

**АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗАМ
НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**



**ИЗВЕШТАЈ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА МЕДИУМСКИ АКТИВНОСТИ ВО СТРАНСКИ
ЗЕМЈИ ЗА 2015 ГОДИНА**

I. Вовед

Според програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија за 2015 година го доставуваме следниов извештај за реализација на медиумските активности за 2015 година.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија, од 2009 година ја претставува Македонија со медиумска кампања која опфаќа рекламирање во печатени медиуми (весници и магазини), онлајн портали и билборди.

Агенцијата мора да го проектира имиџот на Македонија на меѓународно ниво. Овде се бара истражување на клучните атракции на Македонија за гостите од различни пазари и зголемување на свеста за целиот спектар на овие атракции, преку рекламирање, постојани односи со јавност и ширење на информации. Агенцијата треба во име на туристичкиот сектор во целина, да ги испитува постојните и отварање на нови потенцијални пазари.

Промотивната кампања за Република Македонија континуирано се реализира во Србија, Бугарија, Албанија и Косово. Ова се земји од првиот круг според географска определеност (Балкански земји), а фактот да се пласира во овие земји произлегува од можноста потенцијалните туристи полесно да се одлучат за одмор во Македонија, пред се поради:

- Блиската територијална поставеност,
- Сличностите со нашата култура, традиција и историска преплетеност, карактеристична за сите Балкански земји,
- Според статистичките податоци од соседните земји (Србија, Бугарија, Грција, во помал процент Косово и Албанија) имаме најголем број туристи. Целта е тој број на туристи да се оддржи и континуирано да расте.
- Тоа се туристички пазари на кои Македонија им е позната како дестинација, а улогата на рекламата во овие земји е да го привлече вниманието на купувачите за тие потоа да го купат производот, односно да им се презентира туристичкиот производ со збогатена туристичка понуда.

За останати туристички пазари средстава за маркетинг активности беа наменети и за промотивни активности во Франција (2014, 2015). Отварањето на нови пазари произлегува од:

- Конекцијата со авионски линии (Wizz Air Скопје-Pariz Beauvais Франција)
- Можноста Скопје да прерасне во "City Break" дестинација (сите европски дестинации од каде има редовни авионски линии од Скопје).
- Статистичките податоци на раст на туристи од овие земји

II. Наша визија

- Да станеме посакувана дестинација на секое семејство (лесна достапност и безбедност)
- Пример за идеален семеен одмор (кои нуди различни активности и за најмладите и за повозрасните)
 - Езерски туризам
 - Планински туризам
 - Активен туризам
 - Рурален туризам
- Земјата што ќе го подобри искористувањето на слободното време за истражување на нова култура и задоволување на сите сетила
 - Зголемена туристичка понуда за активните туристи
- Туристичка понуда на новата и неоткриена дестинација на Балканот за сите авантуристи и трагачи по адреналински активности во природа.
 - Параглајдеринг
 - Кануинг
 - Нуркање
 - Мото крос, рели,
 -
- Блиска и достапна дестинација (предност директни линии со повеќе европски земји)
 - Скопје да прерасне во “City Break” дестинација
 - Зголемен број на чартери до Охрид
- Земја на рурален и еко туризам, можност да се искуси долговековната традиција
 - Домаќински пречек, топло добредојде и блискост со локалното население
- Манифестации со долга традиција за незаборавни ноќи (ресторани кои нудат традиционална македонска храна и вино, кафе барови, концерти и настапи на бендови, фестивали преку цела година и културно уметнички настапи на фолклорни ансамбли)
- Поинакво искуство за сите верници или туристи кои бараат мир и медитација, можност за посета на Манастирите и развој на Манастирски туризам
- Храна и вино чии вкусови остануваат врежани во сеќавање и кои се прераскажуваат
- Проверен избор (многу туристи повторно ја одбираат Македонија како место за одмор, социјалните мрежи и интернетот нудат многу информации за туристичките можности во Македонија)
- Туристите кои веќе ја посетиле Македонија го шират убавиот збор за нашата земја
- Предлози за развој на препознатливи атракции
- Препораки во однос на формирањето и претставувањето на тековната и идната понуда, со цел да биде соодветна и достапна на пазарот

III. Планирани медиумски активности

- PR текстови – убедливи, примамливи, лесни за читање, едноставни за прифаќање (на интернет и принт)
- Билборд – атрактивен, несекојдневен и скокотлив, да го привлече вниманието и да создаде желба
- Да се креира креативен и скокотлив комуникациски пристап на интернет за Македонија
- Да се анимира интернет публиката за поголемо истражување на Македонија како туристичка дестинација.
- Да се препознае Македонија по логото на Macedonia-timeless и да се промовира концептот Share Macedonia
- Концепт кој ќе ги примами носителите на одлуки и слободните патувачи, како и потсетување на вечните вљубеници во Македонија.
- Зборови/реченици кои ќе ги привлечат потенцијалните туристи со цел да се создаде перцепција и желба за доживување на едно ново искуство.

- ❖ Да се организира уникатен и единствен јавен настап
- ❖ Да се анимира поширока народна маса

- ∞ PR текст добро позициониран во најтиражниот дневен весник
- ∞ PR текст во неделен принт магазин (пошироки народни маси)
- ∞ Интервјуа со директорот на АППТРМ

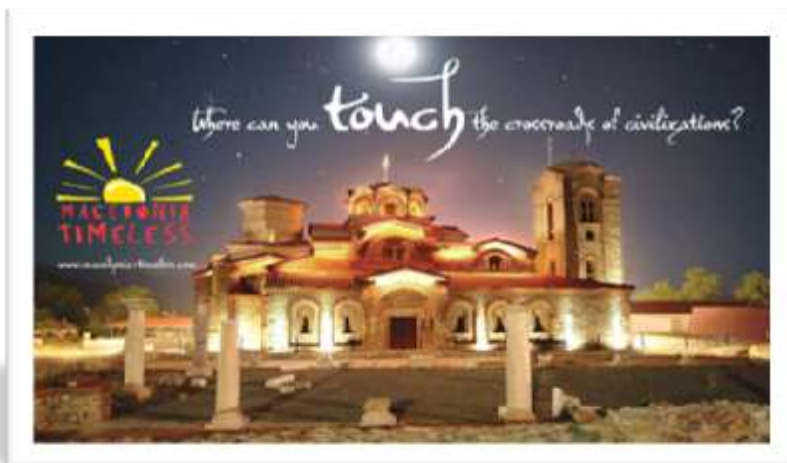
➤ Очекувани резултати:

- ❖ Суптилна медиумска експонираност/визибилност
- ❖ Зголемена љубопитност/заинтересираност/мотивираност на потенцијалните туристи да ја посетат Македонија
- ❖ Македонија да се промовира како релативно поевтина дестинација со конкурентни цени и идеално место за незаборавен одмор, прекрасни спомени и желба за повторно враќање.

Креатива за медиумска кампања

Креатива за билборди







Принт медиуми



What is the
scent
of tradition?



In 800 BC, the Cyril and Methodius, the
Macedonian missionaries, visited the first Slavic
alphabet - Glagolitic, later (10th century) the
Cyrillic, under one of the most widely used
alphabets in the world.



www.macedonia-timeless.com

How does the wine
of Alexander The Great
taste?



Of course, wine has been prepared and served
at different varieties of time. But, over time has
not changed the most basic ingredients of wine –
the best, limestone water & the Balkan air
always from Macedonia!



www.macedonia-timeless.com

Медиумска кампања Бугарија 2015

☞ Trud I 24 часа - newspaper



- 6 објави во 24 часа и 8 објави во Труд, големина 400кмм (254x394)
- 4 објави во 24 часа и 4 објави во Труд, големина 200кмм прва страна
- 3 репортажи во 24 часа и 3 репортажи во Труд, половина страна
- Банер 300x200 на веб страната www.24chasa.bg , www.trud.bg 22 дена

☞ Standart- newspaper



- 30 објави, ¼ страна
- Онлајн кампања 22 дена
- Репортажи за Македонија, 4 страни
- Интервју со директорот на АППТРМ

☞ Krivicki- outdoor campaign



- 100 билборди во Софија и Пловдив, период на билборд кампањата е од 25.05. 2015
- Димензии на површината на билбордот 4,00 x 3,00 m
- Скрол табла, димензии на површината на билбордот 3,65 x 2,42m

☞ BNR radio

- Период од 20.04 до 20.07.2015, 330 клипиви во должина од 30 секунди
- Период од 06.08 до 06.09.2015 130 клипиви во должина од 30 секунди

❖ Trud I 24 часа – дневен весnik

Парламентите, които трябва да одобрят сполучата

EURO

ВМАНД ЕСКА ПАРЛАМЕНТ НА ПРОЗНАТА

Германците се самобичуват за имиджа си на „гадњари“

Важноста на имиджа на Германия е огромна, особено в контекста на предстоящите избори за Европейски парламент. Германците се самобичуват за имиджа си на „гадњари“.

Важноста на имиджа на Германия е огромна, особено в контекста на предстоящите избори за Европейски парламент. Германците се самобичуват за имиджа си на „гадњари“.

Лолита от Чепеларе

вжара мъжа си в затвора

Столичани окупира басейните

Важноста на имиджа на Германия е огромна, особено в контекста на предстоящите избори за Европейски парламент. Германците се самобичуват за имиджа си на „гадњари“.

В Македонија всеки любител на вкусната храна и качествено вино си е у дома

Македонија е позната по својата вкусна храна и висококвалитетно вино. Секој жител на Македонија може да се похвали со тоа.

В Македонија откриете незабравиво место за почивка, душевен мир и спокојствие и бџдете част од приказката за една уникална култура

Македонија е позната по својата вкусна храна и висококвалитетно вино. Секој жител на Македонија може да се похвали со тоа.

ДПС номинира кметове с общоселски събрания

Демократската партија (ДПС) е номинирала своите кандидати за кметове на общоселски ниво.

Димитър Радев с поне 107 гласа, най-вероятно ще е новият управител на БНБ

Димитър Радев е избран за нови управител на Българския национален банк (БНБ) с 107 гласа.

В Македонија откриете незабравиво место за почивка, душевен мир и спокојствие и бџдете част од приказката за една уникална култура

Македонија е позната по својата вкусна храна и висококвалитетно вино. Секој жител на Македонија може да се похвали со тоа.

В Македонија всеки любител на вкусната храна и качествено вино си е у дома

Македонија е позната по својата вкусна храна и висококвалитетно вино. Секој жител на Македонија може да се похвали со тоа.

В Македония открийте незабравимо място за почивка, душевен мир и спокойствие и бъдете част от приказката за една уникална култура

07.07.2015 09:00, 34 часа четене, 2015, 0

Twitter Facebook Google+



Македония е чудесна земя, която постоянно ти предоставя възможността на всяка крачка да докоснеш, който и да било момент от времето - да видиш миналото, да почувстваш бъдещето. Пътниците на различни култури и цивилизации са се пресичали тук на тази земя и всяка от тях е оставила свой постоянен белег и огромни придобивки, което прави тази страна люлка на културата.

На тази територия са съществували няколко скрипторни центрове, а Св. Кирил и Методий през 855 година са създали глаголицата, след което се развива кирилското писмо, което днес е едно от най-употребяваните писма на територията на Европа. Св. Климент, който бил ученик на Св. Кирил и Методий, създава първия славянски университет през 856 година в Охрид. Тук този университет се смята за най-старият на територията на Европа.

В центъра на Скопие през 2009 г. е издигната Спомен - къщата на Майка Тереза, по повод 100-годишнината от нейното раждане. На същото място по-рано се е намирала католическата църква "Пресвето сърце Исусово", която е била унищожена по време на земетресението от 1963 г. и в която била кръстена Анастасия Гондича Бойданю. В съзвучие в настоящия обект се намират изложбено пространство, галерия и амфитеатър. Пред спомен - къщата се намира монументалната салютура на една от най-крупните жени в света, единственият носител на Нобеловата награда, родена в Македония, а интериорът, в който ще погледнеш, ще ти поднесе за нейните думи: "Нека всички съвместно да се посрещаме с усмивка, понеже усмивката е"

В Македония всеки любител на вкусната храна и качественото вино си е у дома

14.07.2015 09:00, 34 часа четене, 2015, 0

Twitter Facebook Google+



Македония е страна на вкус. Ако седнеш да ядеш, апетитът ти ще се увеличи още след първия зальк - заради храната, която ще ти сервираат. Ако пиеш само една глътка македонско вино, вече никога няма да можеш да угасиш жаждата си. Тук хората знаят как да се наслаждават, а храненето е превърнато в ритуал.

Многого съвнени дни са изтронилият на богатите вкусове и аромати в македонската кухня. Природата се отличава с климат, който е благоприятен за отглеждане на плодове, зеленчуци, разнообразни билки и подправки. Всяка година градините натежават от неустойно вкусни плодове.

Бюджетът са винаги пътни, а месото е свежо и изключително качествено. В Македония е лесно да се удовлетвори всяко културно желание - както на онея, които желаят специалитети от месо и риба, така и на онея, които предпочитат разнообразна вегетарианска храна. Всяко годишно време предлага изкусителна сезонна храна, всеки район има специалитет. Пред Вас се открива голям избор, в който не можете да средите.

Далекият на вкусовете задължава желанията на всеки турист, който дойде да дегустира най-качественото македонско вино. Според легендата, едно време в най-сушавия район в Македония - Тивешият, имало повече вино, отколкото вода.

По време на летния Македония са се прожектира, това желанието. Показвателе дни в мест и...

trud logo and navigation menu: БЪЛГАРИЯ БИЗНЕС МНЕНИЯ СВЯТ КУЛТУРА ЖИВОТ СПРАВОЧНИК

trud logo and navigation menu: БЪЛГАРИЯ БИЗНЕС МНЕНИЯ СВЯТ КУЛТУРА ЖИВОТ СПРАВОЧНИК

В Македония всеки любител на вкусната храна и качественото вино си е у дома

10.07.2015 12:14 | Гурме

Twitter Facebook Google+



Македония е страна на вкус. Ако седнеш да ядеш, апетитът ти ще се увеличи още след първия зальк - заради храната, която ще ти сервираат. Ако пиеш само една глътка македонско вино, вече никога няма да можеш да угасиш жаждата си. Тук хората знаят как да се наслаждават, а храненето е превърнато в ритуал.

Многого съвнени дни са изтронилият на богатите вкусове и аромати в македонската кухня. Природата се отличава с климат, който е благоприятен за отглеждане на плодове, зеленчуци, разнообразни билки и подправки. Всяка година градините натежават от неустойно вкусни плодове.

В Македония открийте незабравимо място за почивка, душевен мир и спокойствие и бъдете част от приказката за една уникална култура

08.07.2015 09:06 | Местя

Twitter Facebook Google+



Македония е чудесна земя, която постоянно ти предоставя възможността на всяка крачка да се докоснеш до времето - да видиш миналото, да почувстваш бъдещето. Пътниците на различни култури и цивилизации са се пресичали тук на тази земя и всяка от тях е оставила свой постоянен белег и огромни придобивки, което прави тази страна люлка на културата.

На тази територия са съществували няколко скрипторни центрове, а Св. св. Кирил и Методий през 855 г. са създали глаголицата, след което се развива кирилското писмо, което днес е едно от най-употребяваните писма на територията на Европа.

Погребана Лили, която издъхна във Ватикана, в отворен ковчег (Снимки)

Илен трус усетен в Ливан, 3.1 по Рихтер

Курналист ще съди ащата на Хасан и Ибрахим, нарекол го гнида" в ефира



ПО ТЕМАТИ:

- Земетресение от 3 по Рихтер разляла Сивитли
Сезиолози: Ако епицентърът на труса край Каварна бе на сулата, щеше да има
Кметът на Каварна Цонко Цонев: Трусет бе вертикален, трая 6-7 сек

ВЪЗНИКЛИ:

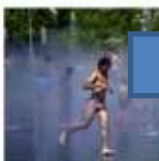
- Файненцъл Таймс: Не преяде ли Европа?
Трудната истина за цената на ЕС
Даниел Вълчев: Съдебната реформа е на път да стане кораб, който не покрива.

Царев пред "24 часа": Ина да подм оставка под натиск

НАЙ-ВАЖНОТО



адо мърза 4.1 не гава за оранжерии



Горещините във Франция взеха вече 700 жертви



Еврогрупата се договори за финансиране на Гърция със 7

последно

- 13:59 Запад м... 4.1 не... 700
13:53 Съпругата на Дюва Дип на съд заради неправомерно вносени цукри
13:47 Погребана Лили, която издъхна във Ватикана, в отворен



Ресторант за Сватба Бижу Нека Напием Вашата Привака в Бело Хотел Силвър Хаус, Ресторант Бв

Македония очаква над 10% ръст на туризма за 2015 г.



Кристина Джамбазовска, директор на Агенцията за промоция и развитие на туризма в Македония пред "Труд"
- Г-н Джамбазовска, Македония се рекламира много активно в България като туристическа дестинация. Какви са резултатите от това?
- Вашата страна е един от приоритетните пазари за Македония, затова и за 2015 г. са предвидени двойно повече средства за реклама. Ръстът на българските туристи в Македония за 2014 г. беше 27%, а през т.г. трендът също е положителен. Около 27 000 български туристи са посетили Македония - в това число влизат само организирани



Кристина Джамбазовска Снимка: Андрей Михайлов

Чрез комисията през последните години този брой многократно да се увеличи. Много интересът в много години и в това отношение сме готови да предложим много нови продукти. В същото време според нашите статистики около 500 000 македонски туристи са посетили България.

- Протестите в началото на май т.г. в Македония отразява ли се на туристическия поток?
- Политическите турбулентции влияят рефлектират на туризма. Като държава Македония е подготвена на най-високо ниво по отношение на сигурността и качеството на услугите. Макар че беше изолатиран случай в район близо до границата с Косово, негативният ефект се усети при последността от съседните страни. Но нито една резервация или чартер от Западна Европа или по-далечните дестинации не бека отменени. В момента резервациите се увеличават и очакваме да влезем 2015 г. с над 10% ръст.
- Как върви подготовката на общите туристически пакети, които правите с България и другите балкански държави?
- През май 2015 г. Бирд ще е домакин на международно туристическо изложение на Асоциацията по приключенски туризъм (АТТА - Adventure Travel Association). Изградена покана до българските власти за този форум. На него ще има над 300 туроператори от цял свет, като 85 от тях са културни на пакети от Балканите като дестинация. Вече предлагаме общи пакети на Западна Европа и Северна Америка, а същото трябва да се направи и за Далечния изток - Япония, Китай и т.н. Световната туристическа организация (СТО) прогнозира, че Балканите могат да са б-та по посещаемост дестинация в света. Това е много силна препоръка, която изпитва много генералният секретар на СТО Тамб Рифай. Затова трябва да се презентираме като една обща дестинация.
- Какви интересни обекти и проекти можете да предложите на българите?
- Македония и другите държави на Балканите са много притежатели като културно наследство и имат много общи наци, но има и много детайли, в които всяка държава е уникална. В Македония това е Охрид, който е известен като Йерусалим на Балканите. Световна организация, защитен от ЮНЕСКО, 6000 г. културно наследство и традиция. Оградските бисери също са световноизвестни - някои от тях има дори кралство Елизабет Второ.
Развитието на столицата Скопие през последните години е много коментирана тема. Ако се абстрахираме от субективните гледни точки, резултатите от анкетираните лица, които се ползват от туристите, смят, че от половин ден престоят им в Скопие вече е минимум 2 дни. Първия ден разглеждат центъра на града, а на следващия - околностите. Това показва успехът на тази идея и проектите, които се извършват.
Сяга, на 15 юни, беше отворена и най-новата атракция в Скопие - фонтанът, който е разположен на голямо пространство на самия площад. Ако човек не знае, може да се окаже в центъра на водоскока.
Друга интересна дестинация е гр. Дибран, който е цялостно реставриран, с обновен площад край

Цена на бензин А 95

0.21 лв.

Сгъваем кемпер за дятото за 30 000 лв.

Икономика

Обществени поръчки ще се правят по интернет
 Намалваат бюрокрацията и измислят новите документи от бизнеса

Пазар

Трети сме в Европа по износ на малини
 Очакват реколтата от вкусния плод да надхвърли 10 000 тона

Бутат 10 незаконни къщи в Кърджалийско


Превозват лъвсина с GPS от 2017 г.


45% ръст при ТВ-интервюта


Чувал ли сте какво звучи на 6000 години?


ИКОНОМИКА

Бизнесът иска отложено плащане на ДДС


Европосъюзът купува голям в Гърция


ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

Цена на американски голф кула

\$3900

\$3900 на вечер за вила в Пукет

Икономика

Правят летище за товари в Бургас
 Компани от Изтока проявяват интерес към индустриалната зона в града

Бизнесът иска отложено плащане на ДДС


Европосъюзът купува голям в Гърция


ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ИКОНОМИКА

Трети сме в Европа по износ на малини
 Очакват реколтата от вкусния плод да надхвърли 10 000 тона

Бутат 10 незаконни къщи в Кърджалийско


Превозват лъвсина с GPS от 2017 г.


45% ръст при ТВ-интервюта


Чувал ли сте какво звучи на 6000 години?


ИКОНОМИКА

Бизнесът иска отложено плащане на ДДС


Европосъюзът купува голям в Гърция


ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ИКОНОМИКА

Правим афиш за вход свободен в музеите
 Обсъждат специални мерки за учители и открити уроци "на терен"

Три варианта в подкрепа на идеята


Марси Рийс става посланик на чудесата


Възраждат амфитеатъра на древна Сердика


ИКОНОМИКА

Бизнесът иска отложено плащане на ДДС


Европосъюзът купува голям в Гърция


ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

ПАРЛАМЕНТ

45% ръст при ТВ-интервюта

МАКЕДОНИЈА

Користејќи се од својата позиција на објективност и отвореност, дојдовме до заклучок дека некои од нашите граѓани, пред сè, не ги ценат своите мајчини јазици. Иако ние, македонците, се гордиме со својот мајчин јазик, сепак не ги ценат своите мајчини јазици. Сепак, ние, македонците, се гордиме со својот мајчин јазик. Иако ние, македонците, се гордиме со својот мајчин јазик, сепак не ги ценат своите мајчини јазици.



Старата чаршија в Скопие пази традициите

През XVII на неј имало 2150 дојона, сега е любимо место за среќи

Доминантниот мајчин јазик во Скопје е македонскиот, а македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот.

Во Скопје, македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот.

Десетките паметници водат повеќе туристи

Поради тоа што Скопје е град со десетките паметници, македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот.



Во Скопје, македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот.

Галинката сватба е нај-голямата атракција в региона и собира хиляди гости на Петровден

МАКЕДОНИЈА

Маврово - в полите на Бистра планина



Галинката сватба е нај-голямата атракција в региона и собира хиляди гости на Петровден. Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија.

Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија.



Водата в Банище подмладява и лекува

Поради тоа што водата в Банище подмладява и лекува, македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот. Македонскиот јазик е македонскиот.



Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија.

Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија.

Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија. Маврово е едно од најубавите места во Македонија.

Кралица Елизабет носи местни бисери

МАКЕДОНИЈА



Охрид - люлка на културата

Охрид е едно од најубавите места во Македонија. Охрид е едно од најубавите места во Македонија. Охрид е едно од најубавите места во Македонија.



Можете да се гмурате сред археолошки находки

МАКЕДОНИЈА



Езерото е нај-старото в Европа

Езерото е нај-старото в Европа. Езерото е нај-старото в Европа. Езерото е нај-старото в Европа.



Заливът на костите крие древни тайни

Заливът на костите крие древни тайни. Заливът на костите крие древни тайни. Заливът на костите крие древни тайни.



Стърцето на св. Наум продължава да бие

Стърцето на св. Наум продължава да бие. Стърцето на св. Наум продължава да бие. Стърцето на св. Наум продължава да бие.

издание: PDF брой: EN
СТАНДАРТ

Бизнес Спорт Мнения Култура Любопитно Регионални Всичко

Все повече българи посещават Македония
 от Наталия Митрева | Интервюта



1 от 4
4000 евро струва сайтът за реклама на страната ни на 11 езика, каза Кристиан Джамбазки

Кристиан Джамбазки е директор на Агенцията за промоция на туризма в Македония. В "Стандарт" го погърси с въпроси как Македония успя да се превърне в популярна дестинация, кои са най-добрите пътища за реклама в туризма и защо много българи почиват в Охрид и посещават Скопие.

- Г-н Джамбазки, Македония е една от предпочитаните от българите дестинации. Как ловля кризата на посещенията?

- Ние, които работим в сферата на туризма, избягваме да се включваме в политически спорове. Ясно е, че когато има политически турбуленции, туризмът първи търпи негативи. А това, което се случва в този бранш, рефлектира върху икономиката. Засега ние нямаме подобна ситуация. Имаме в един определен период преенспонирани турбуленции. Това естествено няма как да се отрази положително и наистина имаше отказ на малка част от резервациите. Но в никакъв случай не може да се говори за сътресения на пазара, българите се нареждат на пето място по посещения на чужди туристи в Македония. Но дали ще запазят тази позиция или ще се качат нагоре с някое стъпало, ще стане ясно в края на годината. Трябва да изчакаме данните от летния сезон, за да можем да направим оценка и анализ. Ние сме много активни на българския пазар. Той в един от основните за нас и е от изключително значение за нас. Затова и много инвестираме в него. Като с организации на дни на македонския туризъм, презентации на туроператори и инфотурове, така и с реклами в най-големите медии и билбордове. И възнамеряваме да бъдем още по-активни и да присъстваме на българския пазар. Общо 27 000 българи са посетили Македония през 2014 г., като това е ръст от 27% спрямо 2013 г.

- Какви са предимствата на Македония спрямо други дестинации?

- Държавите в региона сме си добре познати една на друга. Всяка страна си има специфики, които са известни на съседите. И това се отнася както за България, така и за Македония. Имаме културно наследство, което по никакъв начин сплита историята ни и допринася за нивото на атрактивност. Македония е все по-добре позиционирана и по света, не само в региона. Но посещенията от България бележат най-голям ръст през последната година. И ние очакваме тази тенденция да продължи и напред. Смятаме, че с повечето ни инициативи в България това ще се случи и ефектът ще се умножи. Ръстът на посещенията е доказателство, че интересът съществува, Македония е атрактивна дестинация и трябва да се посети. Най-известен е Охрид, който е добре познат у нас. Известен е и македонският бисер, който е вечен. Бижута от него притежават такива високопоставени особи като кралица Елизабет, папата, председателят на Световната организация по туризъм Талеб Рифай. Известен е и македонският рубин, който е полускъпоценен камък, с много специфичен цвят. Той се добива, обработва и с него се украсяват филigrинни бижута. Ние имаме традицията на изработването им от италиански майстори.

- Превърна ли се Скопие в атрактивна дестинация след изпълнението на проекта с многото статуи в центъра на града?

- Да. Освен Охрид, Скопие е изключително атрактивен напоследък за

издание: PDF брой: EN
СТАНДАРТ

Бизнес Спорт Мнения Култура Любопитно Регионални Всичко

Благодарение на него си увеличи броят на туристите в Скопие. И нивото на атрактивност на града се изравни с това на Будапеща. А това не е за подценяване. Освен ловечето туристи се увеличи и престоят в града. Така че проектът е изключително ефективен и дава големи резултати. Последният обект в него е един много атрактивен фонтан, отиват съвсем ниско. Водата му излиза от повърхността на централния площад в Скопие, на голяма площ и е много атрактивен. Освен тези познати дестинации обаче е интересно да се посети и Крушево - един град музей. Той е център за културен и активен туризъм, както и ски център. Не бива да се пропуснат Битола и Пелистер. Дойранското езеро има средиземноморски климат. Можете да почивате като на море. А водата на езерото е лековита и е лечебна кал, подходяща за кожни заболявания. Дори казват, че скелетите прокождат, а нървите оживяват, след като се изкалят във водите му. Дойран е нацело обновен, езерото е уредено, има плажове, туристическа зона. Навроро е зимният център на Македония, невероятен национален парк. В момента имаме проект за един адвентчър парк там, който вече се реализира за любителите на адреналина.

- Освен България, кои са останалите атрактивни за вас пазари?

- Имаме голям успех на традиционните пазари като Холандия, от които имаме близо 30 000 туристи. Германия - 20 000 туристи. Имаме пробив и на австрийския пазар. Най-търсена е комбинацията почивка, културен туризъм и активен туризъм.

- Как се рекламирате, за да постигнете този успех?

- В България присъстваме посредством печатни и електронни медии, билбордове. Организираме презентации и дни на македонския туризъм. Присъстваме и чрез нашата национална страница makedonia.com, която вече е цялостно изготвена на български език и в момента се попълва съдържанието ѝ. Тя ще бъде готова до 20 дни. В нея освен да се информирате за Македония, градовете и туристическите забележителности, ще можете да добиете информация и за туризма като сектор, развитието му, хотели, туристически агенции, атракции. Тоест всичко, което можете да потърсите като информация за Македония, ще бъде събрано там. Може в самата версия да се включат и българските туроператори, които предлагат продукти за Македония. Това ще е напълно безплатно за тях. За тях ще е полезно и от гледна точка на флота, че Македония има много сериозна Тулз компания и така тези фирми ще са по-разпознавани в търсачката и по-лесни за намиране от потенциалните им клиенти. Туроператорите ще бъдат поканени много скоро за подобно участие в този сайт. Те ще имат постоянен достъп и ще могат да променят пакетите си. Тази страница е финансирана изцяло от Агенцията за промоция на туризма. Струва 4000 евро. Тя е много конкурентна и изработена на много високо ниво. Преведена е на 11 езика - тези от региона - български, турски, сръбски, гръцки, както и на немски, английски, френски, на езици от Далечния изток като китайски и т.н.

❖ Krivicki- outdoor campaign



Медиумска кампања Србија 2015

За реализација на Кампањата за промоција на македонскиот туризам во Република Србија ни беа понудени и реализирани следниве активности за користење на медиумски огласни простори од две Консултантски агенции.

☞ SNI- КОНСУЛТАНТСКА АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА



1. Медиумска поддршка:

❖ ИНТЕРВЈУ НА НАДЛЕЖЕН ОД АГЕНЦИЈАТА НА РТС 20/02/2015



❖ ЕМИТОВАЊЕ ТВ РЕПОРТАЖИ ХРАНА 93" X 10 X 20, ВИНО 64" X 10 X 20, ОХРИД 63" X 10 X 20: 200 ЕМИТОВАЊА НА СЕКОЈ СПОТ / ВКУПНО 600 ЕМИТУВАЊА ГРАД ТВ ЗОНА ПОКРИВАЊА

- Јагодина ТВ ЈАГОДИНА
- Крагујевац ТВ К-9 Крагујевац
- Аранђеловац ТВ СУНЦЕ
- Чачак ТВ ТЕЛЕМАРК
- Краљево ТВ КРАЉЕВО
- Крушевац РТК КРУШЕВАЦ
- Ужице ТВ 5
- Шабац ТВ ШАБАЦ
- Смедерево ТВ СМЕДЕРЕВО
- Бор ТВ БОР
- Зајечар ТИМОЧКА
- Блаце ТВ БЛАЦЕ
- Лесковац ТВ КЛИСУРА
- Врање ТВ ВРАЊЕ
- Панчево ТВ ПАНЧЕВО
- Стара Пазова ТВ СП
- Нови Сад ТВ МОСТ
- Вршац ТВ БАНАТ
- Ниш ТВ ЗОНА ПЛУС
- Пирот ТВ ПИРОТ



2. Припрема, организација и реализација на на Прес конференција на саемот во Белград на 20.02.2015
3. Припрема, организација и реализација на Македонска вечера во Белград на 21.02.2015
4. Превоз и сместување за ангажирани културни уметници од Македонија
 - Ансамбл Стојковски на штандот на Македонија на 20. и 21. февруари / по 2 часа дневно





1. Подготовка на материјали:

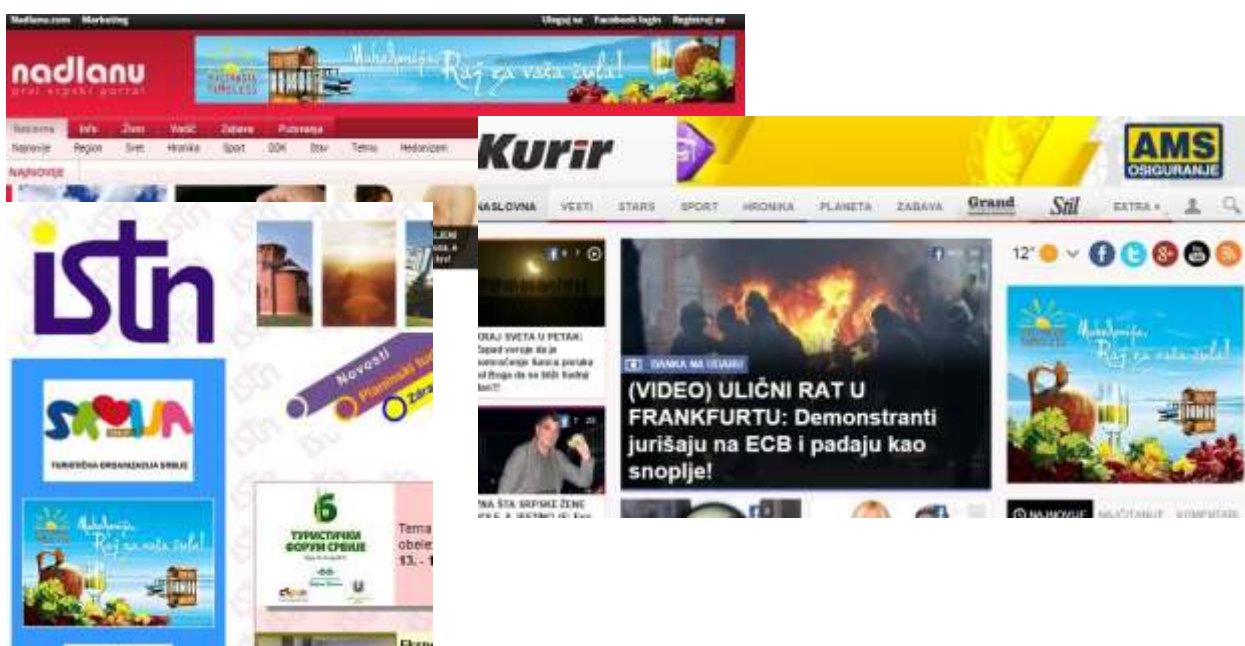
дизајн на билборд - идејно решение
дизајн на банер за WEB - идејно решение
изработка на медиа планови - 30 радио станици
изработка на 6 радио прилози за Македонија по 5 минути - Туристичка Призма

2. Огласување на билборди:

Локација, број на билборди, димензија и времетраење
БЕОГРАД ЦЕНТАР, број на билборди 10, големина 4x3м -30 дена
НОВИ САД ЦЕНТАР број на билборди 5, големина 4x3м -30 дена
НИШ ЦЕНТАР број на билборди 5, големина 4x3м -30 дена
АВТОПАТ БГД-СК број на билборди 1, големина 5x4м - 30 дена

3. Веб портал, позиција, размер, објавувано во период:

- www.kurir.rs насловна страна 300x250, 450.000 impresion site ротации 300x250 15 дена
- www.novosti.rs ПАКЕТ ЖИВОТ(туризам, забава, хороскоп, живот, занимљивости, спектакл) 300x250 30 дена
- www.nadlanu.rs позиција 1 цел портал број на прикази 1.000.000, 728x90 -14 дена
- www.istnews.com интерактивен банер на насловна страна со текст за Македонија линкуван со сајтот на Агенцијата 180x120- 30 дена
- ВИДЕЛИНА текст + фул страна страна 2 броја



4. Два прилога месечно по 3 месеци по 5 минути во емисијата Туристичка призма која се емитува на:

ГРАД, ЗОНА И ПОКРИВАЊА

- Аранѓеловац РАДИО СУНЦЕ
- Апатин РАДИО ГОЛДИ
- Бач РАДИО БАЧКА
- Бела Црква РАДИО БЕЛА ЦРКВА
- Беоцин РАДИО БЕОЧИН
- Бечеј РАДИО АКТИВЕ
- Бујановац РАДИО ЕМА
- Врање РАДИО ВРАЊЕ
- Врдник РАДИО ФРУШКА ГОРА
- Врњачка Бања РАДИО ВРЊАЧКА БАЊА
- Врчин Београд РАДИО ОСКАР
- Зајечар РАДИО ЗАЈЕЧАР
- Златибор РАДИО МАКС
- Зрењанин РАДИО ЗРЕЊАНИН
- Ивањица РАДИО ГОЛИЈА
- Сарајево БИХ РАДИО ИСТОЧНО САРАЈЕВО
- Инѓија РАДИО ИНЃИЈА
- Кладово РАДИО ЃЕРДАП
- Краљево РАДИО 996
- Крушевац РАДИО РУБИН
- Колашин ЦГ РАДИО КОЛАШИН
- Лучани РАДИО Д
- Мајданпек РАДИО МАЈДАНПЕК
- Параќин КАНАЛ М
- Прибој ИНФО ЦЕНТАР
- Сомбор РАДИО СОМБОР
- Суботица РАДИО СУБОТИЦА
- Ужице РАДИО КОНЗУМ
- Футог РАДИО СРНА
- Жабаљ РАДИО ЖАБАЦ



❖ Србија билборди



Медиумска кампања Франција 2015

За реализација на Кампањата за промоција на македонскиот туризам во Франција беа реализирани следниве активности од ПР и маркетинг агенцијата “АТРАКТ” од Франција со која соработувавме 2014 и 2015 година која има силно влијание во туристичкиот сектор.

- ❖ **испраќање на newsletters и ПР текстови до медиуми, новинари, тур оператори и туристички агенции,**
- ❖ **покана за информативни патувања** за новинари, тур оператори, реализирани 9 групни и индивидуални информативни патувања/ сите авионски карти беа покриени од Wizz Air
- ❖ **Асистенција, преговарање и убедување на Тур-операторите, за најава и разглед на дестинација** да расте нивната продажба преку туристички агенции, 4 тур оператори веќе ја имаат Македонија во нивната понуда за 2016 година



- ❖ Ширење на позитивни вести преку дигитални алатки на француски јазик (Веб страна, Фејсбук, Share Macedonia, Instagram и др...
- ❖ Подготовка и организирање на влијателно присуство на саемот за туризам "ТОП РЕСА"- во Париз

Во 2014 година беа направени првите напори за воведување на Македонија како туристичка дестинација на конкурентниот пазар во Франција и Белгија како француско говорно подрачје. Приоритет во 2015 година е да се оди на растечката визибилност и градење на имиџот на Македонија кон потенцијалните посетители, медиумските лидери и носители на одлуки во туристичката индустрија. Не помалку од 16 клучно одбрани новинари (13 француски, 3 белгиски) биле поканети да ја посетат Македонија преку групни и поединечни медиумски патувања. Овие претставници на медиумите имаат влијание врз потенцијалната публика која е повеќе од 18 милиони луѓе (печатени медиуми, радио, интернет, телевизија). По ПР активностите во 2014, 8 соопштенија испратени до новинарите, организацијата на информативни патувања по кои беа објавени 14 печатени репортажи, 39 интернет статии, 2 радио програми што ги прави вкупно 55 различни медиуми во преод од средината на февруари до крајот јули 2015 година кои опфаќаат вкупно публика од повеќе од 15 милиони луѓе. Минимална еквивалентна вредност за рекламирање за оваа покриеност добиени во текот на 2015 година е околу 750.000 € (350.000 € во 2014), а да се спомнат и други артикли кои ќе бидат издадени до крајот на 2015 година (потенцијал за износ од 9.000.000 €, за цела година). По информативното патување за тур оператори, 4 француски тур оператори веќе имаат нови пакети за Македонија во нивните брошури оваа година. Силно влијание на првото присуството на Македонија на IFTM Top resa во септември 2015 година во Париз, ќе ја зајакне свеста на француските трговски професионалци за дестинацијата.

Во архива е целокупниот детален извештај од медиумската кампања во Франција.

INDUSTRY FAM TRIP

APRIL 13-18th

Tour-Operators

1. Mrs *Jana MULHOLLAND*, General manager of **ALEST Voyages** - leading TO specialist for Eastern Europe - does not feature Macedonia yet - plan for summer 2015 - www.alestvoyages.fr
2. Mrs *Semra BEYAZKILIC*, Production director of **INTERMEDES** - quality TO specialist in culture and history - does not feature Macedonia yet - plan for summer 2015 - www.intermedes.com
3. Mrs *Delphine CAMARA* - Deputy General Manager of **ARTS & VIE** - leading TO/association specialist in culture and art - already feature Balkans but wants to build a specific package for Macedonia only for late 2015 - main clientele are teachers - www.artsetvie.com
4. Mrs *Delphine MORTEAU* - Group Production Director of **KUONI** - leading generalist French TO (in the French "Top 5") - does not feature Macedonia yet - plan for late 2015 (Top Resa) www.kuoni.fr
5. Mrs *Virginie DELGOULET* - Sales Director of **VERDIE VOYAGES** - leading regional TO and coach operator - www.verdie-voyages.com



Trade press media

6. Mrs *Brigitte DUCASSE* - journalist of the (print & web) trade French magazine **Le QUOTIDIEN du TOUR!**
7. Mr *Marc MICHEL* - journalist of magazine **TRAVEL MAGAZINE** - ww

PRODUCT DEVELOPMENT 2/3



2 new packages in paper brochure of **TERRE VOYAGES**
www.terre-voyages.com
 One of the leading TO specialist for tailor made trips

Follows meetings during autumn 2014

8 days/7 nights from 1 250€ (6 group departures planned + individual chauffeur trips)



NEW!



PRODUCT DEVELOPMENT 1/3

FEBRUARY



2 pages package in paper brochure of **REV VACANCES**
www.rev-vacances.fr
 dedicated to short and long hauls of (Tektex Group)

Follows discovery tour organized in October 2014 for *Diala GUILLOUX*, Production Director

8 days/7 nights from 1 695€



NEW!

PRODUCT DEVELOPMENT 3/3

JULY

Following sales calls and meetings till mid July 2015, VOYAGER AUTREMENT www.voyager-autrement.fr that is a TO specialized in sustainable tourism will launch online from September 2015 (and print brochure later) 1 new package 10 days/9 nights in Macedonia (2/3 or the trip)/Albania (1/3 of the trip)

NEW!

**Voyager
Autrement**
GROUPE
VACANCES BLEUES



MAIN TRADE PRESS COVERAGE 4/5 (web)

JUNE

At least 3 articles published in e-trade travel press about new Wizz Air flights for the summer season 2015

- www.quotidiendutourisme.com/site/transport-wizz-air-vole-en-macedoine-au-depart-de-france-88623.html
- www.tourmag.com/Wizz-Air-vols-Bale-Mulhouse-lac-d-Ohrid-Macedoine-des-le-1er-juillet-2015_a74683.html
- www.voyage.youvox.fr/les-nouveautes-aeriennes-de-l-ete



GROUP MEDIA TRIP 1/2

Consumer

1. Mrs Anne LE MOUËLLIC, journalist of the daily national free newspaper **METRO NEWS** – 769,860 copies and 2,400,000 readers - Equivalent advertising value : 1 page = 66,700€ - <http://www.metronews.fr>
2. Mr Emmanuel GABEY, freelance travel journalist commissioned by travel web portal **VOYAGER PRATIQUE** <http://www.voyagerpratique.com> (135,000 visitors a month), "**Le GENERALISTE**" - weekly national magazine for French doctors - 1 page travel section - 45,000 copies/readers - Equivalent advertising value : 1 page = 12,300€ - www.legeneraliste.fr and other possible magazines
3. Mr Bertrand BUSSIÈRE, writer of the Northern France regional daily newspaper **La VOIX du NORD** (travel section on week-end edition) - 296 081 copies/1,300,000 readers – Equivalent advertising value : 1 page = 15,000€ - 2 pages to expect before end July 2014 - <http://www.lavoixdunord.fr/>
4. Mrs Pascale MISSOUD, freelance journalist commissioned by travel portal and press agency specialized in tourism **INFOTRAVEL** (35,000 visitors a week) <http://www.infotravel.fr> that is selling its articles on <http://www.challenges.fr/> (monthly economy magazine) and other nationals...

MAY 18-22



GROUP MEDIA TRIP 2/2

June 15-19

Trade press media

5. Mr Dominique de la TOUR, freelance travel journalist commissioned by travel industry magazine **L'ECHO TOURISTIQUE** (daily e-newsletter to French travel industry + monthly paper magazine) – 8000 written copies, 24 000 industry readers. Equivalent advertising value : 1 page = 7,500€. 2 pages to expect before September 2014/ Top Resa IFTM Travel show. <http://www.lechotouristique.com>

3 French journalists from paper press & radio + 2 Belgian journalists from French speaking nationals welcomed in Macedonia from June 15th to 19th

General discovery of destination Macedonia highlights (Metha, Popovakula, Stobi, Prilep, Bitola, Ohrid, Mavrovo, Tetovo, Skopje)

Escorted by *Philippe Mugnier* and guided by *Andrej Machkovski*

6 BVA/SKP seats offered by Wizz Air



GROUP MEDIA TRIP 1/2

5 French journalists from consumer travel magazines, regional press and trade press welcomed in Macedonia from May 18th to 22nd.

General discovery of destination Macedonia highlights (Metha, Popovakula, Stobi, Prilep, Bitola, Ohrid, Mavrovo, Tetovo, Skopje)

Escorted by *Philippe Mugnier* and guided by *Sacha Fotevski*

6 BVA/SKP seats offered by Wizz Air



809 Friends February 20th 2015, over 1289 July 31st 2015



478 new Facebook friends gained from Feb to end July



GROUP MEDIA TRIP 2/2

French press

1. Mr Jérôme BLIN, Travel editor of the French national monthly magazine **PLEINE VIE** www.pleinevie.fr – 2,335,000 readers (mostly aged 50-69) – 4 pages reportage to expect – 123,840€ advertising value
2. Mr Sylvain SONNET, Travel photographer from the leading photo agency **HEMIS** (www.hemis.fr), missioned by **PLEINE VIE** (see above) for illustrating the 4 pages reportage
3. Mrs Céline DEVELAY-MAZURELLE, radio travel journalist from the **RADIO FRANCE INTERNATIONAL** (broadcasted in France & French speaking world, would be the French equivalent to BBC World) www.rfi.fr for a 40 minutes travel reportage on the "Si loin, si proche" program www.rfi.fr/emission/loin-proche - equivalent advertising value over 200,000€

Belgian media

1. Mr Maxime BERMER, freelance journalist commissioned by the Belgian national newspaper **LE SOIR** www.lesoir.be – 820,000 readers – for 1 full page reportage to expect – 22,000 € advertising equivalent value
2. Mrs Amélie de DONNEA, journalist from the Belgian national weekly women magazine **FLAIR** www.flair.be 343,600 readers French version + 540000 Dutch Version – for 2 full page reportage to expect – 25,000€ advertising value

JUNE 15-19

Pleine Vie

hemis-fr

radio france internationale

LE SOIR

Flair

MAIN CONSUMER PRESS COVERAGE (print)

JULY

In Belgian press

« Why not Macedonia ? »

Mrs Amélie de DONNEA, journalist from the Belgian national weekly women magazine FLAIR
www.flair.be 343,600 readers French version + 540,000 Dutch Version issued 4 full page reportage on Macedonia July 29th 2015 – 100,000€ advertising value total !

Flair

This coverage is the result of a group media trip organized June 15-19 2015



« Happiness at 3 hours flight only from Belgium – Macedonia is THE emerging destination – Still preserved from mass tourism »

MAIN CONSUMER PRESS COVERAGE (print)

MARCH

In French press

« Macedonia, the pearl of the Balkans »

4 pages reportage in weekly « people » news luxury magazine GALA
Impact on 2,500,000 readers - Equivalent advertising value of 88,000€ issued March 11th 2015

Gala

Following group media trip organized 6-10 October 2014 for Eve Gandossi (writer) & Pascal Meunier (photographer)



« Fantastic mountains, olympian monasteries, exotic cities... A wonderful discovery less than 3 hours flight from France. Macedonia is full of surprises... ! »

MAIN CONSUMER PRESS COVERAGE (print)

JULY

In French press

« Macedonian wines improving, wine tourism developing »



LA VIGNE

2 full pages reportage issued July 2015 in monthly national specialized magazine dedicated to the wine industry LA VIGNE

30,000 readers
Equivalent advertising value of 11,000€

Following individual media trip organized 3-16 July 2015 for Mr Thierry JOLY

MAIN CONSUMER PRESS COVERAGE (web)

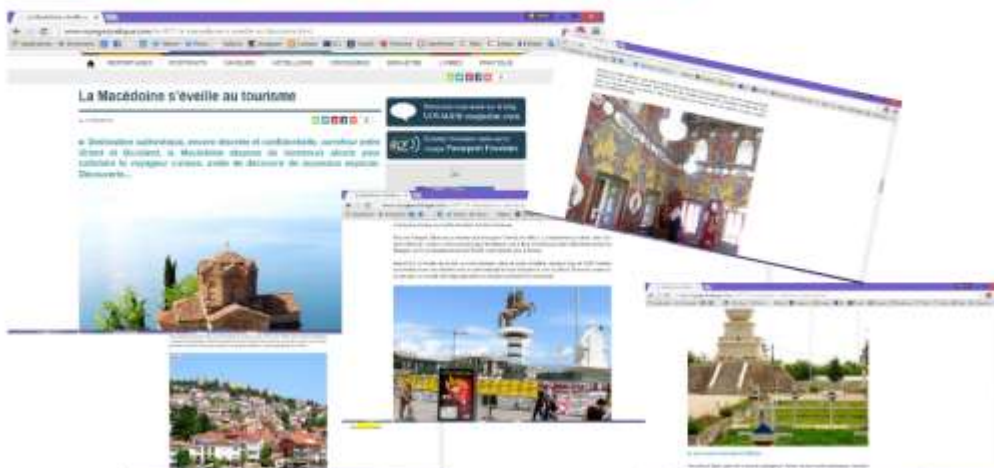
JUNE

« Macedonia is waking up ! »

Long article on Macedonia in travel web portal VOYAGER PRATIQUE
www.voyagerpratique.com – 135,000 visitors a month
This article follows group media trip organized May 1-22 2015 with
Emmanuel GABEY



www.voyagerpratique.com/m-B17-la-macedoine-s-eveille-au-tourisme.html



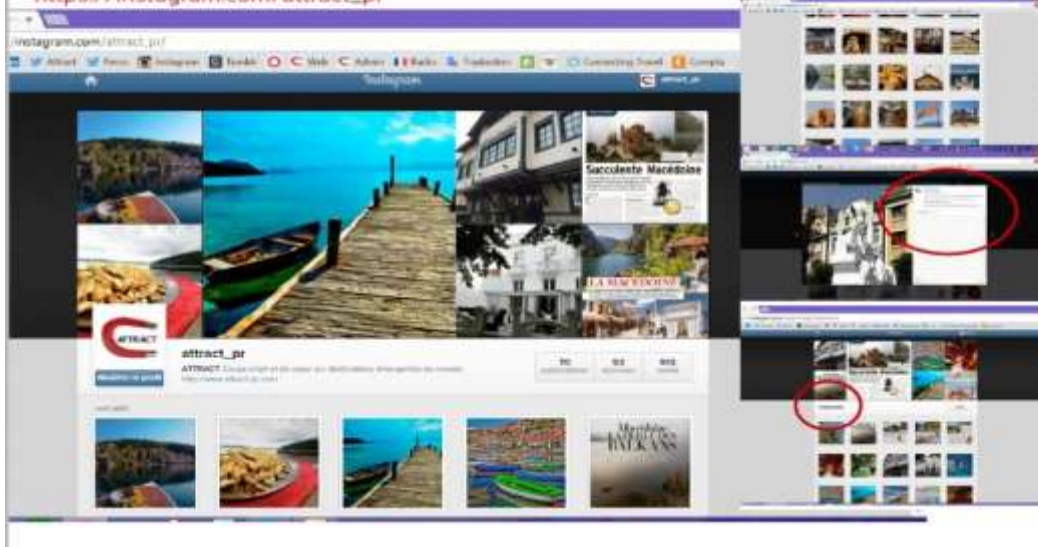
INSTAGRAM PICTURE LIBRARY

APRIL

Photo reportage (> 80 photos) about Macedonia featured on the **ATTRACT** Instagram account (during media trip April 13-17th) and disseminated through items #Macédoine #Destination #Citybreaks #Balkans #Vacances #Tourisme



https://instagram.com/attract_pr



MAIN CONSUMER PRESS COVERAGE (web)

MARCH

20 web pages (text+ photos) on Macedonia in leading travel portal Easyvoyage (3,500,000 visitors/month).
All article then translated/adapted into their various European versions.
Follows media trip organize in June 2014 with *Athina DIMITRIADIS*



www.easyvoyage.com/macedoine



INTERNAL PR in MACEDONIA (TV)

APRIL

Participation of a French group of 7 tour-operators & journalists to the TV program "TALKACI" about "Views of French trade visitors about destination Macedonia" by Katerina Grupce & Lila Grujovski from MPT.



Broadcasted on
Macedonian TV
April 26th 2015
www.youtube.com/watch?v=WdH8fCqVA&feature=youtu.be



NETWORKING with OFFICIALS

JUNE 26th



Participation of *Philippe MUGNIER* to the Paris Business Forum organized June 26th at the Macedonia embassy by Invest Macedonia.

Presence of Mister President of the Government *Nikola GUREVSKI* (personal discussion with him about tourism) and other Ministers involved with Foreign Investments.

Networking with ambassadors (France in Macedonia & Macedonia in France)...and many other VIPs of the country (Wizz Air, investors...)



Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на 26 Јуни во Ниш, Србија организираше “Денови на македонскиот туризам”.

Настанот се организираше во Ниш, Србија со цел афирмација на започнатата туристичка сезона, да им се претстави туристичкиот производ од Македонија и можност за зголемување на бројот на Српски туристи кои традиционално секоја година ја посетуваат нашата земја. Партнери од Србија, тур оператори и претставници на медиумите беа гости и ова е можност за зајакнување на нашите партнерски односи и создавање на нови. Пред гостите свое обраќање имаа:

- Кристијан Џамбазовски, директор на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот
- Крсте Блажевски, претседател на асоцијацијата ХОТАМ
- Александар Сеничич, претседател на ЈУТА, Србија

Настанот беше збогатен со дегустација на македонска храна и вино, македонска музика и пригодна наградна игра, а најсреќните имаа можност да бидат добитници на автентични производи од Македонија, тоа се охридските бисери, филигранот со македонски рубин и се разбира викенд во Охрид за двајца. Успешните промотивни активности на АППТРМ на туристичкиот пазар во Србија се едни од алатките кои позитивно се одразија на зголемување на број на туристи од оваа земја кои во последните неколку години изнесува повеќе од 12%. Неколку години по ред се реализира медиумка кампања која се покажа како успешна и продолжуваме со исто темпо и оваа година. Уште една новина во делот на промоција е преводот на веб страната “Macedonia-timeless” на 9 јазици вклучително и србскиот, со цел туристичкиот производ од Македонија да стане достапен за потенцијалните туристи.



Присутни тур оператори и медиуми на настанот:

| TURISTICKE AGENCIJE - JUG SRBIJE (Vranje-Vladičin Han- Surdulica-Leskovac-Niš) | | | | | |
|--|----------|---------------|--|-------------|------|
| AGENCIJA | GRAD | TELEFON | MAIL | NAPOMENA | BROJ |
| BRAVO TOURS | Leskovac | 016-244-222 | bravoturs@gmail.com | POTVRDJENO | 3 |
| MARCO POLO | Leskovac | 016-601-701 | office@marcopollo.rs | POTVRDJENO | 1 |
| ZDRAVLJE TURS | Leskovac | 063/74 00 464 | / | POTVRDJENO | 1 |
| PLUTON STAR | Leskovac | 063-1181300 | info@pluton.rs | POTVRDJENO | 3 |
| KANISTRAVEL | leskovac | 016/242 200 | kanis@sbb.rs | POTVRDJENO | 2 |
| AEREO TURS | NIS | 08/290-099 | aeroturs@gmail.com | POTVRDJENO | 2 |
| HALO TRAVEL | NIS | 018/240-700 | info@halotravel.rs | PAOTVRDJENO | 2 |
| HELONA AGENCY | NIS | 018/514-696 | office@helona.rs | POTVRDJENO | 2 |
| LORD | NIS | 018/415-0821 | office@lordtravel.rs | PAOTVRDJENO | 2 |
| NIŠ EKSPRES | NIS | 018/452-7001 | turizam@nis-ekspres.rs | POTVRDJENO | 2 |
| OTAVA TRAVEL | NIS | 018/209 – 494 | office@otavatravel.com | POTVRDJENO | 2 |
| SAFARI KLUB | NIS | 018/531 009 | safari@open.telekom.rs | PAOTVRDJENO | 1 |
| MONDO - prevoz | Beograd | 011/78 72 375 | / | PAOTVRDJENO | 2 |
| | | | | | 25 |

| | | | | | |
|----------------------|-----|-------------|--|------------|---|
| UDR. VARDAR Makedon. | NIS | 064-3155945 | zigerbold@gmail.com | POTVRDJENO | 4 |
| TO NIS direktor | NIS | 018-505688 | uors@visitnis.com | POTVRDJENO | 2 |
| | | | | | 6 |

| RTV i NOVINE jug SRBIJE | | | | | |
|-------------------------|---------|-------------|---|------------|------|
| | GRAD | TELEFON | MAIL | NAPOMENA | BROJ |
| NIŠKA TELEVIZIJA | Niš | 018/521172 | admin@ntv.rs , urednik@ntv.rs | POTVRDJENO | 3 |
| | | | | POTVRDJENO | 1 |
| TV ZONA PLUS | Niš | 018/4150702 | info@tvzonaplus.rs | POTVRDJENO | 3 |
| TV VRANJE | Vranje | 017/422632 | velickovicrtv@gmail.com | POTVRDJENO | 3 |
| OLIVER - mediji BG i NS | Bg i NS | | | POTVRDJENO | 7 |
| | | | | | 17 |

Во архива се извештаите (на ЦД) од медиумската кампања во Србија и настанот организиран во Ниш, кои вклучуваат подетални информации за интервјуата, радио и телевизиските гостувања и целокупната постапка за реализација на помотивните активности.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на 18 Јуни во Софија Бугарија организираше “Денови на македонски туризам”.

На наше задоволство партнерите и пријателите од Бугарија, тур оператори и претставници на медиумите беа наши гости и ова е можност за зајакнување на нашите партнерски односи и создавање на нови. Настанот се организираше со цел афирмација на започнатата туристичка сезона, да им се претстави туристичкиот производ од Македонија и можност за зголемување на бројот на Бугарски туристи кои традиционално секоја година ја посетуваат нашата земја.

Настанот беше збогатен со дегустација на македонско вино, македонска музика и пригодна наградна игра, а најсреќните имаа можност да бидат добитници на автентични производи од Македонија, тоа се охридските бисери, филигранот со македонски рубин и се разбира викенд во Охрид за двајца.

Македонија и Бугарија како две соседни земји имаат многу заеднички работи, земји чија сегашност и чија историја се нераскинливо поврзани. Една од нив е туризмот, односно туристичката размена. Соработката меѓу Македонија и Бугарија е на високо ниво, за што се надевам дека оваа тенденција на пораст на туристичка размена ќе остане и во иднина.

Успешните промотивни активности на АППТРМ на туристичкиот пазар во Бугарија, позитивно се одразија на зголемување на број на туристи од Бугарија кои во последните неколку години изнесува повеќе од 15%.

Во продолжение листа на присутни гости, тур оператори и медиуми на настанот:

| Компания | Управител | Тел | email |
|---------------------------|----------------------------|-----------------|--|
| 1 Лоял травел | Свидна Динева | 878.141.122 | manager@loyal-travel.com |
| 2 Посока | Юри Дамянов | 882.308.535 | yuri.damyanov@posoka.com |
| 3 Аеротравъл | Александър Спасов | 02/981 69 65 | |
| 4 Профи турс | Николай Миладинов | 02/ 940 11 19 | |
| 5 Пингвин травъл | Димитър Попов | | dimo@penguin.bg |
| 6 Александър тур | Румен Найденов | | |
| 7 Стела тур | Стела Филипова | 0888 25 29 20 | outgoing@stellatours.info |
| 8 Абакс | Горчо Пасев | 893506316 | |
| 9 Тезтур | Петър Андреев | | petar@teztour.bg |
| 10 Алфатур | Гриша Костов | 888.414.484 | sofia@alfatour.bg |
| 11 Караджъ турс | Джемал Лютфи | 02/ 977 77 00 | operation@karacitours.bg |
| 12 ДСК турс | Мария Манева | 0885 27 27 09 | office@dsktours.bg |
| 13 Алоха травел | Елена Кирилова | 876.802.021 | info@alohatravel.bg |
| 14 Травелмания | Даниела Белчева | 888.535.596 | travelmaniabg@yahoo.com |
| 15 Интертурс | Пепа Брусева | | office@intertours.net |
| 16 Интертурс | Пламен Брусев | | office@intertours.net |
| 17 Атлантис тур | Нина Байкушева | 878.578.294 | sales@atlantis-tour.com |
| 19 Рейма България | Росица Младенова | 878.121.330 | info@reyma.bg |
| 20 Валантайн Холидейз | Валя Попова | 878.815.548 | valant@bgnet.bg |
| 21 Авиа тур | Славянка Илиева | 899.103.094 | aviatour@abv.bg |
| 22 Глобал тур | Доброслав Илиев | 0878 93 55 01 | info@globaltour-bg.com |
| 23 Мистрал травел | Теменуга Омайникова | 884.473.054 | mistral@mistralbg.com |
| 24 Меркурий 97 | Розалина Нколова | 888351936 | |
| 25 Тандем травел | Даниела Стоева | 888703491 | |
| 26 Елфи тур | Ваня Овчарова | 888760640 | |
| 27 Партнер травел | Одисей Спасов | 02/986 01 21/23 | plovdiv@partnertravel-bg.com |
| 28 Балкан вип турс | Весела Томова | 878.802.220 | viptours@tea.bg |
| 29 Искони | Галя Тодорова | 899869272 | |
| 30 Рила травел | Петя Дончева | | info@rilatravel.com |
| 31 Джиджи холидейз | Мариа Димова | 889.531.885 | mariadimova@abv.bg |
| 32 Оссмо | Станислав Димов | 02/981 53 30 | office@ossmo.bg |
| 36 Травъл Тайм ООД | Антоанета Коларова | 889.549.103 | traveltime@abv.bg |
| 37 Дуенде травел | Ивелина Димитрова | 02/ 951 68 64 | duende_travel@abv.bg |
| 38 София луксъри травъл | Ива Кънчева | 0888 51 99 77 | sofialuxtravel@abv.bg |
| 39 София луксъри травъл | Ива Кънчева | 889 51 99 77 | sofialuxtravel@abv.bg |
| 40 Иванико тур | Георгина Донданова | 02/ 952 31 09 | georgana@mail.bg |
| 41 Роззи травел | Росица Велева | 02/ 944 63 16 | info@rozzitravel.com |
| 42 Травелмания | Даниела Белчева | | travelmaniabg@yahoo.com |
| 43 Дискавър | Таня Бонева | | manager@discover.bg |
| 44 Международни пътувания | Красоцвета Неколова | | manager@bulgaria-guide.com |
| 46 БААТ | Любомир Попйорданов | | lpopiordanov@gmail.com |
| 47 Стандарт | Наталия Малчева | | natalia@standartnews.com |
| 48 24 часа | Ралица Даскалова-Стаменова | | rdaskalova@24chasa.bg |
| 49 Дневник | Татяна Димитрова | | taniadim@gmail.com |
| 50 Труд | Миlena Илиева | | milieva@trud.bg |
| 51 Бохемия | Радостина Искренова | 897865720 | tours@internationaltravelgroup.net |
| 52 Бохемия | Байко Байков | 892604392 | manager@bohemia.bg |
| 53 Технически специалист | Емил Петров | 894482500 | |

Медиумска кампања Албанија 2015-

☞ Panorama – newspaper

- 14 објави по 1/2 страна

Gazeta Shqiptare



☞ Gazeta Sqiptare- newspaper

- 14 објави по 1/2 страна

☞ Весник и онлине Илинден

- 12 објави 1/1 страна во весник
- Банер 300x200 на веб страната за цела година www.ilinden-tirana.com

Trane, Beroza Lika fyeu 16-vjeçarim pasë fitrit virtual nga Shënkoll

I dënuari për vrasje kanos nga burgu vajzën e mitur

Policia: 27-vjeçari dërgoi mesazhe me celular në Facebook

Shënkoll - Policia ka dënuar një 27-vjeçar për vrasjen e vajzës së mitur, Beroza Lika, në Shënkoll. Një muajt më parë, policia ka dënuar të njëjtin individ për kërcënime të vazhdueshme të vajzës së mitur, me celular dhe në Facebook. Policia ka dënuar të njëjtin individ për kërcënime të vazhdueshme të vajzës së mitur, me celular dhe në Facebook.

AKTUALITET



Shënkoll - Policia ka dënuar një 27-vjeçar për vrasjen e vajzës së mitur, Beroza Lika, në Shënkoll. Një muajt më parë, policia ka dënuar të njëjtin individ për kërcënime të vazhdueshme të vajzës së mitur, me celular dhe në Facebook.

Rezermit e Marinovës, protestë me lapë e dala para "Bankera"

Rezermit e Marinovës, protestë me lapë e dala para "Bankera"

Rezermit e Marinovës, protestë me lapë e dala para "Bankera"



Rezermit e Marinovës, protestë me lapë e dala para "Bankera"



Shkup, më 10.10.2017. Fanorama ka dënuar një 27-vjeçar për vrasjen e vajzës së mitur, Beroza Lika, në Shënkoll. Një muajt më parë, policia ka dënuar të njëjtin individ për kërcënime të vazhdueshme të vajzës së mitur, me celular dhe në Facebook.

Presidenti Nishani, i pari kryetar shqiptar në Gërmetin e Nju Jorkut

Rezolutë për Shqipërinë në Senatin e Nju Jorkut

Mitrovica e Istretovës, Nishani: U' shprehim besë shqiptare

Presidenti Nishani, i pari kryetar shqiptar në Gërmetin e Nju Jorkut

POLITIKË



Presidenti Nishani, i pari kryetar shqiptar në Gërmetin e Nju Jorkut

Shkup, më 10.10.2017. Fanorama ka dënuar një 27-vjeçar për vrasjen e vajzës së mitur, Beroza Lika, në Shënkoll.



Shkup, më 10.10.2017. Fanorama ka dënuar një 27-vjeçar për vrasjen e vajzës së mitur, Beroza Lika, në Shënkoll. Një muajt më parë, policia ka dënuar të njëjtin individ për kërcënime të vazhdueshme të vajzës së mitur, me celular dhe në Facebook.

Guximi për të goditur liderin e opozitës

Guximi për të goditur liderin e opozitës

Guximi për të goditur liderin e opozitës

Guximi për të goditur liderin e opozitës



Atëni shqiptar ndonjëherë zë 6000 vjet të vjetër?

Atëni shqiptar ndonjëherë zë 6000 vjet të vjetër?



Atëni shqiptar ndonjëherë zë 6000 vjet të vjetër?



OUR NAME IS MACEDONIA

OUR NAME IS MACEDONIA



OUR NAME IS MACEDONIA



OUR NAME IS MACEDONIA



OUR NAME IS MACEDONIA

Медиумска кампања Косово 2015

☞ Zeri – newspaper

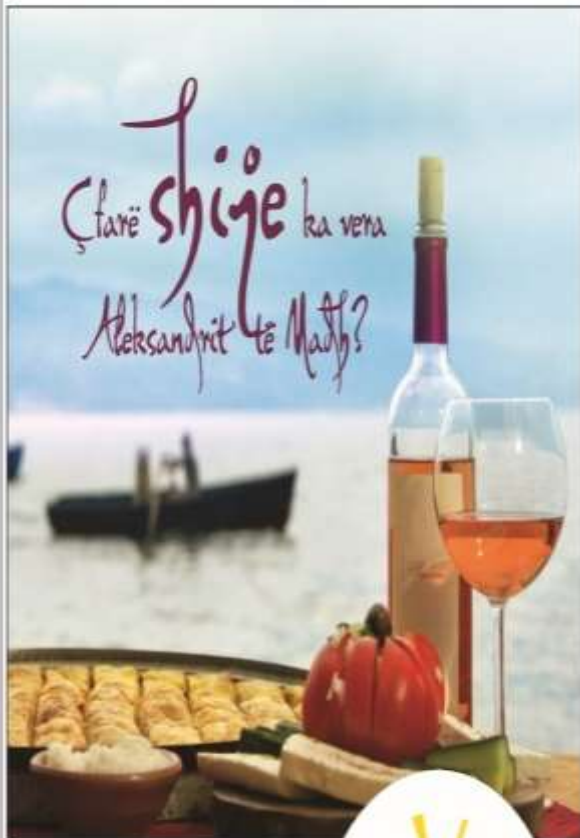
- 12 објави по 1/1 страна

☞ Koha Ditore -newspaper

- 4 објави по 1/1 страна
- 6 објави по 1/2 страна

☞ Telegrafi- online

- 2 месеца банер leaderboard and rectangle banner



Macedonia Timeless është një destinim i jashtëzakonshëm, i krijuar për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur. Është një destinim i jashtëzakonshëm për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur. Është një destinim i jashtëzakonshëm për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur.

Është një destinim i jashtëzakonshëm për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur. Është një destinim i jashtëzakonshëm për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur.



Macedonia Timeless është një destinim i jashtëzakonshëm, i krijuar për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur. Është një destinim i jashtëzakonshëm për të shfaqur dhe promovuar kulturën dhe historinë e kësaj shteti të vjetër dhe të bukur.





Maqedonia është një vend i mrekullueshëm dhe mishërim i traditës shekullore

Në Maqedoni mund ta dëgjoni festimin me zë të lartë të karnaveleve, piskëllimën e surlëve, mahjan e daulëve, por edhe tingujt e këmbël të dashamirëve të fjalës së shkruar.

Çdo tingull ka thellësinë e vet. Sapo e dëgjoni, ai përgjithmonë do të qëndrojë në ju dhe ju do ta zbuloni Maqedoninë që nuk e keni njohur kurrë.



Maqedonia është vend i Tingujtë, jehona e shokujve që kanë kaluar, përkohë ndosht me tingujt e të sotmës. Shumë në Maqedoni është një mënyrë e jetës, si të bëhen ditëria dhe rritjet e traditës, kurse të gjitha artet e tjera reflektohen prej saj. Shumë rituale dhe zakone janë ndritshur me tingujt e muzikës, dhe përfshijë çdo festë inkurajon këndim. Arsyja që më shumë ta dani Ohrid gjatë verës është ngjarja më e madhe muzikore-kanonike që mbahet në Maqedoni, e quajtur Vera e Ohrit. Bekari të veçantë përhapjesse programet të Verës në Ohrit, si jep hapësira muzikale e vendose që janë ngjallur si skenat për manifestimet - ebezi i katodrales "Shën Sofia", Këndejlla e Samelit, si dhe teatri antik. Çi nga viti 1994 Vera e Ohrit është pjesë e Irbëkimit Evropian të festiveve.

Ky vend është gjithashtu një vend beher. Çdo vit, mbahen festivalet që lu përkatshëm verës dhe hërës. Kavodari është një ngjarje që jeton për verën - dhe në qoftë se edhe ju jeni një dashamir i këtyrë shëndet, ofshen vryja e rrushit në Tikovsh është një ngjarje që përfshirë dëhet ta vëlbet.

Tradita e një këmbël është mëshërës i të gjithë pasuritë, prandaj krijatarka e Maqedonitë ka vlerë të paqumës, si një veçori këmbës. Qatë këmbël viti në Maqedoni shvëllohen ngjarje tradicionale përson të cilave maqedonitë me behari ndihmë dhe lavdi e përçellim këmbës nga gjenerata në gjeneratë dhe këmbël e bëjti me pasion për të kujtuar thellën dhe për të ruajtur pasuritë. Populli maqedonë është i ngjërë, ushqyer, rrejtë të fshatit me zorrë të madhe, ngjërë që mund të takohen në të gjithë Maqedoninë dhe që janë shpirti i këmbës pjesë të shpirtit dhe të tokës.

Ngjarje ngjarjet në traditonale është Drenova e Galicnikat e cili shpëllëhet çdo vit në ditën e Shën Pjetrit, më 12 Korrik. Është e punë me shumë zakone dhe rituale origjinale, urthe dhe të pabarmshme të darrës rituelit dhe zakonet dhe është shumë e famshme webja e Galicnikat e punuar me sakitësi e filigrant dhe sakitësi e rreboqësive.

Njëse jeni dashamir të shokujve nën maska, nuk dëhet ta lumbëni karnavelevit e Strumicës që mbahet tradicionalet çdo vit në ditën e tremujorit, gjegjësisht në fillim të Kreshnit të Madhe. Karnavelevit e Strumicës konstatohet të jetë një traditë shumë e gjatë. Ai është përsonuar nga mbijetëshkruant i famshëm roman Fatija Çohëri që nga viti 1970.

Njëse keni vullnetin për argitjen, pak kvantitet dhe grën, mund të shikoni dyjt rregjive të ngjashë të grejt në Vevçan dhe të këmbës pjesë e muzikës në karnavelevit të famshëm. Këtu e keni të lejuar për një moment të dëni prej këmbës teq dhe të bëheni dikush tjetër. Karnavelevit e Vevçanit është manifestim i vjetër në shumë se 1400 vjet dhe është një pëzierje interesante ndërmjet pignas dhe modernës. Statohet më 13 dhe 14 janar të çdo viti dhe i përkatshëm Shën Vasilit të Madh. Në ato ditë priket viti i rretoliks, dhe përçillet viti i vjetër. Karnavelevit përferden me valle e vullnet dhe me dëgjim e muzikë në qendër të Vevçanit, sepse konsiderohet se në këmbë mënyrë e kusja do të zbulohet përgjithmonë.

Në çdo vend ka shvëllohen ngjarjet tradicionale ofshen këmbël të mbatshme dhe moderne me çmime të arsyeshme. Shumë e tyre janë të vendosura në qendër ose në afërsi të qyteteve, por dhe mund të gjenden edhe në mjedije të papërcaktu mënyrës. Të gjithë qytetet gjithashtu kanë një sistem të shvëllohet të shpëllëhet të shpëllëhet, të cilat mysafitëve lu ofshen çdo gjë që dëhet për një qëndrim rrekonës dhe pa harrje.

Ju do të bëni një dashamir me Maqedoninë shëta si çdo maqedonës që është i dashamir me vendin e tij të mrekullueshëm

