



**ВІННИЦЬКА МІСЬКА РАДА
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ
РІШЕННЯ**

Від 04.02.2021 р. № 233
м. Вінниця

**Про проєкт рішення міської ради
«Про виконання Програми розвитку
туризму на 2016-2020 роки (зі змінами)»**

Керуючись пунктом 1 частини 2 статті 52, частиною 6 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», виконавчий комітет міської ради

ВИРІШИВ:

1. Схвалити проєкт рішення міської ради «Про виконання Програми розвитку туризму на 2016-2020 роки (зі змінами)» згідно з додатком до даного рішення.
2. Подати вищезазначений проєкт рішення на розгляд міської ради.
3. Відділу організаційного забезпечення та діловодства апарату міської ради та її виконкому подати дане рішення до секретаріату міської ради для включення до проєкту порядку денного чергової сесії міської ради.
4. Контроль за виконанням даного рішення покласти на заступника міського голови А.Очеретного.

Секретар міської ради

П. Яблонський

Додаток
до рішення виконавчого комітету
міської ради
від 04.02.2021 р. № 233

ПРОЄКТ РІШЕННЯ МІСЬКОЇ РАДИ

Про виконання Програми розвитку туризму 2016-2020 роки (зі змінами)

Програма розвитку туризму на 2016-2020 роки (далі – Програма), затверджена рішенням Вінницької міської ради від 30.10.2015 № 2320, визначила комплекс заходів, спрямованих на забезпечення системного підходу до розвитку туризму, підвищення туристичної привабливості і розвитку туристичної інфраструктури, створення якісної мережі сервісу як для відпочинкового, так і для ділового та медичного туризму. Усі ці заходи мають прямий вплив на економіку Вінницької міської територіальної громади, збереження пам'яток і нематеріальної спадщини, а також на підсилення її позитивного іміджу на різних рівнях та аудиторіях. Програма розвитку туризму на 2016-2020 роки була розроблена з метою конкретизації завдань і пріоритетів «Стратегії розвитку «Вінниця 2020», затвердженої рішенням Вінницької міської ради від 30.08.2013р. №1405 (зі змінами).

З метою інтенсифікації туристичного розвитку у 2018 році була прийнята Маркетингова стратегія міста Вінниці – 2020, а на початку 2019 року створений департамент маркетингу міста та туризму як головний орган управління дестинацією. Мета його створення – забезпечення ефективного розвитку індустрії гостинності, реалізації на території Вінницької міської об'єднаної територіальної громади державної політики у сфері туризму та курортів, покращення якості туристичних послуг та туристичної інфраструктури, створення унікальної туристичної пропозиції шляхом формування бренду міста Вінниці, підвищення іміджу міста та створення конкурентоспроможного на всеукраїнському та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців та гостей територіальної громади.

Пріоритизація туристичної галузі відповідає тенденціям сучасної глобальної економіки. У 2019 році міжнародні прибуття туристів у світі зросли на 4% та досягли 1,5 млрд осіб. Згідно з розрахунками Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), 2019 року Україну відвідали 13,6 млн туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації, іноземні громадяни витратили в Україні \$1,4 млрд, що становить 8,8% ВВП країни. 2020 рік став викликом для всієї світової економіки, адже пандемія COVID-19 з самого початку вдарила по сфері послуг (зокрема, подорожей) чи не найбільше з усіх секторів. Глобальний туризм зазнав найбільших втрат за 2020 рік із падінням міжнародних прибуттів на 74 % та доходів від туризму на 1,3 трлн доларів США, відповідно до останніх даних Всесвітньої

туристичної організації UNWTO. Таке значне скорочення відбулось через безпрецедентне падіння попиту та встановлені по всьому світу обмеження на поїздки. Збереження попиту на подорожі з дотриманням протоколів безпеки стало головною метою діяльності туристичних організацій, управлінь та бізнесів в усьому світі.

Фінансування Програми в період її дії здійснювалося з бюджету громади.

Розмір фінансування заходів Програми

Рік	Використано, грн
2016	299,993
2017	289,179
2018	309,383
2019	1 560,277
2020	1 604,929

Слід відмітити, що у 2019 році фінансування заходів Програми з бюджету Вінницької міської територіальної громади склало 1 560 277 грн, що більше ніж у 2018 році, у 5 разів. Це стало можливим передусім завдяки збільшенню надходжень від туристичного збору, ставка якого відповідно до рішення міської ради від 25.01.2019 року №1501 для внутрішнього туриста складає 0,5% від мінімальної зарплати за добу, а для в'їзного – 2%. Обсяг таких надходжень у 2019 році склав 2 050 458 грн, що приблизно відповідає 79,4 тис. ночівель (на 32% більше, ніж у 2018 році). Внаслідок карантинних обмежень на подорожі та діяльність сфери послуг надходження туристичного збору до бюджету міста за 2020 рік склали 926 166 грн, що на 55% менше, ніж у 2019 році.

Динаміка сплати туристичного збору

Рік	Туристичний збір, грн	Ночівлі, осіб
2016	223 006	46 000
2017	283 618	50 000
2018	336 088	60 000
2019	2 050 458	79 400
2020	926 166	35 981

Важливим для росту економічних показників є стимулювання появи нових баз розміщення, яких на території громади у 2020 році налічувалося 47, в тому числі 42 готелі та 5 гостелів.

За відсутності дієвих механізмів облікування туристів та екскурсантів за основу показників моніторингу Програми також прийнято враховувати відвідуваність музеїв міста, яка у 2020 році становила 120 852 відвідувачів. Кількість відвідувачів у порівнянні з 2019 роком зменшилась у зв'язку із карантинними заходами більше ніж у 4 рази.

Відвідування музеїв

Рік	Кількість відвідувачів, осіб
2016	397 821
2017	512 419
2018	514 497
2019	522 760
2020	120 852

В період активної роботи аеропорту «Вінниця» продовжувалася популяризація міста Вінниці як зручного та комфортного місця для авіаподорожей. Зокрема, в 2017 році здійснювались регулярні авіарейси Вінниця – Тель-Авів, Вінниця – Варшава, а також чартерні авіарейси Вінниця – Анталія, Вінниця – Даламан, Вінниця – Шарм-ель-Шейх. У 2018-2019 роках функціонував рейс Вінниця – Київ, що дозволяв стикуватися з рейсами до 40-а країн світу.

Загальна відвідуваність аеропорту у 2018 році досягла рекордних 60 тис. осіб, а у 2019 році спала до 40 тис. осіб у зв'язку з підготовкою реконструкції злітно-посадкової смуги та аеровокзалу.

Пасажиропотік через Міжнародний аеропорт «Вінниця»

Рік	Пасажиропотік, тис. осіб
2016	29,50
2017	52,94
2018	60,87
2019	40
2020	*аеропорт не функціонував через COVID-19

У липні 2019 року вперше проведено маркетингове дослідження туристичної привабливості міста Вінниці, в рамках якого опитано 400 гостей міста віком від 18 років. За результатами дослідження, відсоток відпочивальників серед туристів становить 61,6%. Серед усіх опитаних вперше у Вінницю приїхали 31,4%. У географічному зрізі найбільше туристів представляють такі регіони України: Вінницька область – 25,7%, м. Київ – 19,2%, Хмельницька область – 12,2%, Житомирська область – 7,7%, Київська, Одеська, Дніпропетровська області – по 3%; відсоток іноземців – 8,2%. На ночівлю у Вінниці залишається 57,8% респондентів, середня тривалість перебування становить 4±1,07 дні та 3±1,08 ночі.

Середні витрати туриста на проживання (у розрахунку на одного гостя та одну добу перебування) – 327 грн, харчування (у розрахунку на одного гостя та одну добу перебування) – 351 грн, інші витрати (розваги, сувеніри, шопінг, тощо за весь період перебування) – 674 грн.

За п'ятибальною шкалою учасники опитувань у середньому ставлять Вінниці 4,13 бала. Серед атрибутів міста найвище оцінюють його архітектурний ансамбль, безпеку, чистоту, якість повітря та низький рівень шуму. 95% опитаних має намір рекомендувати своїм рідним та близьким відвідати місто Вінницю.

Для вдосконалення якості туристичних продуктів і сервісів реалізовувався ряд просвітницьких, навчальних та професійних заходів. В 2016-2018 роках забезпечувалася постійна робота навчальних семінарів популяризації вінницької історії «Школа стюардес-екскурсоводів». Реалізовувались туристичні екскурсійні програми «Вінницький щасливий трамвайчик» для вінницьких школярів початкової школи. Проводились тематичні екскурсії для дітей та молоді м.Вінниці з метою виховання патріотичних почуттів до рідного міста – «Історія міста Вінниці», «Визначні місця Вінниці», «Особистості, які залишилися в історії міста», «Відкрита рада», тощо. Великою популярністю серед батьків та дітей користувався цикл туристичних екскурсійних програм для школярів на екскурсійному трамваї «Везунчик».

В рамках програми соціокультурних грантів для інститутів громадянського суспільства втілений проєкт ГО «Вінницьке історичне товариство» «Школа вінницького гіда», в рамках якого залучено 30 учасників літнього інтенсиву, розроблено 19 нових маршрутів та вручено рекомендаційні бейджі «Вінницький гід» 23 екскурсоводам. Також започатковано щорічну «Школу гостинності» для підтримки розвитку малого та середнього підприємництва в готельно-ресторанній галузі. В рамках заходів по 20 учасників та учасниць з числа власників та керівників вінницьких ресторанів, готелів та кав'ярень щороку переймають досвід провідних українських спеціалістів та спеціалісток сфери гостинності.

З травня 2020 року розпочато реалізацію проєкту «Вінницький стандарт гостинності: програма посилення конкурентоспроможності туристичної індустрії Вінниці», який впроваджується ГО «Спілка підприємців «СТІНА» за фінансування Уряду Канади через Фонд сприяння розвитку малих і середніх підприємств проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проєкт ПРОМІС) та підтримки Вінницької міської ради. Мета проєкту: підвищити конкурентоспроможність сферах гостинності та туризму за рахунок удосконалення продуктів, консолідації середовища та вироблення стандартів обслуговування. В рамках проєкту у закладах міста запроваджується єдиний стандарт обслуговування - Вінницький стандарт гостинності, розроблений спільно з представниками бізнесу.

У 2020 році в рамках проєкту відбулися:

- 5-денний бізнес-тренінг «Школа гідів 2.0: успішний туристичний стартап», у якому взяли участь 28 гідів-практиків;
- шість індивідуальних експертних консультацій для гідів-практиків стосовно того, як просувати свої туристичні продукти;

- шість модулів навчання зі створення бізнес-асоціацій для рестораторів. Після заходу було утворено бізнес-об'єднання ГО «Вінницька асоціація гостинності “ХлібСіль”».

У 2019-2020 роках у співпраці з Вінницьким клубом ділових людей за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку було проведено два бізнес-інтенсиви HoReCa.ReStart – освітньо-комунікаційний захід для вінницьких рестораторів та готельєрів, власників тематичних кав'ярень і пекарень. Участь у заході за два роки взяли близько 300 учасників та учасниць. Під час бізнес-інтенсивів відбулася презентація успішних бізнес-кейсів та реальних технологій, які покращують бізнес, збільшують прибуток та впізнаваність закладу сфери гостинності. Також разом з Вінницьким клубом ділових людей започатковано Туристичний форум VinTourism, який слугує майданчиком для обговорення перспектив розвитку туристичної сфери на Вінниччині. До його роботи долучилися представники та представниці туристичного бізнесу, готелів, зелених садиб, ресторанів, медичної сфери, громадськості та влади.

З метою консолідації зусиль з просування міста Вінниці як туристичного центру Подільського регіону, підвищення якості туристичних послуг в квітні 2017 року була створена Туристична рада як консультативно-дорадчий орган при міському голові. До складу Туристичної ради входять представники туристичних підприємств міста – ресторатори, готельєри, представники туристичних фірм та організацій, навчальних закладів, музеїв, тощо. На засіданні Туристичної ради розглядаються основні питання організації туристичної діяльності в місті Вінниці, питання співпраці органів державної влади, органів місцевого самоврядування та підприємців, громадських організацій. 2020 року засідання туристичної ради в умовах карантинних заходів відбувались в режимі відео-конференцій, де було напрацьовано антикризові заходи та обговорено стратегічні документи розвитку галузі.

У 2019 році також започатковано регулярні зустрічі з представниками готельного бізнесу, рестораторами та представниками туристичних підприємств громади з метою напрацювання спільних ідей, рішень та заходів. На зустрічах обговорюються питання організації роботи туристичного бізнесу, сплати туристичного збору, підвищення якості послуг. На період карантинних обмежень встановлено регулярну комунікацію з представниками готелів, ресторанів та туристичних компаній у форматі тематичних груп і чатів, також були підготовлені інфографіки про правила і рекомендації для готелів, ресторанів тощо, які можна використати для публікацій та друку з розміщенням у зонах для відвідувачів та працівників.

Протягом останніх років вінницькими гідами було розроблено низку нових унікальних турпродуктів. Зокрема, з початком карантину більшість фахівців туристичного супроводу перейшли у дистанційний формат, так були розроблені онлайн-екскурсії. Також в умовах пандемії із зняттям карантинних обмежень значною популярністю користувалися нові велоекскурсії «Циклісти епох», «Вінниця на двоколісному»; водні екскурсії «Як козаки по Бугу ходили», «Під три

мости» та інші. Кілька екскурсійних маршрутів були розроблені по психоневрологічній лікарні Ющенка, Замості, Єрусалимці, тощо.

Була реалізована низка успішних гастропроектів, ініційованих гастрогідами Оленою Павловою та Іриною Грищук. Дев'ятьма закладами Вінниці проведено перший антифестиваль вина «Вінницький шлях», який не передбачав масового скупчення в одній локації і дотримувався усіх актуальних норм безпеки. Ресторатори вперше об'єдналися, щоб у нестандартному форматі ознайомити вінничан і гостей міста з винною культурою та відкрити для них зовсім нову, незвичну Вінницю, запропонувавши можливість сполучити дегустації з відвідуванням туристичних атракцій міста.

З 2019 року Вінниця долучилася до проведення Днів європейської спадщини – ініціативи Ради Європи, яка передбачає доступ до закритих об'єктів, організацію інтерактивних виставок, презентацію нових екскурсій та унікальних подій з метою привернення уваги до матеріальної та нематеріальної спадщини. Дні європейської спадщини у Вінниці були локалізовані навколо найстарішої вцілілої пам'ятки архітектури міста - колишнього монастиря єзуїтів, де зараз розмістилися заклади й установи, які ретранслюють тему збереження європейської спадщини: обласний архів, краєзнавчий та художній музеї. В 2019 році упродовж трьох днів ці заходи відвідали понад 350 відвідувачів, а в 2020 році у зв'язку з карантинними обмеженнями – 210 осіб.

12-13 грудня 2019 року у Вінниці відбувся воркшоп «ІДентифікація Музею», який організували департамент маркетингу міста та туризму та комунальне підприємство «Центр історії Вінниці». Протягом двох днів представники та представниці музеїв працювали над виокремленням ідентичності своїх закладів і формуванням візій розвитку. Участь в заході взяли 25 осіб. Своім досвідом поділилися провідні експерти та експертки музейної сфери, які розкрили теми: формування ідентичності музеїв; викликів сучасних музеїв; інклюзивності музеїв; брендування і промоції; айдентики музеїв; грантових можливостей тощо.

У 2020 році попри карантин відбулося оновлення колекцій музеїв міста. Зокрема, відбулося відкриття другої черги Музею моделей транспорту – Музей колекцій і мініатюр, де розміщені рухомий макет Замостя, частини старовинної Вінниці з залізничним вокзалом, колекція іграшок, мініатюрних скульптур та інше. В Музеї вінницького трамвая відкрито нову експозицію «Сліпа корова» у причіпному вагоні цюрихського трамвая. В салоні розміщені унікальні фотографії цюрихських трамваїв з 50-х років і по сьогоднішнього дня, а також мапа трамвайних маршрутів швейцарського міста.

З метою ревіталізації колишнього дитячого санаторію ім. М. Коцюбинського у співпраці з громадськими організаціями міста започатковано проєкт «Територія SUN», метою якого є посилення ролі культурних та креативних ініціатив міста в розвитку громади, сприяння розвитку економічно сталих місцевих креативних індустрій і збереженні туристично-рекреаційного потенціалу ділянки на межі Старого міста і Сабарівського лісу. Перший мистецький вікенд «Ticket to the SUN», ініційований ГО «Мистецьке об'єднання «Плай», відбувся у Вінниці 28-30 червня 2019 року. Вінничани та гості міста мали можливість відвідати ранкову йогу,

скелелазіння, нічний кінофестиваль та концерти українських гуртів. В липні 2019 року на Території SUN зібрались мандрівники з усієї України на спільний вікенд для нетворкінгу та єднання з природою. Вони ділилися своїми історіями, говорили про тонкощі подорожей та презентували нові медійні проєкти і стартапи в сферах туризму. Також у 2019 році на означеній території було проведено URBAN Weekend, де команди напрацьовували пропозиції щодо трансформації колишнього санаторію у новий простір для культури, освіти і рекреації.

У 2020 році було проведено архітектурний конкурс на розроблення пропозиції з облаштування скверу Натана Альтмана по вул. Архітектора Артинова. Процес архітектурного конкурсу пройшов етапи опитування вінничан, інформаційного заходу з анонсом запуску конкурсу, прийому заявок (на конкурс подалось 27 команд), відбору трьох команд для замовного конкурсу. 24 липня 2020 року відбувся фінальний захід-презентація, а опісля проведена вулична виставка проєктів та надрукований каталог проєктів учасників конкурсу.

Розвиток системи туристичної навігації, її складових відіграють вагому роль у наданні туристичного сервісу. Започатковане у 2012 році маркування туристичних об'єктів і встановлення вказівників продовжувалося і в період 2016-2018 років, за який було додано 23 одиниці навігації. Наприкінці 2020 року частина вказівників була оновлена відповідно до появи нових орієнтаційних об'єктів.

Новий виток у розвитку міської туристичної навігації розпочався в жовтні 2019 року зі встановленням 6-ти нових туристично-інформаційних табличок компанії MoreInfo в мікрорайоні Вишенька в рамках пілотного проєкту «Вишенька на турі». Варто наголосити на ряді переваг нових елементів туристичної навігації: таблички оснащені QR-кодами, присутнє також дублювання тексту шрифтом Брайля, перекладами та озвучками на іноземні мови, в тому числі англійську, німецьку і польську. Окрім цього такі елементи навігації дозволяють отримувати статистичні дані та кількість сканувань кожного об'єкта. У серпні 2020 року після успішного тестування на Вишеньці в центральній та прилеглих частинах міста відбулося встановлення 14 туристично-інформаційних табличок нового покоління. Загальна кількість сканувань за період функціонування табличок склала 2560 осіб.

КП «Подільський туристично-інформаційний центр» за 2019 рік реалізувало 94 екскурсії на суму 56 739 грн., а також провело ряд благодійних і соціальних екскурсій. Турцентр брав участь у проведенні Днів Європи, Днів кар'єри, Днів міста, конференції демократичних шкіл IDEC-EUDEC. За 2019 рік туристично-інформаційний центр у Вежі Артинова відвідало 5693 особи, з них іноземців – 173. З початком карантину діяльність підприємства була призупинена через неможливість надання повноцінних послуг та невідповідність приміщення санітарним вимогам. Розробка нової стратегії підприємства та переформатування його діяльності відповідно до найкращих українських і світових практик є одними з пріоритетів майбутнього розвитку туристичних сервісів міста.

У ході SWOT-аналізу, проведення опитувань у фокус-групах та маркетингового дослідження туристичної привабливості міста Вінниці було виявлено ряд викликів, які потребують вирішення вже в найближчі роки. Серед них – формування майданчиків комунікації влади, бізнесу та громадськості; розвиток

освітніх програм для підвищення якості сервісу; стимулювання появи нових туристичних стартапів, а також кластеризації галузі; запровадження міжнародних стандартів надання туристичної інформації. Усі ці інтеграційні питання успішно може вирішити створення багатофункціонального Туристичного хабу у нежитловій будівлі за адресою вул. Соборна, 89 (літ. А), концепція і проєкт реконструкції якої розроблені у 2019 році. Це місце поєднає в собі сучасний інформаційний центр зі світовими стандартами обслуговування, кав'ярню з літньою терасою, вуличними меблями та велопарковкою, івент-простір і відпочинкову зону, кімнату для тренінгів і коворкінг, а також робочі кабінети департаменту маркетингу міста та туризму і КП «Подільський туристично-інформаційний центр».

18 травня 2019 року у HUB Місто змістів та на локаціях Дня Європи відбулася презентація концепції бренду «Вінниця. Місто ідей», над розробкою якого на замовлення Вінницької міської ради та канадського проєкту ПРОМІС працювала компанія Fedoriv – одна з найвідоміших брендингових агенцій України. Основною задачею для креативної компанії було осучаснити те, що вже було у міста. Історичний герб було трансформовано у сучасний логотип міста, який зручний у використанні і на аналогових, і на цифрових носіях. Також була створена система шрифтів Vinnytsia, яку складають Serif (символізує історичне минуле міста), Sans (шрифт про сучасність, розвиток і рух у майбутнє) і декоративний шрифт City (використовується для оригінальної верстки та передає творчість, вільний дух, які були завжди притаманні місту). Для вирощування бренду було обрано стратегію м'якого проникання, завдяки якому місцевий бізнес та організатори подій почали самостійно використовувати айдентику для підсилення іміджу своїх продуктів. В цілях маркетингу і промоції бренду впродовж 2019 року використовувалися промоційні локації та проєкти в рамках проведення Дня міста та новорічно-різдвяного циклу святкувань (зокрема, Новорічної пошти).

Офіційний брендбук «Візуалізація бренда міста Вінниці» було затверджено Вінницькою міською радою 26 червня 2020 року (рішення №2313). Після затвердження брендбук та усі елементи айдентики знаходяться у відкритому доступі на порталі brandbook.vinnytsia.city. Щоб ознайомити структурні підрозділи Вінницької міської ради з матеріалами брендбука, у липні 2020 року проведено онлайн-навчання щодо правил використання стилістики міста та ради. Вінницький бізнес активно застосовує елементи айдентики у системі оформлення інтер'єрів, меню, транспорту, тощо. Один з головних успішних кейсів продемонстрував креативний простір «Артинов», який запустив у продаж лінійку сувенірної продукції Вінниці.

Ще одним кроком впровадження айдентики Вінниці у міське дизайн-середовище стало брендування 15 станцій муніципального велопрокату NextBike та 20 велосипедів. Одним зі способів комунікації нового бренду було обрано реновацію зовнішнього оздоблення та салону екскурсійного трамвая «Везунчик», який у форматі City Tour вагона презентовано в рамках Дня міста включно з можливістю екскурсії у супроводі аудіогіда.

В 2019 році були запуснені промоційні кампанії у яких сформульовано ключові повідомлення для аудиторії туристів, а саме: «Нові емоції, нові ідеї, нові подорожі» та «Вінниця – ідея на вікенд». Базовими елементами цих промокампаній стали друкована продукція (двомовний туристичний каталог, календар подій «Чотири сезони у Вінниці»), а також сувеніри (магніти, дрібна канцелярія, листівки, наліпки, футболки, тощо). Також формувалися подарункові набори Made in Vinnytsia з локальних гастробрендів для вручення делегаціям з інших міст і країн.

Протягом звітнього періоду забезпечувалась робота з підготовки друкованих інформаційних матеріалів. Були підготовлені, видані та розповсюджені докладні туристичні мапи міста Вінниці, англomовні та польськомовні буклети, інші інформаційно-довідкові матеріали. До Дня міста в 2020 році було підготовлено та випущено друком перший офіційний туристичний путівник Вінниці, презентований у формі онлайн-трансляції, яку переглянули понад 2 тис. користувачів. Друковане довідкове видання на 80 сторінок включає в себе інформацію про пам'ятки історії та архітектури, музеї, видатні постаті, фонтани, природні об'єкти, мурали та скульптури, екскурсії та гідів, події, подільську кухню та гастробренди, заклади гостинності, транспорт міста.

У 2020 році в рамках програми «Бюджет громадських ініціатив Вінницької міської ОТГ» був реалізований проєкт «Вінниця – місто послідовників Пирогова» вартістю 196 тисяч 225 гривень. Авторка проєкту: співробітниця бібліотеки Вінницького національного медичного університету Ольга Юрчишина. Завдяки проєкту було видано книгу «Вінниця – місто послідовників Пирогова» накладом 500 примірників. Видання оповідає історію розвитку медичної галузі на території міста Вінниці, а також біографії та цікаві факти з життя відомих лікарів-вінничан, починаючи з видатного вченого та хірурга Миколи Пирогова, слугуючи своєрідною візитівкою міста у галузях медицини та туризму.

Для підсилення туристичного іміджу міста розроблено систему діджитал-маркетингу через сторінки Visit Vinnytsia у найпопулярніших соціальних мережах (Facebook, Instagram, Youtube). Це дає змогу охоплювати багатотисячні аудиторії оригінальним контентом, що промотує Вінницю, її пам'ятки та події. На кінець 2020 року сторінка у Facebook мала 5962 підписника, Instagram – 1141 підписників, Youtube – 7707 переглядів). У травні 2019 року запуснено новий інформаційно-туристичний сайт Vinnytsia.city, який містить рекомендації туристам, а також посібник з використання нового стилю і бренду міста для бізнесу. Протягом 2020 року проведені роботи з удосконалення архітектури сайту, рубрикації та копірайту текстового наповнення й підбору фотоматеріалів, проаналізовано географію та демографію користувачів тощо. Також розроблена вкладка «Вінницькі гідів», де розміщені персональні профілі гідів з детальними описами їх турпродуктів і контактами. На кінець 2020 року сайт відвідали 9148 унікальних користувачів.

Влітку та восени 2019 проведені промо-тури для 13 представників туристичних агенцій і компаній з Києва, Львова та інших регіонів України, в результаті чого збільшено кількість та оновлено програму турів до Вінниці, що включають ночівлю. Завдяки співпраці з медіа поза межами Вінницької області опубліковано 23 матеріали про туристичний потенціал міста Вінниці. У травні 2019

року місто відвідав один з найрейтинговіших тревел-блогерів України Антон Тараненко. Також надано допомогу знімальним групам проекту про подорожі «Blog 360», спецпроекту програми «Орел і решка» про українські міста «Вдома краще», проекту «Міста і містечка» іномовлення України UA-TV і спецпроекту Ukrainer під назвою «Амбасадори». Загальна кількість переглядів цих матеріалів – 550 тисяч. Наприкінці жовтня 2019 року презентовано перший туристичний промо-ролик «Вінниця – це про Win-Win», загальна кількість переглядів якого за перші два місяці ротації в соцмережах перевищила 430 тисяч.

З метою ефективної промоції Вінниці й Вінниччини як туристичних дестинацій спільно з Вінницькою ОДА наприкінці липня 2020 року проведено масштабний інформаційний тур, на який запрошено 6 туристичних операторів Києва, Львова, Черкас та Хмельницького, 3 блогерів і 8 загальнонаціональних ЗМІ, в т.ч. 3 рейтингових канали – 1+1, СТБ та Україна. За підсумками туру випущено 21 публікацію у Facebook та 18 – в Інстаграм, створено 14 статей на інтернет-порталах та 4 – в друкованих виданнях, випущено в ефір телеканалів 12 сюжетів, онлайн-версії яких набрали понад 150 тис. переглядів.

У 2020 році продовжилася співпраця з тревелблогерами, які популяризують українські дестинації: Tour de Ukraine, Bon Weekend, По калабанях та Discover Destination UA. Останній з них випущений англійською мовою з іноземними ведучими та зорієнтований на аудиторію в'їзних туристів з усіх куточків світу. Загальна кількість переглядів цих відеоблогів на кінець 2020 року склав понад 50 тис.

З 2017 року в місті відбуваються заходи з популяризації Вінницького регіону для іноземних туристів. Так, Вінницю та Вінницьку область в рамках популяризації авіарейсів Вінниця – Варшава відвідали представники польських туристичних підприємств та засобів масової інформації. У серпні 2018 року в місті відбулися заходи з популяризації Вінницького регіону для представників французьких туристичних підприємств та засобів масової інформації з міста Ліон (Франція). У січні 2020 року у Вінниці перебувала делегація з французького міста Діжон. Метою візиту представників Асоціації виставково-конференційних центрів Dijon Congrexpo було налагодження співпраці у сфері гастротуризму. Під час триденного візиту гості знайомилися з кухнею Поділля, інноваціями в ресторанній сфері, конкурентними та високоякісними продуктами харчової промисловості, що виробляються на Вінниччині, а також розвитком гастротуризму в регіоні.

Окрім цифрової та аналогової комунікації Вінницька міська рада приділяє особливу увагу організації та участі у промоційних та професійних заходах. В рамках реалізації Програми започаткована системна участь у найголовніших міжнародних туристичних виставках України. 2019 року на найбільшому в Україні міжнародному салоні UITT «Україна – Подорожі та Туризм» у Києві за оцінками незалежних журналістів стенд Вінницької міської територіальної громади та Вінницької області був визнаний другим найкращим серед експонентів Ukrainian Hospitality Days. У рамках Львівського міжнародного форуму індустрії туризму та гостинності проходить Міжнародна виставка-ярмарок «ТурЕКСПО-Львів», де місто Вінниця у 2018-2019 роках було презентоване львів'янам і всій Україні як

місто ідей для відпочинку в будь-яку пору року. Окрім цього, працівники департаменту маркетингу міста та туризму представляли Вінницьку міську територіальну громаду на інших туристичних заходах, зокрема в Тернополі, Одесі, Житомирі, Миколаєві, Кременчуку, Чернігові та Харкові.

У 2018-2019 роках Вінницька громада презентувала свій туристичний потенціал на Міжнародній виставці сільського та активного туризму AGROTRAVEL&ACTIVE LIFE та Міжнародному ярмарку срібних поколінь Targi Seniora, які відбулися у польському місті-побратимі Кельце.

На виконання стратегічної цілі Концепції інтегрованого розвитку міста Вінниці до 2030 року було ініційовано розробку Стратегію розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року, що визначає напрямки вдосконалення й росту галузі, а його реалізація передбачає співпрацю влади, громади та бізнесу. Стратегія розроблялася за підтримки проєкту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» ПРОМІС, який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів (ФКМ) за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади. Над документом з липня 2019 року працювали виконавчі органи Вінницької міської ради із залученням робочої групи з числа рестораторів, готельєрів, музейників, істориків, туроператорів та інших стейкхолдерів туризму. Всього до роботи долучилися близько 60 представників та представниць туристичної сфери міста. Також перелік проєктних ідей могли наповнювати самі вінничани й вінничанки у форматі відкритого збору та туристичного хакатону.

У вересні 2020 року відбулися громадські слухання щодо цього документу, за результатами яких було схвалено текст стратегії та звіт про її стратегічну екологічну оцінку. Стратегія була затверджена рішенням Вінницької міської ради від 25.09.2020 № 2415. Це перша міська галузева стратегія до 2030 року, сформована відповідно до Концепції інтегрованого розвитку Вінниці 2030. З метою реалізації завдань Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року в грудні 2020 року був створений та затверджений персональний склад Комітету з управління впровадженням Стратегії, завданням якого є напрацювання, моніторинг та втілення Плану реалізації. До складу комітету увійшли представники органів місцевого самоврядування, що опікуються галуззю туризму, керівники комунальних підприємств, представники туристичної громадськості.

У жовтні 2020 року затверджено Програму розвитку туризму Вінницької міської ТГ на 2021-2023 роки, розроблену департаментом маркетингу міста та туризму міської ради. Однією із основних складових процесу планування програми була обов'язкова участь в її формуванні всіх активних та зацікавлених представників громади: проєкт документу пройшов громадське обговорення та був схвалений на засіданні Туристичної ради при міському голові. Метою програми є формування конкурентоспроможного туристичного продукту Вінницької міської ТГ, відновлення туристичних потоків, а також перетворення галузі туризму у стабільне і вагомe джерело надходжень бюджету територіальної громади шляхом залучення інвестицій та збільшення кількості зайнятих у галузі.

Враховуючи вищевикладене, керуючись пунктом 22 частини 1 статті 26 та частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Інформацію директора департаменту маркетингу міста та туризму міської ради про виконання Програми розвитку туризму на 2016-2020 роки (зі змінами) взяти до відома.
2. Рішення Вінницької міської ради від 30.10.2015 № 2320 «Про затвердження «Програми розвитку туризму в м.Вінниці на 2016-2020 роки» разом зі змінами, які вносились до нього, вважати таким, що втратило чинність.
3. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійні комісії міської ради з питань освіти, культури, молоді, фізичної культури і спорту (В. Малінін) та з питань планування, фінансів, бюджету та соціально-економічного розвитку (С. Ярова).

В.о. керуючого справами виконкому

С.Чорнолуцький

Департамент маркетингу міста та туризму міської ради

Заркуа Наталя Петрівна

Начальник організаційно-аналітичний відділу – головний бухгалтер