НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ

ИНФОРМАЦИОНЕН БЮЛЕТИН

СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ

Брой 408 / 2026 г.

за периода 28 март – 3 април, 2026 г.

СЪДЪРЖАНИЕ:

Новини от Национален борд по туризъм ..... стр. 2

Редактор: Иван Атанасов

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg

Новини от Национален борд по туризъм

Конференция КУЛТУРА. ТУРИЗЪМ. КОМУНИКАЦИИ.



Юбилейна инициатива по случай отбелязването на
20-ата годишнина на Националния Борд по Туризъм
„4-те ключа за устойчив туризъм – Култура, Природа, Храна и Иновации“
под патронажа на г-жа Илияна Йотова, президент на Република България
с институционалната подкрепа на Министерството на туризма

Конференция КУЛТУРА. ТУРИЗЪМ. КОМУНИКАЦИИ.

УниБИТ, зала „Тържествена“, 31.03.2026 г.



Националният борд по туризъм под **патронажа на президента на Република България Илияна Йотова и с институционалното партньорство на Министерството на туризма** организира конференция „КУЛТУРА. ТУРИЗЪМ. КОМУНИКАЦИИ.“, която се проведе на 31 март 2026 г. в УниБИТ.

Събитието е част от юбилейната инициатива по случай отбелязване на **20-ата годишнина от учредяването на НБТ** под наслов „4-те ключа за устойчив туризъм – Култура, Природа, Храна и Иновации“.

Официални партньори са: Българска стопанска камара, Българска телеграфна агенция, Българска национална телевизия, Българско национално радио, Университет по библиотекознание и информационни технологии, Университет по хранителни технологии – Пловдив, Лесотехнически университет, Българско конгресно бюро, Българска асоциация на заведенията, Български туристически съюз и Европейска лига за икономическо сътрудничество.

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg

ОБЗОР



Конференцията даде възможност да се постави фокус на връзката между културата, туризма и комуникациите. В нея се включиха с участие представители на обществените медии, културни институции, туристическия сектор, академичната общност. Тя беше открита в зала „Тържествена“на УниБИТ с изпълнение на хилма на Република България.

Форумът предизвика голям интерес и на него присъстваха над 90 гости, представители на държавната власт, трите обществени медии – БТА, БНТ и БНР, както и водещи частни медии като „24 часа“, „Bulgaria ON AIR“, специализирани издания като „TravelNews.bg“ и „BGtourism.bg“, браншови организации в културата и туризма, преподаватели в български университети, докторанти и студенти на УниБИТ.

Национален борд по туризъм

Културният туризъм позволява на България да привлича гости 365 дни в годината, извън традиционните летен и зимен сезон, коментира пред журналисти **д-р Полина Карастоянова**, изпълнителен директор на НБТ.

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg



„Всъщност културата се явява още един мощен механизъм за привличане на интереса на туристи, които в този момент или доскоро бяха отправили своя поглед към страните от Близкия изток“, допълни Карастоянова.

Изпълнителният директор на Националния борд по туризъм д-р Полина Карастоянова акцентира върху значението на доверието като ключов капитал за развитието на сектора „Доверието в каузата ни – България да бъде красива, привлекателна и конкурентоспособна туристическа дестинация – ни задължава и ни мотивира повече от всичко. Културата, природата, храната и виното са квинтесенцията на нашата идентичност”. Тя благодари на Министерството на туризма за институционалното партньорство и подчерта ролята на съвместните усилия за развитието на сектора.

„Всъщност културата се явява още един мощен механизъм за привличане на интереса на туристи, които в този момент или доскоро бяха отправили своя поглед към страните от Близкия изток“, допълни д-р Карастоянова.

Карастоянова очертава 3 ключови искания към държавата за подкрепа на сектора: пренасочване на бюджетни средства за масирана реклама на ключови пазари като Германия, Полша, Чехия, Великобритания и Италия, въвеждане на механизъм, който да позволи на туроператорите да заменят финансови задължения към клиенти с ваучери за алтернативни пътувания, вместо незабавно възстановяване на суми в 14-дневен срок, както и 9 процента ДДС за ресторантьорите не като инструмент за

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg

намаляване на цените, а като средство за оцеляване на бизнеса при повишени разходи за доставки и за увеличаване на заплатите на служителите.

Карастоянова призова за „смело управление“ от страна на държавата и отхвърли твърденията, че облекченията в ДДС ще струват много на държавната хазна. Устойчивите мерки за туризъм означават и смело управление на сектора и от страна на държавата, посочи тя. Вж. видео



Националният борд по туризъм настоява за създаването на Фонд „Бранд България“ по подобие на фондовете за култура и за земеделие, каза **д-р Мартин Захариев**, заместник-председател на НБТ

„За Националния борд по туризъм културата и туризмът са стратегически свързани, а партньорството с Министерството на туризма е ключово за реализирането на политики, които превръщат инвестициите в култура в устойчиво развитие и повишават конкурентоспособността на България като туристическа дестинация“, каза той.

Д-р Захариев заяви, че културният туризъм може да бъде разгледан в три аспекта: недвижимо културно наследство (архитектура, археология), движимо (фолклор, занаяти) и съвременно изкуство (концерти, театър, филми). По думите му

един от основните фактори, които ограничават развитието на културния туризъм на България, е неясното разбиране за синергията между тези стълбове и изтъкна липсата на интегриран подход.

„Ако е вярно, че културните и творчески индустрии формират между 5 и 6 процента от българската икономика - това са 6-7 милиарда лева и 100 000 заети в 25 000 малки и средни предприятия. Това е сериозен бизнес!“, коментира Захариев. По данни на националната статистика за миналата година има 5600 проведени концерта, посетени от 2,7 милиона души. Имаме над 180 музея с 4 милиона посетители през 2025 г., допълни Захариев. Вж. видео

Държавата



Българите търсят преживявания, култура, природа и разнообразие и все по-често ги намират в България. Нашата задача като министерство е да превърнем това търсене в устойчива политика, каза служебният **министър на туризма Ирена Георгиева**. Тя представи няколко ключови извода от последното национално изследване на социологическа агенция „Тренд“, поръчано от Министерството на туризма. Данните показват не просто важността на вътрешния туризъм, а и възможната посока за развитие на сектора, заяви Георгиева.

Тя напомни, че ведомство през годините последователно партнира на културни, фестивални и събитийни инициативи като инструмент за удължаване на туристическия сезон и насърчаване на вътрешния туризъм.

Министър Ирена Георгиева подчерта, че в условията на глобални кризи секторът изисква активна и адаптивна политика: „Туризмът не е сезонен бизнес, а стратегически сектор. Обществото вече показва доверие към българските дестинации и нашата задача е да го запазим и развием”.

Тя акцентира върху значението на вътрешния пазар: „Българите търсят преживявания – култура, природа и разнообразие – и все по-често ги намират в България. Нашата задача е да превърнем това в устойчива политика”. Министърът очерта и конкретни мерки за подкрепа на сектора, сред които засилване на вътрешния туризъм чрез целенасочени рекламни кампании, диверсификация на външните пазари, дигитализация и адаптация към новите технологии, както и развитие на туристически продукти с висока добавена стойност. Вж. видео



Министерството на културата и Министерството на туризма работят в тясно сътрудничество по редица инициативи. Една от тях е инициативата за стоте национални туристически обекта. Министърът на културата по правилник е председател на Националния координационен съвет на инициативата, каза служебният

заместник-министър на културата Виктор Стоянов на конференцията „Култура. Туризъм. Комуникации“.

Културният туризъм трябва да бъде разглеждан като стратегически ресурс за устойчивото развитие на България, а не като допълваща дейност към масовия сезонен туризъм. Той съчетава икономически потенциал, съхраняване на националната идентичност и регионалното развитие и следва да бъде поставен сред приоритетите на държавната политика, каза Виктор Стоянов.

По думите му културният туризъм би следвало да е приоритет на националната туристическа политика – като устойчив и целогодишен сектор с висока добавена стойност, който развива регионите извън морските и зимните курорти и привлича по-дългосрочен и платежоспособен туристически поток.



Заместник-министър Стоянов отбеляза, че половината от класическите музиканти в Гърция са учили в България и трябва да направим страната ни дестинация за престижен културен туризъм. България има изключително богато културно наследство с висока концентрация на обекти от различни цивилизационни периоди. Страната ни има международно признато културно наследство със световна значимост и с обекти от листата на ЮНЕСКО, както и от нематериалното културно наследство, каза заместник-министърът на културата.

Трябва да има единна информационна система между министерствата за отчитане на резултатите от проекти и събития, каза заместник-министър Виктор Стоянов. Той добави, че фестивалите и културните събития могат да се използват като стратегически туристически ресурс.

„Винаги културата е най-евтината разменна монета при всички преговори за създаване на правителство. Това е една публична тайна, която би трябвало да бъде изговаряна на всеки такъв форум, защото кой е най-конвертируемият продукт на държавата, кои са тези, които седят на първите места в най-престижните оркестри по света. Това са българските класически музиканти, българските концертмайстори, коя друга сфера на държавата има такива успехи.

И ние, вместо да се гордеем с този потенциал, с нашето културно-историческо наследство, пилеем пари за сектори, които нямат една хилядна от успехите, които има нашата култура. Вече е време културата да бъде в центъра на събитията“, каза заместник-министър Стоянов.

Той отбеляза, че Националният фонд „Култура“ преди години е управлявал 700 000–800 000 лева бюджет, а сега управлява десетки пъти повече. И конференция като тази, с капацитета и с експертизата, която е събрана тук, може би ще бъде много силен сигнал към нашата политическа класа, изрази увереност Виктор Стоянов.

Вж. видео

Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ) вече не разглежда проектите за пътна инфраструктура или водоснабдяване изолирано. Целта е тези инвестиции да се комбинират с реставрация на музеи, галерии и подкрепа за туристическия бизнес, за да се разгърне икономическият потенциал на регионите. Това стана известно от казаното от **заместник-министъра на регионалното развитие и благоустройството Дора Янкова** по време на конференция „Култура. Туризъм. Комуникации.“.

Все повече ангажиментите на МРРБ са да създаде правила за инфраструктурна свързаност, за възможности не само да има път и вода, а това всичко да добавя към интегрираните териториални инвестиции към нашето стопанство, а там, където са акцентите на туризма, да разкрива и туристическия потенциал, заяви Янкова.



Тя представи акценти от дейността на МРРБ, които допринасят за разкриване на туристическия потенциал на страната. Сред тях зам.-министърът посочи програмата „Развитие на регионите“ за периода 2021-2027 г. с основен акцент върху преминаването от чисто инфраструктурни проекти към интегрирани териториални инвестиции, които целят цялостно развитие на регионите чрез партньорство между общините, бизнеса и културните институции.

Над 30% от интегрираните териториални инвестиции по програма „Развитие на регионите“ са насочени именно към проекти с туристическа насоченост (в райони като Родопите, Троян, Карловско и Шумен).

Министерството активно работи по програмите „Интеррег“ за свързаност и туризъм със съседните държави – Турция, Гърция, Република Северна Македония, Сърбия и Румъния, каза Янкова.

До 2027 г. е осигурена възможност общините да кандидатстват с проекти пред Министерството на финансите, като средствата се предоставят чрез регионалното министерство за реализиране на местни приоритети, гласувани от общинските съвети, допълни тя.

Вж. видео

Бизнесът



Председателят на Българската стопанска камара (БСК) **Добри Митрев** заяви, че фокусът върху културата като стратегически ресурс е изключително важен.

Митрев акцентира върху изключително богатото културно-историческо минало на страната, уникалната природа и „най-вече уникалният народ, който може да покаже именно тази индустрия на гостоприемството, която създава за всеки потребител: хубавите преживявания, спомени, доброто прекарване със семейството, с приятелите, наслаждаване на красивата природа, на хубавата храна, на доброто българско вино, музеи, природни и исторически забележителности".

Той изтъкна, че страната трябва да се възползва от това, което има, но и да прави така, че и следващите поколения след нас да могат да му се наслаждават, и да дадем възможност на всеки, който чува думата България, който идва в страната, гледа клип в „ЮТюб“ (YouTube) за България, да каже: „Това е едно уникално място“.

Вж. видео

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg

Медиите



Възможностите за културен туризъм в България Българската телеграфна агенция (БТА) представя вече системно след създаването през 2021 г. на специализираната редакция с емисия за знание и култура ЛИК, наречена на емблематичното списание на БТА. Първият му брой излиза през 1965 г., а месечната периодичност бе възстановена през 2022 г, каза генералният директор на БТА **Кирил Вълчев**. Той изтъкна, че БТА има най-богатия архив - с над 5 милиона хартиени страници и още толкова електронни през последните 25 години. Сред тях е и новината от 3 май 2006 г., че е учреден Национален борд по туризъм и това е нашият подарък за организацията. Първата среща на НБТ е била с Министерството на вътрешните работи, каза Кирил Вълчев и подари тези архивни новини на Полина Карастоянова, изпълнителен директор на Националния борд по туризъм.

Вече 8 пъти БТА организира форуми “БГ ТУРИЗЪМ”, които се провеждат два пъти всяка година - в началото на летния и зимния туристически сезон, за обсъждане на посланията при представянето от медиите на туризма в България през предстоящия сезон, като участват представители на държавни и общински институции, туристическия бизнес, неправителствени организации, учени и експерти. Националният борд по туризъм също присъства. От 5 години БТА има договор за партньорство с

борда, както и с останалите основни неправителствени организации в туризма, каза генералният директор на БТА.

На тези форуми, организирани от БТА, заедно търсим кои биха могли да бъдат отправните моменти за посланията от България през предстоящия туристически сезон, припомни Вълчев.

Използвам случая да обявя, че следващият форум ще бъде в курортния комплекс Св. св. Константин и Елена на 11 май, в навечерието на откриването на годишния конгрес на Европейската СПА асоциация, чийто домакин ще бъде България, съобщи генералният директор на БТА.

Кирил Вълчев каза, че през последните 5 години, през които БТА организира форумите, са се очертали 3 посоки за силни послания от България.

Първо, гарантирането на сигурна ваканция. Това послание остава важно и през тази година на фона на войните в Близкия изток и Украйна, отбеляза генералният директор на БТА.

По думите му предизвикателството пред политиците е как да гарантират спокойствие и сигурност, които са толкова важни за успешен туризъм, където и да било по света. От гледна точка на посланията от България през предстоящия туристически сезон, който ще започне на фона на политически турбуленции и социални вълнения, важи подходящият и за управляващи, и за опозиция съвет на свети Йоан Златоуст в една от неговите проповеди: “Който сам не вреди на себе си, на него никой не може да навреди”. Затова трябва да вземем пример от страните, в които - въпреки протести и други изрази на политически и социални сблъсъци, остават привлекателни за туристите, включително и със своите живи демокрации и свободни общества.

На първия форум „БГ Туризъм”, организиран от БТА във Варна за обсъждане на посланията на България в навечерието на туристическия сезон през лятото на 2022 г., посланието, около което всички се обединихме на фона на продължаващата пандемия от КОВИД-19 и започналата война в Украйна, беше именно „България е сигурна/ Bulgaria is safe”, припомни Кирил Вълчев.

Второ, предимствата заради на свободното пътуване без граници в Европейския съюз (ЕС), а от тази година от въвеждането на единната европейска валута. Но различните ситуации в страни - големи европейски туристически пазари налагат и различни послания, което личи дори само от нужните послания към съседните на България страни, в чиито столици БТА вече има постоянни кореспонденти с национални пресклубове, каза Вълчев.

За туристите от страните от еврозоната, както и за съседите на България от Гърция, използването на една и съща валута у дома и там, където отиват на почивка или екскурзия, е посланието през първата година на еврото в България. Това трябва да бъде очевидно предимство, смята той.

За идващите от страни в ЕС, където имат собствена валута като леята в съседите от Румъния, продължава да е актуално посланието за пътуването без граници.

За трети страни, които имат облекчени условия за пътувания без визи в Европейския съюз, включително за съседите на България от Република Северна Македония и Сърбия, посланието явно трябва да бъде с различен акцент от това към туристите от страни, които се нуждаят от виза за България като Турция, каза Кирил Вълчев.

Той добави, че това означава, че България трябва да има различни послания към туристите в различните страни, включително в съседните. А такова разграничаване е предизвикателство не само пред държавните институции, а и пред медиите, особено БТА с нейната емисия „Новини за чужбина".

Предизвикателство, включително пред българските медии, които четат, гледат и слушат, и българите извън границите на страната ни, е да има конкретни послания и към тези българи, за които родината им също вече е туристическа дестинация и по-достъпна за плаж, ски и СПА без граничен контрол след влизането на страната ни в Шенген, а с еврото става по-лесно за тези, които идват от страни в еврозоната.

Трето послание е за природните условия и културните преживявания. В навечерието на зима 2023/2024 - в Самоков, във фокуса беше именно темата за използването от конкурентите на България от зимни курорти в Европа на съобщенията, че у нас няма достатъчно сняг за зимни спортове и тогава се обединихме около посланието “България - сняг има!“/“Bulgaria - there is a snow”, каза Вълчев.

Той припомни, че важността на точността на метеорологичните прогнози и новините за времето в медиите беше тема и форума в курортен комплекс Албена преди лятото на 2024 г., когато конкретното обединяващо послание стана “България - топло, но не горещо” / “Bulgaria - warm, no hot”, защото в България е топло, но няма непоносими жеги понякога над 50 градуса по Целзий, които са заплаха за здравето и живота, каквито тогава за поредна година имаше в европейските страни на юг от България - Турция, Гърция, Албания, Черна гора, Хърватия, Италия, Южна Франция, Испания, Португалия.

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg



А на форума в село Баня, община Разлог, през 2024 г. сложихме акцент върху посланието за целогодишен и разновиден туризъм, независимо от природните условия с измененията в климата с фразата “България - Ски, Слънце & СПА” / “Bulgaria - Ski, Sun & SPA”, отбеляза генералният директор на БТА.

Според Кирил Вълчев слагането на акцент върху балнео, СПА, климатичен и медицински туризъм позволява България да покаже специфичното за нея - лечебните води, съчетани с това, което и други имат - планини за ски и преходи, море, култура. Това е така, защото България със своите проучени повече от 550 залежа на термални и минерални води с над 1600 минерални извора с дебит 4900 литра в секунда е на първо място в континентална Европа и на второ място в Европа след Исландия по ресурси на натурална минерална и изворна вода с естествен произход, уникален състав и питейни качества.

България има доказани места с въздух за климатолечебен туризъм - Сандански, Трявна, Свети Влас, Чепеларе. България има 354 километра крайбрежие край Черно море със 78 развити пясъчни ивици, които позволяват таласотерапевтичен туризъм. Има шест езера с лечебна кал и солници - Шабленско езеро, Русалка, Балчишка тузла, Варненско езеро, Атанасовско езеро и Поморийско езеро.

Възможностите за културен туризъм в България БТА представя вече системно след създаването през 2021 г. на специализираната редакция с емисия за знание и култура ЛИК, наречена на емблематичното списание на БТА. Първият му брой излиза

през 1965 г., а месечната периодичност бе възстановена през 2022 г, припомни Вълчев. Издаваме и броеве на чужди езици - брой за 90-годишнината на Кристо и Жан-Клод, който излезе и на английски, немски (представихме го в Берлин), и френски (на 18 юни ще го представим в Париж по време на инсталацията в чест на Кристо Pont Neuf на художника JR, наричан „френския Банкси“).

Новините от англоезичната версия на емисията са сред най-често изпращаните от БТА на повече от 50 национални информационни агенции, с които нашата агенция има партньорски договори за всекидневна размяна на новини, съобщи Кирил Вълчев.

В началото на своето изказване Кирил Вълчев каза, че БТА има най-богатия архив - с над 5 милиона хартиени страници и още толкова електронни през последните 25 години. Сред тях е и новината от 3 май 2006 г., че е учреден Национален борд по туризъм (НБТ) и това е нашият подарък за организацията. Първата среща на НБТ е била с Министерството на вътрешните работи, каза Кирил Вълчев и подари тези архивни новини на Полина Карастоянова, изпълнителен директор на Националния борд по туризъм.

Този подарък показва, че трябва да имаме памет и да знаем, че нещата не започват от нас. Днешният ден е особено подходящ и на него се отбелязва 45-годишнината на НДК, каза Кирил Вълчев.

Той отбеляза, че последните 3 броя на списание ЛИК на БТА са посветени на това, че трябва да се пази паметта. Януарският брой на ЛИК беше посветен на 170-годишнината на българските читалища, февруарският брой беше посветен на 130-годишнината на Националната художествена академия, а мартенският е посветен на 45-годишнината на НДК. Трябва да си отговорим също какъв символ ще остави нашето поколение, време е да помислим за нова концертна зала, за разширяване или за нова сграда на Националната библиотека, които са предпочитани от туристите. Националният исторически музей се намира на странно място и може би е нужно да се обединим, и да мислим или за цялостен комплекс, или за отделни решения, за нови символни сгради на тези три институции - за Националния музей, за концертна зала и за Националната библиотека, които да оставим като памет, каза Кирил Вълчев.

Вж. видео

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg



Българската национална телевизия (БНТ) винаги е готова да отразява теми, свързани с туризма и събитията в България, каза генералният директор на БНТ **Милена Милотинова**. Тя анонсира новия сериал „Ком-Емине“, чийто първи епизод бе представен в „Сан Стефано плаза“. Сериалът е заснет при изключително трудни условия, но именно затова е успял да покаже красотата на България, която трябва всички да видят, добави генералният директор.

Милотинова посочи, че в концепцията си за развитие на БНТ е записала нуждата от предаване за добър начин на живот, което включва туризма, спа туризма и всичко, което може да се представи в каналите на националната телевизия. Специален акцент в концепцията ѝ е насочен към българите в чужбина и превръщането на БНТ4 в истински канал за българската диаспора. Българите в чужбина имат дълбока обич към страната и поддържат българската култура, фолклора, традициите и народната музика, дори без подкрепа от българската държава, каза тя. Като пример тя посочи българите в Милано, които всяка година на 24 май организират празник на буквите пред катедралата и замъка от 15-и век, като по този начин привличат вниманието на чужденци и туристи.

Милотинова съобщи, че БНТ ще се включи с целия си капацитет в отразяването на колоездачната обиколка „Джиро д’Италия“, която ще премине през България. „Освен че ще излъчва директен сигнал в БНТ3, ще се подготвят предварителни интервюта и репортажи за красивите български места по трасето“, каза тя.

Вж. видео



Медиите са ваши партньори в популяризирането на България. Не е възможно те и журналистите сами да знаят за всяко събитие, което се организира, каза генералният директор на Българското национално радио (БНР) **Милен Митев**.

„Едно от основните предизвикателства пред нас е да популяризираме повече това, което България може да предложи като дестинация“, каза Митев. Той подчерта, че сферите на туризма, културата и медиите не са сред най-добре финансираните в страната и именно затова е необходимо обединяване на техните ресурси.

Митев обърна внимание на отговорността на медиите да не създават усещане, че има само лоши новини, а да се изгради ясна комуникационна стратегия с позитивни послания. „Промоцията на България като дестинация трябва да се случва във всяко съдържание, не само в специализираните туристически предавания, защото всяка новина може да достигне до потенциален турист“, каза той.

Митев откроi ролята на „Радио България“ – платформа за връзка с българите по света, която излъчва на 10 чужди езика и разполага с шест музикални състава.

„Ние сме ваши партньори и с радост бихме работили с вас за популяризирането на вашите инициативи“, заяви Митев и отправи призив към всички организатори на културни събития да търсят активно сътрудничество с националните обществени медии. Вж. видео

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg



В рамките на форума бе подписан меморандум за сътрудничество между Българското национално радио и Националния борд по туризъм, насочен към популяризирането на България като туристическа дестинация и изграждането на култура на пътуване. Документът бе подписан от Милен Митев, генерален директор на БНР, и от Полина Карастоянова, изпълнителен директор на Националния борд по туризъм.

Националното радио има амбицията да стимулира развитието на туризма в България, отбеляза Милен Митев.

„Като обществена медия ние сме убедени, че е необходимо да се изгради култура на пътуване в България не като еднократен избор, а като начин на живот. В нашите национални и регионални програми, онлайн платформи, но най-вече нашата мрежа от кореспонденти в страната е в състояние да представи разкази за не толкова добре познати места в цялата страна, които да създадат емоционална връзка между хората и красивите места в нашата държава“, обясни генералният директор на БНР.

Изпълнителният директор на Националния борд по туризъм Полина Карастоянова заяви, че партньорството с Българското национално радио е отговорност и дава мотивация и смисъл на усилията.

„Всяка дума от вашия ефир е знак за сигурност за българските слушатели, за българското общество, че информацията, която поднасяте, е достоверна, обективна и без никакво съмнение навременна и точна“, каза д-р Полина Карастоянова.

Академичната общност



Домакинството на конференцията „Култура. Туризъм. Комуникации“ е не само привилегия за нашия университет, но е и признание за ключовата роля на образованието за изграждането на устойчив туристически сектор, каза ректорът на Университета по библиотекознание и информационни технологии **проф. д-р Ирена Петева**.

Символиката на днешното събитие е още по-силна, защото то се организира под патронажа на президента на България Илияна Йотова и е част от честванията за 20-годишнината от учредяването на Националния борд по туризъм, отбеляза проф. Петева.

Тя каза, че темата на юбилейната инициатива, която е за „4-те ключа за устойчив туризъм - Култура, Природа, Храна и Иновации“, отразява същността на съвременната национална идентичност.

В ерата на глобалните трансформации туризмът не е просто икономически отрасъл, а е мощен инструмент за комуникация на ценности и за съхранение на културното наследство, добави ректорът проф. Ирена Петева.

Днешният форум е платформа за градивни идеи, които ще очертаят предизвикателствата пред българския туризъм и ще представят възможностите за подобряването им чрез симбиоза между академичната общност, бизнеса и държавните институции, каза проф. Петева и поздрави всички партньори, участници в конференцията.

На форума беше предаден и поздрав към участниците в него от проф. Стоян Денчев.

Вж. видео



Нашите студенти разработват изключително интересни курсови и дипломни работи, като свързват класически литературни произведения с литературно-туристически маршрути в България. Това каза **проф. Ваня Добрева**, ръководител на катедра „Култура, историческо наследство и туризъм“ (КИНТ) към Университета по библиотекознание и информационни технологии.

Проф. Добрева поздрави НБТ с 20-годишнината му и отбеляза, че катедрата и НБТ работят заедно от 15 години, реализирайки множество съвместни инициативи.

„Българското образование е изключително важна част от туристическия сектор. В ерата на глобалните трансформации туризмът не е просто икономически отрасъл, а мощен инструмент за комуникация на ценности и съхранение на културното наследство“. Тя изтъкна и проектите, по които са работили в катедрата през предходни години. „Миналата година беше открит нов институт към УниБИТ, занимаващ се с българската диаспора и културното наследство в чужбина“, каза проф. Добрева.

Благодарение на подкрепата на Министерството на културата институтът е реализирал инициатива, свързана със 155-годишнината от учредяването на Българската екзархия, в рамките на която са посетени български общности на Балканите, добави тя. Проф. Добрева изрази надежда, че тази година ще бъде реализирана втора съвместна инициатива, свързана със 150-годишнината от гибелта на Христо Ботев. По повод на годишнината се подготвя изложба, насочена към българските общности на Балканите и в Европа.

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
Т +359 2 9714461 М +359 888 515325
www.tourismboard.bg



Туризмът и културата трябва да вървят заедно. Секторът трябва да спре да иска просто помощ от държавата, а да предложи стратегия как чрез туризма да се подобри животът в страната, стъпвайки на ясен и логичен исторически разказ. Това стана известно от казаното от директора на Института за анализи и прогнози на информационната среда в туризма, УниБИТ, **проф. Румен Драганов**.

Драганов подчерта, че туризмът е преди всичко „въпрос на разказ“. Според него секторът е длъжник на обществото и медиите, защото не успява да представи България по атрактивен начин.

По думите на Драганов кризата в Близкия изток и инфлацията застрашават луксозния туризъм в Европа, а това създава възможност за България, тъй като европейските туристи (особено германците) се насочват към по-бюджетни дестинации.

Експертът отправи критика към сегашните 9 туристически района, чиито наименования по думите му са скучни и неразпознаваеми за чужденците, и предложи окрупняването им в 3 района, базирани на исторически и разпознаваеми имена от римско време: Мизия (между Стара планина и Дунав); Тракия (под Стара планина); Македония и Сердика (Югозападна България).

Той се спря и върху необходимостта от съвместни туристически продукти със съседните страни за привличане на туристи от задокеански пазари, сътрудничество с държави като Черна гора и използване на големите транспортни хъбове в региона (Истанбул, Белград, Букурещ).

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg



Медиите трябва да обръщат по-голямо внимание на туризма и на културата, каза ректорът на Националната музикална академия (НМА) „Проф. Панчо Владигеров“ **проф. д-р Сава Димитров** на конференцията. Той даде пример с името на Панчо Владигеров и отбеляза, че това име се носи от НМА, както и от Музикалното училище в Бургас.

Студентката Александра Величкова и докторантът Веселин Малинов от Университета по библиотекознание и информационни технологии (УниБИТ) взеха участие в конференцията.

Величкова представи своя опит в туристическия бранш, като подчерта важността на разказването за дадено място. Много е важно ние като професионалисти да можем да представим историята на дадена дестинация, защото туристът, който е добре запознат с мястото, с културата, се отнася с уважение към нея, каза тя.

Малинов представи изследване на промените в комуникационните технологии и тяхното въздействие върху туризма през последните 20 години. Последните години промениха начина, по който хората комуникират, работят и разбират света, като тези промени направиха туризма по-достъпен, по-лесен за организиране и много по-социален, каза той. Докторантът очерта две ключови точки за тази промяна – появата на Web 2.0 през 2004 г. и излизането на iPhone през 2007 г. Той изтъкна, че тези две събития са превърнали планирането на пътуванията в изцяло дигитален процес. Към момента 70% от пътуванията започват изцяло през телефона, добави Малинов.

Културните институции



Софийската опера влияе в икономически план чрез своята макроикономическа концепция. Хотели, таксита, ресторанти, билети, самолети и така нататък. Това бяха стотиците гости, които идват на нашия Вагнеров фестивал, каза директорът на Софийската опера и балет **акад. проф. Пламен Карталов** по време на форума.

Връщам се от Амстердам, където точно Вагнеровият фестивал на Софийската опера привлече вниманието на 250 членове на световната организация „Опера Европа“ от 44 държави. Така че България има бранд и това е операта. Защото фестивалът даде живот на желанието и удоволствието на стотици гости от Австралия, от Америка, от Африка, от целия свят. Преди ковида улица „Врабча“, където се намира сградата на Софийската опера, беше пълна с гости от 15 страни за нашия Вагнеров фестивал, разказа акад. Карталов.

По думите му Софийската опера е сред организаторите на 4-5 фестивала, които наложиха признанието на световната музикална общественост, че „нашият фестивал, който тази година ще се проведе за 16-и път, има смисъл“.

„Въпросът беше: защо Вагнер в София? След като Вагнер не е роден в София. Защото Софийската опера затваря една празнина в музикалното образование, в

културното възпитание на хора, които нямаха отношение към един от великаните на световната музикална култура. И в продължение на 16 години този композитор даде друга посока към България на света“, каза Карталов.

„Ние не плачем за пари, за спонсори. Имаме една идея след това за вас към фонд „Култура“. Тук въпросът е отношението. Не чакайте политиците да отидат на опери и на концерти“, каза още директорът на Софийската опера.

„Отървете се от фонд „Култура“. И тук ще навлечете гнева на Ахила. Но тази слугиня, фонд „Култура“, която е много удобна да обслужва и някой си върнал милиони. Върнал ги, защото не знае как да ги изхарчи и как да ги прибере за други цели“, коментира той. Според него зависимостта на фонд „Култура“ от министъра на културата не е здравословна за никого. „Вие искате да помагате чрез този фонд. Оставете го като една отделна дирекция, извън министерството. И по този начин вие ще се отървете от това да се срамувате и да се притеснявате. А имате 125 второстепенни разпоредители със средства, които имат ниски заплати, не знаят как да се оправят и горко на тези дирекции, които имат волята да се оправят“, каза още акад. Карталов.

Отбелязва, че когато Софийската филхармония внесе повече пари в бюджета, тя не ги получава, защото е нарушила лимита за приходи.

България има огромен потенциал за кинотуризъм и може да го направи по-добре от други държави, не трябва да изпуска този момент, каза изпълнителният директор на международния „София филм фест“ **Мира Сталева**. Тя поздрави Националния борд по туризъм с 20-годишнината му от името на „София филм фест“, който тази година отбелязва своята 30-годишнина. Фестивалът е акредитиран от Международната федерация на филмовите продуценти (FIAPF), същата организация, която акредитира Кан, Берлин и Венеция, отбеляза тя.

Сталева посочи, че Sofia Meetings, бизнес платформата на фестивала, която ежегодно привлича над 500 професионалисти в областта на киното, около 350 от които са чужденци, са продуценти, които опознават България, търсят проекти и инвестират, каза тя.



България е изключително известна в момента в света на киното и рекламите, защото предлага много добри условия, посочи Сталева. Миналата година в страната са снимани няколко големи филмови продукции, в които са участвали световноизвестни актьори, добави тя.

Като пример за успешен кинотуризъм Сталева посочи Хърватия, където е било сключено стратегическо споразумение между киноиндустрията и Министерството на туризма. „Министерството на туризма на Турция пък винаги е домакин на павилионите в Кан, Венеция и Берлин, защото продава локации на продуцентите“, добави тя.

Последното издание на Берлинале премина с участието на два български филма – „Лъст“ на Ралица Петрова, спечелил наградата на фестивала в Локарно, и „Мина Роза“ – канадски филм, сниман в България, който взе „Сребърна мечка“ в Берлин, посочи Сталева.

„Предлагам да създадем работна група, за да се възползваме от златния момент за българската киноиндустрия“, каза тя и добави, че "София филм фест" и Sofia Meetings биха могли да бъдат основен партньор в тази инициатива.



Имаме национална стратегия за туризъм от 2014 г., но тя е актуализирана последно през 2017 г., каза Петър Димитров, директор на A to JazZ Festival, по време на форума. Причината за разнопосочните проблеми в сектора е липсата на стратегия, допълни той. Туристите вече не търсят просто евтини дестинации, а искат нещо ново. Пренаситените западни пазари гледат на България като на екзотична дестинация на ръба на Европа, отбеляза той. България обаче постепенно губи ценовото си предимство и става все по-скъпа дестинация, каза още директор на A to JazZ Festival.

Причината за разнопосочните проблеми в сектора е липсата на стратегия, каза Димитров. Туристите вече не търсят просто евтини дестинации, а искат нещо ново. Пренаситените западни пазари гледат на България като на екзотична дестинация на ръба на Европа, отбеляза той. България обаче постепенно губи ценовото си предимство и става все по-скъпа дестинация, каза още Димитров.

Пренебрегваме сегмента на висококачествения турист, който дава най-висока добавена стойност, и тук влизат именно културните събития, каза той.

Димитров подчерта, че културният сектор произвежда икономическа стойност, която не се разбира достатъчно от институциите. Никой не събира цифри за реалния икономически принос на културата, а бюджетите на културните организации трябва да бъдат диверсифицирани и да не разчитат единствено на държавното финансиране, каза той.

Директорът на A to JazZ Festival подчерта, че процесът е многопластов и сложен, а културата и туризмът вървят ръка за ръка на всички нива. Затова е важно институциите да разберат какво произвежда и как работи културният сектор. Ние не сме сезонни работници, също както туристическият бранш никога не е във ваканция, така и културният сектор работи целогодишно, каза в заключение той.

Какво предстои

Освен проведената конференция, НБТ е планирал още 3 събития през годината - през април „Туризъм и природа“ с Лесотехническия университет, през юни Юбилейна Гала вечер 4 seasons 4 you и през октомври „Туризъм, храна и вино“ с Университета по хранителни технологии – Пловдив.

Визията на Националния борд по туризъм как да се повиши интересът към България



20 години от създаването на Националния борд по туризъм ще бъдат отбелязани с редица събития. Юбилейната инициатива ще премине под наслов „Четирите ключа за устойчив туризъм – култура, природа, храна и иновации“. Д-р Полина Карастоянова и д-р Мартин Захариев от ръководството на НБТ разкриха визията за туризъм как да се повиши интересът към България пред БНТ на 3 април 2026 г.

Полина Карастоянова, изпълнителен директор на Сдружение „Национален борд по туризъм“: „Приемаме себе си като един добре балансиран партньор на институциите, партньор на бизнеса и иноватор по отношение на това, което не само разказва какво е постигнато дотук, но и очертава визията за бъдещето.“

Мартин Захариев, заместник-председател на Управителния съвет на Сдружение „Национален борд по туризъм“: „Културата е само част от това, което България трябва да представя навън. Ние не я разглеждаме като нещо самостоятелно. Гордеем се с нея, но я поставяме в по-широк контекст – в една по-голяма екосистема, където трябва да изградим цялостен образ за това как България изглежда извън границите си.

Имаме известна степен на разпознаваемост в Европа, но ако отидете в Сингапур или Нова Зеландия, там почти никой не знае за нас. Затова трябва да се опитаме да създадем нов публичен разказ за визията на България и за начина, по който тя трябва да бъде комуникирана.“

Захариев подчерта нуждата от създаването на бранд „България“: „Репутацията в съвременния свят е ключ към успеха. Когато става дума за репутацията на една държава, разговорът става значително по-сложен. Необходим е широк обществен дебат за създаване на бранд „България“ – как възприемаме себе си и какво искаме да представим пред света. След това трябва да се търси и отговор на въпроса как този образ да бъде комуникиран, тъй като страната има сериозни предизвикателства в тази посока.“

Министерството на туризма инициира редица кампании, които засилиха вниманието към различни нишови видове туризъм. Това създава възможност да се говори за туризъм целогодишно, отвъд неговата сезонност, каза Полина Карастоянова.

Д-р Полина Карастоянова допълни: „След COVID-19 индустрията се промени значително и се очертаха два основни типа туристи – почиващият и пътуващият. Почиващият турист е по-скоро традиционният – този, който веднъж или два-три пъти годишно отива на почивка, често в пакет „ол инклузив“. Пътуващият турист обаче търси преживяване – автентичност, атмосфера, истории, традиции и култура. Именно в този контекст търсим възможности за адаптация и през последните години работим активно в тази посока.“

Повече информация

НАЦИОНАЛЕН БОРД ПО ТУРИЗЪМ
сдружение с нестопанска цел
Седалище: гр. София 1504,
ул. „Оборище“ 19
Офис: гр. София 1113
Ул. „Николай Хайтов“ 2, вх. Д, ет. 2
e-mail: office@nationaltourismboard.bg
T +359 2 9714461 M +359 888 515325
www.tourismboard.bg

Д-р Полина Карастоянова: България има потенциал да се утвърди като целогодишна туристическа дестинация

„Целта ни е да обобщим натрупания опит през последните 20 години и да надградим експертизата си като единствената българска организация, член на Световната организация по туризъм към ООН.“ Това каза в предаването „Метроном“ по Радио ФОКУС изпълнителният директор на Националния борд по туризъм д-р Полина Карастоянова на 30 март 2026 г.

Националният борд по туризъм отбелязва своята 20-та годишнина с мащабна юбилейна инициатива, насочена към устойчивото развитие на туристическия сектор в България. Инициативата се провежда под надслов „Четири ключа за устойчив туризъм“ и обединява четири основни теми - култура, природа, храна и иновации.

По думите на Карастоянова те са фундаментални за бъдещото развитие на България като целогодишна туристическа дестинация.

Карастоянова посочи, че основен акцент в стратегията е преодоляването на сезонността и утвърждаването на България като дестинация, предлагаща разнообразни туристически преживявания през цялата година - от културно-исторически маршрути и фестивали до природни и гастрономически продукти.

Според нея страната има значителен неизползван потенциал в развитието на кулинарния и винения туризъм, като може да изгради разпознаваем международен бранд по примера на водещи европейски държави.

Карастоянова отбеляза още, че иновациите играят ключова роля както в управлението на туристическия продукт, така и в комуникацията с потребителите. Те са и част от по-широките европейски политики, свързани със зеления и дигиталния преход.

По отношение на международната среда тя подчерта, че България има възможност да се позиционира като сигурна и достъпна дестинация на фона на нарастващите цени в страни като Испания, Италия и Гърция.

„Имаме шанс да привлечем повече туристи от ключови пазари като Полша, Германия, Чехия и Великобритания, ако успеем бързо и ясно да комуникираме нашите предимства - сигурност, разнообразие и конкурентни цени“, заяви тя.

Сред основните предизвикателства пред сектора Карастоянова откроi необходимостта от законодателни промени, включително въвеждане на диференцирана ставка на ДДС за ресторантьорския бизнес и механизми за подкрепа на туроператорите при кризи.

„Имаме всички предпоставки България да се утвърди като модерна, целогодишна и устойчива туристическа дестинация, но това изисква ясна визия, силно партньорство и последователни действия от всички участници в сектора“, подчерта Карастоянова.

Повече информация

Д-р Полина Карастоянова: България има потенциал да се утвърди като целогодишна туристическа дестинация

Добавената стойност от културния туризъм е неизмерима, настоя пред БНР Полина Карастоянова, изпълнителен директор на Националния борд по туризъм, на 30 март 2026 г. НБТ организира конференция на тема: „Култура, туризъм, комуникации“. Събитието е част от юбилейната инициатива по случай 20-тата годишнина от учредяването му. Провежда се под патронажа на президента Йотова.

„Светът стана твърде несигурен и нестабилен. Свидетели сме на най-тежката криза след ковид. Конфликтът в Близкия изток дава отражение както върху туристическия сектор, така и върху други ключови индустрии. Имаме комплекс от форсмажорни фактори, които се отразяват по тежък начин. Това е най-добрият момент да погледнем към това, което имаме. Към нашето наследство и богатство – културата. Най-добрият момент да изберем България! Тя е сигурна, спокойна, предлага изключително разнообразни възможности за пътуване и почивка. Те също така са с атрактивни цени“.

Ще предложим платформа, която фокусира вниманието върху културата, туризма, комуникациите, свързаността и начина, по който разказваме българската история, посочи още Карастоянова.

„Универсалната формула за бранд "България" все още има нужда от своята професионална и интелигентна концепция и модел, механизъм как да бъде реализирана.

Туризмът е един мотор на нова социална и обществена възможност за по-слабо развитите райони в страната“.

Повече информация

Д-р Полина Карастоянова: Необходимо е диференцирана ставка по ДДС за туристическия бизнес



Не е ясно конкретно каква помощ ще получи бизнесът от обявената държавна помощ в размер на 100 млн. евро заради скока в цените на горивата. Около тази теза се обединиха браншови организации в „Тази събота и неделя“ по bTV на 28 март 2026 г.

При срещата с премиера и членове на кабинета представители на туристическия сектор са представили решения за кризата.

Изпълнителният директор на Националния борд по туризъм д-р Полина Карастоянова коментира, че след COVID кризата туристическият бранш се намира почти в постоянна криза.

„Противодействията на липсата на ликвидност не са кредити, защото средният, малкият и микробизнесът не могат да поемат повече кредити и изплащане на повече задължения. Условията на ББР са по-рестриктивни дори от тези на някои търговски банки. Ако трябва да подпомогнем ресторантьорския и хотелиерския бранш, е необходимо: диференцирана ставка по ДДС за туристическия бизнес. България е единствената страна в еврозоната, която не прилага тази диференцирана ставка. Тя не е инструмент за по-ниски цени, а инструмент бизнесът да оцелее“, посочи още тя.

Вж. видео