Read.
Learn. Plan!



EVENTS GUIDE Bulgaria 2023

Специализирано издание за събитиен туризъм



Район "Тракия" - с традиции и нови възможности за деловите туристи

Тенденции в конгресния туризъм за 2023

www.eventplus.bg

БРОЙ 2

eventplus.bg

СЪДЪРЖАНИЕ

4 - 9

Тенденции в конгресния туризъм за 2023

10 - 43

В Тракия индустриалният напредък мотивира качеството и специализацията на конгресния продукт

Тракийски туристически район

Водещ автор
Гл. ас. д-р Надежда Костадинова

Рецензент
Доц. д-р Мая Иванова

Автори
Гл. ас. д-р Олга Манчева - Али
Ас. д-р Жанина Стоянова

Използвани източници

Корица и дизайн
Янко Кутоманов
www.kutomanov.com

Българска традиционна шевица
https://vezba.bg/

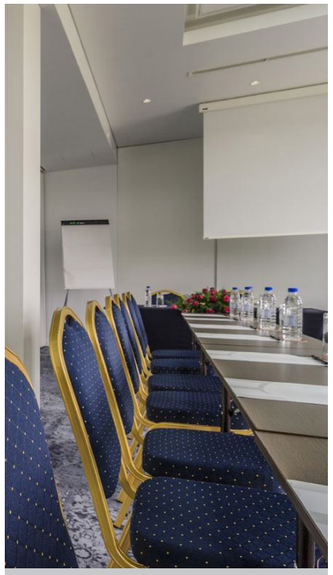
Озвучаване с глас
Венцеслава Велчева

Издава
„Ивент Плюс БГ“ ЕООД
https://eventplus.bg/

За участие в следващ брой на изданието се свържете с нас от тук: Контакт

ISSN 2815-3995

Ивент Плюс БГ ЕООД не носи отговорност и няма отношение към подадената информация и рекламните визии и материали предоставени от рекламодатели.



Тенденции в събитийния туризъм за 2023



След дълго затишие събитийния туризъм отново процъфтява в световен мащаб. Хората искат да се срещат, да общуват на живо, да споделят знания и емоции и да се чувстват част от общност. Как техните желания се отразяват на организирането на събития, какво се е променило в бранша след две години дистанционна работа и липса на пътувания и какви са тенденциите в конгресния туризъм за 2023? Прочетете и се подгответе да организирате перфектните събития за вашите клиенти.



Повече целенасоченост и преживявания

Преди години конгресния туризъм, до голяма степен, представляваше следното: хора, които излизат и говорят пред други хора, кафепаузи, рекламни подаръци и ваучери за отстъпки на различни услуги, вечерни партита за социализация.

За да имат успех, днешните събития трябва да включат публиката като пълноправен участник. Работилници, работни закуски и вечери, сесии въпроси и отговори, тематични дейности, каскади – хората искат да преживеят събитието, да взаимодействат активно с присъстващите лектори и експерти и да извлекат максимум знания и ползи от това. Публиката, която е единствено слушател вече е по-скоро отживелица.

Кратки срокове за организация

След две години несигурност и провалени събития хората предпочитат да се презастраховат. Конгреси, конференции, фестивали – всичко се планира и реализира в много по-кратки срокове от преди. Това изисква друг тип дисциплина и изключително добри умения за комуникация и организация, а също и включването на максимално количество технологии и иновации в процеса.



Всичко е на живо, почти

Да, все още има хибридни събития и онлайн предавания, но болшинството хора държат да присъстват на живо, да се срещат с колеги и лектори, да трупат пълнокръвни впечатления, емоции, знания.



Максимални улеснения за споделяне в социалните мрежи

Всички искат да участват в събития на живо и да споделят своите впечатления и вълнения по повода в социалните мрежи. Колкото повече улеснения получат в това отношение, толкова по-добре.

Удобни кътове, в които хората могат да седнат, да отворят лаптопите си и да споделят по-дълги постове; насърчаването на снимане и качване на снимки в социалните мрежи; брандирани фотокътове – развихрете въображението си в тази посока.

Персонализация, персонализация, персонализация

Както вече казахме, публиката иска да е активен участник в събитието, а не слушател. Даже нещо повече, всеки зрител и слушател иска програмата да е адаптирана максимално към неговите нужди, интереси, въпроси. Да може да избира между различни теми и работилници, че дори и между различни партита и менюта.

Вече е съвсем обичайно темите, поставени във фокуса на събитието, да се разглеждат от множество гледни точки, от различни лектори, почти по едно и също време. Всеки избира в коя зала да влезе и какво да слуша, какво да гледа, къде да участва.

Дестинацията е повече от география

Мястото на срещата има все по-голямо значение за успеха ѝ. До пандемията хората предпочитаха да посещават събития в големите градове. Днес предпочитанията им клонят към средно големи градове, в които цените са по-ниски, разстоянията по-малки, има какво да се види и какво да се прави, по-зелено е и определено е по-спокойно.

Ако все още си мислите, че хората, които идват за вашето събитие няма да имат време за нищо друго, грешите. Сега водещо е именно желанието част от времето, отделено за професионално пътуване да бъде използвано за опознаване на ново място, развлечение и почивка.

Устойчивост

Всичко, свързано с опазване на околната среда и устойчиво развитие, което можете да имплементирате във вашето събитие е добре дошло. Например, ако ще осигурявате автомобили на гостите си, нека да са електрически. Ако трябва да избирате между обикновена зала и зала, захранвана с електричество от соларни панели, изберете втората.

Гаранция за безпроблемно изживяване

Несигурността и безпокойството са ключови за развитието на конгресния туризъм в почти всяко отношение. Те са причината за възраждането на интереса към груповите пътувания. Пак заради тях хората искат да имат предварителна яснота какво ги очаква там, където отиват; държат да могат лесно и бързо да си направят резервация в последния момент; да са наясно към кого да се обърнат, ако имат нужда от помощ и подкрепа.

Корпоративни пътувания

Това, че служителите на много компании все още работят от домовете си, не значи, че вече няма да има тиймбилдинги, фирмени партита и корпоративни пътувания. Напротив! Нуждата екипите да се опознават и сплотяват е по-голяма отпреди и се очаква фирмените събития да се правят по-често и с по-голям размах.





Голямото сливане

И разбира се, комбинирането на работа и почивка, което започна преди две години не може да бъде спряно. Много хотели и заведения вече предлагат комфортни споделени офис пространства. Хората ги търсят и използват с удоволствие. Все по-малко пътувания са само с цел почивка или само с цел изпълнение на работни ангажименти. Имайте го предвид, когато организирате събитие за ваш клиент или за вашата фирма. Може да се окаже, че служителите искат да вземат семействата си или че вие искате да им предложите интересен и гъвкав график и възможности за работа и почивка по време на събитието.

Помислете какво от тенденциите в конгресния туризъм за 2023 ще пасне на вашето събитие, заредете се с идеи и вдъхновение и се захващайте с организацията.

В ТРАКИЯ ИНДУСТРИАЛНИЯТ НАПРЕДЪК МОТИВИРА КАЧЕСТВОТО И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯТА НА КОНГРЕСНИЯ ПРОДУКТ

Тракийски туристически район



Резюме:

Тракийският туристически район разбива мита, че работата и почивката заедно са несъвместими. Единствено на неговата територия са обособени два притегателни центъра – Пловдив и Стара Загора. Тяхното икономическо развитие върви ръка за ръка с развитието на конгресния туризъм в условията на градска среда. Това прави района идеален избор за забързаните и делови туристи, които търсят начин да съчетаят приятното с полезното.

Над 73 хотела и 150 зали с места за над 11 хил. делегати дават възможност за провеждане на различни събития. Нещо повече – открити зали и съоръжения извън хотелите предлагат допълнителни 20 хил. места за конгресни прояви. Големият капацитет на ресторантите позволява не само местни, но и международни събития да бъдат обслужени. Голяма част от заведенията за хранене предлагат специални кетъринг менюта за изнесени бизнес и конгресни прояви.

Общините в периферията на градовете, които са разположени на близко отстояние, могат да поемат настаняването на големи, международни групи. Селищата около Стара Загора и Хасково, където са застъпени виненият и курортният туризъм, са подходящи за организацията на делови мероприятия. Конгресните програми се обогатяват благодарение на съпътстващите СПА и балнео активности, с които е известен районът.

Тракийският туристически район може да се похвали с два от националните културно-исторически маршрута на България. Организираните панаири и фестивали на виното, храната и занаятите привличат туристи и могат да бъдат част от съпътстващата програма на всяко едно конгресно събитие. Близките винарни до градовете пък дават възможност гостите да дегустират едни от най-изисканите сортове вина за района - Каберне Совиньон, Каберне Фран, Мерло, Сира, Мавруд, Рубин и др.

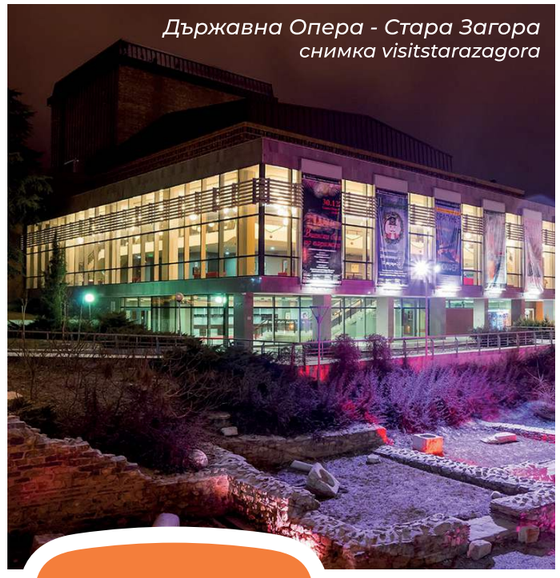
Слушайте тук
EventsGuide

Характеристики на настаняването и конгресната база в хотелите



Тракийски район

73 конгресни хотела — *150 зали* — *11 000 места в залите*



Държавна Опера - Стара Загора
снимка visitstarazagora

Тракийски район е единственият с два силни обособени центъра – Пловдив и Стара Загора

Тракийски туристически район е третият по големина на териториален обхват след Дунавски и Стара планина. Той заема 14% от площта на страната, а в него влизат 35 общини. Малка част от тях вземат активно участие при формирането на комплексния туристически продукт на района, а още по-малко към днешна дата притежават дадености за профилирано разгръщане потенциала на конгресния туризъм. За сметка на това има ясно обособени два силни центъра – Пловдив и Стара Загора, а в периферията им също се откриват обекти от конгресен тип. Това дава основание да се мисли в посока съвместното им маркетингово позициониране на туристическия пазар и обединено предлагане на продукт, насочен към деловия сегмент. Последното аргументира и специализацията на конгресния продукт, което да увеличи разпознаваемостта на района с този му имидж. Динамично развиващата се индустрия в двата града е силен мотив да се създават условия за надграждане на съществуващия конгресен хотелиерски продукт.

Деловият туризъм се вписва в разширената специализация на района

Тракийски туристически район (ТТР) е един от трите района, наред с Варненски Черноморски и Софийски, в чиято разширена специализация намира място деловият туризъм. В концепцията за туристическо райониране на България[28] той е поставен на трето място, след културния и винения туризъм. Характеристиките на този район го правят достатъчно привлекателен и за външни посетители, а разположението му в южната централна част на страната и в непосредствена близост до съседни Гърция и Турция допринася за това.

Тук попадат два от първите пет града на България по брой на населението – Пловдив и Стара Загора. Това е предпоставка да се генерират вътрешни туристопотоци, търсещи условия за практикуване на конгресен туризъм.

Петте най-многобройни града на България попадат в ТТР, което създава условия да се генерират вътрешни конгресни туристопотоци

[28] *Концепция за туристическо райониране на България, Министерство на туризма, София, 2015*

На пръв поглед районът може да се характеризира като такъв, предлагащ предимно градски условия на туристите. Не липсват, обаче, места, където курортният туризъм също е застъпен.

Дестинации като Старозагорски минерални бани (Старозагорско), Минерални бани (Хасковско) предлагат както подходящи места за организирани делови мероприятия, така и за отдих и възстановяване, с разпознаваема балнеоуслуга, базирана на благотворното действие и специфичния характер на минералните води тук.

Изследваните обекти за конгресен туризъм, открити на територията на ТТР са 73. Броят на помещенията за настаняване е над 4 000, а легловият капацитет - над 7 500. В отговор на критериите, поставени в настоящото издание са излъчени близо 150 зали в изследваните обекти с общ капацитет от близо 11 000 места. В сравнение с по-развитите по отношение конгресен туризъм черноморски райони, ТТР притежава осезаемо по-малобройна настанителна база в конгресните си хотели, което

Голяма е вероятността туристическият пазар на района да има необходимост от конгресни хотели с по-големи капацитети на настанителната база



▷ За повече информация тук ◁

Най-съвременните технологии,
с единствената по рода си
многофункционална зала, персонално
обслужване и възможността за хотелско
настаняване, правят конферентния
център точното място за изключителни събития.

КОНФЕРЕНТЕН ЦЕНТЪР SPS




Вашите корпоративни и лични събития
могат да бъдат съчетани с приятна атмосфера,
тематичен кетъринг, персонален дизайн
и екип от опитни професионалисти.

Таблица 3

Дялово разпределение на обектите в региони за конгресен туризъм и прилежащите към тях капацитети на залите в ТТР

	Хасково и Минерални бани	Ст. Загора и Старозагорски минерални бани	Пловдив и Марково	Други
Обекти	9.6%	26.0%	37.0%	27.4%
Капацитет на зали	7.7%	26.2%	53.4%	12.7%

Източник: таблицата е съставена от авторите

поставя въпроса за необходимост от допълнително маркетингово изследване относно нуждата на местния пазар от хотели от същия тип с по-големи възможности за настаняване. В допълнение, в района са открити зали и съоръжения извън хотелите, които предлагат поне 20 000 места за посетители на конгресни и други прояви - мултифункционални спортни зали, общински зали,



Близостта на утвърдени балнео дестинации в района до градски такива създават условия за обогатяване на конгресните програми с дейности за възстановяване и релакс


Културен център "Стара Загора"
снимка община Стара Загора

зали и салони в народни читалища, частни зали под наем.

В периоди с активна събитийна дейност и интерес към дестинациите на района твърде възможно е настаняването на голям брой туристи да се поема от широката периферия на туристическите места и дори от съседни туристически райони.

За ТТР е целесъобразно да бъде


Античен театър, Пловдив

изведено разделение на дестинациите, което да показва възможностите за провеждане на прояви, както в типично градска среда, така и в среда, съчетаваща модерната конгресна услуга с балнеоуслугата. За целта Стара Загора с близкото до него село Старозагорски минерални бани, както и Хасково със село Минерални бани са представени обединено в таблица 3.


Регионален исторически музей - Стара Загора
снимка visitstarazagora

Близо 40% от конгресните обекти и над 50% от капацитета на залите на ТТР попада в Пловдив и близкото Марково

Удобството на дестинациите Хасково и Минерални бани и Стара Загора и Старозагорски минерални бани (таблица 3) за провеждане на конгресни прояви произхожда от близкото отстояние на така изнесените селища едно от друго. Разстоянието между първите две селища е около 15 км, а това между вторите две - по-малко от 20 км, което е не повече от 20-25 минути път с автомобил. Това е възможност за организаторите да добавят към програмите балнео-възстановителни елементи за своите участници. За съвременния мобилен делови турист упоменатите разстояния не биха представлявали затруднение да се следва предвидената работна програма. Следва да се отбележи, че по подобен начин с. Марково, където се намират един от най-добре устроените за конгресен туризъм хотели, се разглежда като част от град Пловдив, тъй като разстоянието до него не се различава съществено от това до някои от кварталите на града. Хотелът е на по-малко от 10 км или не повече от 20 мин. път с автомобил.Именно в Пловдив и близкото Марково попадат 37% от обектите за настаняване на ТТР, както и повече от половината капацитет (53,4%) от местата в зали за делови прояви. В отговор на бързоразвиващата се индустрия на града броят

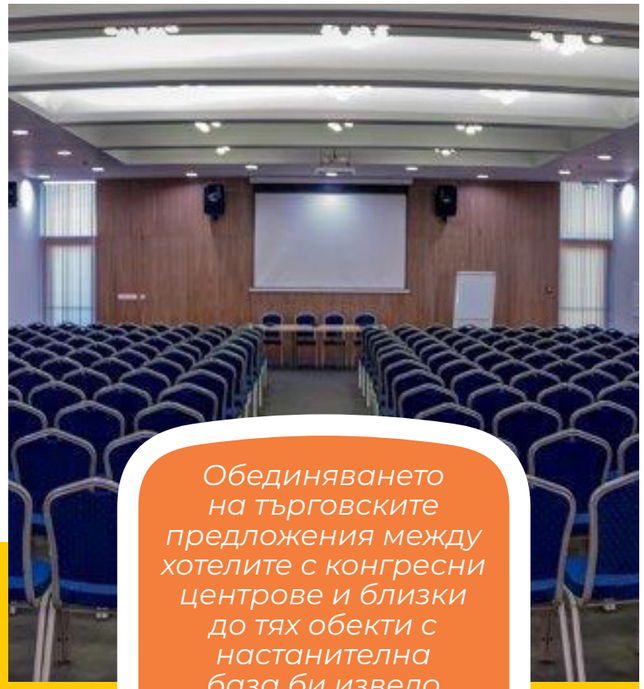


на предприятията в област Пловдив нараства, като през 2018г.сеизравнявасъссредния за страната[29]. Това определя и необходимостта на бизнеса от места за срещи, семинари, корпоративни събития. Значимостта на конгресния туризъм нараства и стимулира местната икономика, но също така допринася за цялостното профилиране на района и привличане на потенциални клиенти от страната и извън нея.

Стара Загора и Старозагорски минерални бани държат 26% от конгресните обекти на района. Също толкова е делът


Летен театър - Стара Загора
снимка: Община Стара Загора

на местата, помещаващи се в залите на изследваните хотели (26,2%). Това означава почти пълен баланс и възможност за максимално оползотворяване на събитийния потенциал на ТТР. Населените места (като Могилово, Чирпан, Хасково, Пещера), в които са позиционирани други хотелски обекти с конгресни

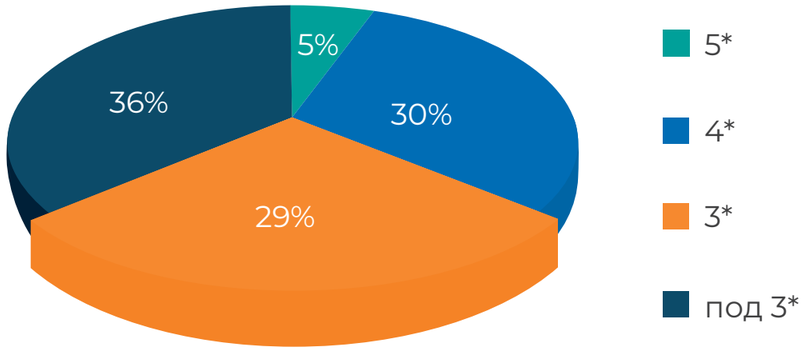


Обединяването на търговските предложения между хотелите с конгресни центрове и близки до тях обекти с настанителна база би извело Хасково и хасковски минерални бани като по-атрактивна на конгресния пазар дестинация.

функции, са разположени на разстояние между 40 и 80 километра или във време – между 30 минути и 1 час от Стара Загора. Така регионът може да се разглежда като център с периферия, където отделните по-малки дестинации допълват функционално центъра, но могат и заедно да предложат консолидиран продукт за конгресен туризъм.

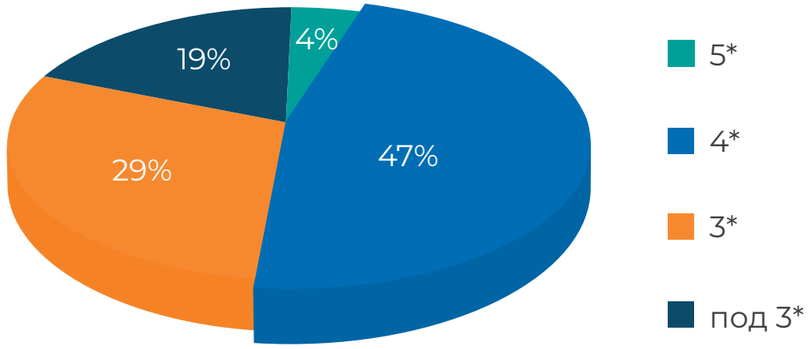
Хасково и Хасковски минерални бани държат близо 10% от изследваните в ТТР хотели и почти 8% от местата в залите на обектите. Конгресната услуга тук е в категориите „3*“ и „под 3*“. Вместимостта на прилежащите към

[29] *Регионални профили. Показатели за развитие, Институт за пазарна икономика, София 2020, ISSN 2738-7615, с. 74*



Фигура 10. Дялово разпределение на конгресните хотели в ТТР според категорията

хотелите конферентни зали варира от 80 до 160 места, което ги прави подходящи за малки до средноголеми по мащаб събития. Броят на местата в прилежащите заведения за хранене почти навсякъде е с добро съотношения спрямо броя на местата в залите. Ресторантите имат възможност да обслужат приблизително същия обем участници, работещи в залите. Впечатление прави обаче, че възможностите за настаняване са по-малки и не съответстват напълно на предвидените места в залите и ресторантите. Това налага необходимостта да се



Фигура 11. Дялово разпределение на капацитета на конферентните зали в ТТР според категорията

мисли в посока обединяване на търговските предложения между близки до конгресните места хотели. Подобен тип предлагане би извело дестинацията по-скоро като адекватно предлагаща се на конгресния пазар и би се неутрализирал негатива по отношение разминаването на капацитетите в упоменатите функционални зони на хотелите.
В колона „други“ на таблица 3 попадат населени места в ТТР, които нямат подчертан профил на дестинации за организиране на делови прояви, но все пак в тях се откриват някои обекти с подходящи

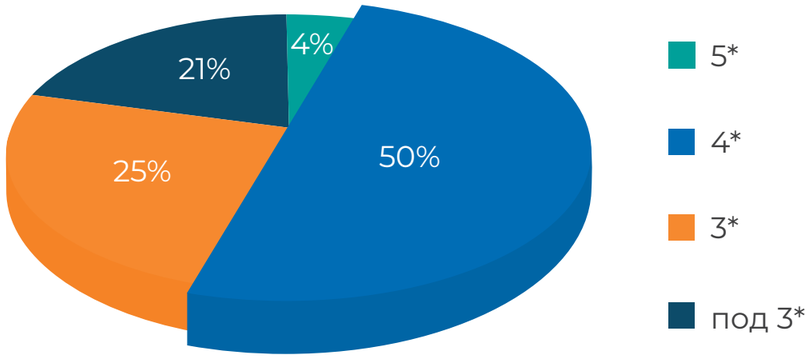
условия. Това са Ямбол, Свиленград, Димитровград, Пазарджик, Елхово, Калояново, Пещера, Чирпан, Тополовград, Стамболийски, Могилово. Тук попадат около 27% от изследваните хотели с почти 13% от капацитета на местата в залите. Общият дял на четири- и петзвездните обекти в тази категория е 30%. По 35%-ов дял държат обектите от „3*“ и „под 3*“. Те са подходящи по-скоро за малки мероприятия от тясно фирмен характер – близо 50% от залите им са с вместимост между 30 (и по-малко) и 50 човека.

Петзвездните обекти, заедно с тези в групата „под 3“ не са сред местата за настаняване в ТТР, които ясно таргетират конгресните туристи*

Правят впечатление двата петзвездни хотела, позиционирани в Свиленград. Градът е популярен с атрактивните си обекти за хазарт и възможности за практикуване на хазартен туризъм. Логично, луксът и удобствата на високата категория са насочени по-скоро към целевите клиенти на хазартния туризъм, докато конгресните помещения остават в периферията на предлагането. Те не впечатляват с възможности и мащаби. Все пак един от обектите тук предлага на деловите си клиенти две отделни зали с общ капацитет от 120 места и настанителна база за близо 100 човека.

Фигура 10 онагледява дяловете на хотелите според тяхната категория, като най-малък е делът на петзвездните, а най-висок на обектите в категория под 3*. По-различно стои разпределението от гледна точка на капацитета в залите, разположени в тези обекти (фигура 11), където най-висок дял държат четиризвездните хотели. Това съвпада с всеобщата тенденция този тип хотели да предлагат една от най-адекватните услуги, насочена към деловия сегмент организирани туристи. В частност за ТТР данните показват, че 30% от тези обекти държат почти половината капацитет конгресни места на района.

За организаторите, решили да предложат събитие в ТТР, изборът от петзвездните обекти е малък (5%) и трудно би задоволил изискванията точно на този сегмент туристи. Делът на местата в залите им е едва 4%, което е показателно за това, че продуктът е недостатъчно насочен към конгресния турист. Почти аналогично стоят нещата и при най-ниската категория хотели. Въпреки, че преобладават на пазара от гледна точка на брой представени обекти – 36%, капацитетите на местата в залите са относително малко и се нареждат на трето място с 19%. Като характеристика към техния профил може да се добави това, че те са категоризирани предимно като семейни хотели. Базирайки се на последните два факта, може да се твърди, че и тук конгресната услуга остава по-скоро в периферията на предлагането, с допълващи функции, като се разчита основно на индивидуални туристически посещения. Визуализациите (фигура 10 и фигура 11) показват, че



Фигура 12. Дялово разпределение на легловия капацитет на конгресните хотели в ТТР според категорията

в разглеждания туристически район от гледна точка на възможности за провеждане на конгресни прояви, най-удачен избор за организаторите се оказват три- и четиризвездните хотели. В подкрепа на последното може да се дадат и данните от фигура 12, където са отразени процентно възможностите за настаняване отново според категорията. И тук половината от базата на района се пада на четиризвездните хотели, при 25% на тризвездните и едва 21% и 4% на тези с категория съответно под 3* и 5*.

На фона на всеобщата тенденция могат да се посочат обособено някои обекти, които правят изключение. Редно е да се спомене, че един от петзвездните хотели, позициониран в гр. Стара Загора припознава конгресните туристи като свой сегмент и предлага четири комфортни конферентни зали с над 250 места общ капацитет. Обектът е с възможности да обслужва събития, настанявайки около една четвърт от участниците в деловата проява. Той впечатлява с комфорт и луксозна атмосфера, което го прави подходящ както за международни, така и за местни събития. Не на последно място обектът предлага спокойствието и уединението на крайградската среда с много зеленина и простор.

От най-нискокатегорийното предлагане на разглеждания район може да се акцентира върху три обекта, които предлагат между 120 и 190 места в залите си и един - в периферията на гр. Пловдив, разполагащ с четири зали и общ капацитет от 230 места. Хотелите са оповестили информация относно конфигурация на зали, оборудване, атмосфера и материални дадености на конферентните си помещения, което ги прави достъпни и лесно разпознаваеми за организаторите на събития.

Разбира се, капацитетът не винаги е водещ фактор при избора на най-добро място за събитие, поради което допълнителното проучване на качествените характеристики на обектите също е от значение.

Под лупа

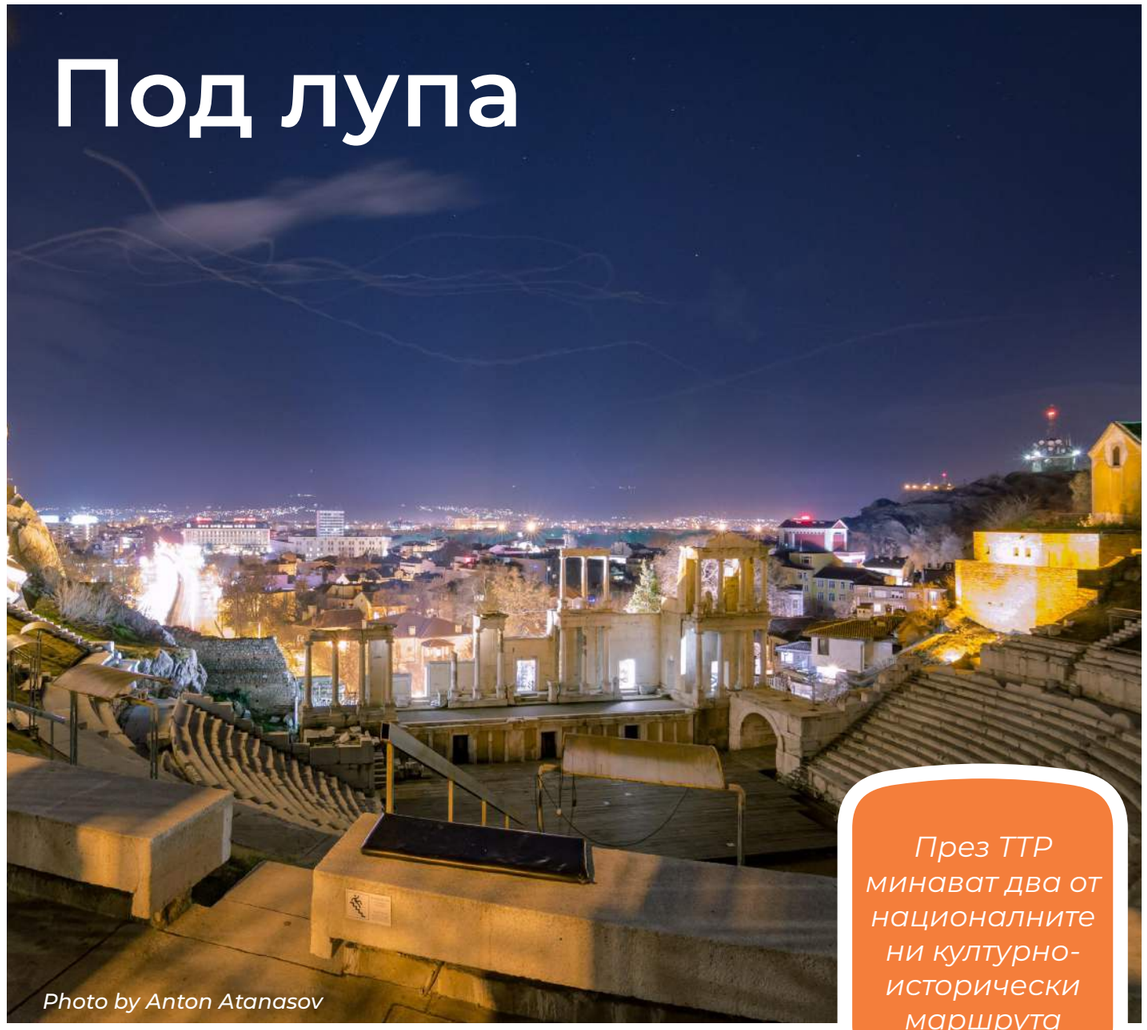


Photo by Anton Atanasov

През ТТР минават два от националните ни културно-исторически маршрута

Освен надеждна информация за залите и капацитета им, за потенциалните клиенти на конгресни услуги е важно да се запознаят и с някои от местните забележителности, както и с част от културно-историческото наследство на района. ТТР попада в един от богатите на култура и история региони на България. През него минават два от национално обособените културно-исторически маршрути - Българска архитектура и занаятчийство (с обхват от София до Пловдив) и Магията на източните Родопи (с обхват от Хасково до Златоград).[30] Те добавят още един мотив да се посети организираната бизнес проява, като работните срещи се съчетаят с посещение на уникалните за локацията туристически атракции. Допълнителните турове на местните забележителности могат да се използват целесъобразно от хотелиерите, за да надградят своя продукт. Конгресното предлагане би могло да стане още по-конкурентоспособно, ако служителите, работещи по оферирането и обслужването на делови прояви поднасят по подходящ

[30] *https://www.tourism.government.bg/bg/pages/kulturno-istoricheski-destinacii, (Достъп на дата: 28.02.2022)*



Офертите на хотелиерите стават по-привлекателни за организаторите, ако в тях присъстват допълнителни предложения за посещения на местни забележителности.

начин тези допълнителни възможности за разнообразяване на конгресния продукт. Така шансът даден хотел да бъде избран за място на провеждане на планираното събитие значително се увеличава, а също така се обогатява стойността и на самия продукт.

Както в отделните райони на страната, така и в ТТР, се забелязва, че навлиза тенденцията хотелиерите да публикуват информация, даваща идеи за пълноценен и интересен престой. Организацията на сайтовете на изследваните хотели и публикуваната в тях информация за местните исторически и културни забележителности е красноречив знак за това, че те оценяват тази възможност. В обектите за конгресен туризъм на района подобни предложения се откриват, както в блог секции, така и в други подобни, обособени като „Полезно“, „Интересно“, „Новини“, „За местността“, „Развлечения“ и др. Това е чудесна възможност за организаторите на събития да обогатят офертите си и така да привлекат повече клиенти към района.

Ролята на местно организираните специални събития за привличане на посетители също нараства. Популярни и интересни за туристите са фестивалите на виното, които се провеждат тук и при които се наблюдава успешно съчетаване на винените дегустации с кулинарията, занаятите и фолклорните традиции.

Освен винените фестивали, ТТР може да се похвали и с фестивал на занаятчийската бира и храната - „БириМанджаро“. Тази проява се организира в Пазарджик, а с предлагането на крафт бири, специализирана храна и рок концерти, фестивалът привлича и друга целева група. Изключително добър знак е, че информация за тези и други местни прояви се открива в сайтовете на хотелите. Някои от тях имат специално обособена секция „Събития“.
Всичко това работи в положителна насока за покачване атрактивността на местата за настаняване, таргетиращи конгресните туристи и неминуемо повишава мотивацията им за предприемане на туристическо пътуване.

Ролята на местни събития за привличане на конгресни туристи като фестивали на виното, храната, занаятите и др. тепърва започва да се оценява

Въпреки относително ниския брой обекти за практикуване на конгресен туризъм в населените места, различни от развитите градове на района, в тях присъстват немалък брой места за събития, които могат да се използват за целите на конгресния туризъм. Част от тях са общинските зали и читалища. За пример може да се даде гр. Ямбол, в чиито три читалища има близо 800 места. На разположение в града още са местната художествена галерия; зала, помещаваща се в „Музея на бойната слава“ и още три общински зали с общо над 800 места[31]. Откриват се и новоизградени съоръжения, често в рамките на


Народно читалище „Съгласие - 1862г.” снимка община Ямбол

Читалища, общински зали и галерии могат да заместят конферентните зали в хотели в по-малките градове на района

[31] *https://www.tourism-yambol.com/публични зали.html, (Достъп на дата: 28.02.2022)*

проекти, финансирани от специализираните програми на ЕС. Такова е мултифункционалната спортна зала "Перущица"[32] в гр. Перущица. Докато вторите предлагат най-съвременни условия за спортно-развлекателни мащабни прояви, то на първите (общински зали и читалища) е нужно да се въздейства в две основни насоки, за да бъдат ефективно ползвани за целите на конгресния и събитийния туризъм:

1) реновиране и осъвременяване на оборудването;

2) популяризиране като места за провеждане на конгресни прояви или други събития

Тъй като тези обекти най-често са стопанисвани от местните общини, именно тяхна би следвало да е инициативата за внедряването на наличните зали и съоръжения като елемент на местния конгресен продукт.

Поставените „под лупа“ акценти могат да се разглеждат като предпоставки за допълване и разгръщане на изследвания специализиран туристически продукт, дори в дестинациите, където за профилиране на конгресен туризъм трудно би могло да се говори.

[32] *https://www.perushtitsa.bg/спортна-зала (Достъп на дата: 28.02.2022)*

Пловдив и Стара Загора



Летен театър Стара Загора
снимка община Стара Загора

Тракийски туристически район не може да се анализира в дълбочина, без да спомена двата централни града, оформящи ядрото на региона, а именно Пловдив и Стара Загора. Министерство на туризма ги включва в две отделни балнео и СПА дестинации - Родопска „Здраве и дълголетие в планината на Орфей“, обхващаща регионите на Пазарджик, Пловдив и Смолян и Югоизточна „СПА от неолита“ с основните в нея Стара Загора, Сливен, Ямбол, Хасково[33] . Предвид все по-голямото внимание, което населението отделя на своя здравословен ритъм и начин на живот, стремежът към пълноценно съчетаване на работа с почивка и развлечения, тези ресурси придават на местния туристически продукт висока стойност. Целевите клиенти на конгресния туризъм също се отличават с по-висока динамика на пътуване и съответно нужда от

[33] *https://www.tourism.government.bg/bg/pages/destinacii-za-balneo-i-spa-turizum, (Достъп на дата: 01.03.2022)*



умело съчетание на деловия ритъм с пълноценно възстановяване и почивка. В този смисъл наличното предлагане на СПА услуги и здравословни процедури прекрасно се съчетават и допълват съществуващата база за бизнес събития и прояви.

Здравният туризъм създава само част от условията за привличане на многобройни групи туристи с широк профил в двата града. Пловдив е чудесен пример за място, където даденостите на конгресните бази са в пряка връзка с подема на местната индустрия. Той е вторият по големина град в България, заедно със София, който според Института за пазарна икономика, се определя като „голям икономически център“ със силно ядро и огромна периферия. През 2015 г. Пловдив заема второ място (след столицата) по обем на продукцията[34].

В Пловдив, като втори по големина икономически център, подемът на местната индустрия се повлиява пряко от условията за организиране на делови събития.

Броят на предприятията в област Пловдив нараства и през 2018 г. се изравнява със средния за страната, а областта е на седмо място в България с най-голям относителен обем на чуждите инвестиции[35]. Към 2020 г. Пловдив е една от седемте области, които успяват да привличат население. Заслужено на критерий „демография“ се дава най-високото „много добро“ ниво на развитие[36]. Много добра оценка се дава и на област „инфраструктура“[37].





В община Пловдив се залага на ежегодното организиране на различни събития свързани с винения, кулинарния и културния туризъм на региона. Изработена е програма за развитие на туризма съгласно Закона за туризъм и „Стратегия и план за устойчиво развитие на туризма в общ. Пловдив за периода 2014 – 2020 г.“[38]

Високият инвеститорски интерес, нарастването на броя предприятия, развитата инфраструктура, стратегическото местоположение между Изтока и Запада са предпоставки за окрупняване на туристопотока към дестинация Пловдив

Партньорството е между представители на Министерство на туризма, Сдружение „Бизнесът за Пловдив“, Университет по хранителни технологии – Пловдив, Регионален исторически музей – Пловдив, Регионален етнографски музей – Пловдив, фондация Пловдив 2019, Медицински университет Пловдив и други. От изнесените данни и отчети за проведените събития прави впечатление, че стремежът за устойчиво развитие е силно застъпен в планирането на дейностите от страна на общината, което проличава от включването на различни заинтересовани целеви групи. В същия стратегически документ конгресният и събитийният туризъм се разглеждат като едно цяло. Фиксират се някои слаби моменти за развитието им като липса на специализирани туроператори, които да предлагат събитиен продукт, както и нуждата от насочени изследвания на национално и местно ниво. Маркираните пропуски представляват отправна точка за по-детайлното разглеждане на събитийния и конгресния туризъм в последващи стратегически документи. Конгресният би могъл да заеме обособено място със свои собствени



Дестинация Пловдив се нуждае от специализирани туроператори, които да предлагат и промотират конгресния продукт

[34] *Икономическите центрове в България, Институт за пазарна икономика, София, 2017, ISBN 978-954-8624-52-7*

[35] *Регионални профили. Показатели за развитие, Институт за пазарна икономика, София 2020, ISSN 2738-7615, с. 73*

[36] *Пак там, с. 74*

[37] *Пак там, с. 74*

[38] *Стратегия и план за устойчиво развитие на туризма в общ. Пловдив за периода 2014 – 2020 г., приета с Решения №41, взето с протокол №3 от 20.02.2014. Консорциум за туристическа стратегия на Пловдив, 2014, URL: https://plovdiv.bg/wp-content/uploads/2014/04/PLOVDIV_TOURISM_STRATEGY_7_1_F-1.pdf (Достъп на дата 13.12.2021)*

Международен панаир
Пловдив

www.fair.bg
fairinfo@fair.bg

Организиране
Изграждане
Провеждане

на събития с различен
обем и формат в национален и
международен мащаб

40 +
изложбени
прояви

8000 +
участници от
60 държави

350 +
делови, обществени,
културни и спортни
събития

250 000
посетители от България и света

Панаирният комплекс е
един от най-големите в
Югоизточна Европа с
обща площ 352 000 m².
Съчетава удобна база,
модерна инфраструктура и
услуги, които отговарят на
най-високите стандарти в
изложбената индустрия.



Клиенти

- фирми, браншови и бизнес съюзи
- държавни институции и неправителствени сдружения
- обществени, образователни, научни, културни, спортни организации



** данните са за 1 година*

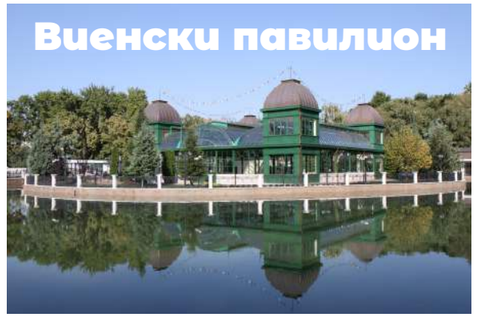
Международен панаир
Пловдив

www.fair.bg
fairinfo@fair.bg

6 | модерно оборудвани зали

500 | събития годишно





На разположение на нашите гости са:

- Конгресен център с 6 модерно оборудвани зали от 20 до 550 седящи места
- Конферентни зали в палатите, с капацитет от 20 до 200 места
- Аранжиране на залите, съвременна озвучителна, визуализираща и презентационна техника, система за симултанен превод, аудиозапис, климатизация, регулируемо осветление, кафе-паузи, кетъринг
- Международен пресцентър със стационарна озвучителна система и капацитет 120 места
- Виенски павилион за официални, фирмени и лични празници и церемонии, в архитектурния стил на Първото българско изложение
- Прекрасна паркова среда, места за отдих
- Покрит многоетажен паркинг за 650 автомобила

Конгресен център



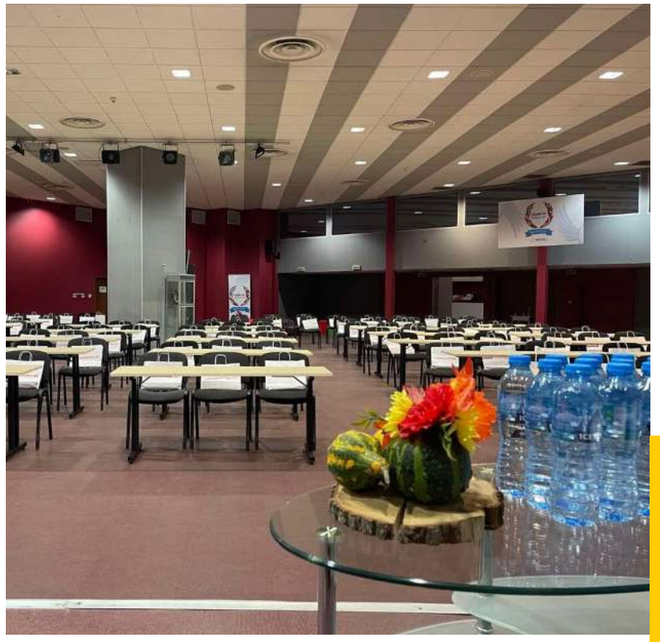
Модерни зали



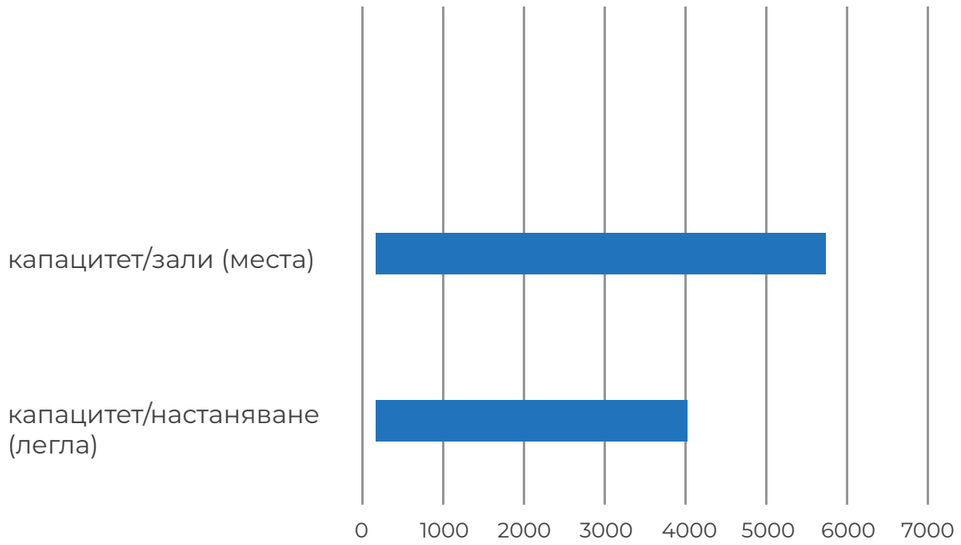
от 20 до 550
седящи места

целеви пазари, човешки потенциал, туристически ресурси и пр.

Пловдив е и дългогодишен утвърден център за панаирен и изложбен туризъм. Организирането на първото земеделско-промишлено изложение през август 1892 г. поставя началото на Международен панаир Пловдив.[39] Днес предприятието продължава да се развива и предлага условия, отговарящи на изискванията на съвременните компании. На разположение са голям обем изложбени пространства - 17 многофункционални палати, 11 открити експозиционни полета, рекламни пространства, демонстрационни зони, всички те с гъвкави възможности за трансформиране на пространствата. Със своите 15 функционални зали с около 2000 места, конгресният център предлага възможности



за провеждане на корпоративни прояви от различен вид и мащаб – бизнес форуми, конференции и пресконференции, семинари, уъркшопи и др. На годишна база, мястото отчита над 40 изложбени прояви; над 8000 участници от 60 държави; близо 250 000 посетители от България и Европа; около 350 делови, обществени, културни и спортни събития.[40] Съхранените традиции и развитието на Международен панаир Пловдив в синхрон с тенденциите на времето, го утвърждават като един от лидерите в изложбената индустрия в Югоизточна Европа.



Фигура 13. Разлика между капацитет на конферентни зали и капацитет на леглова база в Пловдив

Високият инвеститорски интерес, нарастването на броя предприятия, развитата инфраструктура, стратегическото местоположение между Изтока и Запада са предпоставки за окрупняване на туристопотока към дестинация Пловдив. С това се гарантира и нуждата от места за разнообразни бизнес прояви, осигуряващи условия за срещи и комуникация между компаниите. Богатият културен живот и пъстротата на събитийните прояви, възможностите за съчетаване на здравословна почивка с работа повлияват нагласите за посещение на града и от още туристи. Традиционно силните панаирно и изложбено дело пък продължава да генерира интерес от страна на посетители с бизнес профил. Нарастването на обема и видовете туристопотоци към Пловдив аргументира търсенето на добавена стойност от тях, а именно трансформирането им в конгресни туристи.

Като конгресни в Пловдив са излъчени 27 хотела – над два пъти повече от тези в другите два силни градски центъра и определени като подходящи за този вид туризъм - Варна и Бургас. Превес в града взима четиризвездното предлагане, а най-малко представители има петзвездното. Прави впечатление, че местата в залите са 5 700, което е

Зала "Пловдив", Хотел SPS, гр. Пловдив



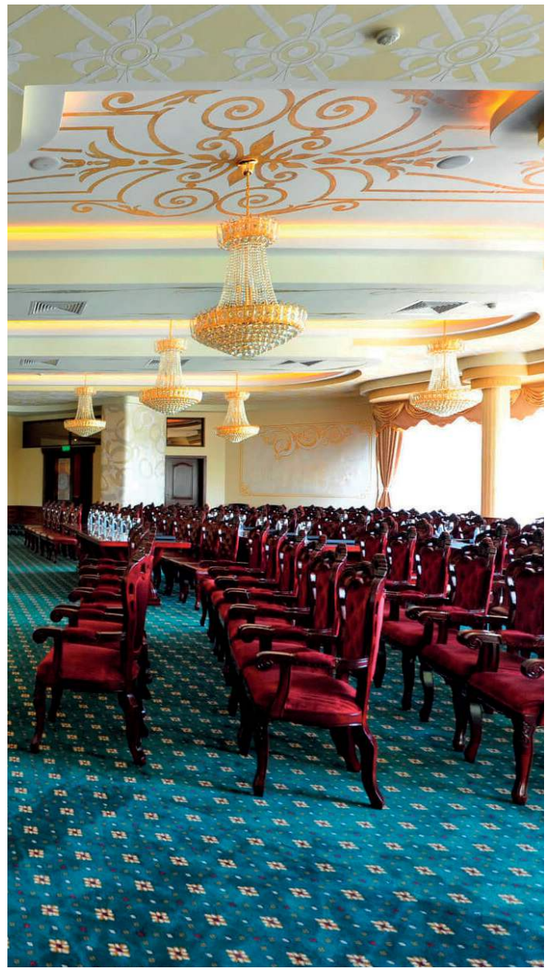
В област Стара Загора се установява необходимост от зали за срещи на оперативно и тактическо ниво

[39] *https://www.fair.bg/uploads/event/form/file/61e1949721a64085722853.pdf (Достъп на дата: 01.03.2022)*

[40] *https://fair.bg/bg/page/za-nas (Достъп на дата: 28.02.2022 г.)*

с около 40% повече отколкото са възможностите за настаняване (Фигура 13)По показателя „съотношение брой легла – брой места в залите“ в сравнение с Бургас и Варна, Пловдив отстъпва. Оказва се, че всички участници в едно конгресно събитие не винаги могат да се настанят в същите хотели, в които се провежда събитието. На това несъответствие би следвало да се обърне внимание в случай, че мястото има за цел да привлича повече конгресни туристи от външни дестинации. В рамките на допълнително изследване остава въпросът как предприемачите преодоляват нуждата от по-голяма настанителна база в обектите си понастоящем. Много е вероятно да се разчита на туристопоток от вътрешността на дестинацията, който не се нуждае от настаняване, а ползва само конгресен пакет услуги. Това добавя положителен щрих, тъй като предполага по-висока специализация на чистия конгресен продукт, а с това и високо качество и добре таргетирани пазари.

Стара Загора също е сред икономически развитите градове на страната. По данни към 2020 г. областта е на второ място след столицата по произвеждан БВП на човек от населението и на трето по размер на средните заплати[41]. Второто обстоятелство е признак, че тук се откриват работни позиции на достатъчно високо мениджърско ниво, което е предпоставка за нуждата от помещения за срещи на оперативно и тактическо ниво. За разлика от Пловдив, в Стара Загора остава неясно в дългосрочен план дали и доколко развитието на конгресен туризъм е предвидено и дали градът ще допълни националното портфолио от дестинации за такъв туризъм. Опит да се набележат основни специализации е направила Организацията за управление на Тракийски туристически



[41] *Регионални профили. Показатели за развитие, Институт за пазарна икономика, София 2020, ISSN 2738-7615, с. 105*

район[42], където Стара Загора присъства. Те обаче все още не изглежда да са базирани на определени изследвания и анализи, както е регламентираното в националната концепция. Все пак за конгресен туризъм място е отделено, а сред препоръчаните места в платформата на организацията присъстват и такива в гр. Стара Загора.

Обектите, определени като подходящи за конгресен туризъм са 13 на брой, което прави Стара Загора по този показател със сравнително уеднаквени условия наред с градовете Бургас, Варна, Велико Търново. Поради близкия профил на тези населени места – сравнително добре стопански и инфраструктурно развити градски дестинации с богато културно-историческо наследство и удобна локация, именно те често попадат като конкуренти при избора на компаниите, търсещи места за организирани делови събития. Проведеното за настоящото издание изследване показва някои конкурентни предимства на Стара Загора:

★ 50% от капацитета на залите принадлежи на висококатегорийните четири- и петзвездни хотели, което би предложило висок клас условия за организатори и участници. Голяма част от местата са средоточени в два от обектите в града;

★ 5 от хотелите могат да приемат конгресни прояви с между 250 и 350 участници. Това гарантира възможности за помещаване и обслужване събитията на значими за икономиката компании, асоциации, браншове;

★ една част от местата в категория „под 3*“ разполагат с големи ресторанти (включително механи) и пространства на открито, което ги прави благоприятни за фирмени банкетни прояви – често важна част от събития с конгресен елемент.

★ тризвездното представяне на хотелите потвърждава тенденцията, че те са с висока значимост за конгресен туризъм на района и в частност за Стара Загора. Един от обектите предлага 300 места, разположени в четири зали, а друг – три зали с общ капацитет от 340 места.

Все пак е необходимо в Стара Загора да се работи в посока излъчване на индивидуални конкурентни предимства, които да надделеят при избора на дестинация за конгресно събитие.

[42] *https://trakiatour.com/ (Достъп на дата 09.12.2021)*

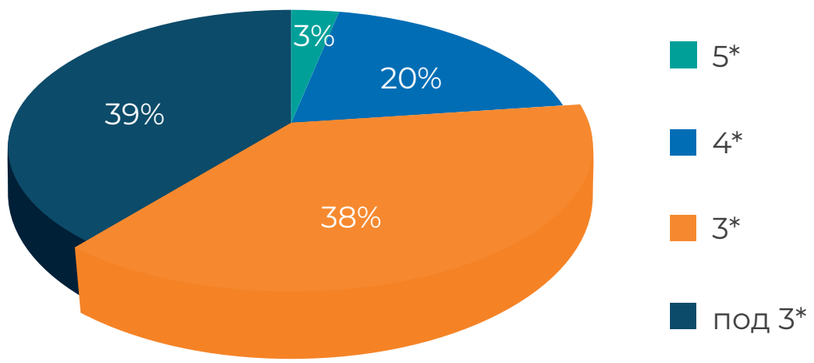
Характеристика на заведенията за хранене и развлечения



лоби бар СПС хотел Пловдив

Проучените обекти за хранене и развлечения в Тракийски туристически район са 6,7% от общия брой на категоризираните ЗХР в района, вписани в регистъра на Министерство на туризма[43] към февруари 2022 г. Общият капацитет места в изследваните заведения възлиза на 28 900. От гл. т. на тяхното разположение, може да отбележим, че са почти по равно разпределени между ЗХР към места за настаняване и такива, които функционират като самостоятелни обекти. Прави впечатление, че проучваните ЗХР към МН съставляват около 35% от общия брой изследвани обекти за хранене, което показва, че могат да предложат пакетна услуга за потребители на конгресния туризъм.

Категорията на изследваните ЗХР, може да се проследи във фигура 14.



Фигура 14. Категория на изследваните ЗХР в ТТР

Данните сочат, че най-много са изследваните ЗХР с категория 3 и по-малко звезди (39%) следвана от заведения с категория 3 звезди (38%). Делът на ЗХР с 4 и 5 звезди е съответно 20% и 3%.

От проучените обекти се наблюдава разпределение на такива с по-големи капацитети в няколко града. В Пловдив се срещат ЗХР, които достигат до капацитет 900 места, Стара Загора има няколко обекта, които разполагат средно с 500 - 600 места, а Димитровград, Хасково, Свиленград и Елхово разполагат със ЗХР с капацитет между 200 – 300 места. От гл. т. на конгресното предлагане, може да се каже, че не малка част от изследваните ЗХР имат специално изработени менюта и предлагане на кетъринг за бизнес и други събития. В интернет страниците им в секцията за доставки и/или кетъринг има добро онагледяване на предложенията, като по-голяма част от тях работят по договаряне в зависимост от събитието. Това ги прави адаптивни към различен род мероприятия.

ТТР не само има потенциала, но и развива ЗХР на своята територия, като по този начин безспорно допълва цялостното туристическо предлагане. Изследваните заведения показват висок професионален опит и разнообразие в предлагането на кулинарна продукция и напитки, а също така специализирано предлагане за организирани събития.

Голяма част от заведенията за хранене в ТТР предлагат специално изработени кетъринг менюта за изнесени събития и конгресни прояви

ресторант СПС хотел Пловдив

[43] *https://ntr.tourism.government.bg/CategoryzationAll.nsf/zhr.xsp (Достъп на дата: 02.03.2022)*

Препоръчани забележителности и атракции във ТТР и град Пловдив



Иновативният подход в стратегическото планиране на сектор туризъм превръща Пловдив в лидер в развитието на културния туризъм

Интересът към ТТР както от страна на бизнеса, така и от страна на посетители се дължи на много фактори – добре развита база за конгресен туризъм, особено в градове като Пловдив и Стара Загора, развита инфраструктура, добре поддържани и експонирани туристически забележителности, всичко това е предпоставка да обърнем поглед към дестинацията.

Основна специализация на туристическия район е културният туризъм. Пловдив определено е лидер и център в развитието на този вид туризъм, което се дължи от една страна на неговите исторически и географски дадености, а от друга и на иновативния подход при стратегическото планиране на туризма. Пловдив е известен като „Град на тепетата“, като и шестте от тях имат значителен туристически потенциал. Небет тепе е предпочитано и обичано място за разходки, питиета по залез и популярно място за фотосесии с Пловдив на заден фон. Като атракции при другите тепета, можем да посочим – Детската железница в подножието на Младежкия хълм, главната алея с акведукта и шадраваните на



Бунарджика, часовниковата кула на Сахат тепе. Освен това Сахат тепе, Бунарджика и Младежки хълм са обявени за защитени природни територии със значителен брой редки растителни видове.[44]

Да се направи „един тегел“/ разходка по Главната улица на града е нещо силно препоръчително. Сградите в стил сецесион и постмодернизъм представляват архитектурно-строителна културна ценност с богата украса и пластично стилизирани композиции – щукатурни драперии, венци от цветя, женски глави вмъкнати в декоративни раковини, колони и пиластри с капители.[45] По тази дълга и широка улица, планирана в градоустройствения план на Пловдив през далечната 1896 г. от арх. Йосиф Шнитер, могат да се открият хубави ресторанти, барове, част от нощния живот на града, множество магазини за стилни облекла, кафенета, театър. Но славата на Главната далеч надминава магазините и кафенетата. Днешната пешеходна зона лежи върху пистата на римски стадион, който е частично разкрит от археолози и е една от атракциите по тази градска зона. На няколко крачки от античния римски стадион се намира Джумая джамия. Оттам може

[44] *Стратегия и план за устойчивото развитие на туризма в Пловдив за периода 2014 – 2020 година – https://www.plovdiv.bg/wp-content/uploads/2014/04/PLOVDIV_TOURISM_STRATEGY_7_1_F-1.pdf*

[45] *Екимова-Мелнишка, М., Ал. Геров. Къщите говорят. Издателство на НБУ, София, 2019, с. 197-198.*

да се свие в някоя уличка и пред гостите на града да се разкрие Стария град или да се стигне до реновирания арт квартал Капана.
Пишейки за квартали, ще спрем за малко и в т.нар. „Тютюнев град“, където благоуханието на съхнещ тютюн вече не се носи от фабриките, но на част от тях предстои реставрация и се надяваме, че ще изглежда все по-приемливо. Този архитектурен ансамбъл, обявен за наследство както групово, така и поотделно, е прототип на фабрика „Никотиана“ увековечена в романа на Димитър Димов „Тютюн“.



Пловдив е не само най-старият, но и най-живият стар европейски град. Тук сидават срещаразлични култури и етноси – градът под тепетата е населен от българи, турци, арменци, роми, гърци, италианци, руснаци и други народности, които живеят в установен през вековете модел на взаимна толерантност. Този културен микс от националности се усеща много ясно и днес.

Пловдив има свой собствен ритъм на живот, чийто смисъл може да бъде представен най-добре с израза „бичим айляк“, нещо като италианското dolce far niente или испанското mañana, но някак по-различно и специфично по нашенски. Този спокоен, небързащ за никъде начин на живот, известен като „айляк“ – думичка, която не се превежда, а се живее, е забелязан от британската национална медия BBC, която публикува интересен материал за града в секция „Пътешествия“.[46]

Богат е културният живот на Пловдив, притегателен за множество външни посетители – както българи, така и чужденци, а участието на града в програмата „Европейска столица на културата 2019“ допълнително подчертава имиджа му на дестинация за културен туризъм. Освен тази първа основна специализация, районът развива

[46] *Europe's city of dawdlers and loafers – https://www.bbc.com/travel/article/20201104-europes-city-of-dawdlers-and-loafers (03.02.2022).*

успешно и винен туризъм. А какво е култура без вино? Благодарение на климатичните, почвените и географските си особености районът като цяло се отличава със силно развит винен туризъм. Винените фестивали, провеждани на територията на община Пловдив са и подкрепени от нея. За популяризиране на винения туризъм в се организират няколко ключови фестивала като „Вино и гурме“ в Пловдив, „Августиада“ в Стара Загора, „На хармана“ в Харманли и най-голямото винено събитие, което се провежда в Стария град Пловдив – „Дефиле на младото вино“.[47]

Червената църква край Перущица



В радиус от 10 до 40 км от Пловдив, в околностите на града, могат да се посетят уникални винарни. В ТТР попадат и такива - наследници на стари изби, като през последните години са направени значителни инвестиции в лозя и модерно оборудване. Своето място на винената карта заемат и типични семейни винарни част от „новата вълна в българското вино, ориентирани към създаване на „занаятчийски вина“ в лимитирани серии с най-високо качество и с минимална технологична намеса. В района присъстват и модерни винарни, които през последните години променят облика на българското вино. Туристическият район се радва и на нови и амбициозни поркети в общини като Пазарджик, Пловдив, Стара Загора, Свиленград, Братя Даскалови, Хасково, Перущица, Марица и Ямбол.

Тук почвите и климатът са благоприятни предимно за червени сортове като Каберне Совиньон, Каберне Фран, Мерло, Сира, Мавруд, Рубин и др. Особено популярни са мерлата от Хасково, Стамболово и Любимец, както и маврудите около Перущица. По-важните винарски центрове са около Харманли, Стара Загора и Ямбол.[48]Трудно е да се сложи граница при винарските райони, тъй като други винарски изби попадат в

[47] *https://trakiatour.com/%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%BE-%D0%B8-%D1%85%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B0, (Достъп на дата16.02.2022 г.)*
[48] *Бориславов, Яс. Българска енциклопедия на виното. София: Труд, 2019, с. 228-254.*



Язовир Жребчево и останките на църквата Св. Иван Рилски

съседни туристически райони, но забележителностите, които могат да се разгледат в близост са разпръснати и има такива, които влизат в ТТР. Така например само на 40 минути с кола от Пловдив в с. Устина се намира една от впечатляващите български изби в България през последните години. А в близост до винарната могат да се посетят и забележителности, които попадат в ТТР – Кричимски манастир „Успение Богородично“, Червената църква край Перущица или дворецът „Кричим“ – използвана от българските царе Фердинанд и Борис III като ловна резиденция.

В организирането на дегустации и посещение на винарски изби все повече производители в България виждат уникален начин за представяне на своята продукция[49], но и такъв за привличане на по-платежоспособни групи туристи с потенциал да станат лоялни потребители на марките. Даденостите на ТТР успешно могат да бъдат включени в оферти на организатори на събития, тъй като те се оценяват като достъпни, уникални и в добро състояние, а това е база за успешно развитие на сектора.Гостите, които са избрали чистия въздух и мекия климат на Старозагорски минерални бани, могат да се възползват и от други природни и културни дадености в околността – мегалити като Слънчевата врата, археологически руини, разходка до язовир Жребчево или красивият природен феномен наречен „Богородична стъпка“. Селището Минерални бани пък носи славата си на балнеоложки курорт от епохата на римляните. Неговите гости имат възможност да посетят по време на престоя си интересни забележителности в близки места като статуята на Богородица в гр. Хасково, тракийско светилище „Извора на Нимфите”

Тракийският е сред районите с най-висок потенциал за диференциране и профилиране на конгресния туризъм.

[49] *Рафаилова, Г., Сн. Кадиева и др. Специализирани видове туризъм. Варна: Наука и икономика, 2012, с. 216-222.*

край с. Каснаково, Александровската гробница, тракийската куполна гробница и средновековната крепост край с. Мезек. Това е само една малка част от това, което биха имали възможност да разгледат посетителите.

Въпреки че границите на районите са описани точно в Концепцията за туристическо райониране на България, не можем да твърдим, че тези граници са ясни и строги линии, а по-скоро един туристически район прелива и си взаимодейства с този до него. Така например в някои гранични населени места на туристически район Родопи се развива винен туризъм, но той не попада в неговата специализация. За сметка на това пък, в район Тракия виненият туризъм е посочен като основна специализация.



Мезешка крепост снимка община Стара Загора

Тракийският туристически район безспорно може да се причисли към един от районите с висок потенциал за диференциране и профилиране на конгресния туризъм. Благоприятстващи фактори са утвърденият имидж на района като център за събитийни прояви от разнороден характер като панаири, изложения, празници и фестивали и пр.; високият интензитет на индустриално развитие; наличието на богати възможности за практикуване на други специализирани видове туризъм като винен, кулинарен, здравен. Следва да се прецизира до каква степен районът има нужда от разширяване на настанителната база на конгресните обекти, както и да се привлекат подходящите инвеститори. Това би допринесло за повишаване рентабилността на тези обекти и за по-голямото им въздействие върху местната икономика.

КАЛЕНДАР НА ВИНЕНИТЕ СЪБИТИЯ И ФЕСТИВАЛИ НА БЪЛГАРСКОТО ВИНО 2023

BULGARIAN ASSOCIATION OF WINE PROFESSIONALS

02

1 февруари
Трифон Зарезан
Ритуал по заряздване на лозите, празнува се в цялата страна.

4 февруари
Трифон Зарезан
в Южен Сакар

11 февруари
Софийски квартален Tour de Зарезан

14 февруари
Трифон Зарезан (стар стил)
Празник на лозарите и винарите, празнува се в цялата страна.

17-19 февруари
Дни на отворените врати
в Мелнишко

21-25 февруари
Изложение ВИНАРИЯ
Пловдив

03

11 март
Церемония по връчване на наградите DiVino Top 50
София

04

април
Предстои анонсиране

SCAN ME

05

12 - 15 май
Дефиле "Вино и гурме"
Пловдив

13 май
Wine Women Show
София

20 май
Пролетен винен фестивал
в Южен Сакар

27 – 28 май
Дни на отворените врати на Североизток

06

2 - 4 юни
Фестивал на виното розе
Казанлък

15 - 17 юни
Балкански международен винен фестивал – BIWC
София

18 - 19 юни
Фестивал "Вино и храна"
Варна

07

14 юли
Летен винен фестивал
в Южен Сакар

28 - 30 юли
Бургаски винен фестивал

08

август
Предстои анонсиране

09

2 септември
Есенен винен фестивал
в Южен Сакар

22 - 24 септември
Фестивал на виното и културното наследство „Августиада“

10

30/09 - 01/10
Градски винен фестивал Пловдив, по случай Празника на българското вино

7-8 октомври
Градски винен фестивал Велико Търново, по случай Празника на българското вино

14-15 октомври
Градски винен фестивал Варна, по случай Празника на българското вино

21-22 октомври
Градски винен фестивал София, по случай Празника на българското вино

26 октомври
Международен ден мавруда - Празник на българското вино

11

24 - 26 ноември
Дефиле на младото вино
Пловдив

12

1-3 декември
DiVino.Taste
София

2-3 декември
Rakia & Spirit Fest
София

9 декември
Зимен винен фестивал
в Южен Сакар

17 декември
Christmas Wine Market
София

Още препоръчани забележителности за района



двукамерен долмен в местност Бялата трева с. Хлябово



Яйцето на змеицата



Гърбавия мост гр. Харманли

трикамерен долмен Начови чаири с. Хлябово





Джумая джамия гр. Пловдив



Хотели



Зали в хотели



Самостоятелни зали



Заведения



Зали за тържества



Зали за спорт



Открити пространства

Перфектното МЯСТО за предстоящото ти събитие е само на клик разстояние!

eventplus.bg