интегрирания продукт в рекламни кампании от местно, регионално и държавно ниво. **Дейност 3.2.4:** Популяризиране на разработената платформа и мобилно приложение в онлайн среда (социалните мрежи), разработване на рекламни банери. **Дейност 3.2.5:** Създаване на модел и система за бърз отговор „в платформата на маршрутите) при запитване от туристи, други публики, медии и т.н., за предоставяне на релевантна информация. **Дейност 3.2.6:** Изграждане секция в онлайн платформата за индивидуално планиране на посещения на обектите от маршрута (туристически калкулатор). **Дейност 3.2.7:** Създаване на секция в сайта на интегрирания туристически продукт, в която да се

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Стратегическа цел	Специфична цел	Дейности
		представят туристическите агенции-партньори, които предлагат маршрута.
	Специфична цел 3.3: Развитие на рекламна и комуникационната политика на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.	**Дейност 3.3.1:** Разработване на план за действие в посока управление на репутацията на обектите и цялостното представяне на интегрирания продукт „Изкуство и култура“, в съответствие с комуникационните цели и утвърдения бранд. **Дейност 3.3.2:** Засилване на работата с туристически информационни центрове по места. **Дейност 3.3.3:** Участие и представяне на интегрирания продукт в национални и международни туристически борси/изложения. **Дейност 3.3.4:** Развитие на дигиталните канали за достигане до различни туристически групи. **Дейност 3.3.5:** Провеждане на уъркшопи/семинари за представители на туристическата индустрия, във връзка с предлагането на туристическия продукт и туристическото преживяване .

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

3.6 Очаквани резултати

В съответствие с поставените цели и посока на действие за маркетиране на интегрирания туристически маршрут "Изкуство и култура" се залага на подход за позициониране на туристическия продукт, който акцентира на устойчивите и ефективни действия за развитието му, основаващи се на туристическото предлагане и туристическото преживяване. Спецификата е, че предлагаме интерактивен туристически продукт, който е част от туристическото преживяване и очакваните резултати са насочени в две насоки:

Комуникационно позициониране и създаване на търсене;

Създаване и поддържане на ефективни и устойчиви взаимоотношения на общност от партньори, свързани с интегрирания туристически продукт "Изкуство и култура".

Очакваните резултати от постигане на специфичните цели, чрез реализиране на дейностите заложени в маркетинговата стратегия, са:

Резултат 1: Усъвършенстван туристически продукт - културна туристическа дестинация, в трансграничен регион Румъния-България.

Резултат 2: Интегрирано управление на дестинацията, постигната диверсификация на предлагането и повишена удовлетвореност от услугите.

Резултат 3: Популяризиран интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура" и повишена разпознаваемостта му, като устойчива дестинация на вътрешни и външни пазари.

Постигането на описаните резултати води до постигане на заложените, в стратегията, стратегически цели.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Фигура 30 Схема на общ стратегическа рамка за реализиране на Маркетингова стратегия за реализиране на интегриран туристически продукт, включващ съвместен тематичен маршрут „Изкуство и култура“ (2021 - 2027 г.)

3.7 Мониторинг и оценка

Мониторингът и оценката на маркетинговата стратегия представляват наблюдение на изпълнението на стратегията и плана за действие, основано на систематично и регулярно

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

събиране на данни и анализ, необходими за оценка на изпълнението и при нужда - актуализация на маркетинговата стратегия и/или плана за действие. Това е непрекъснат процес на събиране на данни и информация с цел проследяване и контрол на изпълнението на планираните мерки и дейности.

Процесът по мониторинг на Стратегията и Планът за действие за реализиране на специфичните цели ще се извършва от съвместен екип, включващ представители на Община Велико Търново, Община Калафат и Фондация "Лице за изкуство и култура", гр. Плевен. В първите 3 години от изпълнението на маркетинговата стратегия, Фондация "Лице за изкуство и култура", гр. Плевен ще е водещата организация.

Предвижда се членовете на екипа да бъдат подпомагани и от експерти, представители на включените обекти в маршрутите (основен и разширен), представители на общинските/окръжна администрации и представители на заинтересованите страни.

Фигура 31 Структура за управление на Стратегията в първите три години (2021 - 2024 г.).

Процесът на наблюдение на изпълнението на Стратегията ще се извършва при съблюдаването на няколко основни принципи:

1. Всеобхватност на обектите на мониторинг;
2. Яснота и прозрачност;

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

3. Обективност;

4. Взаимен контрол и координация между отговорните институционални звена;

5. Наличие на ясни правила и процедури за провеждане на наблюдение;

6. Партньорство и взаимодействие с всички заинтересовани страни.

Контролът на изпълнението на стратегията е важна функция на управлението. Функцията „контрол“ играе ролята на обратна връзка в управлението. В резултат на осъществения контрол се получава информация за състоянието на изпълнението на Стратегията, оценка на нейното въздействие.

Основната цел на мониторинга и оценката е своевременно да се идентифицират потенциалните проблеми и трудности по изпълнението на маркетинговата стратегия и плана за действие и да се идентифицират основните рискове и елементи с предприемане на действия за коригиране на изпълнението.

Специфичните цели на маркетинговия мониторинг и оценка са:

• Постигане на целевите стойности на индикаторите за мониторинг;

• Проверка на финансовото изпълнение на маркетингова стратегия и план за действие;

• Проверка на изпълнение на маркетингова стратегия и план за действие в рамките на определен времеви период;

• Проверка на изпълнение на изискванията за прилагане на маркетингова стратегия и план за действие.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 29 Индикатори за въздействие

Ниво на измерване *(Вид индикатор)*	Обект на измерване	Индикатор	Мерна единица	Базова стойност *(базова година 2020)*	Междинна стойност /2024 г./	Целева стойност /2027 г./	Източник на информация
Индикатор за въздействие	**Стратегическа цел 1:** **Развитие и усъвършенстване на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) като културна туристическа дестинация в трансграничен регион Румъния-България.**	Запазване и разширяване на обектите включени в интегрираните туристически маршрути (6 основен и 23 разширен)	бр.	6/23	8/26	10/30	Данни от изпълнителя на проекта
	Стратегическа цел 2: **Повишаване качество на съществуващите услуги и въвеждане на системи за споделено иновативно управление на интегрирания**	Ръст на туристически пристигания в обекти за настаняване в целевите райони (в Българи и Румъния)	% от базовата стойност	1 107 443[138]	4%	7%	НСИ на България и Румъния, Евростат, институции/организации, свързани с туризма.

[138] Пренощували лица в места за настаняване в целевите региони от България и Румъния през 2019 г. Източник НСИ България и Румъния.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

	туристически продукт.						
	Стратегическа цел 3: **Популяризиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ като устойчива дестинация в трансграничния регион Румъния-България“.**	Ръст на посещенията в обектите от съвместни туристически маршрути “Изкуство и култура“ (основен и разширен). Посещения реализирани от потребители на туристическите маршрути.	% от базовата стойност	0[139]	5%	10%	НСИ на България и Румъния, Евростат, институции от обектите по маршрутите.

[139] Базовата стойност е „0“, защото Разработените съвместни интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ са нов продукт на пазара.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Таблица 30 Индикатори за изпълнение

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
Стратегическа цел 1: Развитие и усъвършенстване на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) като					
Специфична цел 1.1 Разгръщане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ чрез обогатяване на продуктовата палитра.	Сформирани екипи	брой	1	1	Доклади за изпълнение на стратегията
	Разработени под-маршрути.	брой	1	3	Доклади за изпълнение на стратегията, разработените под-маршрути
	Създадени контакти за включване на интегрирания туристически продукт в сходни маршрути.	брой	3	10	Доклади за изпълнение на стратегията
	Актуализирани културни (събитийни календари).	брой	1	4	Доклади за изпълнение на стратегията - актуализираните културни календари.
Специфична цел 1.2 Развитие на интегрирания туристически продукт в посока подобряване на преживяването на туристите в дестинацията.	Установени партньорства с представители на заинтересованите страни.	брой	3	10	Подписани споразумения за партньорство.
	Разработени тематични туристически пакети.	брой	1	3	Доклади за изпълнение на разработените тематични туристически пакети
	Събития проведени в обектите по интегрираните туристически маршрути (основен и разширен).	брой	5	10	Доклади за изпълнение на стратегията - Плакати за реализиране на събитията в обектите по основен и

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
					разширен интегрирани туристически маршрути.
	Разработени туристически пакети с включени фестивални прояви.	брой	1	3	Доклади за изпълнение на разработените туристически пакети.
Специфична цел 1.3 Развитие на национално, трансгранично и международно сътрудничество за усъвършенстване на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.	Проведени работни срещи с участниците в управлението и развитието на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.	брой	2	5	Доклади за изпълнение.
	Установени партньорства със световни и европейски туристически оператори.	брой	1	3	Доклади за изпълнение.
	Установени партньорства с онлайн туристически платформи.	брой	2	5	Доклади за изпълнение.
	Установени контакти с организатори на туристически борси и изложения.	брой	2	5	Доклади за изпълнение.
Стратегическа цел 2 Повишаване **качество на съществуващите услуги** и въвеждане на системи за споделено иновативно управление **на интегрирания туристически продукт.**					
Специфична цел 2.1: Укрепване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на интегрираните туристически маршрути.	Проведени анализи на нуждите от обучение	брой	1	1	Доклади за изпълнение – изготвеният анализ на нужди от обучение.
	Брой проведени обучения за усъвършенстване на административния капацитет за развитие и управление на туристическа дестинация, и развитие на тематични туристически маршрути.	брой	1	1	Доклади за изпълнение.
	Проведени обучения за усъвършенстване на	брой	1	1	Доклади за изпълнение.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
	административния капацитет за управление на изпълнението и оценката на маркетинговата стратегия.				
	Участия в учебни посещения в организации, отговорни за управлението на туристически дестинации.	брой	1	2	Доклади за изпълнение.
Специфична цел 2.2: Укрепване на капацитета за предоставяне на услуги в туристическите обекти по маршрутите.	Разработени програми за продължаващо интерактивно обучение в сферата на туризма и спецификите на маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути.	брой	1	1	Доклади за изпълнение.
	Проведени обучения на заинтересованите страни в сферата на туризма и спецификите на маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути.	брой	1	1	Доклади за изпълнение.
Специфична цел 2.3: Създаване на благоприятни условия за ефективно и устойчиво управление на интегрирания туристически продукт.	Разработени механизми за споделяне на информацията между всички партньори и обекти.	брой	1	1	Доклади за изпълнение - разработеният механизъм.
	Участия/проведени събития със заинтересованите за представяне на интегрирания туристически продукт.	брой	2	5	Доклади за изпълнение.
	Проведени годишни анкетни проучвания за посещаемостта на обектите от съвместните туристически маршрути	брой	2	4	Доклади за изпълнение - анализ на проучванията.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междинна стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
	„Изкуство и култура“ (основен и разширен).				
Стратегическа цел 3 Популяризиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ като устойчива дестинация в трансграничния регион Румъния-България“.					
Специфична цел 3.1 **Интегриране на бранд идентичността на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.**	Разработена митология на бранда	брой	1	1	Доклад за изпълнение.
	Разработено ръководство за прилагане на визуална идентичност.	брой	1	1	Доклад за изпълнение – разработеното ръководство.
Специфична цел 3.2: Създаване и развитие на информационна осигуреност на маршрута за подпомагане на информиран избор на туристите.	Разработени рекламни материали за онлайн реклама (двуезични на български/английски и румънски/английски език) – 10 бр.	брой	5	10	Доклад за изпълнение – разработените материали за онлайн реклама.
	Културни календари – на английски и български език, на румънски и английски език.	Брой	1000	2000 1000 бр. на английски и български език и 1000 бр. на румънски и английски език	Доклади за изпълнение – разработените културни календари.
	Брошури, описващи основния и разширените интегрирани туристически	Брой	1000	2000 бр. 1000 бр. на	Доклади за изпълнение –

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
	маршрути “Изкуство и култура) -на английски и български език и на румънски и английски език.			английски и български език и 1000 бр. на румънски и английски език .	разработените брошури.
	Плакати, съдържащи информация за събитията в обектите по маршрутите) - на английски и български език и на румънски и английски език .	брой	500	1000 бр. (500 бр. на английски и български език и 500 бр. на румънски и английски език).	Доклади за изпълнение - разработените плакати.
	Листовки - съдържащи информация за събитията в обектите по маршрутите (на български и английски език и на румънски и английски език).	брой	1000	2000 бр. (1000 бр. на английски и български език и 1000 бр. на румънски и английски език).	Доклади за изпълнение - разработените листовки.
	Каталози, съдържащи разширения маршрут - на английски и български език и на румънски и английски език.	брой	500	1000 500 бр. на английски и български език и 500	Доклади за изпълнение - разработените каталози.

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
				бр. на румънски и английски език.	
	Разработени, отпечатани и разпространени, в обектите по интегрираните туристически маршрути комплект - карта (за събиране на стикери) със стикери на 23-те обекта – три езични - български, английски и румънски език.	брой	3000	3000	Доклади за изпълнение - комплектите
	Участия на интегрирания туристически продукт в рекламни кампании.	брой	1	3	Доклади за изпълнение - материали от рекламните кампании.
	Онлайн рекламни банери (на румънски, английски и български език).	Брой	3	3	Доклади за изпълнение - онлайн рекламните банери .
	Рекламни публикации в социалните медии.	брой	5	10	Доклади за изпълнение - линкове към рекламните материали.
	Изградена система за бърз отговор	брой	1	1	Онлайн платформата на интегрирания туристически продукт.
	Изградена секция в онлайн платформата за индивидуално планиране на посещения на обектите от маршрутите.	брой	1	1	Онлайн платформата на интегрирания туристически продукт.
	Изградена секция в онлайн платформата представяща	брой	1	1	Онлайн платформата на

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Обект на измерване	Индикатор за резултат	Мерна единица	Междина стойност - 2024 г.	Целева стойност 2027 г.	Източник на информация
	туристическите агенции-партньори, които предлагат маршрута.				интегрирания туристически продукт.
Специфична цел 3.3: Развитие на рекламна и комуникационната политика на интегрирания	Разработен план за управление на репутацията.	брой	1	1	Доклад за изпълнение - разработеният план.
	Проведени работни срещи с представители на туристическите информационни центрове по места.	брой	5	5	Доклади за изпълнение.
	Участия в туристически борси и изложения	брой	2	3	Доклади за изпълнение.
	Развити дигитални канали (Facebook, YouTube, блогове, онлайн медии и т.н)	Бр.	5	5	Доклади за изпълнение.
	Уъркшопи/семинари, в които маршрутът е обект на популяризиране.	брой	3	5	Доклади за изпълнение.

3.8 План за действие

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
ОБЩА ИНДИКАТИВНА СТОЙНОСТ	**€114 500**					
Стратегическа цел 1: Развитие и усъвършенстване на интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) като културна туристическа дестинация в трансграничен регион Румъния-България .	**€7 500**					

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
Специфична цел 1.1 Разгръщане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ чрез обогатяване на продуктовата палитра.	**€3 500**					
Дейност 1.1.1: Сформиране на смесена работна група с представители на заинтересованите страни за разработване на критерии за разширяване на маршрутите с обекти, актракционни, природни дадености, активности и т.н.	€500	Собствени средства и фондове на ЕС				
Дейност 1.1.2: Разработване на локални туристически маршрути (под-маршрути), интегрирани с други форми на туризъм.	€1 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 1.1.3: Присъединяване на маршрута към съществуващи, тематично сходни маршрути, свързани с изкуство и култура на територията на трансграничния регион Румъния-България	€1 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 1.1.4: Разширяване и актуализиране на културния (събитиен календар) на интегрирания туристически продукт.	€ 1000	Собствени средства				
Специфична цел 1.2 Развитие на интегрирания туристически продукт в посока подобряване на преживяването на туристите в дестинацията.	**€2 100**					
Дейност 1.2.1: Създаване на партньорства с представители на заинтересовани страни	€500	Собствени средства и фондове на ЕС				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
(представители на туристическия сектор: хотели, ресторанти, туристически оператори, туристически агенти; камари на занаятчиите; браншови организации на екскурзоводи; управители на културни институции; организатори на фестивали и управляващи атракции, културни институции, неправителствени организации и т.н.).						
Дейност 1.2.2: Разработване на специализирани туристически пакети (напр. тематични пакети - Изкуство и култура по пътя на виното и т.н.) в партньорство със заинтересованите страни, стъпвайки на разработените интегрирани туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен).	€500	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 1.2.3: Разработване на събитийна програма за реализиране на събития в обектите от основен и разширен интегрирани туристически маршрути и реализарането й.	€ 600	Собствени средства				
Дейност 1.2.4: Разработване на туристически пакети за съчетаване на интегрирания туристически продукт с фестивални прояви в дестинацията, ключов елемент за междукултурния обмен и интензивността на социалните контакти.	€500	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Специфична цел 1.3 Развитие на национално, трансгранично и международно сътрудничество за	**€1 900**					

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
усъвършенстване и поддържане на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.						
Дейност 1.3.1: Укрепване на взаимодействието между участниците в управлението и развитието на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“. Насърчаване на междуинституционалното и трансгранично сътрудничество за осигуряване развитието на маршрута.	€1000	Собствени средства и други източници				
Дейност 1.3.2: Развитие на партньорства с европейски и световни туристически оператори за включване на интегрирания туристически продукт или обекти от него, в разработени от и функциониращи при тях маршрути.	€300	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 1.3.3: Развитие на партньорства с международни и национални онлайн платформи за туризъм, за включване на маршрутите в съответните платформи.	€300	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 1.3.4: Създаване на контакти с организатори на туристически борси и изложения за включването на интегрирания туристически продукт в програмите им.	€300	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Стратегическа цел 2: Повишаване качество на съществуващите услуги и въвеждане на системи за споделено иновативно управление	**€15 500**					

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
на интегрирания туристически продукт.						
Специфична цел 2.1: Укрепване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на интегрираните туристически маршрути.	**€6 000**					
Дейност 2.1.1: Анализ на нуждите от обучение на управляващите маркетинговата стратегия и управлението на дестинацията. Разработване на обучителни програми (на основата на анализа) за усъвършенстване на знанията и уменията.	€1 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 2.1.2: Провеждане на обучения за усъвършенстване на административния капацитет за развитие и управление на туристическа дестинация, и развитие на тематични туристически маршрути.	€1 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 2.1.3: Провеждане на обучения за усъвършенстване на административния капацитет за управление на изпълнението и оценката на маркетинговата стратегия.	€1 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 2.1.4: Участия в учебни посещения в организации, отговорни за управлението на туристически дестинации.	€3 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
Специфична цел 2.2: Укрепване на капацитета за предоставяне на услуги в туристическите обекти по маршрутите.	**€1 000**					
Дейност 2.2.1: Разработване на програми за продължаващо интерактивно обучение в сферата на туризма и спецификите на маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути.	€500	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Дейност 2.2.2: Провеждане на обучения за усъвършенстване на знанията и уменията, на предоставящите туристически услуги, при маркетирането и предлагането на тематични туристически маршрути.	€500	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Специфична цел 2.3: Създаване на благоприятни условия за ефективно и устойчиво управление на интегрирания туристически продукт.	**€8 500**					
Дейност 2.3.1: Разработване на механизъм за споделяне на информацията между всички партньори и обекти, включени в интегрирания туристически продукт, за да се избегне информационен вакуум и ненавременна информираност на туристите.	€5 000	Собствени средства (заплати на служители от отдел „Култура“, община Велико Търново)				
Дейност 2.3.2: Провеждане на/и участие в периодични събития със заинтересованите страни, във връзка информационно представяне на	€1 500	Собствени средства (средства то община Велико Търново и				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
интегрирания туристически продукт и комуникационната свързаност с различните публики.		община Калафат)				
Дейност 2.3.3: Провеждане на годишни анкетни проучвания за посещаемостта на обектите от съвместните туристически маршрути „Изкуство и култура“ (основен и разширен) и трансформирането на резултатите в мерки за действие.	€2 000	Собствени средства и фондове на ЕС и други източници				
Стратегическа цел 3: Популяризиране на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“ като устойчива дестинация в трансграничния регион Румъния-България“.	**€91 500**					
Специфична цел 3.1 Интегриране на бранд идентичността на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“.	**€4 000**					
Дейност 3.1.1: Разработване на митология на бранда, обвързана с всички обекти по съвместните туристически маршрути.	€3 000	Собствени средства (заплати служители на фондацията) и други източници				
Дейност 3.1.2: Разработване на Ръководство за визуална идентичност и прилагането на му от всички участници в управлението и продажбите на интегрирания туристически продукт.	€1 000	Собствени средства (заплати служители на фондацията) и други източници.				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
Специфична цел 3.2: Създаване и развитие на информационна осигуреност на маршрута за подпомагане на информиран избор на туристите.	**€60 000**					
Дейност 3.2.1: Разработване и разпространение на рекламни материали (онлайн и на аналогов носител), представящи добро съотношение цена-качество-преживяване и тяхната обвързаност.	€5 000	Собствени средства (средства на общинските администрации фондацията)				
Дейност 3.2.2: Разработване и разпространение в обектите, по интегрираните туристически маршрути, на стикери на маршрута и карта за събиране на стикери от посетителите (сувенир на интегрирания продукт).	€3 000	Собствени средства (средства на общинските администрации фондацията)				
Дейност 3.2.3: Участие на интегрирания продукт в рекламни кампании от местно, регионално и държавно ниво.	€45 000	Собствени средства (общински и централен бюджет)				
Дейност 3.2.4: Популяризиране на разработената платформа и мобилно приложение в онлайн среда (социалните мрежи), разработване на рекламни банери.	€3 000	Собствени средства (общински и централен бюджет)				
Дейност 3.2.5: Създаване на модел и система за бърз отговор „в платформата на маршрутите) при запитване от туристи, други публики, медии и т.н., за предоставяне на релевантна информация.	€2 000	Собствени средства (заплати IT общински служители Велико Търново)				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
Дейност 3.2.6: Изграждане секция в онлайн платформата за индивидуално планиране на посещения на обектите от маршрута (туристически калкулатор).	€1 000	Собствени средства (заплати IT общински служители Велико Търново)				
Дейност 3.2.7: Създаване на секция в сайта на интегрирания туристически продукт, в която да се представят туристическите агенции-партньори, които предлагат маршрута.	€1 000	Собствени средства (заплати IT общински служители Велико Търново)				
Специфична цел 3.3: Развитие на рекламна и комуникационната политика на интегрирания туристически продукт „Изкуство и култура“	**€27 500**					
Дейност 3.3.1: Разработване на план за действие в посока управление на репутацията на обектите и цялостното представяне на интегрирания продукт „Изкуство и култура“, в съответствие с комуникационните цели и утвърдения бранд.	€1 000	Собствени средства (заплати служители Фондация)				
Дейност 3.3.2: Засилване на работата с туристически информационни центрове по места.	€500	Собствени средства				
Дейност 3.3.3: Участие и представяне на интегрирания продукт в национални и международни туристически борси/изложения.	€20 000	Собствени средства (общински и централен бюджет)				
Дейност 3.3.4: Развитие на дигиталните канали за достигане до различни туристически групи.	€1 000	Собствени средства (заплати служители Фондация)				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.

Наименование	Индикативна стойност	Източник на финансиране	2021-2022	2023-2024	2025-2026	2027
Дейност 3.3.5: Провеждане на уъркшопи/семинари за представители на туристическата индустрия, във връзка с предлагането на туристическия продукт и туристическото преживяване .	€5 000	Собствени средства				

Съдържанието на този документ не представлява непременно официалната позиция на Европейския Съюз. Отговорност за съдържанието на този документ носят единствено неговите автори.