

# **ПЛОВДИВ – ЕВРОПЕЙСКА СТОЛИЦА НА КУЛТУРАТА 2019**

**Окончателен мониторингов доклад**

---

**Март – април 2020**

## Съдържание

|   |    |
|---|----|
| I. Въведение .....  | 1  |
| II. Описание на постиженията по области и индикатори.....   | 3  |
| 1. Трансформация на културния сектор .....  | 3  |
| 1.1. Достъп до култура и участие .....  | 3  |
| 1.2. Културна жизненост .....   | 12 |
| 2. Образ и идентичност .....  | 15 |
| 2.1. Признаване на Пловдив като важен Европейски културен център .....  | 15 |
| 2.2. Усещане за идентичност .....   | 19 |
| 3. Социални въздействия .....   | 22 |
| 3.1. Социална и културна интеграция на маргинализирани групи .....  | 22 |
| 3.2. По-широко участие на доброволци в културни събития.....  | 27 |
| 3.3. Качество на живот .....  | 27 |
| 4. Икономически растеж .....  | 30 |
| 4.1. Ръст в туризма .....   | 30 |
| 4.2. Нови бизнеси и възможности за заетост.....   | 35 |
| 4.3. Икономическа жизненост на културния сектор.....  | 36 |
| III. Обобщение относно реализацията на проект “Пловдив Европейска столица на културата 2019” - наследство и предизвикателства ..... | 38 |
| IV. Статус на изпълнението по индикатори .....  | 47 |

## I. Въведение

Мониторингът и оценката на инициативата Пловдив – Европейска столица на културата 2019 се основава на заложената рамка в Апликационната книга, която:

- въвежда четири зони за оценка, които покриват четирите ключови области на въздействие на инициативата:
  - 1) Трансформация на културния сектор
  - 2) Образ и идентичност
  - 3) Социални въздействия
  - 4) Икономически растеж
  
- предвижда график на мониторинга в периода 2017-2020, както следва:
  - 2017 г.: проследяване и анализ на резултатите от второто базисно измерване; извършване преглед на уместността на показателите и целевите стойности;
  - 2018: изготвяне на анализ за напредъка спрямо изходното ниво около времето на стартиране на програмата;
  - 2019: мащабно измерване на резултатите, ефекта и въздействието в годината на провеждане на инициативата;
  - 2020: изготвяне и публикуване на главния анализ – окончателен мониторингов доклад, вкл. връзка към нови стратегически документи и изграждане на ключови цели и задачи след 2019 г.

Мониторинговата рамка от Апликационната книга включва 39 индикатора, за които се предвижда различна периодичност на наблюдение. Съгласно предвидения график Вторият базов мониторингов доклад установи базовата линия за периода към 2015-2017 г. и конкретизира целевите стойности, извърши преглед на уместността на всеки индикатор, и периодичността. Настоящият окончателен мониторингов доклад отчита резултатите през 2019 г. именно в сравнение с базовите стойности.

Изготвянето на окончателния мониторингов доклад се основава на следните източници на информация:

- ✓ национално представително изследване на пълнолетното население в България (обем на извадката 1004 души, интервю по метода „лице в лице“);
- ✓ представително изследване на пълнолетното население на гр. Пловдив (обем на извадката 450 души, интервю по метода „лице в лице“);
- ✓ анкетно проучване сред публиката на културни събития през 2019 г. по метода на отзовалите се (анкетирани 3632 лица през 2019 г.);
- ✓ количествено изследване сред ромски домакинства в квартал Столипиново (300) и анкетиране на главата на домакинството по метода „лице в лице“, като се събира косвена информация за целия състав на домакинството (в случая на конкретната извадка – около 1450 лица);
- ✓ проучване сред читалища и културни институции - интервюта с представители на културни институции от гр. Пловдив (50 броя);

- ✓ кабинетно проучване относно посещаемостта на гр. Пловдив – данни от НСИ за посетители в града и района, нощувки, развитие на отраслите в града, включително заетите в тях, и др. За някои индикатори (напр. 11, 12-14, 16, 18, 24), информацията има по-скоро служебен характер и е достъпна чрез офиса на ОФ Пловдив 2019 (отчети, справки за възлагания и договори, анализи, собствен мониторинг, работа с доброволци и др.

Настоящият доклад осъществява връзка с предишните измервания на индикаторите, проследява в сравнителен план тяхната динамика и отчита финалното постижение спрямо заложената целева стойност. Докладът съдържа аналитични текстове, таблици и графики за визуализация на данните, включително сравнителен анализ на изпълнението на ниво индикатор, изводи от осъществяването на програмата на Пловдив ЕСК, вкл. отчитане на социално-икономическия ефект за града, бъдещи насоки за нови стратегически документи и изграждане на ключови цели и задачи след 2019 г. Докладът е в съответствие с предвиденото задължение в Раздел VI, секция Ключови събития от Апликационната книга: „2020 – публикуване на главния анализ около май/юни. Връзка към нови стратегически документи и изграждане на ключови цели и задачи след 2019 г.“

## II. Описание на постиженията по области и индикатори

### 1. Трансформация на културния сектор

#### 1.1. Достъп до култура и участие

##### *Индикатор 1: Общ брой ЕСК събития през 2019 г.*

При преброяване на проведените събития се отчитат следните особености:

- Събития, които включват повече от една отделна проява (напр. семинар/беседа и отделно изложба). В случаите, когато тези прояви имат самостоеен характер, те се третират като отделни единични събития. Аналогично, различните постановки в рамките на Орега Ореп например, имат напълно самостоеен характер и се третират като отделни събития. В същото време обаче фестивални прояви като тези в Капана, Лаута, на Младежки хълм, на Главната улица и др., дори да включват голям брой по-малки прояви, имат единен характер и следва да се третират като едно събитие – противното би довело до нереалистично завишаване на броя събития.
- Събития, които се провеждат повече от един път – основно значими театрални постановки, към които има голям интерес, но също така например и по-малки прояви в кв. Столипиново, които целят да достигнат до повече хора на повече места в квартала. В този случай подходът е да се счита всяко издание като единично проведено събитие, с оглед, че са вложени организационни ресурси за всяко от тях и на всяко са присъствали различни хора - обхваната е повече публика.

Съобразно този подход броят на отчетените събития през 2019 г., чиито пълен списък се намира в поддържаната от ОФ Пловдив 2019 отчетна таблица, възлиза на 601 събития.

Трябва да се има предвид, че в общия брой са включени събития от програмата, които:

- са проведени в други градове – общо 54 събития, вкл. градове от Южен централен район (24), други градове в страната – София, Варна, Благоевград, Кюстендил (също 24), както и в чужбина (6);
- имат много специфична целева или нишова аудитория и са с неголям брой участници – мастор класове, уъркшопове и семинари, насочени към тясна професионална аудитория. Като такива бяха идентифицирани 55 от събитията.
- имат подпомагач програмата/организационен характер – събития с доброволците, срещи с международни партньори, пресконференции, информационни дни и покани и др. под. – 34 събития.

##### *Индикатор 2: 50% от жителите на Пловдив, 30% от регионалните да посетят ЕСК събития през 2019 г.*

Постигнатата посещаемост е по-висока от заложените целеви стойности с 10% и индикаторът е достигнат и надвишен, най-вече при жителите на гр. Пловдив:

- ✓ 60% от жителите на гр. Пловдив са посетили поне едно културно събитие в града (вж. графиката на Индикатор 3)

- ✓ 32% от жителите на региона са посетили поне едно културно събитие в гр. Пловдив. Жители на региона са жителите от областите на Южен централен район за планиране, изключвайки самия гр. Пловдив.

**Събития от ЕСК, посетени от жителите на гр. Пловдив (въпрос със свободно формулирани отговори; запитаните са давали повече от един отговор)**

| Свободно посочване                                 | %    |
|--|------|
| Концерти и музикални събития и фестивали           | 44,5 |
| Други фестивали                                    | 28,3 |
| Театрални събития и постановки, вкл. куклен театър | 24,1 |
| Събития в Капана                                   | 22,6 |
| Изложби  | 22,2 |
| Откриването на Пловдив ЕСК 2019                    | 19,2 |
| Опера  | 10,5 |
| НОЩ (Нощта на музеите)                             | 7,5  |
| Улични изпълнения                                  | 6,1  |
| Кино събития                                       | 3,5  |
| Балет, танци                                       | 2,6  |
| Семинари/Уъркшопи                                  | 2,0  |

*Източник – представително изследване сред населението на гр. Пловдив*

**Индикатор 3: 20% растеж в културното участие между 2015 - 2021**

За периода на измерването 2017-2019 г. относно ангажираността с култура и изкуство се наблюдават следните тенденции:

- ✓ Съвкупността на лицата с осъзната ангажираност с култура и изкуство остава устойчива – около 49% от пълнолетното население на гр. Пловдив.
- ✓ Делът на пловдивчани, които посочват, че отделят средства за посещение на културни събития и закупуване на творчески продукти, нараства от 50% до 58,3% през 2019 г., а средната сума – от 24 лв. до 27 лв. на месец. Нарастването варира през годините, не е голямо, но е логично, предвид наситената програма на ЕСК през последните 3-4 години.
- ✓ Значително е нараснал делът на посочващите, че „посещават относително често културни събития в населеното място, в което живеят“ – от 28% през 2017 г. до 40% през 2018 г. и 44% през 2019 г. Тази поведенческа промяна може пряко да се свърже с ефектите от прилагането на инициативата – голям брой културни събития с голяма реклама, което увеличава интереса към посещение като цяло. Това безспорно е позитивно, но постигнатите нива на културно участие трудно ще се запазят при намаляване на предлагането на културни продукти/събития/възможности.

**Бихте ли казали за себе си, че сте човек, който:**



Източник: Представителни изследвания сред населението на гр. Пловдив

**Посещаемост на културни събития в гр. Пловдив**

При базова стойност от 43% посетили културно събитие през 2015 г., целевата стойност от 51,6% (или 20% заложено увеличение) е достигната трайно през 2016 г. и се запазва висока и през 2019 г. Запазването на нивото на културното участие на нивото на целевата стойност (52%) след 2019 г. може да се счита за добро усвояване на наследството на ЕСК.

**Дялове от пълнолетното население на гр. Пловдив, посочили, че са посетили поне едно културно- информационно събитие в града**



Източник: Представителни изследвания сред населението на гр. Пловдив

#### Индикатор 4: Удовлетвореност на публиката от културното съдържание

Удовлетвореността на публиката е измерена посредством проведеното анкетно проучване сред посетители на различни по характер културни събития през 2019 г. (3632 души) по петстепенна скала, съгласно заложеното в мониторинговата рамка:

- ✓ 68% от анкетираните са били и на други събития от ЕСК, което повишава релевантността на групата, респективно надеждността на обратната връзка.
- ✓ Над 50% заявяват силна удовлетвореност, а общо с умерено удовлетворените съвкупността нараства до 89%, което е изпълнение на поставената цел – „за 50% от обхваната чрез проучванията публика се отчита удовлетвореност по-висока от средната“.

#### Оценка на съдържанието на събитието



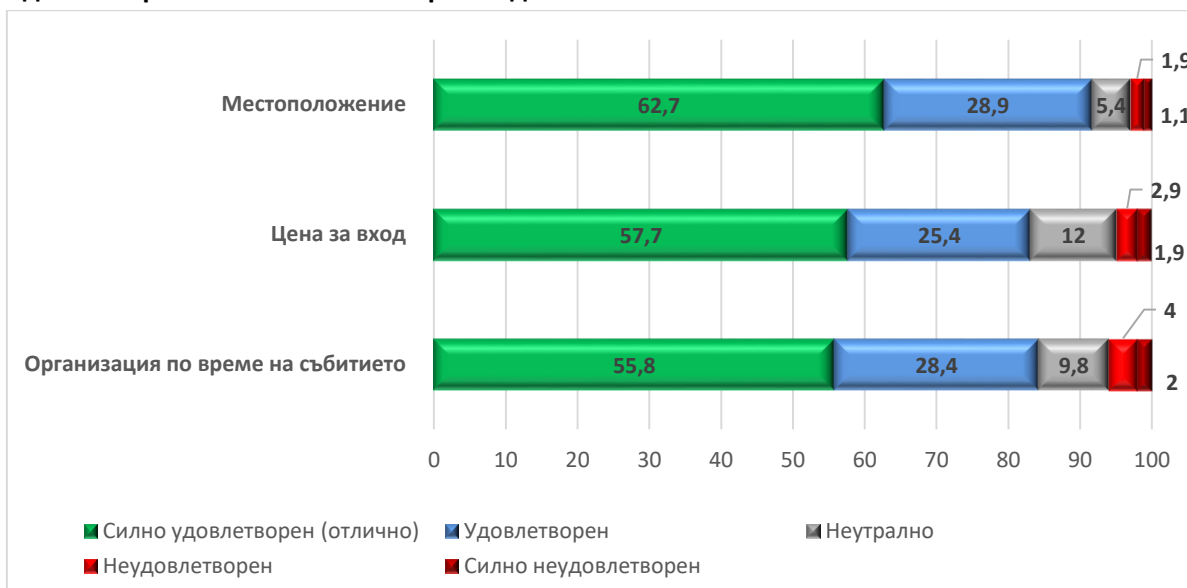
Източник: анкетно проучване сред посетители на културни събития

#### Индикатор 5: Обратна информация относно организирането на събития

Обратна информация е осигурена чрез проведеното анкетно проучване по метода на отзовалите се сред посетителите на различни културни събития. Сред анкетираните на място посетители (3632 души):

- ✓ Малко над 1/2 до 2/3 дават най-високата възможна оценка за три основни организационни аспекта на събитията – местоположение, цена за вход и организация по време на събитието. Традиционно най-силна е удовлетвореността по отношение на местоположението на събитието, след това – цената за вход, като организацията на събитието остава на последно място.

### Удовлетвореност от аспекти на провеждането на събитията



Източник: анкетно проучване сред посетители на културни събития

Като основен източник на информация за събитията си остават личните контакти и социалните мрежи, което показва силното влияние на неформалната комуникация относно културни събития. Нараснал обаче до 1/5 е дялът на специалните информационни материали на ОФ Пловдив 2019 и организаторите на събитията.

### Как разбрахте за събитието ?



Източник: анкетно проучване сред посетители на културни събития

Анкетираните изказват мнения в свободна форма относно реализацията на събитията от програмата на Пловдив ЕСК 2019:

| <b>Допълнителен коментар или предложение към Фондация "Пловдив 2019" (свободно посочване)</b> | <b>%</b>    |
|---|-------------|
| <b><i>Мнение/ обща оценка</i></b>   |             |
| Всичко е прекрасно, само така, много е хубаво   | 33,2        |
| Да има повече подобни събития като това   | 10,4        |
| Да продължат събитията и след 2019  | 8,2         |
| Все по-добри и по-добри групи/изпълнители следващия път                                       | 6,3         |
| Повече гласност/реклама на събитията, информация  | 7,2         |
| <b><i>Препоръки към различни аспекти на организацията</i></b>                                 | <b>28,7</b> |
| <b><i>Препоръки към съдържанието</i></b>  | <b>1,6</b>  |

#### ***Индикатор 6: Увеличаване на броя на събитията извън центъра на града (вкл. читалища)***

Извън центъра на града са проведени 109 събития, което представлява значително увеличаване на броя спрямо предходните наблюдавани периоди: 2015-2017 г. – 10 бр. (Втори базов мониторингов доклад) и 2018 г. – 35 бр. (Междинен мониторингов доклад). Поставената целева стойност за този индикатор е увеличаване на броя на събитията извън центъра на града с 30% спрямо 2017 г. Индикаторът се счита за изпълнен.

Допълнителен ракурс дава фактът, че делът на събитията извън центъра на града спрямо общия брой публични събития в града се поддържа на нива от около 1/5 от събитията за целия период на наблюдение (за база и при трите наблюдения – базово, междинно и окончателно, се вземат събитията, които са проведени в гр. Пловдив и имат публичен, а не подпомагаш програмата/организационен характер – за 2019 това са 513 събития).

#### ***Индикатор 7: Демография на участниците в събития и увеличен достъп до нови публики***

Настоящите резултати показват запазване на широкия социално-демографски профил на посетителите

От обобщените данни категорично се вижда широкият социално-демографски профил на посетителите и от двете групи посетители на културни събития – жители на гр. Пловдив („вътрешни посетители“), и посетители на Пловдив от други места в страната („външни посетители“). Той обхваща учащи, работещи, пенсионери, неработещи, лица от всички възрасти, от село, от различни етноси и пол. В профила се очертават някои доминанти като - най-висок дял на хората от градовете, младите до 30 г., лицата с висше образование, работещите и посетителите от София. Този профил до голяма степен е резултат от повишения достъп до култура и участие след 2015 година, което се установява като устойчива тенденция – през 2019г. около 360 събития са били с безплатен вход.

1) Демография на участниците в културни събития в Пловдив – жители на гр. Пловдив

|  | % посетители на събития 2015, 2016 или 2017 | % посетители на събития 2019 |
|--|---|------------------------------|
| <b>Пол</b>   |   |                              |
| Мъж  | 40,5  | 44,0                         |
| Жена   | 59,5  | 56,0                         |
| <b>Възрастова група</b>  |   |                              |
| 18-30  | 27,3  | 28,2                         |
| 31-40  | 24,9  | 18,0                         |
| 41-50  | 15,2  | 16,5                         |
| 51-60  | 14,5  | 15,4                         |
| 61-84  | 17,0  | 21,4                         |
| 85 и повече  | 1,0   | 0,4                          |
| <b>Образование</b>   |   |                              |
| Висше  | 39,1  | 38,7                         |
| Средно   | 54,3  | 54,9                         |
| Основно  | 6,2   | 5,6                          |
| По-ниско   | 0,1   | 0,8                          |
| <b>Заетост</b>   |   |                              |
| Ученик/студент   | 6,5   | 7,2                          |
| Работещ  | 73,7  | 71,1                         |
| Неработещ  | 7,7   | 4,5                          |
| Пенсионер  | 12,1  | 17,3                         |
| <b>Доход</b>   |   |                              |
| Среден месечен доход на домакинство  | 1 300 лв.                                   | 1500 лв.                     |
| <b>Бюджет за култура</b>   |   |                              |
| В момента не мога да отделя пари за посещения на културни събития и закупуване на творчески продукти | 30,6%                                       | 18,8%                        |
| Средна отделяна сума на месец за културни събития и творчески продукти                               | 27 лв.                                      | 27 лв.                       |
| <b>Етническа принадлежност</b>   |   |                              |
| Българска  | 93,9  | 94,0                         |
| Турска   | 2,1   | 1,9                          |
| Ромска   | 1,7   | 0,8                          |
| Друга  | 0,0   | 1,2                          |
| Без отговор  | 2,4   | 2,3                          |
| <b>Използване на интернет</b>  |   |                              |
| Постоянен потребител   | 70,2  | 68,8                         |
| Относително редовен потребител   | 14,9  | 18,8                         |
| Инцидентен потребител  | 4,5   | 7,9                          |
| Не ползва  | 10,4  | 4,5                          |
| <b>Самооценка на ангажираността с култура и изкуство</b>   |   |                              |
| Интересувам се от култура и изкуство   | 62,3  | 70,3                         |
| Следя новините за култура и изкуство и културните събития  | 52,2  | 59,8                         |

|   |      |      |
|---|------|------|
| Посещавам сравнително често културни събития в населеното място, където живея     | 38,8 | 68,4 |
| Посещавам сравнително често културни събития извън населеното място, където живея | 19,7 | 23,3 |

**2) Демография на участниците в културни събития в Пловдив – посетители на гр. Пловдив от страната**

|  | <b>% посетители на събития 2015, 2016 или 2017 г.</b> | <b>% посетители на събития 2019</b> |
|--|---|-------------------------------------|
| <b>Пол</b>   |   |                                     |
| Мъж  | 48,7  | 46,6                                |
| Жена   | 51,3  | 53,4                                |
| <b>Тип населено място на местоживеене</b>  |   |                                     |
| Град   | 82,3  | 87,8                                |
| Село   | 17,7  | 12,2                                |
| <b>Област</b>  |   |                                     |
| София град   | 22,2  | 39,7                                |
| Пловдив – област (без гр. Пловдив) и области от Южен централен район                                 | 30,5  | 17,9                                |
| Всички останали области  | 47,3  | 42,4                                |
| <b>Възрастова група</b>  |   |                                     |
| 18-30  | 16,5  | 24,9                                |
| 31-40  | 18,4  | 21,2                                |
| 41-50  | 21,5  | 15,3                                |
| 51-60  | 21,5  | 23,8                                |
| 61-84  | 22,2  | 14,8                                |
| 85 и повече  | 0,0   | 0,0                                 |
| <b>Образование</b>   |   |                                     |
| Висше  | 58,2  | 42,3                                |
| Средно   | 38,0  | 54,5                                |
| Основно  | 3,8   | 3,2                                 |
| По-ниско   | 0,0   | 0,0                                 |
| <b>Заетост</b>   |   |                                     |
| Ученик/студент   | 3,8   | 9,5                                 |
| Работещ  | 86,1  | 76,2                                |
| Неработещ  | 0,6   | 4,2                                 |
| Пенсионер  | 9,5   | 10,0                                |
| <b>Доход</b>   |   |                                     |
| Среден месечен доход на домакинство  | 1100 лв.  | 1500 лв.                            |
| <b>Бюджет за култура</b>   |   |                                     |
| В момента не мога да отделя пари за посещение на културни събития и закупуване на творчески продукти | 15,8  | 9,5                                 |
| Средна отделяна сума на месец за културни събития и творчески продукти                               | 44 лв.  | 43 лв.                              |

| <b>Етническа принадлежност</b>  |      |      |
|---|------|------|
| Българска   | 93,6 | 91,5 |
| Турска  | 4,5  | 5,3  |
| Ромска  | 1,9  | 2,6  |
| Друга   | 0,0  | 0,5  |
| Без отговор   | 0,0  | 0,0  |
| <b>Използване на интернет</b>   |      |      |
| Постоянен потребител  | 67,3 | 79,9 |
| Относително редовен потребител  | 12,4 | 12,7 |
| Инцидентен потребител   | 11,1 | 5,33 |
| Не ползва   | 9,3  | 2,1  |
| <b>Самооценка на ангажираността с култура и изкуство</b>                          |      |      |
| Интересувам се от култура и изкуство  | 88,0 | 85,2 |
| Следя новини за култура и изкуство, културните събития                            | 74,7 | 79,4 |
| Посещавам сравнително често културни събития в населеното място, където живея     | 78,5 | 75,7 |
| Посещавам сравнително често културни събития извън населеното място, където живея | 44,3 | 48,7 |

#### **Индикатор 8: Процент от културни събития с безплатен вход, позволяващи достъп на групи в неравностойно положение**

По-голямата част от събитията през 2019 г. са с безплатен вход – 313 единични събития или 61% (на база 513 събития, които са проведени в гр. Пловдив и не са събития с подпомагащ програмата/организационен характер). В допълнение, много сходен – 63%, е и дялът на събитията с безплатен вход в региона. За сравнение, процентът на безплатни събития в базовия период е 10%.

Поставената крайна цел за индикатора е този дял да бъде повишен, което е преизпълнено повече от 5 пъти.

#### **Индикатор 9: Увеличаване на броя на културните събития в квартал „Столипиново“**

През 2019 г. в кв. Столипиново са осъществени 61 единични събития. Целевата стойност за този индикатор е увеличаване на броя на събитията с 30% спрямо проведените 10 събития през 2017 г., което показва 6 пъти повече събития в кв. Столипиново и изпълнение на заложеното увеличение.

За пояснение, значителен дял от събитията са част от няколко по-големи и продължителни във времето инициативи/проекти, които включват множество единични събития, като:

- „пАРТньорство“ – подкрепа от ОФ Пловдив ЕСК 2019 за проекта на Община Пловдив „Всички заедно - за по-добро образование и здраве“ - дългосрочен проект с дейности насочен към образователната и здравна интеграция на ромите и други уязвими групи, живеещи на територията на кв. "Столипиново".
- Пловдив КАРАВАНА в кв. Столипиново – програма, която в рамките на 10 дни включва множество работилници, концерти и театрални пиеси;

- Весела азбука – забавен и образователен куклен театър за най-малките ученици. В рамките на половин година са проведени по няколко представления с участието на деца и родители в училищата в квартала;
- GetToStolipinovo – дългосрочен проект, насочен към местните младежи в Столипиново и възможностите за тяхното активно участие в обществения живот, включващ срещи, работилници и обучителни сесии.

## 1.2. Културна жизненост

### *Индикатор 10: Брой европейски трансгранични съвместни продукции, гостуващи международни артисти, изнесени и внесени продукции*

Проведените през 2019 г. публични събития с трансгранично измерение са общо 80, което представлява четирикратно нарастване спрямо 2017 г. Поставената цел за увеличение спрямо базовата линия е постигната. Установените преки партньорства с творчески организации и артисти от Европа са над 130.

### ***Индикатор 11: Процент на положителните и отрицателните мнения за артистични мероприятия от програмата на ЕСК***

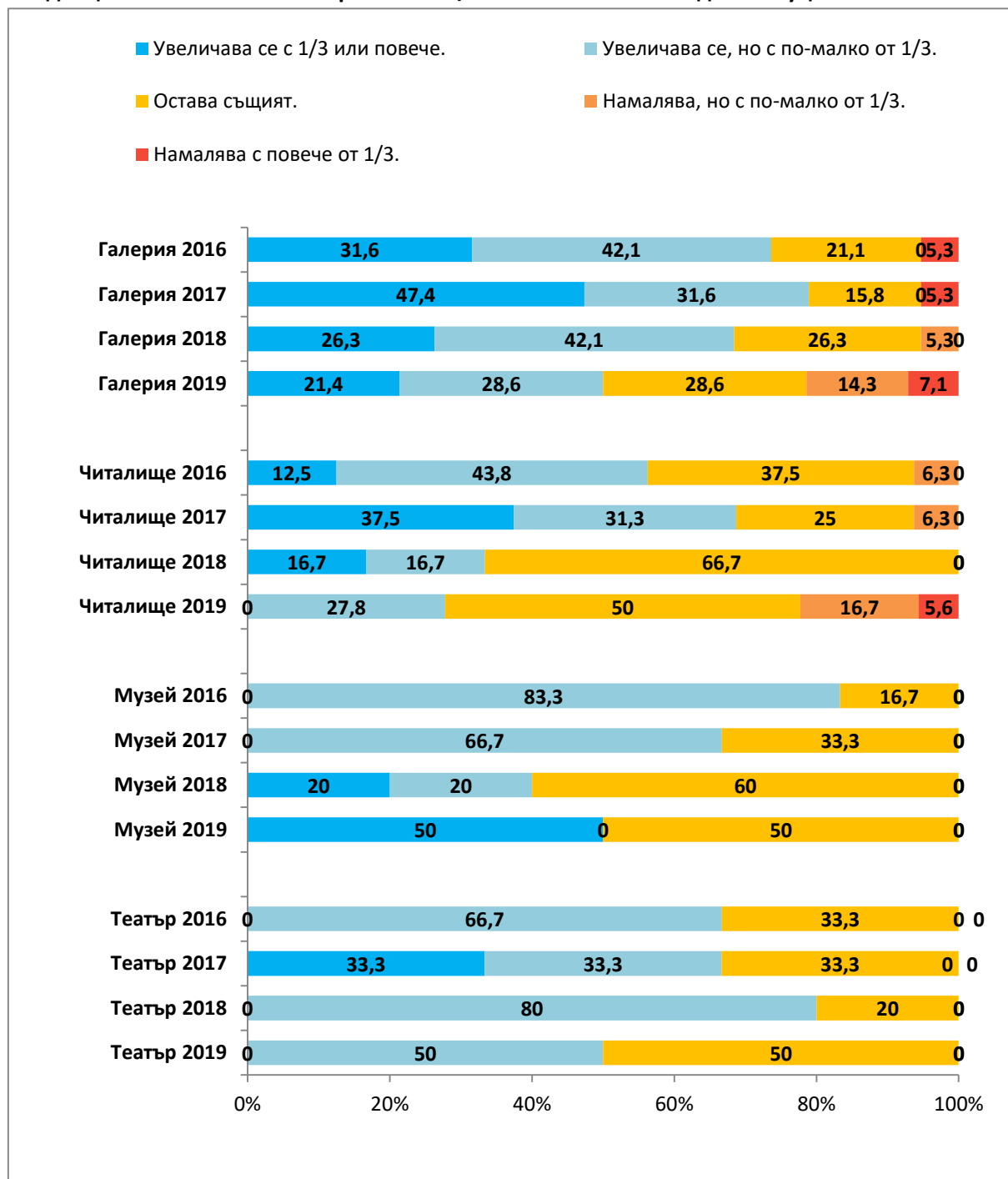
Процентът на положителните мнения за артистични мероприятия на ЕСК е отразен посредством анкетата сред посетители на събитията. На въпроса „Като цяло, какво е Вашето мнение за настоящото събитие?“ 67% дават отговор, 98% от тях посочват „положително“, с което е изпълнена целта положителните мнения да доминират над отрицателните.

В допълнение, анализът на медийното отразяване в страната за периода 2016-2019 година показва, че преобладават публикациите с неутралното и чисто съобщително ниво на статиите – публикуват се информационните прессъобщения на фондацията без оценъчни коментари. Едно от най-отразяваните събития е Откриващото събитие – 1870 отразявания в медии. Относно него се оформя по-интензивна публична дискусия с различни мнения, което провокира и по-голям брой отрицателни мнения. Други основни културни събития имат традиционно позитивен имидж и обществено одобрение и наситеното им отразяване допринася за доминирането на позитивните публикации за проекта като цяло (Хилс оф рок – второ най-отразявано събитие след Откриващото събитие, Джаз фестивалът, проявите в квартал Капана, Айляк парад и др., поканите за кандидатстване към програмата, отправени към артисти и организации).

### ***Индикатор 15: Увеличение на посещения на музеи, галерии, театри, концертни зали***

Данните за този индикатор са от изследване сред представители на културни институции и представляват косвена качествена оценка от страна на анкетираните за тяхната институция. Оценката за потока/потребителите е различна за периода при различните културни институции, но има и доминираща тенденция на нарастване в различна степен или запазване на потребителите. Намаление се идентифицира в някои години при галериите и читалищата.

### Тенденции относно потока потребители и/или посетители по вид институции - %



Източник: Изследване сред представители на културни институции

## 2. Образ и идентичност

### 2.1. Признаване на Пловдив като важен Европейски културен център

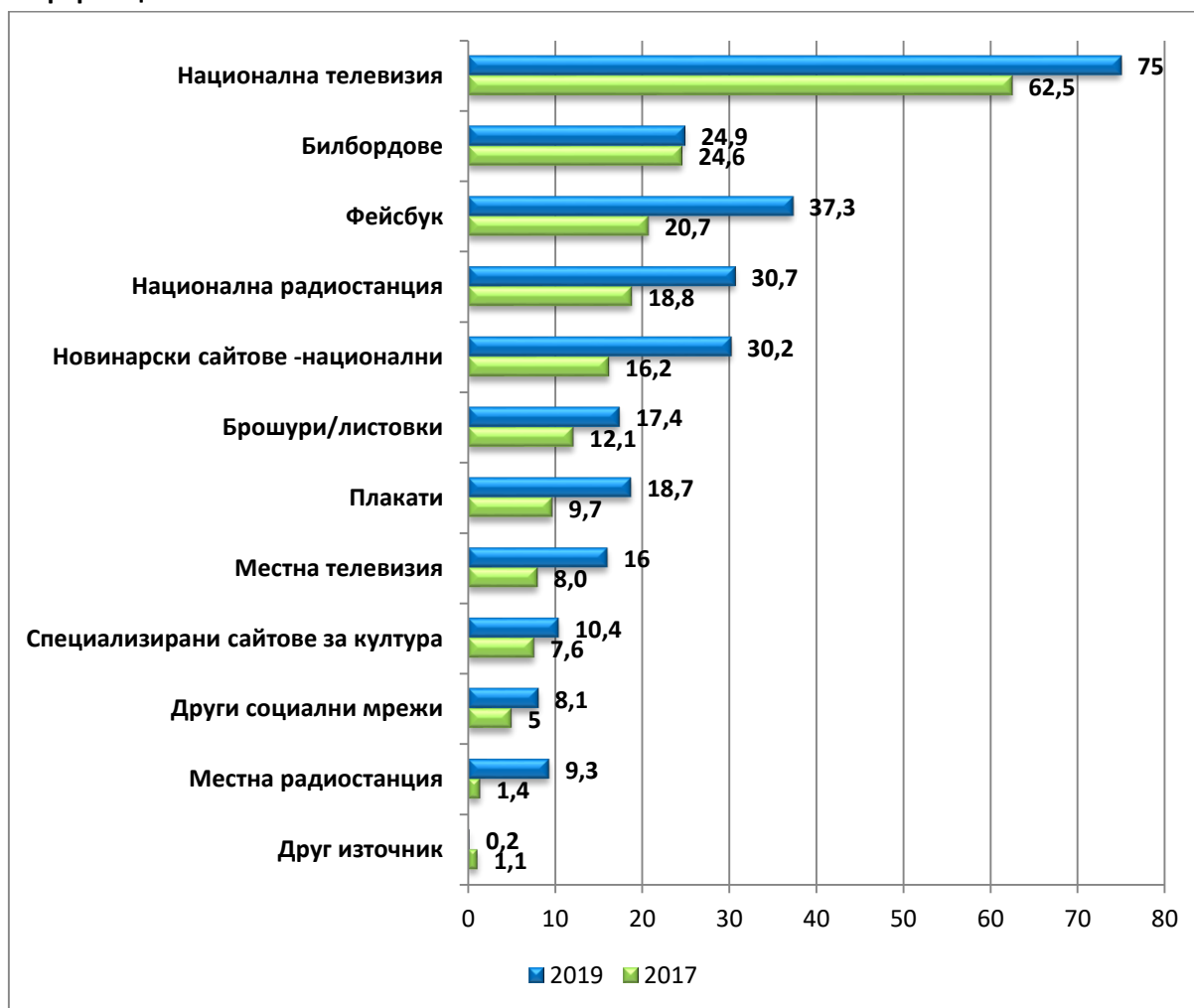
#### *Индикатор 16: Медийно внимание и отразяване*

Пловдив като Европейска столица на културата е отразен в над 14 850 интернет публикации, публикациите в печатни издания са 2177, а радио и телевизионните предавания над 285. През 2019 г. екипът е разпространил информация за близо 600 проекта/прояви/дейности (40-60 на месец). Разпределението на публикациите за тях в национални и местни медии е съответно национални – 1523 и местни – 1857. Едно от най-отразяваните събития е Откриващото събитие – 1870 отразявания в медии.

През 2019 се забелязва нарастване на дела на всички канали за информиране, което е логично на фона на интензивната промоция и реклама на ЕСК, проведени през 2019 г. Националните телевизии запазват водещата си роля на източник на информация по темата, достигайки до 3/4 от респондентите. Значително (между 10-15%) се е увеличил делът на интернет базираните източници на информация и радиостанциите, както местни, така и национални. Устойчива позиция запазват билбордовете (доставяйки информация за 1/4 от респондентите), а печатните материали бележат нарастване с 5 до 8%. Над 15% е нараснал делът на обсъждащите темата с приятели и познати – тенденция, регистрирана в предишни измервания – което показва навлизането на темата в ежедневието на приятелските кръгове на хората.

В допълнение, 21,3% (при 17% през 2018 г.) посочват, че поне веднъж са посещавали интернет страницата на Пловдив – ЕСК 2019. Над 3/4 от тях се определят като постоянни потребители на интернет – т.е. хора, които са свикнали да се информират от интернет.

Ако сте чули/чели/видели нещо по темата Пловдив - ЕСК 2019, кои са източниците на тази информация?



Източник: Национални представителни изследвания

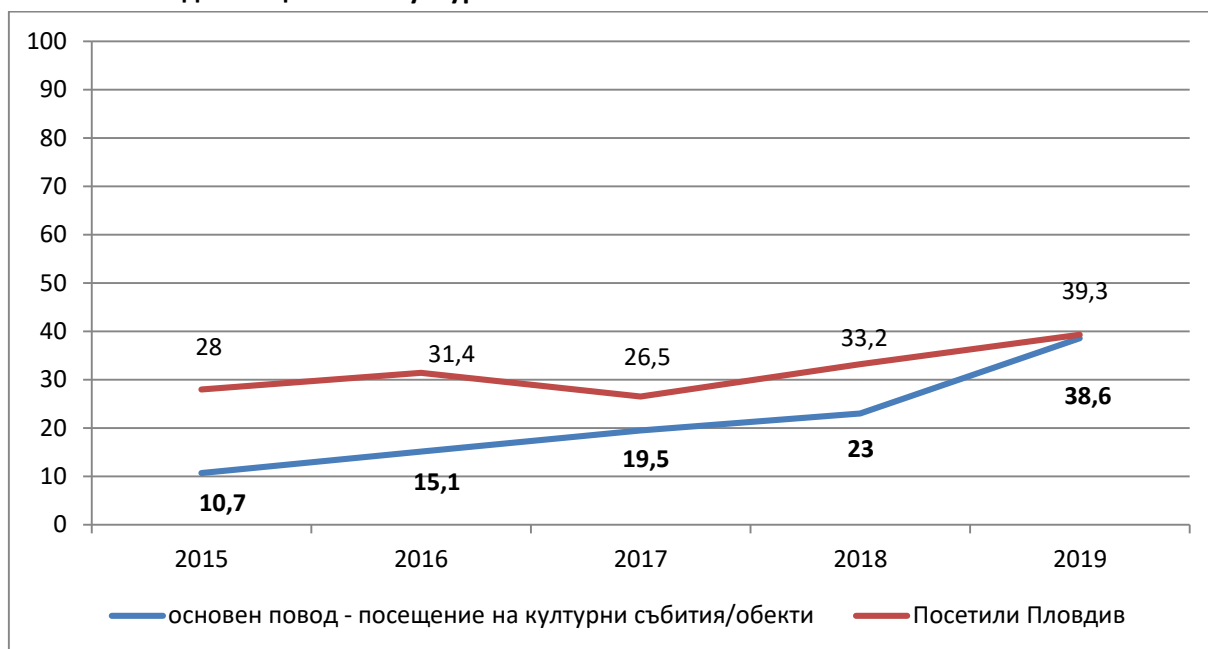
### Индикатор 17: Развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм

За периода на инициативата категорично се потвърждава положителна тенденция относно репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм сред българската общественост:

- ✓ устойчиво нараства делът на посетителите на града – с над 10% за периода – от 28% до 39% през 2019 г.;
- ✓ повече от три пъти нараства делът на посетителите, които декларират като основен повод за визита в града посещението на културни събития или обекти – от 10,7% през 2015 г. до 38,6% през годината на инициативата – 2019. Този факт може да се счита за най-сериозния успех на ЕСК Пловдив 2019. Естествено, той е резултат на богатата и разнообразна програма на ЕСК, поради което нивото от 2019 г. трудно може да се запази.

В годините след ЕСК запазването на тенденцията 1/5 до 1/4 от посетителите на града да посещават Пловдив с основен повод посещение на културно събитие/обект, може да се счита за сериозно усвояване на наследството на Пловдив ЕСК 2019.

**Дял от пълнолетното население на страната, посетило гр. Пловдив, и дял на тези от тях с основен повод посещение на културно събитие**

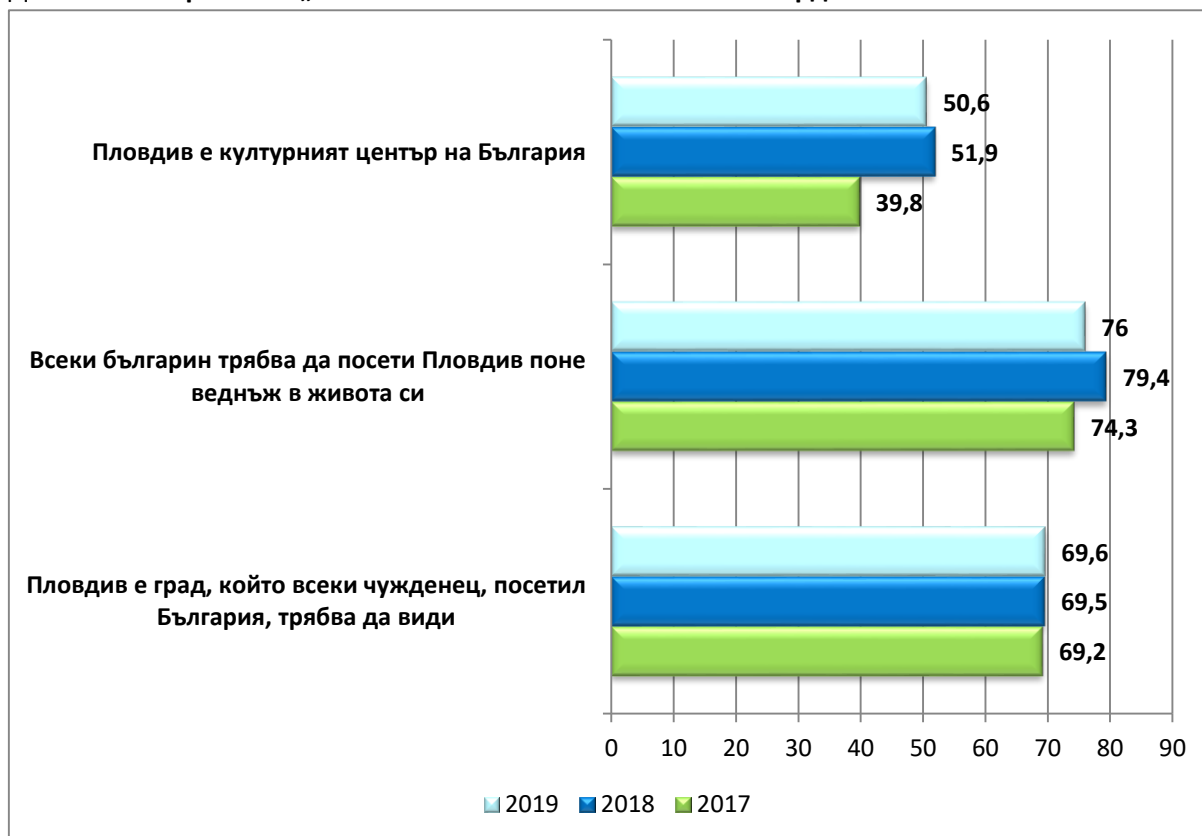


Източник: Национални представителни изследвания

Потвърждение за развитието на имиджа на Пловдив като културна дестинация намираме и в следните данни:

- ✓ през годините на инициативата сериозно развитие претърпява имиджа на гр. Пловдив като културната столица на България – твърдение, споделяно напълно вече от 51% от респондентите през 2019 г. при дял от 40% през 2017 г.;
- ✓ трайно е убеждението сред националната общественост, че всеки чужденец, посетил България, трябва да види Пловдив (споделя се от малко повече от 2/3 от респондентите), и че всеки българин трябва да посети Пловдив поне веднъж в живота си (споделяно от 3/4 от респондентите).

Дял на отговорилите с „напълно съгласен“ на посочените твърдения:



Източник: Национални представителни изследвания

**Индикатор 18: Увеличение на споменаванията на Пловдив като град на културата в медиите и социалните медии**

В добавка към посоченото в индикатор 16 по-горе, широко използвани са социалните медии - Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter. Страницата на Пловдив ЕСК 2019 във Facebook има 54 826 последователи (към 15.01.2020 г.). От началото на 2019 г. броят на последователите се е увеличил с над 13 000 потребители, 80% от аудиторията е от България, 20% от чужбина, като най-голям брой са последователите от Великобритания, Германия и Италия.

Излъчени са над 100 лайв стрийма, като всеки един от тях е достигнал средно до 50 потребители в момента на излъчване и хиляди след самото излъчване. През 2019 г. в страницата са реализирани 515 събития, достигнали до над 1 млн. потребители. Близко 62 000 са заявили интерес към конкретно събитие, а 7 500 са използвали опцията „закупуване на билет“. Ежемесечно са реализирани над 120 публикации, които са достигнали до над 1,1 млн. души. Активните взаимодействия (коментиране и споделяне) са почти равен брой с пасивните (харесвания и кликвания).

Профилът в Instagram има близо 10 000 последователи, създадени са общо 1 253 публикации. Около 50% от постовете събират над 200 харесвания, а Instagram Stories се реализират при всяко събитие. (средно по 100 харесвания на пост). Хаштагът #Plovdiv2019 е употребен 46 200 пъти от потребителите на Инстаграм. Общият брой на последователите в LinkedIn е 412, ангажираността

на потребителите е 22,81%. Основната част са от България (54,07%), Великобритания (4,89%), Франция (2,61%). Общият брой на последователите в Twitter е 3 129.

## 2.2. Усещане за идентичност

### *Индикатор 19: Идентифициране на пловдивчани с града им и чувство на гордост, че живеят в него*

Мониторингът потвърждава хипотезата за много висока степен на идентифициране на пловдивчани с техния град и респективно силно развито чувство на гордост с него:

- ✓ почти 90% се чувстват силно свързани с града си и не биха желали да го напуснат;
- ✓ 92% заявяват, че се гордеят с Пловдив, и изтъкват конкретна причина за това, като за около 40% тя е свързана с историята и културата на града;
- ✓ изборът на Пловдив за Европейска столица на културата за 2019 г. е свързан с положителни асоциации за 72% от жителите на града, а 8,4% имат по-скоро негативно усещане. Положителните асоциации са свързани най-вече с чувство на гордост, престиж, че градът се е прославил над национално ниво, получил признание като европейски център на културата, и богатата културна програма – увеличен брой интересни културни събития, носещи обогатяване.

### **Какво означава за Вас фактът, че Пловдив е избран за Европейска столица на културата за 2019 г. (86% от респондентите са дали отговор в свободна форма )**

|   | %    |
|---|------|
| <b>Положителни асоциации – 71,9%</b>  |      |
| Гордост, престиж, прочухме се, доказахме се като европейски център на културата | 32,4 |
| Много/увеличен брой културни събития, интересни, обогатяване                    | 19,6 |
| Градът се облагороди, разкраси, направиха инфраструктура                        | 5,1  |
| Много посетители, развитие на туризма   | 5,1  |
| Радва ме, харесва ми, доволен съм лично аз, достави удоволствие                 | 4,4  |
| Икономическо развитие, оживление, много клиенти/посетители в                    | 2,4  |
| Не знам какво е точно, но е хубаво; не съм ходил, но се гордея                  | 1,6  |
| Популяризира се културата в обществото, хората научиха нови неща                | 1,3  |
| <b>Отрицателни асоциации – 8,4%</b>   |      |
| Посредствено, можеше по-добре, зле организирано                                 | 3,3  |
| Пълен провал, разочарование   | 1,6  |
| Стана по-скъпо  | 1,3  |
| Олелията по откриването - много шум и скандали                                  | 1,1  |
| Масови кражби   | 0,7  |
| Лоша реклама и афиширане, недостатъчно събития                                  | 0,4  |
| <b>Неутрални асоциации – 5,8%</b>   |      |
| Нищо не означава, липса на интерес  | 5,8  |

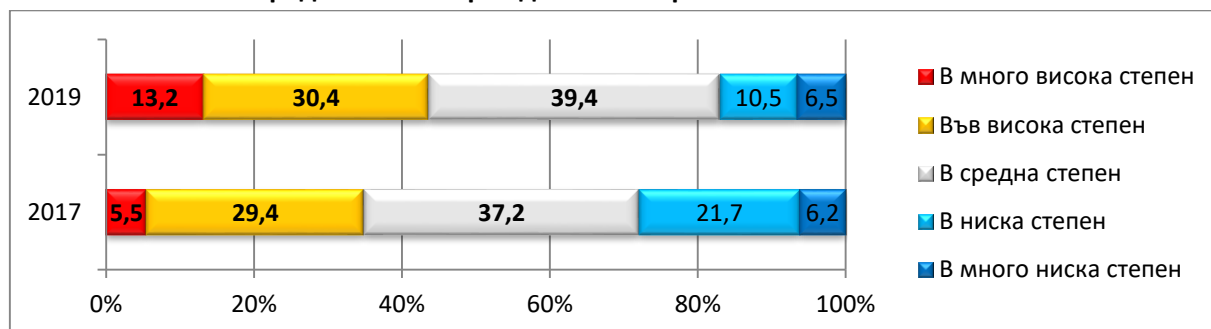
Източник: Представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

## Индикатор 20: Чувство за принадлежност към Европа сред гражданите на Пловдив

Данните показват:

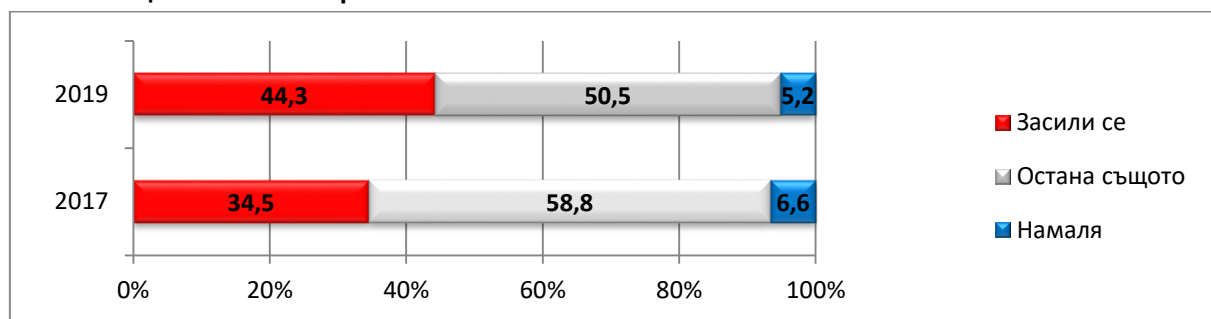
- ✓ значително нарастване на европейското самочувствие на пловдивчани – през 2019 г. 43,3% вече се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като този дял е бил 34,9% през 2017 г.;
- ✓ усилване на чувството за принадлежност към Европа – делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в контекста на избора на Европейска столица на културата, е нараснал с 10%, достигайки дял от 44%.

### В каква степен се определяте като гражданин на Европа?



Източник: Представителни изследвания сред жителите на гр. Пловдив

### За изминалите години Вашето чувство за принадлежност към Европа по-скоро се засили, остана същото или по-скоро намаля?



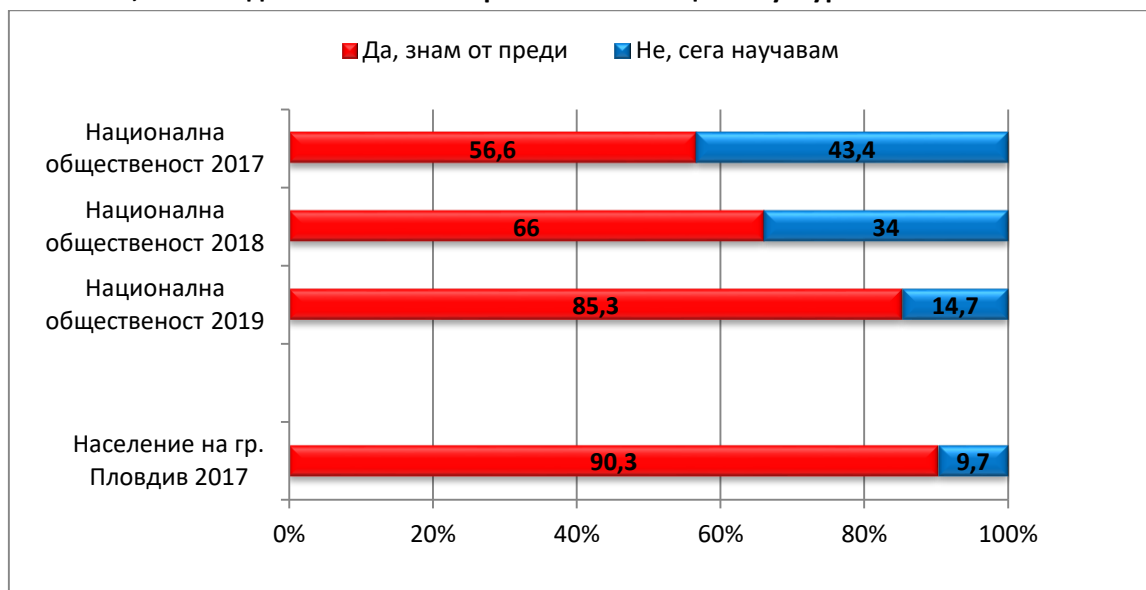
Източник: Представителни изследвания сред жителите на гр. Пловдив

## Индикатор 21: Разпознаване на ЕСК, интерес и вероятност за посещение

### Разпознаване на ЕСК

Разпознаването на инициативата ЕСК се увеличава и през 2019 г. делът на респондентите, които знаят, че гр. Пловдив е избран за Европейска столица на културата за 2019 г., е достигнал до 85%. Последното е очакван резултат от проведените информационно-рекламни дейности, и е в синхрон и с данните за каналите на информирание.

## Знаете ли, че Пловдив е обявен за Европейска столица на културата за 2019 г.?



Източник: Национално представително изследване, представително изследване сред жителите на гр. Пловдив

## Интерес и посетени събития през 2019 г.

Общо 22% от пълнолетното население на страната декларира, че е посетило поне едно събитие от ЕСК – 19%, в гр. Пловдив, и още 3% са посетили ЕСК събитие, но в региона (извън гр. Пловдив), което, екстраполирано към пълнолетното население на страната извън гр. Пловдив, се оценява на 1 215 696 души.

Респондентите споделят, че са посетили представените по-долу събития. Възможно е някои от декларираните събития да не са част от програмата на ЕСК, но да се възприемат като такива от респондентите.

## Събития от ЕСК, посетени от посетителите на гр. Пловдив (въпрос със свободно формулирани отговори; запитаните са давали повече от един отговор)

| Свободно посочване                                 | %    |
|--|------|
| Концерти и музикални събития и фестивали           | 40,6 |
| Изложби  | 30,1 |
| Други фестивали                                    | 14,8 |
| Улични изпълнения                                  | 12,2 |
| Театрални събития и постановки, вкл. куклен театър | 11,0 |
| Събития в Капана                                   | 9,1  |
| Откриването на Пловдив ЕСК 2019                    | 5,3  |
| Семинари/Уъркшопи, вкл. спортни                    | 4,8  |
| Кино събития                                       | 4,3  |
| Опера  | 4,2  |
| НОЩ (Нощта на музеите)                             | 2,6  |
| Балет, танци                                       | 1,6  |

Източник: национално представително изследване

### 3. Социални въздействия

#### 3.1. Социална и културна интеграция на маргинализирани групи

*Индикатор 22: Предотвратяване ръста на децата в училищна възраст от ромската общност в квартал „Столипиново”, които не ходят на училище. Информираност, участие, удовлетвореност от ЕСК.*

##### **Информираност и участие в ЕСК на ромската общност**

Ромската общност, населяваща компактно кв. Столипиново, представлява специален фокус в цялостната концепция на инициативата ЕСК. За целта е проведено отделно изследване, което въпреки ограниченията, се явява единствен източник на информация за някои аспекти.

Данните показват добро обхващане и достъпност на информацията за ЕСК сред ромските домакинства:

- ✓ делът на анкетираните лица от ромските домакинства, които знаят за обявяването на гр. Пловдив за Европейска столица на културата, е нараснал от 45% до 65% през 2019 г., като този дял за общото население на Пловдив е 90%;
- ✓ броят на източниците, от които са научили, е нараснал значително в сравнение с изходната ситуация, и включва всички посочени по-горе източници, валидни за общата съвкупност;
- ✓ два от тях обаче остават основни канали за информиране – приятели и познати (50%) и национални телевизии (28%), следвани от билбордовете (15,5%) и фейсбук (11%), а всички други са посочени от под 7%.

Отговорите на въпроса „Какво означава за Вас избирането на Пловдив за Европейска столица на културата?” потвърждават наличието на значителна и устойчива група от почти 1/3 (28%), демонстрираща значително дистанциране и липса на интерес към инициативата, което очевидно затруднява провокирането на нейната съпричастност. Друга важна информация от изследването обаче сочи, че за почти 2/3 (62,7%) ЕСК носи нещо положително за тях или града, а негативните асоциации са под 1/10.

**Какво означава за Вас избирането на Пловдив за Европейска столица на културата?**

| <b>Отговори в свободна формулировка на респондентите (39% от анкетираните)</b> | <b>%</b> |
|--|----------|
| Нищо/не ме интересува  | 28,2     |
| <b>Положителни асоциации</b>   |          |
| Пловдив става по-известен, гордост   | 27,4     |
| Добре е за града, развитие, модерен Пловдив, оправиха улиците                  | 13,8     |
| Много гости на града, много народ на главната                                  | 8,5      |
| Развитие на художествени дейности, много културни събития                      | 7,7      |
| Безплатни концерти, много забавления и за нас                                  | 2,7      |
| Харесва ми, радост за мен  | 2,6      |
| <b>Отрицателни асоциации</b>   |          |
| Много е далеч от нашия квартал, тук не се усеща                                | 3,4      |
| Много пари на вятъра   | 1,7      |
| Ще стане по-скъпо  | 1,7      |
| Не съм очарован, не ми харесва   | 1,7      |
| Много шумно  | 0,9      |

*Източник: Изследване сред домакинствата в кв. Столипиново*

Респондентите, които декларират някакъв принципен интерес в областта на културата и изкуството (основно свързан с музика, танци, кино, рисуване), са 20%, което е повишение с 8% спрямо изходното положение. Този дял сред националната общественост и населението на Пловдив достига 80%.

През 2019 г. 4% от членовете на домакинствата са посетили културно събитие от ЕСК в квартал Столипиново и още 8% на друго място в гр. Пловдив (този дял за населението на Пловдив е 60%) – основно различно концерти, откриването, Капана фест, други фестивални и улични събития. В същото време делът на домакинствата, които отделят месечно пари за култура, остава същият – само 13%, средно по 14 лв. За сравнение този дял при населението на Пловдив е 58,3%, а сумата – 27 лв. Предвид тези данни може да се предполага, че ромската общност е посетила основно безплатните събития в рамките на ЕСК в града и в квартала, която възможност се оценява положително и на въпроса какво означава за вас ЕСК.

В ромската общност се наблюдава много ясна диференциация според нивото на информираност относно ЕСК. Лицата, които знаят за ЕСК, показват много по-близък профил до този на общата съвкупност на пловдивчани. Затова насищането с информация по темата, тази или която и да е друга, има голямо значение и наистина е стимул за промяна в нагласи и евентуално в поведение в по-дългосрочен план. Много важно за постигането на позитивна промяна сред ромската общност е продължаването на тази информационна стратегия и след 2019 .г, за да се наследи постигнатото и да се получи дългосрочно влияние.

### Значение и обвързаност на информираността относно ЕСК – профил на съвкупностите

|  | Знаят, че Пловдив е ЕСК (база 65% от съвкупността) | Не знаят, че Пловдив е ЕСК (база 35% от съвкупността) |
|--|--|---|
| Наличие на общ интерес към изкуство и култура  | 27,5%  | 5,5%  |
| Наличие на членове на домакинството, които посещават културни събития в квартала             | 24,4   | 6,4   |
| Наличие на членове на домакинството, които посещават културни събития извън квартала         | 19,7   | 2,8   |
| Наличие на членове на домакинството, които посещават културни събития в друго населено място | 5,2  | 2,8   |
| Посетил ЕСК събитие в Столипиново  | 5,2  | 0,0   |
| Посетил ЕСК събитие на друго място в града   | 10,9   | 0,9   |
| Бюджет за култура – дял посочили, че не могат да отделят пари за това                        | 83,0%  | 93,6%   |
| Бюджет за култура – средна отделяна сума   | 14,73 лв. (mean)                                   | 6,67 лв. (mean)                                       |

### Нива на неграмотност и отпадане от училище

В 57% от домакинствата има деца в училищна възраст (7-18 г.), като 60% от тях са на възраст 7-14 години. От тези деца 12,0% никога не са ходили на училище и още 7,7% са отпаднали през последната година, като последният дял е бил 12% в началото на инициативата. Тези данни дават основание за хипотезата, че делът на отпадналите от училище не нараства и по-скоро запазва нивата си през последните години, което разбира се дължи на много причини, основно на официалните мерки за превенция на отпадането. Разбира се в много общ план, цялостната атмосфера на популяризиране на културни и образователни ценности съдейства и също създава стимули за продължаване образованието на ромските деца.

Като референтни данни може да посочим данните от преброяването на населението през 2011 г., където неграмотните лица общо за страната са 1,7% и са налице значителни разлики при трите основни етнически групи. При самоопределилите се като българи делът е 0,5%; при турската етническа група – 4,7%, а при ромската – 11,8%. Също така децата, които трябва да бъдат в образователната система, но не учат, към 1.02.2011 г. при ромския етнос са 23,2%, при турската етническа група – 11,9%, а при българската – 5,6%.

### *Индикатор 23: Повишено ниво на толерантност и приемане на уязвими групи*

Въздействието на инициативата ЕСК за промяна на фундаментални личностни нагласи очаквано е опосредствано и ограничено и заложените цели в апликационната книга са прекалено амбициозни. В този смисъл, както и предвид ресурсите на проведеното проучване, то цели да разкрие фоновата атмосфера и нагласи, в която се провежда ЕСК, и да предостави данни относно основната структура на приемане на три уязвими групи (лица с физически увреждания, лица с интелектуални затруднения и ромския етнос). За постигане на пълнота изследването установява и отношението към представители на още 4 етноса, (арменски, турски, гръцки, еврейски), които

са част от традиционно пъстрата етническа мозайка на града. За измерване на толерантността е използвана скала на Богардус, която е адаптирана към съдържателната проблематика на инициативата ЕСК.

Като обобщение може да се каже, че е налице устойчива структура в отношението към лицата от съответните групи, която остава непроменена за периода на инициативата. Тя потвърждава маргинализираната позиция на ромския етнос в значителен контраст с отношението към другите етноси. Относно културните изяви като възможност за сближаване – все пак е налице устойчива група от българския етнос (1/5 до 1/4), за която е приемливо да отиде в ромски квартал с цел посещение на културно събитие.

#### Структура на нагласите за приемане на различни уязвими групи в предложените роли

|                           | семейство | приятел | съсед | кмет |
|---------------------------|-----------|---------|-------|------|
| Физически увреждания      | 😊         | 😊😊😊     | 😊😊😊😊  | 😊😊   |
| Интелектуални затруднения |           | 😊       | 😊😊😊   |      |
| Роми                      |           |         | 😊     |      |

😊 - за 1 бр. символ/емотикон е минимум 20% приемане на ролята

Бихте ли приели представител на посочените уязвими групи за: човек, с когото да заживеете на семейни начала, приятел, съсед, кмет на вашия град?

|                           | семейство |      |      | приятел |      |      | съсед |      |     | кмет |      |      |
|---------------------------|-----------|------|------|---------|------|------|-------|------|-----|------|------|------|
|                           | да        | не   | к-е  | да      | не   | к-е  | да    | не   | к-е | да   | не   | к-е  |
| Физически увреждания      | 30,4      | 46,2 | 23,3 | 76,0    | 11,1 | 12,9 | 86,9  | 7,6  | 5,6 | 42,0 | 34,7 | 23,3 |
| Интелектуални затруднения | 8,7       | 70,2 | 21,1 | 27,8    | 39,1 | 33,1 | 74,2  | 15,8 | 10  | 4,9  | 84,2 | 10,9 |

Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

Бихте ли приели да заживеете на семейни начала, за приятел, съсед, кмет на вашия град - представители на следните етноси?

Отговори на респондентите от българския етнос

| приемане<br>етнос | семејство |      |      | приемане<br>етнос | приятел |      |      | приемане<br>етнос | съсед |      |      | приемане<br>етнос | кмет |      |      |
|-------------------|-----------|------|------|-------------------|---------|------|------|-------------------|-------|------|------|-------------------|------|------|------|
|                   | да        | не   | к-е  |                   | да      | не   | к-е  |                   | да    | не   | к-е  |                   | да   | не   | к-е  |
| Български         | 99,5      | 0,5  | 0    | Български         | 99,5    | 0,5  | 0    | Български         | 100   | 0    | 0    | Български         | 100  | 0    | 0    |
| Арменски          | 30,7      | 38,4 | 28,7 | Арменски          | 66,5    | 18,7 | 14,8 | Арменски          | 84,2  | 6,8  | 9    | Арменски          | 27,9 | 43,3 | 28,7 |
| Гръцки            | 30,5      | 40,3 | 29,2 | Гръцки            | 66,7    | 14,1 | 19,2 | Гръцки            | 83,6  | 4,4  | 12,1 | Еврейски          | 23,8 | 45,9 | 30,3 |
| Еврейски          | 27,7      | 42,6 | 29,7 | Еврейски          | 59,7    | 16,4 | 23,8 | Еврейски          | 81    | 9,5  | 9,5  | Гръцки            | 14,4 | 69,7 | 15,9 |
| Турски            | 10,8      | 75,1 | 14,1 | Турски            | 51      | 30,3 | 18,7 | Турски            | 71,8  | 15,6 | 12,6 | Турски            | 9    | 79,2 | 11,8 |
| Ромски            | 0         | 95,9 | 4,1  | Ромски            | 14,1    | 73,3 | 12,6 | Ромски            | 20    | 67,4 | 12,6 | Ромски            | 2,3  | 92,8 | 4,9  |

Изследване сред пълнолетното население на град Пловдив

### 3.2. По-широко участие на доброволци в културни събития

#### *Индикатор 24 Брой на регистрираните доброволци и дни на доброволчество*

За целия период на инициативата броят на регистрираните доброволци надвишава 2000 души. Броят на активните доброволци към всеки даден момент на годината на инициативата варира, съобразно броя и характера на текущите събития – по-големи и по-интересни събития привличат по-голям интерес. Активните доброволци към времето на края на инициативата е около 400 души.

Доброволците са предимно млади хора – над 60% са във възрастовата група 14-24 г. Малко по-висок е делът на жените. Привлечените доброволци – чужденци, са над 100 души от 36 различни държави (чуждестранни студенти в България, стипендианти, участници в програми за доброволчество и др.).

Основен инструмент за работа с доброволците са провежданите седмични срещи всеки четвъртък през годината на инициативата, което прави над 50 събития за доброволците само на база седмичните срещи. В допълнение са организирани: представяния на доброволческата програма в училища и университети с цел набиране на доброволци, специализирани срещи с ментори за целите на подготовка за конкретно събитие/дейност и, не на последно място, обучения и работилници за подобряване на конкретни умения на доброволците.

Доброволците подкрепят дейността на фондацията като цяло, както и различни аспекти на провеждането на конкретни събития – бекстейдж на събития, анкетиране на участници в събития за целите на мониторинга, специализирани професионални дейности (фотографи със собствено оборудване, заснемане и монтиране на видео съдържание, създаване на текстово съдържание, създаване на програмни приложения, онлайн маркетинг, професионални преводи).

### 3.3. Качество на живот

#### *Индикатор 26: Индекс за качеството на живот и щастието*

За измерването доколко удовлетворени, респективно щастливи, са гражданите на Пловдив, е използвана комплексна скала от пет позиции, наречена скала за оценка на удовлетвореността от живота. Скалата е разработена от проф. Едуард Ф. “Ед” Дийнър, професор по психология в университета на Юта и университета на Вирджиния, както и старши научен сътрудник за Gallup Organization, известен като Доктор Щастие, и негови колеги. Използва се успешно от над 30 години и измерва цялостна удовлетвореност, а не моментни настроения, което я прави надеждна и респективно често прилагана.

Всяко лице използва седем степени, за да посочи до каква степен е съгласно с пет твърдения, като възможният общ резултат е от 5 до 35. В зависимост от резултата, авторът е обособил 6 групи според нивото на удовлетвореност или щастие.

| Група                  | Общ резултат  |
|------------------------|---------------|
| Исклучително щастлив   | 32-35         |
| Много щастлив          | 28-31         |
| Щастлив                | 23-27         |
| Не чак толкова щастлив | 18-22         |
| Нещастен               | 13-17         |
| Депресиран             | 12 и по-малко |

Според получените резултати населението на гр. Пловдив като цяло попада в групата на „щастливите“ и това се очертава като трайна тенденция – средният резултат за анкетираните е 25,23 при базовото измерване и много близък дял – 24,40 при последващото измерване, което според описаната методология попада в категорията „щастлив“ .

**Резултати общо за пълнолетното население на град Пловдив – базова линия и 2019 г.**

| До каква степен сте съгласен/а:<br>от 1 (напълно несъгласен) до 7 (напълно съгласен) | Средна стойност<br>(mean) 2017 | Средна стойност<br>(mean) 2019 |
|--|--------------------------------|--------------------------------|
| В повечето си аспекти животът ми е близък до моя идеал                               | 4,91                           | 4,76                           |
| Удовлетворен съм от живота си  | 5,17                           | 5,00                           |
| Условията в моя живот са отлични   | 5,04                           | 4,75                           |
| Засега имам важните неща, които искам от живота                                      | 5,29                           | 5,20                           |
| Ако мога да живея живота си отново, не бих променил почти нищо                       | 4,82                           | 4,69                           |
| <b>Сумарно за общността на гр. Пловдив</b>   | <b>25,23</b>                   | <b>24,40</b>                   |

*Източник: представителни проучвания сред пълнолетното население на гр. Пловдив - индекс за качеството на живот и щастието*

Лицата, посещавали културни събития през 2019 г. – показват малко по-висок резултат. Този по-висок резултат се дължи основно на аспекти, в които приемането на „доза култура“ може да има по-голямо въздействие – по-висока удовлетвореност като цяло, „получил съм важните неща, които искам“, „харесвам живота си и не бих го променил“. Закономерно, културата не може да компенсира в такава степен всички останали условия в живота, нито може да спре стремежа към по-висок идеал (данни в таблицата по-долу). Необходими са повече измервания, но хипотезата, че културата и културното участие представлява своеобразна „доза щастие“ остава валидна.

| До каква степен сте съгласен/а:<br>от 1 (напълно несъгласен) до 7 (напълно съгласен) | Средна стойност<br>(mean) –<br>посетили<br>културни<br>събития 2019 | Средна стойност<br>(mean) –<br>непосетили<br>културни<br>събития 2019 |
|--|---|---|
| В повечето си аспекти животът ми е близък до моя идеал                               | 4,74  | 4,79  |
| Удовлетворен съм от живота си  | 5,06  | 4,91  |
| Условията в моя живот са отлични   | 4,76  | 4,73  |
| Засега имам важните неща, които искам от живота                                      | 5,33  | 5,02  |
| Ако мога да живея живота си отново, не бих променил почти нищо                       | 4,85  | 4,47  |
| <b>Сумарно за съответната група</b>  | <b>24,74</b>  | <b>23,92</b>  |

### Индикатор 27: Околна среда

Сферата на околната среда е неотделима част от качеството на живот и цялостната удовлетвореност от живота. Анкетирани са дали оценка за степента на важност за тях и степента на удовлетвореност относно 6 сфери на околната среда в града: въздух, води, отпадъци, шум, природни дадености, озеленяване. Сравнението с базовата линия показва, че дефицитите бележат увеличение по почти всички 6 аспекта, с изключение на шума, за което може да се търси обяснение в процеса на приключване на провежданите ремонти. По отношение замърсяването на въздуха се констатира най-високият дефицит по всички аспекти, разглеждани и в двата индикатора, което е закономерно с оглед сензитивността на цялата общественост по тази тема на само на местно, но и на национално ниво. Ясно се виждат повишените очаквания – важността на всяка една област на околната среда остава традиционно много висока – средни оценки над 6 при максимална 7, като през 2019 г. се доближават още повече до 7. Тези нагласи показват както повишени очаквания, свързани с подобряване на ситуацията и качеството на живот, така и обективна оценка при наличието на позитивни промени.

**Всички анкетирани - разлика между средната степен на важност и средната степен на удовлетвореност за изследваните аспекти. Отрицателни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-ниска от степента на важност (дефицит); положителни са стойностите, когато степента на удовлетвореност е по-висока от степента на важност**



Източник: представително проучване сред пълнолетното население на гр. Пловдив, 2019

|                    | Базова линия |                 |         | 2019    |                 |         |
|--------------------|--------------|-----------------|---------|---------|-----------------|---------|
|                    | Важност      | Удовлетвореност | Разлика | Важност | Удовлетвореност | Разлика |
| Въздух             | 6,3          | 3,46            | -2,84   | 6,74    | 3,71            | -3,04   |
| Води               | 6,28         | 4,10            | -2,18   | 6,75    | 4,48            | -2,27   |
| Отпадъци           | 6,00         | 3,79            | -2,21   | 6,72    | 3,95            | -2,76   |
| Шум                | 5,94         | 3,52            | -2,42   | 6,47    | 4,12            | -2,35   |
| Природни дадености | 6,15         | 4,42            | -1,73   | 6,61    | 4,28            | -2,33   |
| Озеленяване        | 6,27         | 4,86            | -1,41   | 6,59    | 4,52            | -2,06   |

Източник: представителни проучвания сред пълнолетното население на гр. Пловдив

## 4. Икономически растеж

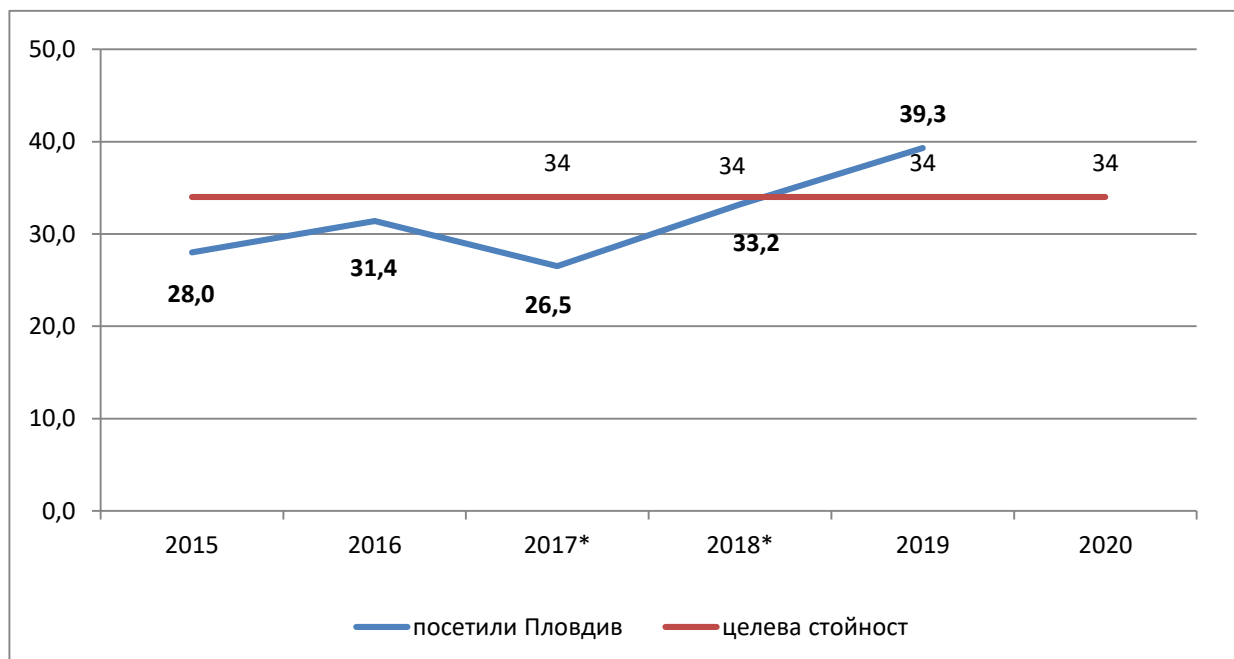
### 4.1. Ръст в туризма

**Индикатор 28: 20% увеличение на националните и 30% увеличение на чуждестранните туристи в Пловдив**

#### Национални

При целева стойност от 34% (20% увеличение спрямо базовата линия) дялът на посетилите Пловдив от страната за 2019 г. е 39,3%.

#### Дял на лица от страната, посетили Пловдив през съответната година



Източник: национални представителни изследвания

**Оценка на броя на посетителите на гр. Пловдив по години и тези с основен повод посещение на културно събитие през 2019 г.**

| Година  | Дял от 18+ население от страната посетили гр. Пловдив % | Оценка на потока по данните на НСИ към 31.12.2018 г. |
|---|---|--|
| 2015 г.   | 28,0  | 1 547 249  |
| 2016 г.   | 31,4  | 1 735 129  |
| 2017 г.   | 26,5  | 1 464 361  |
| 2018 г.   | 33,2  | 1 834 595  |
| 2019 г. общо посетители   | 39,3%   | 2 171 675  |
| 2019 посетили ЕСК събитие                                       | 22%   | 1 215 696  |
| 2019 посетители с основен повод - посещение на културно събитие | 38,6% от всички посетители за 2019 г.                   | 838 266  |

\*Населението на 18+ години към 31.12.2018 г. общо за страната е 5 810 294 души.

Населението на 18+ години към 31.12.2018 г. в общ. Пловдив е 284 403 души, т.е. населението на страната без гр. Пловдив е 5 525 891 души.

## Чуждестранни

Относно чуждестранните посетители в гр. Пловдив като най-надежден източник е използвана информация от НСИ, която позволява и проследяване за дълъг период. Тези данни обаче са само за местата за настаняване с 10 и повече легла, които като тенденция към 2019 г. приемат около 1/3 от потока посетители, което означава, че реално броят на чуждестранните посетители е доста подценен. За периода се регистрира:

- ✓ увеличение с 27% спрямо 2015 г. само в местата с 10 и повече легла, което показва, че целевата стойност е надмината, като се добавят и чуждестранните посетители с нощувки в местата с под 10 легла, както и използвалите настаняване чрез интернет платформи, за които обаче няма по-конкретни данни към момента.
- ✓ в допълнение, по данни на НСИ още 6786 чуждестранни посетители са пренощували в места за настаняване с 10 и повече легла в община Родопи през 2019 г., които също много вероятно са посетители на гр. Пловдив, например с. Марково

### **Пренощували лица – чужди граждани, в места за настаняване с над 10 легла в гр. Пловдив**

| Година            | Пренощували лица – чужди граждани, в места за настаняване с 10 и повече легла в гр. Пловдив |
|-------------------|---|
| 2015              | 95 284  |
| 2016              | 102 525   |
| 2017              | 115 458   |
| 2018              | 115 426   |
| 2019              | 121 478   |
| <b>Увеличение</b> | <b>26 194 или 27%</b>   |

Източник: НСИ

### **Индикатор 29: 6% годишно увеличение на нощувките**

По данни на НСИ, тоест само за местата за настаняване с 10 и повече легла, които като тенденция към 2019 г. приемат около 1/3 от потока посетители, се очертава следното:

- ✓ нощувките са нараснали с 18% през 2019 спрямо 2015;
- ✓ за 2016 и 2017 се отчита нарастване с повече от 6% (12% за 2016 г. спрямо 2015 г. и 7% за 2017 г. спрямо 2016 г.);
- ✓ за 2018 и 2019 година нарастването на нощувките е под 6% на годишна база.

В местата за настаняване с 10 и повече легла се наблюдава интересна тенденция – докато средномесечният брой нощувки намалява, аналогично изчисленият средномесечен брой посетители, представен в Индикатор 28, се увеличава. Това показва увеличаване на посетителите за сметка на продължителността на престоя, което вероятно е свързано с профила на посетителите в този тип места за настаняване.

### Реализирани нощувки в места за настаняване с 10 и повече легла в гр. Пловдив

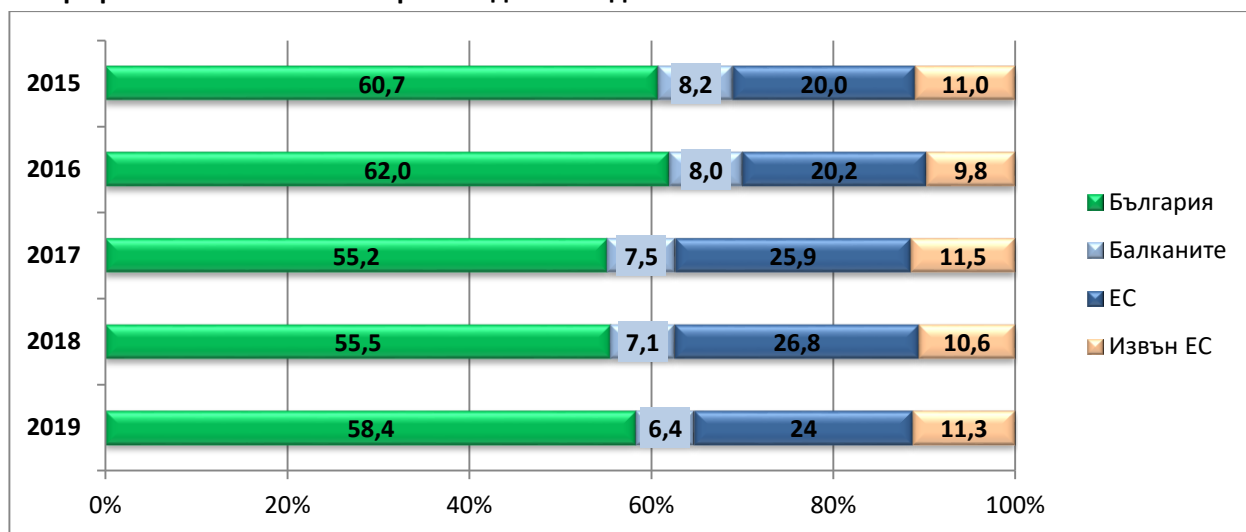
| Година                         | Реализирани нощувки |
|--------------------------------|---------------------|
| 2015                           | 432 110             |
| 2016                           | 483 762             |
| 2017                           | 516 776             |
| 2018                           | 499 426             |
| 2019                           | 510 676             |
| Увеличение за 2019 спрямо 2015 | 78 566 или 18%      |

Източник: НСИ

### Индикатор 30: Демографски профил: % разбивка на посетители от България, Балканите, ЕС, страни извън ЕС

По данни на НСИ, тоест само за местата за настаняване с 10 и повече легла, които като тенденция към 2019 г. приемат около 1/3 от потока посетители, за периода се наблюдава устойчива тенденция на нарастване на дела на посетителите от страни от ЕС от 48 630 (2015г.) до 69 997 през 2019 г. или с 44%.

### География на посетителите в гр. Пловдив по години



Източник: НСИ

**Посетители по държави по години**

|                             | 2015           | 2016                  | 2017           | 2018           | 2019           |
|-----------------------------|----------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>България</b>             | <b>147 406</b> | <b>167 379</b>        | <b>161 180</b> | <b>162 975</b> | <b>170 624</b> |
| <b>Балканите (извън ЕС)</b> | <b>19 863</b>  | <b>21 703</b>         | <b>21 399</b>  | <b>19 469</b>  | <b>18 560</b>  |
| Турция                      | 16 536         | 17 516                | 17 342         | 15 305         | 14 216         |
| Македония                   | 1 861          | 2 082                 | 1 732          | 1 713          | 1 649          |
| Сърбия                      | 1 466          | 1 566                 | 1 614          | 1 819          | 2 105          |
| Албания                     | -              | 370                   | 434            | 382            | 393            |
| Босна и Херцеговина         | -              | 132                   | 226            | 151            | 125            |
| Черна гора                  | -              | 37                    | 51             | 99             | 72             |
| <b>ЕС общо</b>              | <b>48 630</b>  | <b>54 485</b>         | <b>64 750</b>  | <b>69 016</b>  | <b>69 997</b>  |
| Гърция                      | 8 561          | 11 482                | 11 074         | 11 456         | 10 062         |
| Италия                      | 6 158          | 6 023                 | 8 037          | 7 329          | 6 936          |
| Германия                    | 5 582          | 6 165                 | 6 679          | 7 395          | 9 213          |
| Франция                     | 5 374          | 5 648                 | 6 560          | 7 235          | 7 409          |
| Обединено кралство          | 3 613          | 4 211                 | 4 814          | 4 673          | 4 435          |
| Румъния                     | 2 752          | 2 963                 | 3 140          | 3 146          | 3 542          |
| Испания                     | 2 747          | 4 333                 | 6 573          | 9 053          | 9 433          |
| Австрия                     | 1 947          | 1 595                 | 2 210          | 1 969          | 2 689          |
| Полша                       | 1 648          | 2 210                 | 2 330          | 2 524          | 1 937          |
| Белгия                      | 1 594          | 1 760                 | 2 354          | 2 151          | 2 255          |
| Нидерландия                 | 1 552          | 1 265                 | 2 137          | 2 165          | 1 677          |
| Словения                    | 896            | 754                   | 785            | 1 236          | 658            |
| Чешка република             | 819            | 720                   | 1 040          | 783            | 906            |
| Хърватия                    | 809            | 395                   | 586            | 1 586          | 1 741          |
| Унгария                     | 621            | 785                   | 1 059          | 801            | 1 163          |
| Швеция                      | 566            | 674                   | 617            | 750            | 702            |
| Португалия                  | 543            | 741                   | 1 279          | 1 113          | 1 500          |
| Финландия                   | 426            | 303                   | 422            | 469            | 409            |
| Кипър                       | 424            | 647                   | 618            | 741            | 830            |
| Естония                     | 400            | 105                   | 375            | 265            | 268            |
| Ирландия                    | 373            | 428                   | 698            | 594            | 581            |
| Дания                       | 370            | 395                   | 473            | 454            | 568            |
| Словакия                    | 279            | 323                   | 282            | 294            | 420            |
| Литва                       | 211            | 149                   | 242            | 329            | 181            |
| Латвия                      | 207            | 139                   | 174            | 273            | 248            |
| Малта                       | 129            | 229                   | 164            | 165            | 75             |
| Люксембург                  | 29             | 43                    | 28             | 67             | 159            |
| <b>Руска федерация</b>      | <b>2 409</b>   | <b>2 436</b>          | <b>2 807</b>   | <b>2 535</b>   | <b>2 634</b>   |
| <b>Други страни</b>         | <b>26 791</b>  | <b>26 337</b>         | <b>26 502</b>  | <b>24 178</b>  | <b>30 287</b>  |
| <b>Общо чужденци</b>        | <b>95284</b>   |                       |                |                | <b>121478</b>  |
| <b>Увеличение чужденци</b>  |                | <b>26 194 или 27%</b> |                |                |                |
| <b>ОБЩО всички</b>          | <b>242 690</b> | <b>269 904</b>        | <b>276 638</b> | <b>278 173</b> | <b>292 102</b> |
| <b>Увеличение всички</b>    |                | <b>49 412 или 20%</b> |                |                |                |

### Индикатор 32: Увеличение на регионалния туризъм

Регионалният туризъм по данни на НСИ, тоест само за местата за настаняване с 10 и повече легла, които като тенденция към 2019 г. приемат около 1/3 от потока посетители, показват стабилно нарастване на:

- ✓ броя на нощувките – с 14,5%;
- ✓ броя на посетителите с нощувка – с 15,3% .

#### Реализирани нощувки и пренощували лица в места за настаняване в Южен централен район без гр. Пловдив

| Година     | Реализирани нощувки в места за настаняване с над 10 легла | Пренощували лица в места за настаняване с над 10 легла | Продължителност на престоя в нощувки |
|------------|---|--|--------------------------------------|
| 2015       | 1 984 347   | 844 744  | 2,3                                  |
| 2016       | 2 199 457   | 942 544  | 2,3                                  |
| 2017       | 2 014 209   | 848 436  | 2,4                                  |
| 2018       | 2 144 746   | 906 123  | 2,4                                  |
| 2019       | 2 272 864   | 974 403  | 2,3                                  |
| увеличение | 288 517 или 14,5%   | 129 659 или 15,3%                                      | запазва се                           |

Източник: НСИ

### Индикатор 33: Нови работни места, създадени в сектора на туризма

Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности, свързани с туризма, показват:

- ✓ 8% ръст в икономическа дейност „Хотелиерство и ресторантьорство“;
- ✓ 4,15% ръст в икономическа дейност „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“

Към датата на завършване на настоящия финален доклад не са налични данни на НСИ за 2019 г., които съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ, ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.

| Година                | Брой заети лица                   |                |
|-----------------------|-----------------------------------|----------------|
|                       | „Хотелиерство и ресторантьорство“ | „Търговия...“  |
| 2015                  | 7 646                             | 30 646         |
| 2016                  | 8 039                             | 30 882         |
| 2017                  | 8195                              | 31 529         |
| 2018                  | 8257                              | 31 919         |
| Увеличение за периода | 611 или 8%                        | 1273 или 4,15% |

## 4.2. Нови бизнеси и възможности за заетост

### *Индикатор 34: Цялостен спад в равнището на безработица в града под 10%*

Заложената цел за намаляване на безработицата под 10% е реалност за Пловдив в последните години, доколкото в момента безработицата в Пловдив е под 5%.

### *Индикатор 35: Брой нови бизнеси в града*

По данни на НСИ броят на регистрираните предприятия на територията на Пловдив за периода е:

- ✓ нараснал с 8,5% за всички предприятия;
- ✓ нараснал със 25% в сектор „Култура, спорт и развлечения“.

Към датата на завършване на настоящия финален доклад не са налични данни на НСИ за 2019 г., които съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ, ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.

| година            | Брой предприятия     | Брой предприятия в сектор „Култура, спорт и развлечения“ |
|-------------------|----------------------|--|
| 2015              | 24 300               | 330  |
| 2016              | 25 184               | 353  |
| 2017              | 25 379               | 375  |
| 2018              | 26 360               | 414  |
| <b>Увеличение</b> | <b>2060 или 8,5%</b> | <b>84 или 25%</b>  |

### *Индикатор 36: Намаляване на равнището на безработица сред уязвимите малцинства под 20%*

В изследваните домакинства безработните лица над 16 г. представляват 22%, като една малка част от тях посещават училище, и след приспадане на техния брой нивото на безработица се очертава около 18%. Делът на домакинствата, които декларират доходи от обезщетения за безработица, е едва 8% при 22% при първото изследване. Въпреки че данните от изследването за заетост са декларации на лицата, а не формален статус на безработни лица, може с достатъчна сигурност за се заключи, че безработицата в ромската общност може би е намаляла, но остава около 5 пъти по-висока в сравнение с безработицата в града като цяло.

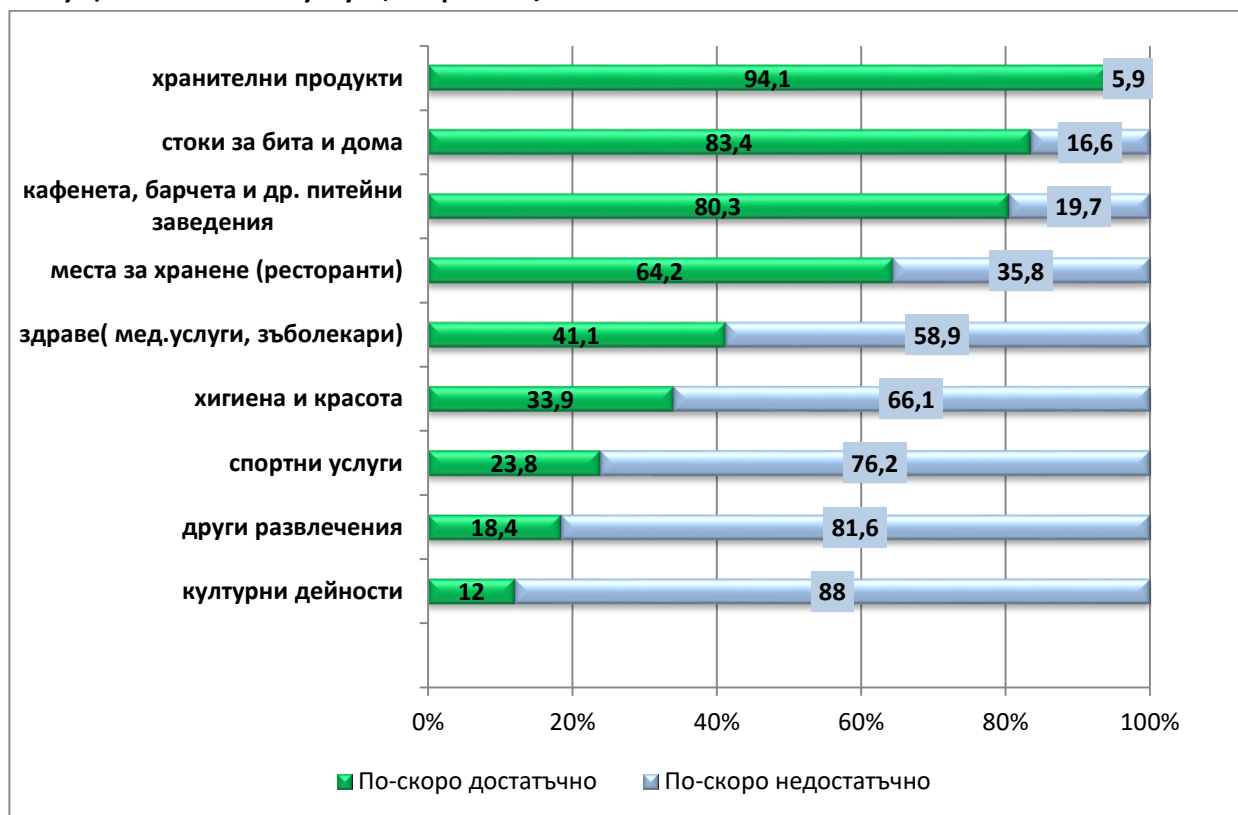
### *Индикатор 37: Удовлетвореност от броя на малките фирми, работещи в ромските квартали*

Оценката за броя на фирмите, предоставящи различни услуги и стоки на територията на квартала, е косвена от проучването на ромските домакинства и се базира на тяхната удовлетвореност от броя на доставчиците на стоки и услуги.

Оценката се запазва през годините – като цяло броят на доставчиците на стоки и услуги като хранителни стоки, стоки за бита, кафенета, места за хранене се оценяват като по-скоро достатъчни от значително повече от половината респонденти, 1/3 и малко повече смятат за достатъчни фирмите, които предлагат услуги/стоки за здраве и за хигиената и красотата. Дефицит се очертава

сред доставчици в областта на културата, развлеченията и спорта – над 3/4 от респондентите заявяват, че техният брой остава недостатъчен.

**Според Вас има ли достатъчно фирми в квартала, в който живеете, които предоставят на живущите там стоки и услуги, свързани с/със:**



Източник: Изследване сред домакинствата в кв. Столипиново

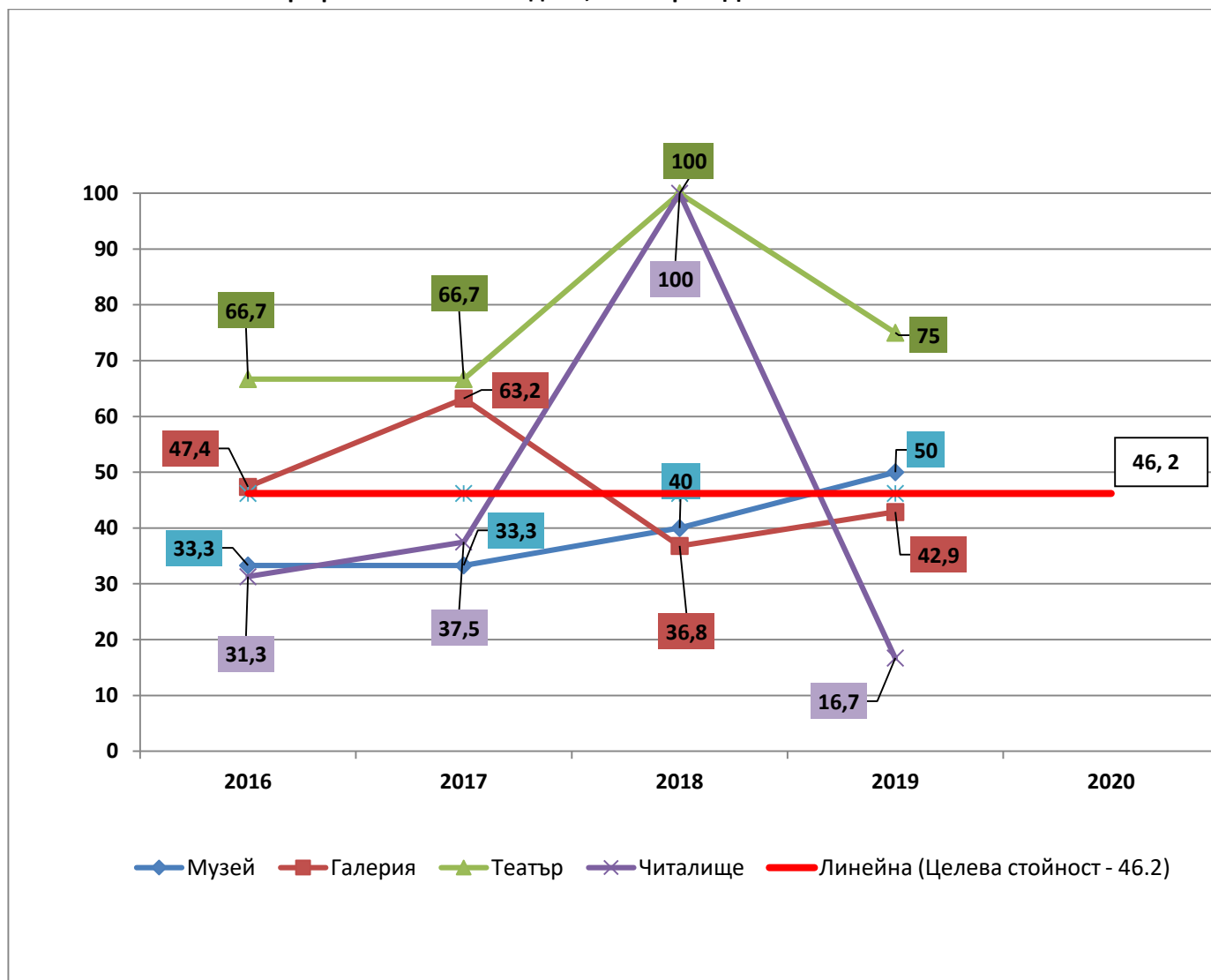
#### 4.3. Икономическа жизненост на културния сектор

##### Индикатор 38: Увеличение на частното спонсорство с 5%

Посочените данни са от изследване сред представители на културни институции, представляват качествена оценка на лицата и дават възможност да се оцени делът на институциите с частни спонсори. Следва да отбележим, че това изследване е качествена методика за оценка и цели да идентифицира промени, които следва да се проверят и чрез други данни.

От събраната информация може да се заключи, че частното спонсорство варира значително 1) през годините на ЕСК и 2) според вида на културната институция; то има по-скоро случаен характер и като цяло от тези данни не се установява никаква стабилна тенденция. Реално всички институции през годините на ЕСК достигат и надхвърлят целевата стойност, но в други години се наблюдава спад – особено след година на силно покачване.

**Имахте ли частен спонсор през съответната година, отговори "Да"**



**Индикатор 39: Ръст на заетостта в културния сектор до 5%**

Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където културният сектор е обхванат в дейност „Култура, спорт и развлечения“ и показват, че е постигнато 16% увеличение на заетите спрямо базовата стойност, което е доста над целевата стойност от 5%.

Към датата на завършване на настоящия финален доклад не са налични данни на НСИ за 2019 г., които съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.

| година      | Брой заети  | Увеличение – планирано 5%          |
|-------------|-------------|------------------------------------|
| 2015        | 1569        |                                    |
| 2016        | 1649        |                                    |
| 2017        | 1753        |                                    |
| <b>2018</b> | <b>1821</b> | <b>Увеличение – постигнато 16%</b> |

### III. Обобщение относно реализацията на проект “Пловдив Европейска столица на културата 2019” - наследство и предизвикателства

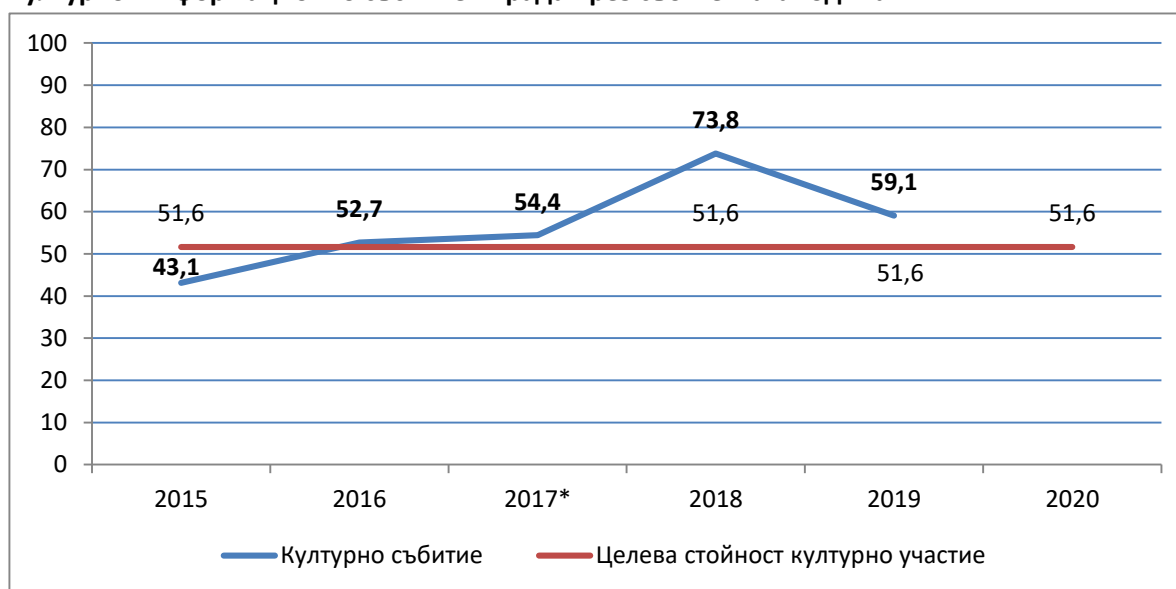
#### Трансформация на културния сектор

Тази област представя най-високите и същностни постижения на инициативата, които могат да се разглеждат като ценно наследство не само за гражданите на гр. Пловдив, но и за гражданите на страната.

Основното постижение е значителното повишаване на достъпа до култура и участие, което става трайна тенденция след 2015 г. Културното участие остава над формално поставената цел за неговото нарастване през целия период на инициативата след 2015 г. Последното се постига благодарение на броя на културните инициативи и тяхното многообразие през годините, което е и основната причина за вариациите в нивата на участие през различните години на инициативата. Значително е нараснал делът на посочващите, че „посещават относително често културни събития в населеното място, в което живеят“ – от 28% през 2017 г. до 40% през 2018 г. и 44% през 2019 г. Тази поведенческа промяна може пряко да се свърже с ефектите от прилагането на инициативата – голям брой културни събития с голяма реклама, което увеличава интереса към посещение като цяло.

- ✓ Заложеният 20% растеж в културното участие е достигнат трайно през 2016 г. (52,7%) – при базова стойност от 43% посетили културно събитие през 2015 г. целевата стойност е от 51,6%.

#### Дялове от пълнолетното население на гр. Пловдив, посочили, че са посетили поне едно културно- информационно събитие в града през съответната година



Източник: Представително изследване сред населението на гр. Пловдив

- ✓ Значително е нараснал делът на пловдивчани, посочващи, че „посещават относително често културни събития в населеното място, в което живеят“ – от 28% през 2017 г. до 40% през 2018 г. и 44% през 2019 г.
- ✓ Делът на пловдивчани, които отделят средства за култура, нараства от 50% (базова стойност) до 58,3% през 2019 г., а средната сума – от 24 лв. до 27 лв. на месец.

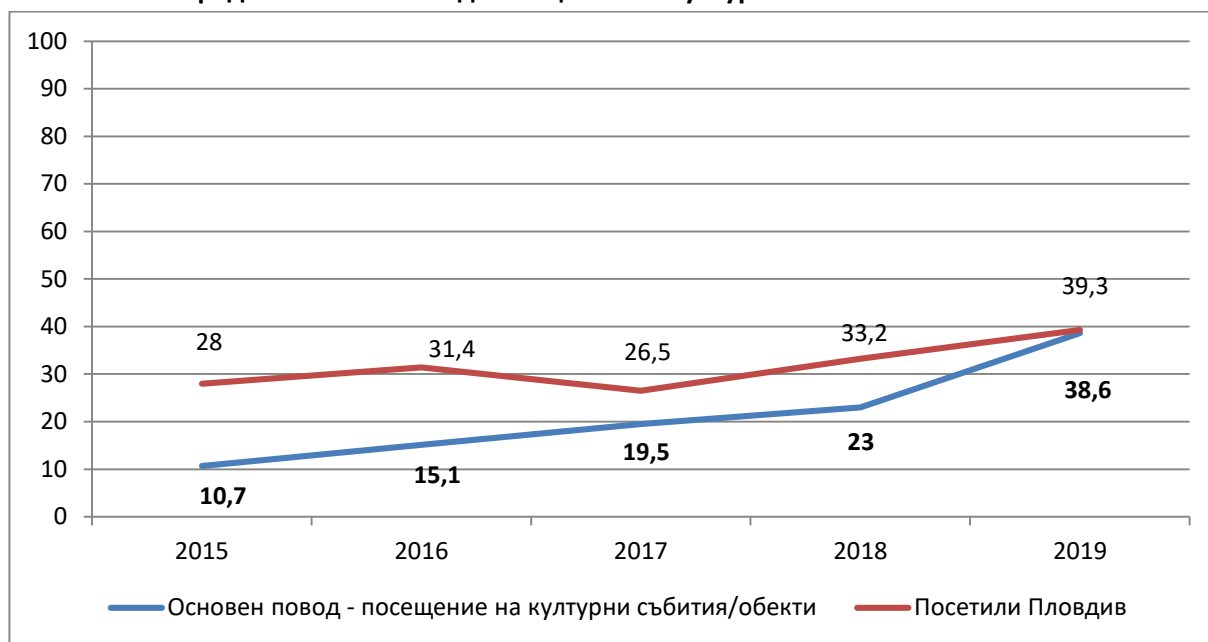
- ✓ 60% от жителите на гр. Пловдив са посетили поне едно културно събитие в града през 2019 г., което е с 8% над целевата стойност (51,6%).
- ✓ 32% от жителите на региона са посетили поне едно културно събитие в гр. Пловдив през 2019 при целева стойност от 30%.
- ✓ 22% от пълнолетното население на страната е посетило поне едно събитие от ЕСК през 2019 (19% в гр. Пловдив и още 3% са посетили ЕСК събитие в региона), което екстраполирано към пълнолетното население на страната без гр. Пловдив се оценява на 1 215 696 души.
- ✓ Надвишена е заложената цел при 50% от публиката да се отчита удовлетвореност от културното съдържание – данните от анкетата сред посетителите показват, че 89% са удовлетворени, а 50% от публиката заявява силна удовлетвореност („отлично“).
- ✓ Над 2/3 от събитията са с безплатен вход в Пловдив и региона, което е преизпълнение на поставената цел повече от 5 пъти; над 10 пъти са нараснали събитията извън центъра на града (10 през 2017 при 109 през 2019 г.).
- ✓ Над 130 са преките партньорства с творчески организации и артисти от Европа, с които „Пловдив 2019“ работи по изпълнението на критерия за европейско измерение на програмата – през 2019 г. Публичните събития с трансгранично измерение са 80, което представлява четирикратно нарастване спрямо 2017 г., респективно постигане на поставената цел за увеличение спрямо базовата линия.
- ✓ Демографията на участниците в събития показва запазване на широк социално-демографски профил за периода – повече хора от градовете, младите до 40 г., лицата с висше образование, работещите, посетителите от София, но и ученици и студенти, пенсионери, неработещи, лица в по-висока възраст (над 60 г.), от село, от различни етноси и пол.

#### **Образ и идентичност и социални въздействия**

Проектът Пловдив ЕСК 2019 спомага решително за утвърждаването на образа на гр. Пловдив като културен център с национално значение. За периода на инициативата категорично се потвърждава положителна тенденция относно репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм сред българската общественост:

- ✓ устойчиво нарастване за периода на ЕСК на посетителите в града от страната от 28% до 39% през 2019 г.;
- ✓ повече от три пъти нараства дялът на посетителите, които декларират като основен повод за визита в града посещението на културни събития или обекти – от 10,7% през 2015 г. до 38,6% през годината на инициативата – 2019. Този факт може да се счита за най-сериозния успех на Пловдив ЕСК 2019.

**Дял от пълнолетното население на страната, посетило гр. Пловдив и дял на тези от тях посетителите града с основен повод посещение на културно събитие**



Източник: Национални представителни изследвания

- ✓ през годините на инициативата сериозно развитие претърпява имиджът на гр. Пловдив като културната столица на България – твърдение, споделяно напълно вече от 51% от респондентите през 2019 г. при дял от 40% през 2017 г.;
- ✓ трайно е убеждението сред националната общественост, че всеки чужденец, посетил България, трябва да види Пловдив (споделя се от малко повече от 2/3 от респондентите), и че всеки българин трябва да посети Пловдив поне веднъж в живота си (споделяно от 3/4 от респондентите).
- ✓ Изборът на Пловдив за Европейска столица на културата за 2019 г. има следните въздействия:
  - положителни асоциации за 72% от жителите на града – основно чувство на гордост, престиж, прослава на града извън България и признание като европейски център на културата, богатата културна програма – увеличен брой интересни културни събития, носещи обогатяване и по-добро качество на живот;
  - значително нарастване на европейското самочувствие на пловдивчани – през 2019 г. 43,3% вече се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като този дял е бил 34,9% през 2017 г.
  - усилване на чувството за принадлежност към Европа – делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в контекста на избора на Европейска столица на културата, е нараснал с 10 процентни пункта, достигайки дял от 44%.
- ✓ Отчита се позитивно въздействие върху ромската общност:
  - делът на анкетираните лица от ромските домакинства, които знаят за обявяването на гр. Пловдив за Европейска столица на културата, е нараснал от 45% до 65% през 2019 г., като този дял за общото население на Пловдив е 90%;

- отговорите на въпроса „Какво означава за Вас избирането на Пловдив за Европейска столица на културата?“ потвърждават наличието на значителна и устойчива група от почти 1/3 (28%), демонстрираща значително дистанциране и липса на интерес към инициативата, което очевидно затруднява провокирането на нейната съпричастност. Друга важна информация от изследването обаче сочи, че за почти 2/3 (62,7%) ЕСК носи нещо положително за тях или града, а негативните асоциации са под 1/10.
- Създадената атмосфера на популяризиране на културни и образователни ценности създава желание и стимулира приобщаване, съдейства за утвърждаване на общи ценности сред различните етноси в града – в ромската общност се наблюдава много ясна диференциация според нивото на информираност относно ЕСК. Лицата, които знаят за ЕСК, показват много по-близък профил до този на общата съвкупност на пловдивчани. Затова насищането с реклама и информация по темата има голямо значение и наистина е стимулира промяна в нагласи и евентуално в поведение в по-дългосрочен план.
- Много важно за постигането на позитивна промяна сред ромската общност е продължаването на тази информационно-рекламната стратегия и след 2019 г., за да се наследи постигнатото и да се получи дългосрочно влияние. Последното също така е устойчиво постижимо действие в сферата на управлението на културата – повече информация относно културните изяви, включително за ромската общност.

### **Икономически растеж**

Икономическият растеж се оценява основно чрез 1) растежа в сектора на културата (брой предприятия, заети лица, потребители,) и 2) растежа в туризма и приходите от посетителския поток. Изградената инфраструктура също така следва да се отчита като материален актив, който трайно обезпечават развитието на културната дейност. Събраните данни за периода показват не само изпълнение на заложените цели, но често и надвишаване на планираните целеви стойности:

#### Растеж в сектора на културата

В сектора „Култура, спорт и развлечения“ се наблюдава доста добър растеж от 2015 до 2019 г.:

- ✓ броят на предприятията е нараснал с 25%, при 8,5% нарастване в другите сектори;
- ✓ броят на заетите в сектора е нараснал с 16% (от 1569 през 2015 г. до 1821 души през 2018 г.);
- ✓ макар и косвена, оценката на представители на културни институции за техния поток/потребители е различна за периода за различните културни институции, но се очертава доминираща тенденцията на нарастване в различна степен или запазване на потребителите. Намаление се идентифицира в някои години основно при галериите.

#### Растеж в туризма и приходите от посетителския поток

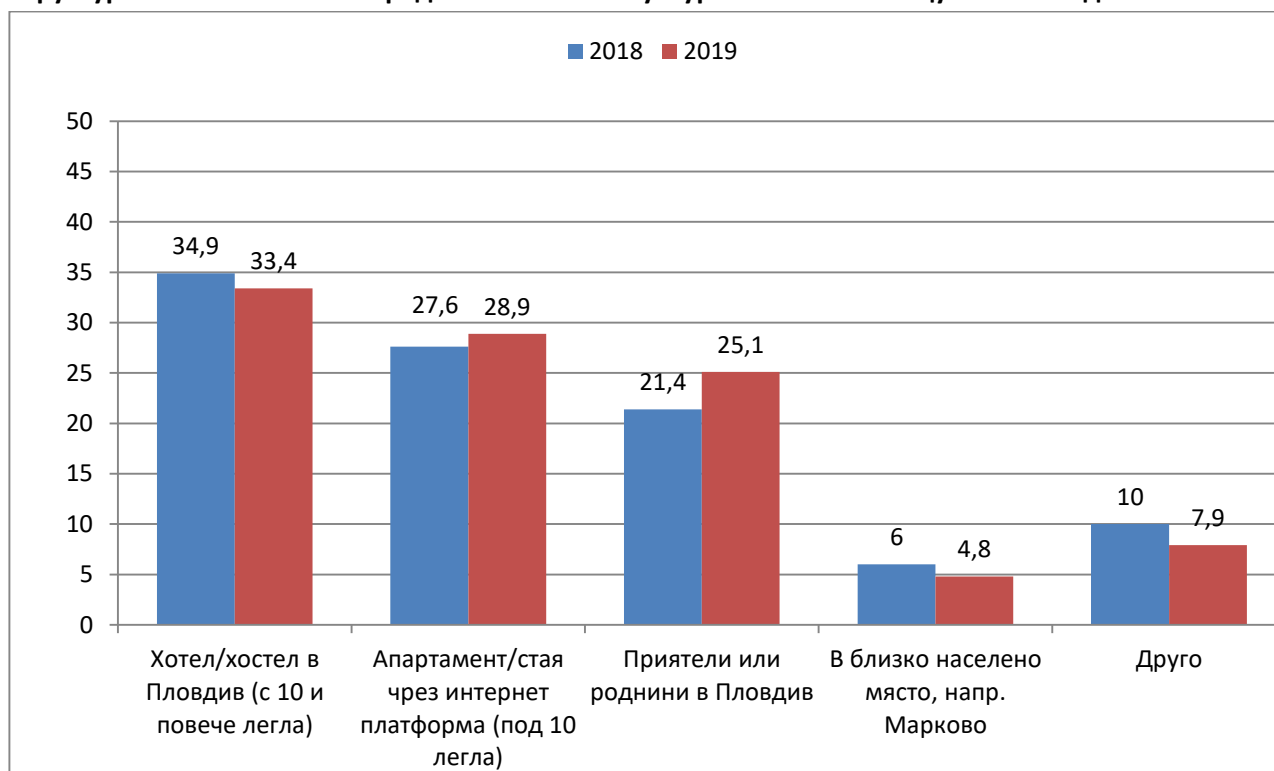
Представената оценка не е изчерпателна поради липса на данни за част от посетителския поток. Посочените данни се отнасят за посетителите от България (пълнолетно население) от национални представителни проучвания и данни от НСИ за посетителите чужденци, които обаче обхващат само нощувалите в средства за подслон с 10 и повече легла, което по оценка от анкетата на участниците

в събития са само около 1/3 от общия брой на пренощувалите. Реалният брой включва обаче и няколко други значими по размер групи посетители, за които няма статистика - 1) лица под 18 г., които не са обхванати в генералната съвкупност на националните изследвания (данните от анкетата сред посетителите показват дял от около 8-10%) и чужденци, които се настаняват в съседната община Родопи и дори малко по далеч, но реализират част от бюджета си в гр. Пловдив. В този смисъл представената оценка е занижена. Оценката на абсолютния брой посетители от България е екстраполирана на база данни за населението на страната и гр. Пловдив към 31.12.2018 г. Направена е косвена оценката за броя на чужденците на база данните от НСИ и структурата на настаняването.

Данните за приходите се основават на декларираните от участниците в културни събития похарчени бюджети – средни стойности (mean).

Представена по-долу е структурата на настаняването (4 основни сегмента) и тенденцията за промяна в предпочитанията за настаняване в апартаменти през интернет платформи, както и домове на близки и познати – общо около 2/3 от потока:

#### Структура на настаняването сред посетители на културни събития с нощувка в Пловдив



Източник: анкетни проучвания сред посетители на културни събития

При заложено 20% увеличение спрямо базовата линия, целева стойност изисква 34% дял на посетителите от страната, а данните показват, че делът на посетителите Пловдив от страната за 2019 г. достига 39,6%.

**Оценка на броя на посетителите на гр. Пловдив (пълнолетни българи ) по години и тези с основен повод посещение на културно събитие през 2019 г.**

| Година                                 | Дял от пълнолетното население на страната посетило гр. Пловдив | Брой посетители (екстраполация на база населението на страната към 31.12.2018г) |
|--|--|---|
| 2015 г.                                | 28,0 %   | 1 547249  |
| 2016 г.                                | 31,4 %   | 1 735129  |
| 2017 г.                                | 26,5 %   | 1 464 361   |
| 2018 г.                                | 33,2 %   | 1 834 595   |
| <b>2019 г. общо посетители Пловдив</b> | <b>39,3 %</b>  | <b>2 171675</b>   |
| <b>2019 посетили ЕСК събитие</b>       | <b>22%</b>   | <b>1 215 696</b>  |

Само по данните на НСИ за местата за настаняване с 10 и повече легла, които приемат само около 1/3 от потока посетители, за периода 2015 -2019 г. се регистрира следният растеж, който достига и надвишава заложените цели::

- ✓ Увеличение с 20% на всички посетители
- ✓ увеличение с 27% на чуждестранните посетители, в допълнение 6786 чуждестранни посетители са пренощували в места за настаняване с 10 и повече легла в община Родопи през 2019 г. (напр. с. Марково). Реалният брой на чужденците е поне два пъти по-висок, доколкото изведено от структурата/предпочитанията за настаняване поне още толкова са използвали настаняване в места с под 10 легла.
- ✓ Увеличение на нощувките в гр. Пловдив са нараснали с 18%
- ✓ Увеличение на броя на посетителите с нощувка в региона Южен централен с 15,3%
- ✓ Увеличение на броя на нощувките в региона – Южен централен с 14,5%;
- ✓ Увеличение на броя на регистрираните предприятия с 8,5% за всички предприятия;
- ✓ Увеличение на броя на заетите лица икономическа дейност „Хотелиерство и ресторантьорство“ с 8% и броя на заетите лица икономическа дейност „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“ с 4,15%

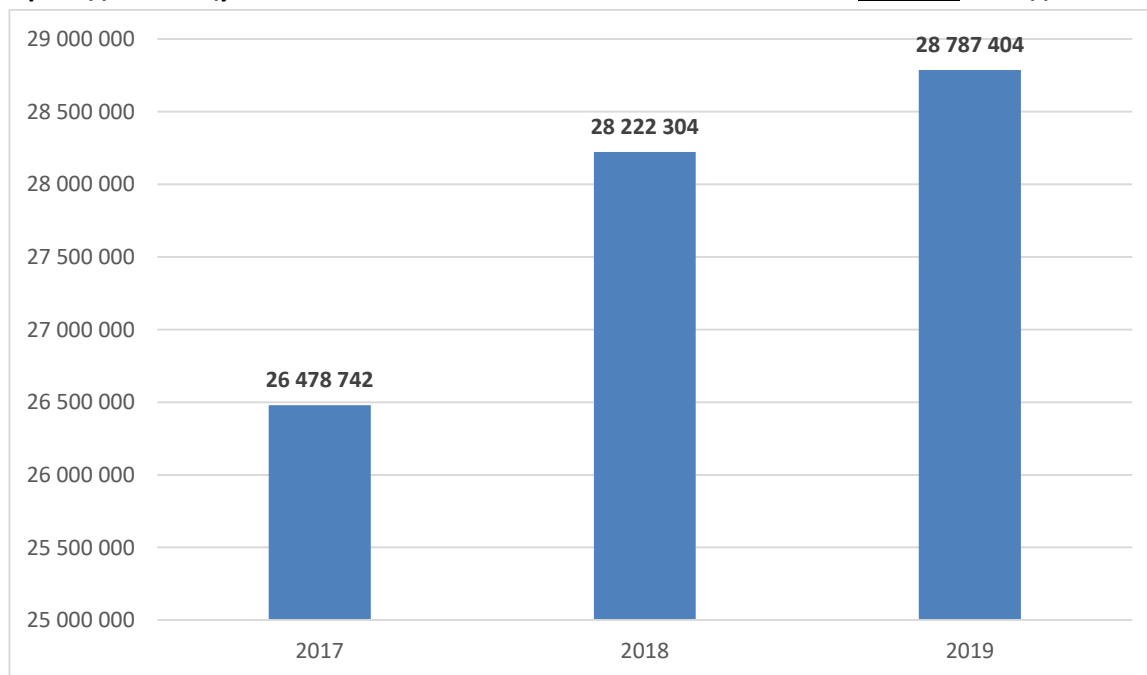
- ✓ Приходите от посетителите на културно ЕСК събитие от страната само за последните две години (2018 и 2019г), без сумата за билети и транспорт, възлизат на около 400 млн. лева
- ✓ Приходите от пловдивчани посетили културни събития за последните две години се оценяват на 27 639 828

Оценката за изхарчени бюджети по време на посещение на културно събитие за последните 2 години от ЕСК Пловдив 2019 (за нощувки, консумация в заведения, местни транспортни услуги, пазаруване на храна от магазини, пазаруване/шопинг, детски занимания, посещение на атракции (Аквапарк и др.), сувенири)

| Година                                  | Дял от 18+ населението % | Оценка на потока по данните на НСИ към 31.12.2018г* | Похарчен среден бюджет лв. (Mean) | Общо лв.               |
|---|--------------------------|---|-----------------------------------|------------------------|
| 2018 посетили ЕСК събитие – от страната | 17%                      | 987 750   | 201,38 лв.                        | 198 913 095 лв.        |
| 2019 посетили ЕСК събитие – от страната | 22%                      | 1 215 696   | 174,75 лв.                        | 212 442 876 лв.        |
| <b>ОБЩО лв.</b>                         |                          |   |                                   | <b>411 355 971 лв.</b> |

- ✓ Приходи от нощувки в места за настаняване с 10 и повече легла в община Пловдив са почти 30 млн. са нараснали с 9%.

Приходи от нощувки в места за настаняване с 10 и повече легла в община Пловдив



## Оценка на приходи от чужденци

Както беше отбелязано, липсата на данни за чужденците настанени в места за настаняване с под 10 легла не дава възможност за прецизна оценка на потока. Основавайки се обаче на наличните данни, включително структурата на настаняване на посетителите, може да се направят две основни предположения:

- 1) чужденците, отседнали в местата с под 10 легла (апартаменти, къщи за гости, малки хотели, приятели) са поне толкова колкото тези в местата с над 10 легла и
- 2) са похарчили бюджет поне колкото българите при посещението си (например за 2019 по 174,75 лв. на човек).

При тези условия чужденците са похарчили на място през 2019г поне около 43 млн.

| Чужденци в места с 10 и повече легла, 2019 г., НСИ | Чужденци в места с под 10 легла, 2019 г. (оценка, базирана на структурата на потока) | Общо    | Бюджет на място = на този на посетител българин от страната | Общо похарчени средства на място |
|--|--|---------|---|----------------------------------|
| 121 478  | 121 478  | 242 956 | 174,75 лв.  | 42 456 561 лв.                   |

## Предизвикателства и препоръки

Обратната връзка от участниците дефинира две основни предизвикателства:

- 1) Въпреки че постигнатата удовлетвореност от съдържанието надхвърля предварително поставената цел в тази област, тя може да се определи като основно предизвикателство пред цялата инициатива, както и за предстоящите години. Постигането на удовлетворителен баланс от културни събития и продукти, и то за динамично променяща се публика с разнообразни вкусове, е и ще си остане трудна задача.

Оптималният микс от събития за специализирана или с професионален фокус аудитория и такива за по-масови предпочитания, и/или общностни събития, вероятно ще бъде обект на дискусии и занапред. Полезна за бъдещите действия след 2019 г. може да бъде оценката на анкетирания посетители на културни събития от Пловдив – какво биха искали да продължи и след приключване на инициативата.

**Какво от инициативата Пловдив – Европейска столица на културата 2019, бихте искали да продължи и през следващите години? (въпрос със свободно формулирани отговори, жители гр. Пловдив)**

| Какво да продължи   | %    |
|---|------|
| Да има много културни събития, да остане толкова активен културният живот | 23,3 |
| Фестивалите и работилниците в Капана                                      | 12,3 |
| Откритите сцени   | 9,2  |
| НОЩта на музеите  | 8,7  |

|   |     |
|---|-----|
| Многообразието от театрални и оперни постановки | 6,3 |
| Многообразието от фестивали                     | 5,3 |
| Опера Open                                      | 4,9 |
| Гостуващите творци и изпълнители от цял свят    | 3,9 |
| Фермерските пазари                              | 2,9 |
| Фолклорните концерти и фестивали                | 2,5 |
| Събитията в Тютюневия град                      | 2,4 |
| Айляк парад                                     | 1,9 |
| Hills of Rock                                   | 1,9 |
| Събитията в Лаута                               | 1,5 |
| Фестивала на светлината                         | 1,5 |
| Големите събития на Античния театър             | 1,5 |
| Археология за всеки                             | 1,5 |
| Пълдин Етно                                     | 1,0 |
| Пътуваща изложба „Еврика!“                      | 1,0 |
| Финансирането на проекти за култура             | 0,5 |
| Хоровете на Пловдив                             | 0,5 |
| Вердиевите концерти                             | 0,5 |

Източник: Представително проучване сред населението на гр. Пловдив

- 2) Следващото основно предизвикателство се очертава организацията на събитията. Удовлетвореността от организацията на събитията не е ниска (над 50% са силно удовлетворени), но тя си остава най-ниска в сравнение с другите аспекти. Този факт намира своето разбираемо обяснение в големия брой събития и организатори – финансирани са проекти на различни творчески групи и вероятно някои тях нямат толкова голям организационен опит. Генерираните препоръки от участниците в събитията са основно насочени към организацията и имат конкретен и практически приложим характер за в бъдеще.
- 3) Постигнатите нива на културно участие трудно ще се запазят при намаляване на предлагането на културни продукти/събития/възможности. Запазването на нивото на културното участие на нивото на целевата стойност (52%) след 2019 г. може да се счита за добро усвояване на наследството на ЕСК.
- 4) Запазването в годините след ЕСК 2019 на тенденцията около 1/3 от посетителите на града да посещават Пловдив с основен повод посещение на културно събитие/обект може да се счита за сериозно усвояване на наследството на ЕСК.
- 5) Поддържането на висок интензитет на информационно-рекламни дейности е наследство, за което ОФ Пловдив 2019 трябва да се погрижи – да запази постигнатото и увеличи максимално разгласата за предстоящите събития и инициативи, поддържайки по този начин атмосфера на търсене и потребление на културни продукти и ценности.

## IV. Статус на изпълнението по индикатори

Като обща финална оценка на изпълнението на всеки индикатор е дефиниран статус на изпълнението, както е представено по-долу.

| Статус на изпълнение   | Пояснение  |
|--|--|
| <b>Изпълнен</b>  | постигнати конкретни целеви стойности, поставени в апликационната книга или след базовото измерване; или регистрирано категорично подобрене/повишение в сравнение с изходната ситуация |
| <b>Изпълнен, като част от общия социален контекст</b>          | наблюдава се подобрене, но в резултат на комплексни причини и развитие на цялостния социален контекст  |
| <b>Граничен</b>  | близо до целева стойност и/или се наблюдава променлива тенденция   |
| <b>Граничен, като част от общия социален контекст</b>          | близо до целева стойност и/или се наблюдава променлива тенденция и зависимост от цялостния социален контекст   |
| <b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b> | регистриране на специфични нагласи, описващи фоновата атмосфера и общия социален контекст, в която се провежда ЕСК   |

| Индикатор  | Статус на изпълнение   |
|--|--|
| <b>ТРАНСФОРМАЦИЯ НА КУЛТУРНИЯ СЕКТОР</b>   |  |
| <b>Общ брой ЕСК събития през 2019 г.</b>   | <b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b><br>Проведени 601 единични събития, сред които: 54 бр. събития извън Пловдив (вкл. 24 в селища от региона, 24 – в селища извън региона, вкл. София, 6 – в чужбина); 55 бр. събития за специфична целева/нишова аудитория (мастър класове, специализирани семинари и уъркшопи и др.); 34 бр. събития с организационен и подпомагащ програмата характер (срещи с международни партньори, пресконференции, информационни дни и покани, събития за доброволците. |
| <b>50% от жителите на Пловдив, 30% от регионалните да посетят ЕСК събития през 2019 г.</b> | <b>Изпълнен</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60% от жителите на гр. Пловдив са посетили поне едно културно събитие в града през 2019 г. (при базова стойност 43% през 2015 г.)</li> <li>- 32% от жителите на региона са посетили поне едно културно събитие в гр. Пловдив през 2019 г.</li> </ul>  |
| <b>20% растеж в културното участие между 2015 и 2021</b>                                   | <b>Изпълнен</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Постигнат устойчив дял на лицата с осъзната ангажираност с култура и изкуство – за периода не по-малко от 49% от пълнолетното население на гр. Пловдив заявяват, че се интересуват от култура и изкуство;</li> </ul>  |

| Индикатор  | Статус на изпълнение  |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Делът на пловдивчани, които отделят средства за култура нараства от 50% (базова стойност) до 58,3% през 2019 г., а средната сума – от 24 лв. до 27 лв. на месец;</li> <li>- Заложения 20% растеж в културното участие е достигнат трайно през 2016 г. (52,7%) и се запазва висока и през 2019 г. (59,1%) - при базова стойност от 43% посетили културно събитие през 2015 г., целевата стойност е от 51,6%.</li> </ul>   |
| <b>Удовлетворение на публиката от културното съдържание</b>  | <b>Изпълнен</b><br>Целта е за 50% от обхваната чрез проучванията публика да се отчита удовлетвореност по-висока от средната по скала от 1 до 5 („лошо“ – „отлично“).<br>Над 50% от обхванатата публика заявява силна удовлетвореност („отлично“), а общо с умерено удовлетворените съвкупността нараства до 89%.  |
| <b>Осигуряване на обратна информация относно организирането на събития</b>                                 | <b>Изпълнен</b><br>Осигурено набирането на информация за обратна връзка – само за годината на ЕСК - 2019 г. са получени 3632 анкети от участници в различни събития   |
| <b>Увеличаване на броя на събитията извън центъра на града (вкл. читалища)</b>                             | <b>Изпълнен</b><br>Проведени 109 събития извън центъра на града през 2019 (при 10 през 2017).<br>Делът на събития извън центъра от всички събития в града се поддържа на ниво от около 1/5 за целия период на инициативата.   |
| <b>Демография на участниците в събития и увеличен достъп на нови публики</b>                               | <b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b><br>Набрана информация за демографията на участниците в събития. Резултатите показват запазване на широк социално-демографски профил на посетителите и в двете групи посетители на културни събития – жители на гр. Пловдив („вътрешни посетители“), и посетители на Пловдив от други места в страната („външни посетители“): <ul style="list-style-type: none"> <li>- в профила се очертават някои доминанти, като по-висок дял на хората от градовете, младите до 40 г., лицата с висше образование, работещите, посетителите от София.</li> <li>- категорично обаче се наблюдава обхващане на всички други групи по съответния демографски признак – ученици и студенти, пенсионери, неработещи, лица в по-висока възраст (над 60 г.), от село, от различни етноси и пол.</li> </ul> |
| <b>Процент от културни събития с безплатен вход, позволяващи достъп на групи в неравностойно положение</b> | <b>Изпълнен</b><br>Близо 2/3 от събитията (61% ) са с безплатен вход.   |

| Индикатор   | Статус на изпълнение   |
|---|--|
| Увеличаване на броя на културните събития в квартал „Столипиново“   | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>През 2019 са осъществени 61 единични събития в квартала, което е 6 пъти повече събития в сравнение с базовата стойност през 2017.</p>  |
| Брой европейски трансгранични съвместни продукции, гостуващи международни артисти, изнесени и внесени продукции | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>Проведените през 2019 г. публични събития с трансгранично измерение са общо 80, което представлява четирикратно нарастване спрямо 2017 г.</p>  |
| Процент на положителните и отрицателните мнения за артистични мероприятия от програмата на ЕСК                  | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>67% от анкетираните посетители на събития дават отговор на въпроса „Какво е Вашето мнение за настоящото събитие?“, като 98% от тях посочват „положително“, с което е изпълнена целта положителните мнения да доминират над отрицателните.</p> <p>В допълнение, анализът на медийното отразяване в страната за периода 2016-2019 година показва, че преобладават публикациите с неутралното и чисто съобщително ниво на статиите – публикуват се информационните прессъобщения на фондацията без оценъчни коментари. Едно от най-отразяваните събития е Откриващото събитие - 1870 отразявания в медии. Относно него се оформя по-интензивна публична дискусия с различни мнения, което провокира и по-голям брой отрицателни мнения.</p> |
| Увеличение на посещенията на музеи/ галерии театри/концертни зали   | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>Данните за този индикатор са от изследване сред представители на културни институции и представляват косвена качествена оценка от страна на анкетираните за тяхната институция. Оценката на анкетираните варира за периода при различните културни институции, но доминиращата тенденция за всички е нарастване в различна степен или запазване на потребителите. Намаление се идентифицира в отделни години от периода при галериите и читалищата.</p>  |
| <b>ОБРАЗ И ИДЕНТИЧНОСТ</b>  |  |
| Национално / международно медийно внимание, повишено медийно отразяване   | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <p>Пловдив като Европейска столица на културата е отразен в над 14 850 интернет публикации, публикациите в печатни издания са 2177, а радио и телевизионните предавания над 285. През 2019 г. екипът е разпространил информация за близо 600 проекта/прояви/дейности (40-60 на месец). Разпределението на публикациите за тях в национални и местни медии е съответно национални – 1523 и местни – 1857.</p> <p>Националното проучване през 2019 показва нарастване на дела на всички канали за информиране, което отразява увеличаване на броя на</p>   |

| Индикатор   | Статус на изпълнение  |
|---|---|
|   | <p>материалите и повишени медийно отразяване: националните телевизии запазват водещата си роля, достигайки до 3/4 от респондентите; над 15% е нараснал делът на информиране чрез приятели и познати – тенденция, регистрирана в предишни измервания, което показва навлизането на темата в ежедневието на приятелските кръгове на хората; между 10-15% се е увеличил делът на интернет базираните източници на информация и радиостанциите, както местни, така и национални. Устойчива позиция запазват билбордовете (доставяйки информация за 1/4 от респондентите), а печатните материали бележат нарастване с 5 до 8%.</p> <p>Данните за международното отразяване не са предмет на този доклад и са налични в друг отчетен доклад на ОФ Пловдив 2019г.</p>  |
| <p><b>Развитие на репутацията на Пловдив като дестинация за културен туризъм</b></p>                      | <p><b>Изпълнен</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устойчиво нараства делът на посетителите на града – с над 10% за периода – от 28% (базова линия) до 39% през 2019 г.;</li> <li>- повече от три пъти нараства делът на посетителите, които декларират като основен повод за визита в града посещението на културни събития или обекти – от 10,7% през 2015 г. до 38,6% през 2019 г.</li> <li>- през годините на инициативата сериозно развитие претърпява имиджа на гр. Пловдив като културната столица на България – твърдение, споделяно напълно вече от 51% от респондентите през 2019 г. при дял от 40% през 2017 г.;</li> <li>- трайно е убеждението сред националната общественост, че всеки чужденец, посетил България, трябва да види Пловдив (споделя се от малко повече от 2/3 от респондентите), и че всеки българин трябва да посети Пловдив поне веднъж в живота си (споделяно от 3/4 от респондентите).</li> </ul> |
| <p><b>Увеличение на споменаванията на Пловдив като град на културата в медиите и социалните медии</b></p> | <p>Страницата на Пловдив ЕСК 2019 във Facebook има 54 826 последователи (към 15.01.2020 г., броят на последователите се е увеличил с над 13 000 потребители, 80% от аудиторията е от България, 20% от чужбина, като най-голям брой са последователите от Великобритания, Германия и Италия.</p> <p>През 2019 г. в страницата са реализирани 515 събития, достигнали до над 1 млн. потребители. Профилът в Instagram е достигнал близо 10 000 последователи, създадени са общо 1 253 публикации, хаштагът #Plovdiv2019 е употребен 46 200 пъти от потребителите на Инстаграм. Общият брой на последователите в LinkedIn е 412, в Twitter е 3 129.</p>  |
| <p><b>Идентифициране на пловдивчани с града им и чувство на гордост, че живеят в него</b></p>             | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- почти 90% се чувстват силно свързани с града си и не биха желали да го напуснат;</li> <li>- 92% заявяват, че се гордеят с Пловдив, и изтъкват конкретна причина за това, като за около 40% тя е свързана с историята и културата на града</li> </ul>   |

| Индикатор   | Статус на изпълнение   |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- изборът на Пловдив за Европейска столица на културата за 2019 г. е свързан с положителни асоциации за 72% от жителите на града, най-вече чувство на гордост, престиж, прослава на града извън България, признание като европейски център на културата.</li> </ul>   |
| <p><b>Чувство за принадлежност към Европа сред гражданите</b></p>   | <p><b>Изпълнен</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- значително нараства европейското самочувствие на пловдивчани – през 2019 г. 43,3% вече се определят като граждани на Европа в „много висока“ и „висока“ степен, като този дял е бил 34,9% през 2017 г.;</li> <li>- засилва се чувството за принадлежност към Европа – делът на посочилите, че чувството им за принадлежност към Европа се е засилило в контекста на избора на Европейска столица на културата, е нараснал с 10%, достигайки дял от 44%.</li> </ul>   |
| <p><b>Национална информираност: Процент разпознаване на ЕСК, вероятност/желание за посещение</b></p>  | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Значително нарастване на националната информираност и разпознаването на инициативата ЕСК - през 2019 г. 85% от националната общественост (пълнолетното население) знаят, че гр. Пловдив е избран за Европейска столица на културата , като този дял през 2-17 е 57%</li> <li>- Ефективен интерес т.е. реализирано посещение през 2019г. се заявява от 22% от пълнолетното население, посетило поне едно събитие от ЕСК – 19%, в гр. Пловдив, и още 3% са посетили ЕСК събитие, но в региона (извън гр. Пловдив. Екстраполирано към пълнолетното население на страната извън гр. Пловдив това се оценява на 1 215 696 души.</li> </ul>   |
| <b>СОЦИАЛНИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ</b>   |  |
| <p><b>Предотвратяване ръста на децата в училищна възраст от ромската общност в квартал „Столипиново“, които не ходят на училище. Информираниост, участие, удовлетвореност от ЕСК.</b></p> | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- В 57% от домакинствата има деца в училищна възраст (7-18 г.), като 60% от тях са на възраст 7-14 години. От тези деца 12,0% никога не са ходили на училище и още 7,7% са отпаднали през последната година, като последният дял е бил 12% в началото на инициативата. Тези данни дават основание за хипотезата, че делът на отпадналите от училище не нараства и по-скоро запазва нивата си през последните години, което разбира се дължи на много причини, основно на официалните мерки за превенция на отпадането. В по-общ план обаче, цялостната атмосфера на популяризиране на културни и образователни ценности съдейства и също създава стимули за продължаване образованието на ромските деца.</li> <li>- делът на анкетираните лица от ромските домакинства, които знаят за обявяването на гр. Пловдив за Европейска столица на културата, е нараснал от 45% през 2017г. до 65% през 2019 г.;</li> </ul> |

| Индикатор   | Статус на изпълнение   |
|---|--|
|   | <p>Нивото на информираност относно ЕСК диференцира много ясно ромската общност - лицата, които знаят за ЕСК, показват много по-близък профил до този на общата съвкупност на пловдивчани.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- респондентите, които проявяват интерес в областта на културата и изкуството е нараснал с 8% спрямо изходното положение, достигайки 20%.</li> <li>- През 2019 г. 12% от членовете на домакинствата са посетили културно събитие от ЕСК – 4% в квартал Столипиново и още 8% на друго място в гр. Пловдив. Делът на домакинствата, които отделят месечно пари за култура, остава същият – 13%, средно по 14 лв. Предвид тези данни може да се предполага, че ромската общност е посетила основно безплатните събития в рамките на ЕСК, като тази възможност се оценява от тях положително на въпроса какво означава за вас ЕСК.</li> </ul> |
| <p><b>Повишено ниво на толерантност и приемане на уязвими групи в обществото</b></p>  | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <p>Индикаторът, респективно проведеното проучване, цели да разкрие фоновата атмосфера и нагласи, в която се провежда ЕСК, и да предостави данни относно основната структура на приемане на три основни уязвими групи (лица с физически увреждания, лица с интелектуални затруднения и ромския етнос):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Налице е устойчива структура в отношението към лицата от съответните групи, която остава непроменена за периода на инициативата. Тя потвърждава маргинализираната позиция на ромския етнос в значителен контраст с отношението към другите етноси</li> </ul>  |
| <p><b>По-широко участие на доброволци в културни събития</b><br/><b>Брой на регистрираните доброволци и дни на доброволчество</b></p> | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <p>За целия период на инициативата броят на регистрираните доброволци надвишава 2000 души. Броят на активните доброволци към всеки даден момент на годината на инициативата варира, съобразно броя и характера на текущите събития – по-големи и по-интересни събития привличат по-голям интерес. Активните доброволци към времето на края на инициативата е около 400 души. Привлечените доброволци – чужденци са над 100 души от 36 различни държави</p> <p>Детайлни данни за работата и участието на доброволците са налични в отделен отчет по темата на ОФ Пловдив 2019</p>   |
| <p><b>Индекс за качеството на живот и щастието</b></p>  | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Направените измервания са по методологията, разработена от проф. Едуард Ф. “Ед” Дийнър, професор по психология в университета на Юта и университета на Вирджиния, както и старши научен сътрудник за Gallup Organization, известен като Д-р Щастие, и негови колеги. Използва се успешно от над 30 години и измерва цялостна удовлетвореност от живота, което прави методологията надеждна и респективно често прилагана.</li> </ul>  |

| Индикатор   | Статус на изпълнение   |
|---|--|
|   | <p>Крайният резултат включва позициониране на определена съвкупност в една от шест степени: депресиран, нещастен, не толкова щастлив, щастлив, много щастлив и изключително щастлив.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Според получените резултати населението на гр. Пловдив като цяло попада в групата на „щастливите“ и при двете изследвания (среден резултат за общността на пловдивчани 25,23 при базовото измерване и 24,40 при последващото измерване).</li> <li>- Лицата, посещавали културни събития през 2019 г., показват малко по-висок резултат, основно в аспектите „удовлетвореност от живота като цяло, „получил съм важните неща, които искам“, „харесвам живота си и не бих го променил“, за които активирането на културния живот може да има по-голямо влияние. Обяснимо, културата не може да компенсира в такава степен всички останали условия в живота, но хипотезата, че интензитета на културното участие представлява своеобразна „доза щастие“ остава валидна – създаването на трайни навици в потреблението на културни продукти води до непрестанен стремеж към още, т.е. превръща културните аспекти в устойчив елемент на ежедневието и нещо без което човек не може.</li> </ul> |
| Грижа за околната среда   | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Загрижеността за околната среда е измерена като анкетираните са дали оценка за степента на важност за тях и степента на удовлетвореност относно 6 сфери на околната среда в града: въздух, води, отпадъци, шум, природни дадености, озеленяване.</li> <li>- Ясно се виждат повишените очаквания – важността на всяка една област на околната среда остава традиционно много висока – средни оценки над 6 при максимална 7, като през 2019 г. се доближават още повече до 7. Паралелно с това дефицитите, свързани с тези повишени очаквания, също остават високи.</li> </ul>  |
| <b>ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ</b>  |  |
| 20% увеличение на националните и 30% увеличение на чуждестранните туристи в Пловдив | <p><b>Изпълнен</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Национални: при целева стойност от 34% (20% увеличение спрямо базовата линия) дялът на посетилите Пловдив от страната за 2019 г. достига 39,6%, което са само пълнолетните граждани, като профила на посетителите на събития показва и около 10% непълнолетни граждани.</li> <li>- Чуждестранни: само по данните на НСИ за местата за настаняване с 10 и повече легла се регистрира увеличение с 27%. Данни за чужденците в другите места за настаняване,</li> </ul>   |

| Индикатор  | Статус на изпълнение   |
|--|--|
|  | <p>включително използвалите за настаняване интернет платформи, реално няма. Предвид тенденция към 2019 г. местата с 10 и повече легла да приемат само около 1/3 от потока посетители, целевата стойност е достигната и вероятно надвишена.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в допълнение, по данни на НСИ още 6786 чуждестранни посетители са пренощували в места за настаняване с 10 и повече легла в община Родопи през 2019 г. (напр. с. Марково)</li> </ul>  |
| <p><b>6% годишно увеличение на нощувките</b></p>   | <p><b>Изпълнен</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общо за периода нощувките са нараснали с 18% , но нарастването по години е различно - за 2016 и 2017 се отчита нарастване с повече от 6% (12% за 2016 г. спрямо 2015 г. и 7% за 2017 г. спрямо 2016 г.), а за 2018 и 2019 година нарастването на нощувките е под 6% на годишна база. Следва да се отбележи, че посочените данни за нощувките са от НСИ и само за местата с над 10 легла, следователно като се вземат предвид нощувките и в другите места за настаняване, увеличението на нощувките като цяло е много по-голямо.</li> </ul> |
| <p><b>Демографски профил: % разбивка на посетители от България, Балканите, ЕС, страни извън ЕС</b></p> | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p> <p>По данни на НСИ за посетители в места за настаняване с 10 и повече легла, за периода се наблюдава устойчива тенденция на нарастване на дела на посетителите от страни от ЕС – с 44%.</p>  |
| <p><b>Увеличение на регионалния туризъм</b></p>  | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>Реализираните нощувки и пренощували лица в места за настаняване в Южен централен район без гр. Пловдив по данни на НСИ, тоест само за местата за настаняване с 10 и повече легла, които като тенденция към 2019 г. приемат само около 1/3 от потока посетители, показват стабилно нарастване на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- броя на нощувките – с 14,5%;</li> <li>- броя на посетителите с нощувка – с 15,3%</li> </ul>  |
| <p><b>Нови работни места, създадени в сектора на туризма</b></p>                                       | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности, свързани с туризма, показват:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 8% ръст в икономическа дейност „Хотелиерство и ресторантьорство“;</li> <li>- 4,15% ръст в икономическа дейност „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“</li> </ul> <p>(данни за периода 2015-2018. Съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ, данните за 2019 г. ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.)</p>  |
| <p><b>Брой нови бизнеси в града</b></p>  | <p><b>Индикатор за проследяване без конкретна целева стойност</b></p>  |

| Индикатор  | Статус на изпълнение   |
|--|--|
|  | <p>По данни на НСИ броят на регистрираните предприятия на територията на Пловдив за периода е нараснал:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с 8,5% за всички предприятия;</li> <li>- с 25% в сектор „култура спорт и развлечения“.</li> </ul> <p>(данни за периода 2015-2018. Съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ, данните за 2019 г. ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.)</p>   |
| <p><b>Намаляване на равнището на безработица сред уязвимите малцинства (ромски/турски) под 20%</b></p> | <p><b>Изпълнен, като част от общия социален контекст</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- В изследваните домакинства безработните лица над 16 г. представляват 22%, като една малка част от тях посещават училище, и след приспадане на техния брой нивото на безработица се очертава около 18%. Делът на домакинствата, които декларират доходи от обезщетения за безработица, е едва 8% при 22% при първото изследване.</li> <li>- Въпреки че данните от изследването за заетост са декларации на лицата, а не формален статус на безработни лица, може с достатъчна сигурност за се заключи, че безработицата в ромската общност може би е намаляла, но остава около 5 пъти по-висока в сравнение с безработицата в града като цяло.</li> </ul>   |
| <p><b>Увеличение на броя на малките фирми, работещи в ромските квартали</b></p>                        | <p><b>Граничен, като част от общия социален контекст</b></p> <p>Оценката за броя на фирмите, предоставящи различни услуги и стоки на територията на квартала, е косвена от проучването на ромските домакинства и се базира на тяхната удовлетвореност от броя на доставчиците на стоки и услуги.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценката се запазва през годините – като цяло броят на доставчиците на стоки и услуги като хранителни стоки, стоки за бита, кафенета, места за хранене се оценяват като по-скоро достатъчни от значително повече от половината респонденти, 1/3 и малко повече смятат за достатъчни фирмите, които предлагат услуги/стоки за здраве и за хигиената и красотата. Дефицит се очертава сред доставчици в областта на културата, развлеченията и спорта – над 3/4 от респондентите заявяват, че техният брой остава недостатъчен.</li> </ul> |
| <p><b>Увеличение на частното спонсорство с 5%</b></p>  | <p><b>Граничен</b></p> <p>От събраната косвена информация може да се заключи, че частното спонсорство варира значително 1) през различните години на ЕСК и 2) според вида на изследваните културни институции (театър, галерия, музей, читалище,) и има по-скоро случаен характер и като цяло от тези данни не се установява никаква стабилна тенденция. Реално посочените културни институции през годините на ЕСК достигат и надхвърлят целевата стойност, но в други години се наблюдава спад – особено след година на силно покачване.</p>   |

| Индикатор                                  | Статус на изпълнение  |
|--|---|
|  | Оценката на спонсорството не включва и не се отнася за процеса на спонсориране на събития и инициативи от проект Пловдив –ЕСК 2019 и /или ОФ Пловдив 2019   |
| Ръст на заетостта в културния сектор до 5% | <p><b>Изпълнен</b></p> <p>Данните на НСИ относно броя на заетите лица по икономически дейности са структурирани съгласно Класификатора на икономическите дейности, където културният сектор е обхванат в дейност „Култура, спорт и развлечения“ и показват, че е постигнато <u>16% увеличение</u> на заетите спрямо базовата стойност, което е доста над целевата стойност от 5%.</p> <p>(данни за периода 2015-2018. Съгласно графика за обработка и оповестяване на НСИ, данните за 2019 г. ще бъдат готови към октомври-ноември 2020 г.)</p> |