

Засідання Туристичної ради при міському голові

29 квітня 2020 року



Вінниця
Місто ідей



ДЕПАРТАМЕНТ
МАРКЕТИНГУ МІСТА
ТА ТУРИЗМУ

Порядок денний

- 1 Антикризові заходи для підтримки туристичної галузі.
- 2 План заходів щодо промоції туристичних продуктів Вінниці у 2020 році.
- 3 Представлення та обговорення основних цілей та проектів Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року.
- 4 Питання від членів туристичної ради.
- 5 Різне.



Вінниця
Місто ідей

Антикризові заходи для підтримки туристичної галузі

АНТИ

КРИЗОВІ

Андрій Очеретний,
заступник міського голови

План заходів щодо промоції туристичних продуктів Вінниці у 2020 році

Олександр Вешелені,
директор департаменту
маркетингу міста та туризму

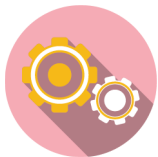
Пріоритети в часи карантину та кризи

1



Консолідація
середовища

2



Вдосконалення
туристичного продукту

3



Проведення
туристичних заходів

4



Реформування
КП «Подільський туристично-
інформаційний центр»

5



Посилена промоція
туристичної Вінниці
онлайн та офлайн

6



Робота з розвитку
підприємницьких якостей
і покращення сервісу

7



Затвердження Стратегії
розвитку туризму 2030 і
Програми розвитку туризму
на 2021-2025 роки

1 Консолідація середовища



Оперативне
інформування і
комунікація в чатах
та онлайн-семінарах

Збір та уточнення
даних з
учасників ринку

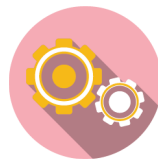


Підготовка заходів
HoReCa.Restart
і VinTourism

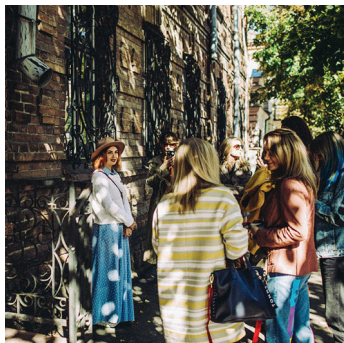
Напрацювання
екосистеми
Туристичного хабу
та Картки туриста



2 Вдосконалення туристичного продукту



Розробка нових маршрутів і турів спільно з гідом



Запуск сучасних інформаційних табличок в центрі міста

Започаткування пішого паломницького маршрута Camino Podolico



Оновлення музеїв

3 Проведення туристичних заходів



**Вікенд
мандрівників**

(липень-серпень)

**Пироговський
тиждень**
(початок вересня)



**Дні європейської
спадщини**

(кінець вересня)

**Органний фестиваль
у розширеному
форматі**
(жовтень)



4 Реформування КП «Подільський турцентр»



Зміна графіку
роботи
(без вихідних)



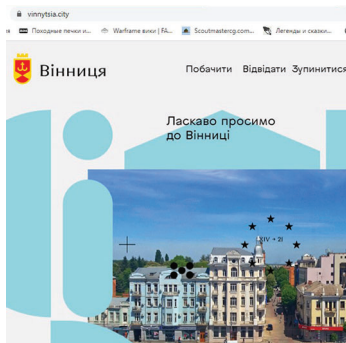
Вдосконалення
інтер'єру

Продаж сувенірної
продукції



Якісне формування
пакетних пропозицій,
екскурсійних послуг

5 Промоція туристичної Вінниці онлайн та офлайн



Вдосконалення
туристичного сайту
vinnytsia.city
та сторінок
VisitVinnytsia

Випуск нових
промоматеріалів
(зокрема, першого
офіційного путівника)



Участь у міжнародній
виставці UITT & UITM

(м. Київ, 1-3 вересня)

Проведення
фамтріпів
(ознайомчих турів)
та престурів



6 Робота з розвитку підприємницьких якостей і покращення сервісу



Впровадження нових змін у законодавстві (ліцензування, категоризація, безпека, стандарти)



Навчання з дотримання санітарних норм

Проект «Вінницький стандарт гостинності» (Школа гідів 2.0, мовні курси, Фабрика щирого сервісу та ін.)



Тренінги з цифрового просування

Основні напрями та цілі Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року

Олександр Вешелені,
директор департаменту
маркетингу міста та туризму

Стратегічний напрям А

Формування
та просування
туристичних
продуктів

Стратегічна ціль А.І.

**Розвиток
основних
видів
туризму**

- Культурно-пізнавальний
- Гастрономічний туризм
- Діловий і освітній
- Активний і екологічний

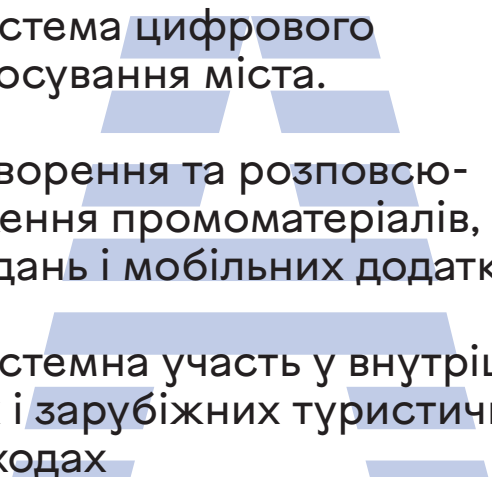
Стратегічна ціль А.2.

Формування «нішевих» туристичних продуктів

- Формування сервісів для розвитку медичного і оздоровчого туризму.
- Формування військово-історичних туристичних продуктів.
- Креативні туристичні продукти

Стратегічна ціль А.3.

Створення системи просування туристичних продуктів

- 
- Система цифрового просування міста.
 - Створення та розповсюдження промоматеріалів, видань і мобільних додатків
 - Системна участь у внутрішніх і зарубіжних туристичних заходах

Стратегічний напрям Б

Розвиток
інфраструктури
для туризму

Стратегічна ціль Б.І.

Розвиток дорожньо- транспортної інфраструктури

- Формування мережі місць паркування та зупинок туристичного транспорту.
- Підвищення рівня доступності туристичних об'єктів для маломобільних груп населення й туристів.
- Створення мережі автопрокату, екскурсійного транспорту та якісного туристичного таксі.
- Створення мережі зарядних станцій електромобілів, зокрема для транзитних туристів.
- Вдосконалення пішохідної, водної та велоінфраструктури.

Стратегічна ціль Б.2.

Розвиток інфраструктури та благоустрій території міста

- Забезпечення питними фонтанами та громадськими збиральними туристичних локацій
- Впорядкування міських об'єктів для залучення до туристичної сфери
- Благоустрій місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів
- Стимулювання розширення мережі закладів розміщення та інфраструктури ділового туризму

Стратегічна ціль Б.3.

Розвиток туристичної інфраструктури

- Створення єдиної мережі туристично-інформаційних центрів / пунктів
- Уніфікація та осучаснення туристичної інформації та навігації у місті
- Перетворення музеїв у сучасні осередки приваблення та інформування туристів

Стратегічний напрям В

Поліпшення
якості послуг,
кадрового
забезпечення
та комунікацій
в туризмі

Стратегічна ціль В.І.

Підвищення якості послуг туристичної сфери

- Запровадження програм з підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери
- Впровадження міжнародних стандартів якості та безпеки в туристичній сфері
- Запровадження й розвиток міської картки туриста

Стратегічна ціль В.2.

Стимулювання розвитку МСП в туризмі

- Запровадження навчальних програм для розвитку МСП в туризмі
- Створення механізмів фінансових і нефінансових стимулів для розвитку МСП в туризмі
- Підготовка й просування інвестиційних пропозицій зі створення та модернізації туристичних об'єктів

Стратегічна ціль В.3.

Налагодження різнорівневих комунікацій

- Сприяння розвитку бізнес-об'єднань (асоціацій, кластерів) в туризмі та налагодження комунікацій з ними
- Координація дій міських і обласних органів влади, бізнесу та громадськості в туристичній сфері
- Активізація співпраці з міжнародними партнерами