



Про виконання Програми розвитку туризму Вінницької МТГ на 2021-2023 роки у 2021 році



Вінниця
Місто ідей

Олександр Вешелені
директор департаменту
маркетингу міста та туризму



14 → XXI

Стратегія 3.0

ПРІОРИТЕТИ:

Місто-магніт,
сучасне та комфортне місто

Громада, в якій хочеться
жити і працювати

Простір відкритих
**можливостей
та перспектив**

6. Пульсуюче місто

4. Зелена економіка
та SMART-спеціалізація

5. Доступне, безпечне
та екологічне чисте місто

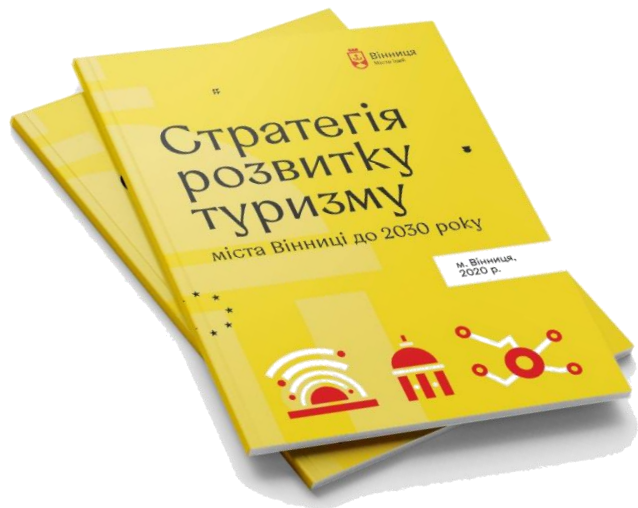
1. Цифровізація
муніципального
простору

2. Інтегрована
громада: якісні
та доступні
муніципальні
послуги для всіх

3. Муніципальні
інвестиції



Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року



Рішенням ВМР від 25.09.2020 № 2415 затверджена Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року.

- Створений постійно діючий Комітет з управління впровадженням Стратегії (КУВ).
- Проведено два засідання КУВ.
- Затверджений План реалізації Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року.
- Підготовлений Проміжний моніторинговий звіт виконання проєктів місцевого розвитку.

Результати реалізації Програми у 2021 році

Фінансування програми

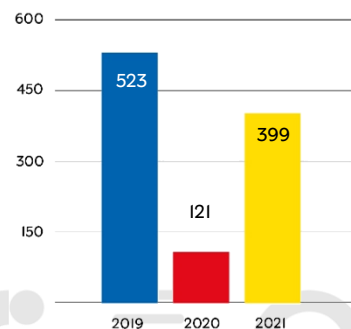
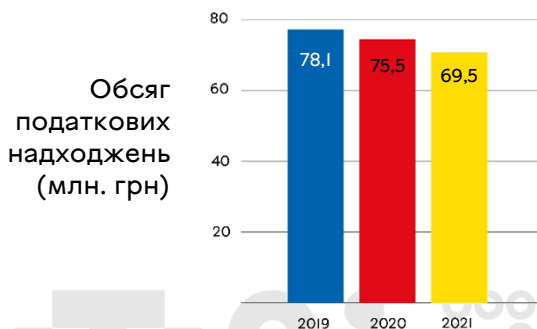
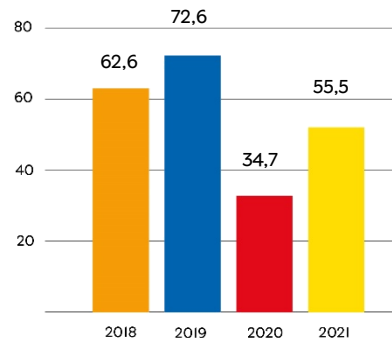
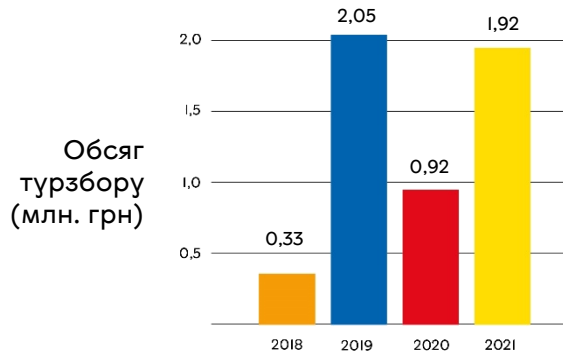
1,664

млн. грн

Залучено грантів

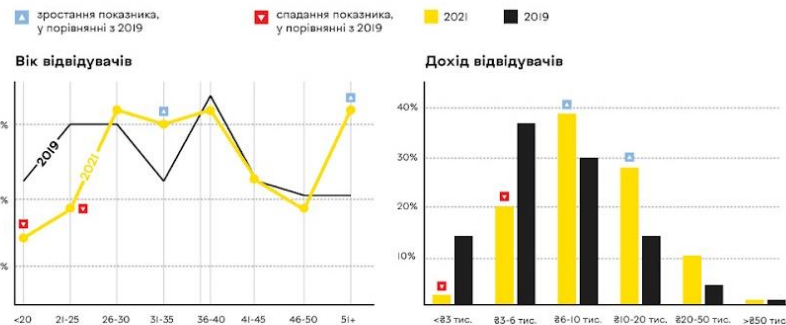
722

тис. грн



Маркетингове дослідження туристів

У ході дослідження опитано 400 респондентів у період з 20 по 29 серпня 2021 року.

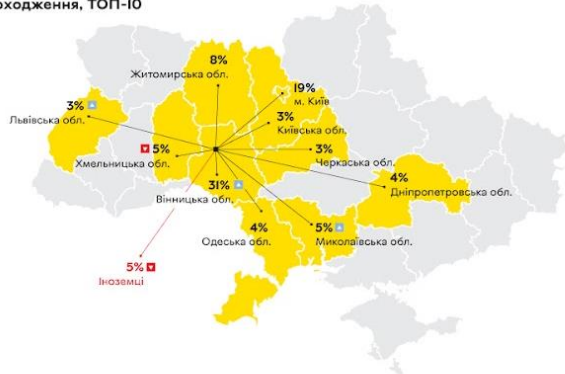


Стать

54%
Жінки

46%
Чоловіки

Походження, ТОП-10



59%
приїжджають із метою відпочинку

21%
відвідують ресторани

46%
лишаються із ночівлею

1200 ±146
середні витрати на день перебування*



індекс туристичної привабливості Вінниці

32%
відвідують Вінницю вперше

fama
дистант маркетинг агенція



2021:
Дослідження реалізоване Дослідницькою агенцією Fama. Період реалізації: 20-29 серпня 2021 року. Було опитано 400 відвідувачів Вінниці, які перебували в місті щонайменше 4 години. Допустима похибка вибірки не перебільшує 4,9%.

2019:
Дослідження реалізоване Дослідницькою агенцією Fama. Період реалізації: 5-14 липня 2019 року. Було опитано 400 відвідувачів Вінниці, які перебували в місті щонайменше 4 години. Допустима похибка вибірки не перебільшує 4,9%.

*Формула розрахунку така: Проживання + Харчування + (Транспорт [пересування містом] + Відвідування подій+інше) / кількість днів перебування

Маркетинг дестинації

Розробка Маркетингової стратегії

У вересні розпочався процес розробки нової Маркетингової стратегії Вінниці.

- Затверджено дорожню карту підготовки стратегії;
- Створено робочу групу з впровадження дієвого маркетингу громади (2 засідання);
- Проведено вивчення громадської думки вінничан щодо сприйняття міста;
- Запущено опитування зовнішніх аудиторій щодо присутності Вінниці на зовнішніх ринках;
- Зібрано інформацію про світовий контекст та досвід розвитку територій;
- Досліджено особливості територіального маркетингу в Україні.



Маркетинг дестинації

Статистика цифрових платформ

Сторінки VisitVinnytsia у соцмережах
(станом на 31.12):



8 400 (+2438)

підписників

Охоплення дописів - 697,8 тис.



1 604 (+463)

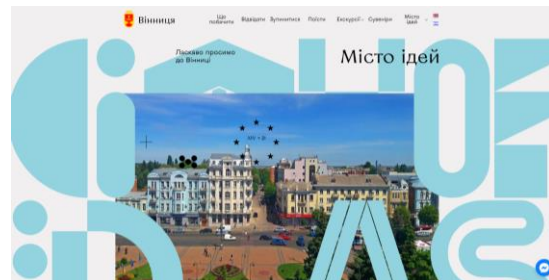
підписників

Охоплення дописів - 67 тис.

Туристичний сайт
vinnytsia.city

28 178 (3 719 у 2020 р.)

нових користувачів



Маркетинг дестинації

Медіа та блогери

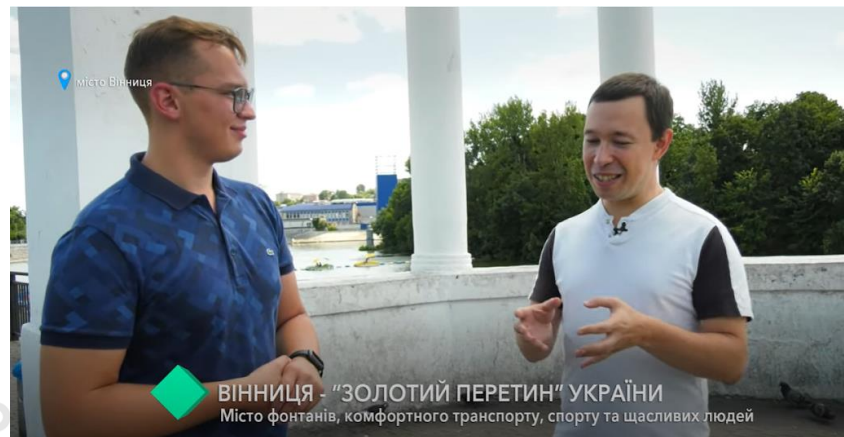
Супровід 3 відеоблогів:

- Нагорні походеньки
- Двоколісні хроніки
- Узол і Манько

> 150
тисяч переглядів

4 відеосюжети на телеканалах:

- Репортер
- Дом
- ТРК Україна
- I+I



Маркетинг дестинації

Туристичні виставки

26-а міжнародна туристична виставка
UITT «Україна - подорожі та туризм»
(11-13 травня, Київ).



23-тя міжнародна
виставка «ТурЕкспо»
(19-21 жовтня, Львів).



Маркетинг дестинації

Фестиваль «Мандруй Україною»

22-24 серпня у Києві вперше відбувся фестиваль «Мандруй Україною», організований Державним агентством розвитку України.



Маркетинг destinations

Виступи на професійних подіях

Круглий стіл «Екотуризм: нові можливості та перспективи розвитку» (квітень, Кам'янець-Подільський)

Форум «Туристичні практики 2021» (травень, Чернігів)

Таврійський туристичний конгрес (травень, Нова Каховка)

Онлайн-зустрічі представників Всесвітньої федерації туристичних міст WTCF (червень)

Міжнародний круглий стіл «Сталий туризм як рушійна сила регіонального розвитку: досвід Молдови і України» (жовтень, Кишинів)

Міжнародний форум DMO і НТО (жовтень, Київ)

Панельна дискусія «Туризм 21-22. Нові тренди та можливості!» (жовтень, Львів)



Маркетинг destinations Foire de Dijon

Вінницькі виробники
вперше були представлені
на 100-річному міжнародному
гастрономічному ярмарку,
який проходив з 30 жовтня
по 12 листопада у місті Діжон:

- Винний дім Гігінеішвілі
- Гончарна майстерня
Арт-Простір «ЕтноЧари»
- ТМ «Солодка Мрія»
- Вінницька харчосмакова
фабрика
- Вінницька крамниця
«Наливки зі Львова»



Маркетинг дестинації

Промотур «Вінниччина. Подорож за враженнями»

12

туроператорів
від Асоціації
в'їзного туризму

3

дні програми
Вінницею
та Вінниччиною



Маркетинг дестинації

Промолокації до Дня міста

З 6 по 11 вересня
на Майдані Незалежності
діяла локація VinInfoPost.

У рамках святкування
Дня міста працювала локація
«Гостинна Вінниця»



Маркетинг дестинації

Сувеніри і промоматеріали



Формування туристичних продуктів

Pirogov Sky

Літній концертний майданчик
просто неба –
15 концертних програм



Пироговський пікнік

Відбувся 4 вересня і включав ярмарок, майстер-класи,
екскурсії, лекторій, фотосесії та дегустації.
Захід відвідало 395 дорослих і 138 дітей.
Паралельно презентований проєкт ГО «Клуб
Подільської кухні» «За рецептами Пирогова».



Формування туристичних продуктів

Архітектурний конкурс «Коцюбинський вдома»



У березні 2021 р. був оголошений Всеукраїнський відкритий архітектурний конкурс на кращу проектну пропозицію ревіталізації території музею М.М. Коцюбинського з облаштуванням громадського простору на прилеглій території.

За результатами конкурсу перемогу здобула вінницька команда — ZZ 1908 (авторський колектив в складі: Максим Крамар, Олександр Коротких, Ігор Надкерничний, Анна Куртак, Юлія Куцелєпа, Марія Смірнова, Сергій Яківчук, Віталій Янковий).



Формування туристичних продуктів

Дні європейської спадщини

>400
відвідувачів

Тема інклюзивної та різноманітної спадщини:

- публічна дискусія «Культура. Туризм. Інклюзія».
- екскурсії «Різнманітність у живописі» та майстер-класи з гончарства (художній музей)
- екскурсії на тему «Інтерактивний музей: включайся та пізнавай!» та ярмарок майстер-класів (краєзнавчий музей)
- інклюзивна оглядова екскурсія містом для представників громадської організації «Гармонія»
- екскурсії по психоневрологічній лікарні ім. О. Юценка «Дім вар'ятів» з ексклюзивною можливістю потрапити у музей медичного закладу
- інклюзивна екскурсія центральною частиною міста «Мама Мія Вінниця» для батьків з дитячими візочками



Формування туристичних продуктів

Camino Podolico

Культурно-пізнавальний, світоглядний і екологічний маршрут з Вінниці до Кам'янця-Подільського через Вінниччину та Хмельниччину за моделлю Шляхів святого Якова.



За підтримки:

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД



ДАРТ

722

тисяч грн –
сума гранту

252

кілометри
маршруту

>150

пілігримів



Формування туристичних продуктів

Атрибути маршруту



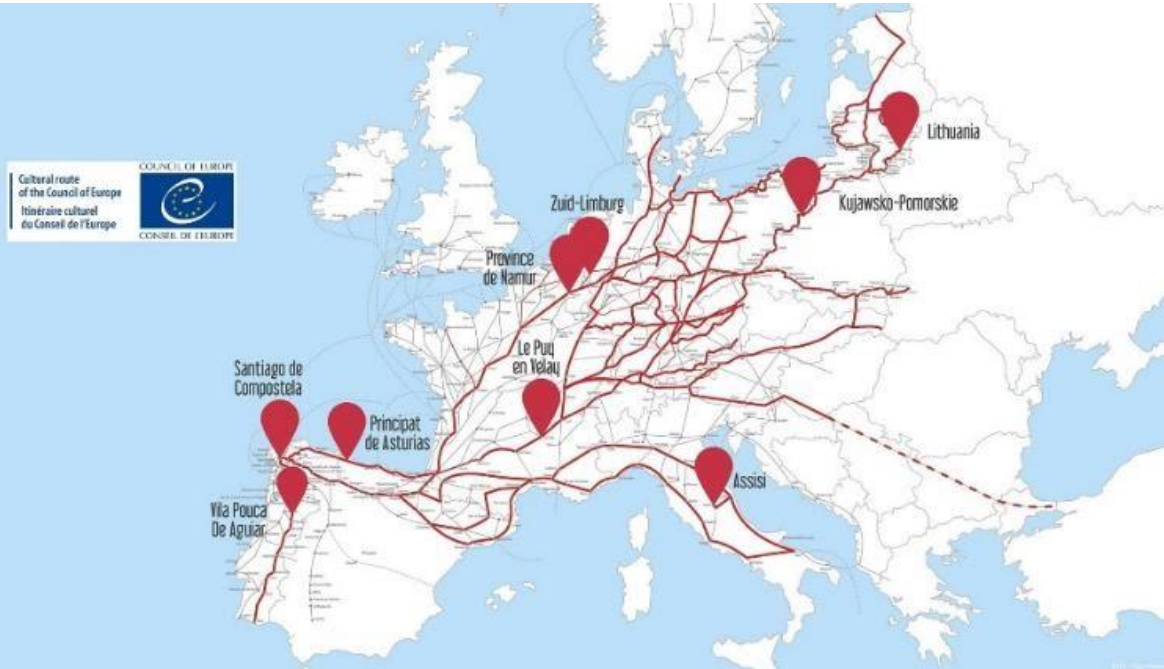
Паспорт та сертифікат,
які підтверджують
проходження маршруту

Встановлена навігація,
промарковано маршрут,
створено путівник і сайт



Формування туристичних продуктів

Перспективи розвитку



2022

Продовження маршруту до кордону з Європейським Союзом

2023

Подача заявки на приєднання до Європейської федерації St James Ways

Формування туристичних продуктів

BusPass

BUSPASS

22 км

протяжність
маршруту

>5 300

кількість пасажирів
сезону 2021

11

регулярних
оглядових рейсів
в тиждень

Спеціальні програми:
«50 відтінків Вінниці»,
«Вечір саксофону»,
«Їж, Пий, Подорожуй»,
«Урок історії».



Формування туристичних продуктів

Вінниця з висот і глибин

6 листопада відбулося офіційне відкриття нового історичного пабу, концепція якого побудована на тематиці капуцинів-пивоварів та вінницьких підземель. Головним акцентом меню є пивна юшка (нею, за легендою, рятували городян під час чуми XVIII ст.) та вінницьке крафтове пиво



Вінницькими гідами забезпечене екскурсійне відвідування дзвіниці та підземної церкви Кузьми і Дем'яна Спасо-Преображенського кафедрального собору у форматі екскурсії «Піднебесна Вінниця».



Формування туристичних продуктів

Ексклюзивне вишневе меню

>10

закладів

30

страв

Новий
гастросимвол
Вінниці - вишня.
Унікальні страви в
меню закладів:
борщ, бургер,
хінкалі, піца,
вареники,
десерти, а також
м'ясо з вишневим
соусом та вишневі
настоянки.



Формування туристичних продуктів

Конкурс The Best Cook

20

заявок

11

учасників

>100

тисяч грн –
призовий фонд

Завдання конкурсу:

- популяризація страв і гастробрендів подільської кухні;
- сприяння розвитку гастротуризму;
- популяризація традиційної та нової української кухні;
- розвиток кулінарної дипломатії;
- реалізація кулінарної майстерності учасників конкурсу шляхом співпраці з провідними шеф-кухарями.



Розвиток туристичної інфраструктури

Територія SUN

Вікенд мандрівників

Мистецький вікенд Ticket to the Sun

Еко-фестиваль ДІЛИ

>3000

відвідувачів



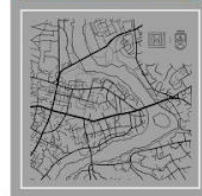
Розвиток туристичної інфраструктури

Розробка концепції туристичної навігації

Відповідно до стратегічних пріоритетів компанією MoreInfo розпочато розробку концепції туристичної навігації у Вінниці.

Для актуальності концепції було розроблено і проведено опитування провідних спеціалістів, агенцій та гідів.

Презентація результатів:
весна 2022 року.



Розвиток туристичної інфраструктури

Реконструкція приміщення по вул.Соборна, 89

Проведені роботи

- підсилено фундамент;
- влаштовано монолітні міжповерхові перекриття;
- укріплено стіни;
- замінено старий дах;
- змонтовано віконні рами на трьох поверхах;
- прокладено електричні та слабострумеві мережі;
- проведені роботи з упорядкування фасаду;
- розроблено дизайн наповнення туристичного кіоску.



Розвиток туристичної інфраструктури

Екосистема Туристичного хабу

Екосистема хабу поєднає:

- новий рівень сервісу для туристів та мешканців міста відповідно до міжнародних стандартів (діяльність Офісу туризму Вінниці);
- освітній простір та івент-зону (організація туристичних освітніх подій, семінарів, хакатонів, бізнес-подій, прес-конференцій, культурних подій тощо);
- коворкінг для туристичних стартапів: робота екскурсійних бюро, агентів з надання послуг конференц-сервісів, медичного туризму.



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Вінницький стандарт гостинності



24

відзнаки
«Тут впроваджується
Вінницький стандарт
гостинності»

2

навчання для керівників
та персоналу
від експертки
Оксани Марусич

2

зустрічі підписантів ВСГ
з вінницькими гідами
та дослідницею подільської
кухні Оленою Павловою



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Співпраця з Business People Club

Бізнес-інтенсив «HoReCa.Restart»

Традиційна подія для навчання і нетворкінгу з метою розвитку та підтримки малого і середнього бізнесу.

Туристичний форум VinTourism

Організований в рамках ініціативи COVID-19 БІЗНЕС-КЛІНІКИ проєкту «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», що спільно фінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини.

«Школа гостинності»

Унікальний проєкт, який включає модулі інтенсивного навчання, підвищення кваліфікації, обмін досвідом, корисний нетворкінгу



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Бізнес-бранч міського голови з рестораторами міста

Актуальні питання галузі
гостинності Вінниці:

- стимулювання розвитку бізнесу в умовах коронакризи
- інструменти якісного кадрового забезпечення у готельно-ресторанній сфері
- популяризація гастрокультури серед вінничан і туристів

20 представників сфери HoReCa



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Розробка програми і наповнення Школи гідів

Розроблено погодинний розподіл та сформовано Програму Школи гідів відповідно до міжнародного стандарту EN 15565 ICS 03.080.30; 03.100.30

ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ - ВИМОГИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ТУРИСТИЧНИХ ГІДІВ І ПРОГРАМ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ

Здійснено відеозапис 15 лекцій в рамках даної Програми



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Туристична рада і угода з НТОУ

2 засідання Туристичної ради
при міському голові.

У червні 2021 року підписано угоду про співпрацю з Національною туристичною організацією України з метою створення сприятливих організаційних і економічних умов для розвитку туристичного потенціалу Вінниці.



Якість, кадри та комунікація у сфері туризму

Нагорода Ukraine Tourism Awards 2021

Вінниця стала
переможцем головної
туристичної премії
України в номінації
«Місто мого серця».

Також друге місце
виборів борщ з
вишнями ресторану
«Трофей» у номінації
«Найкращий
ресторанний борщ».

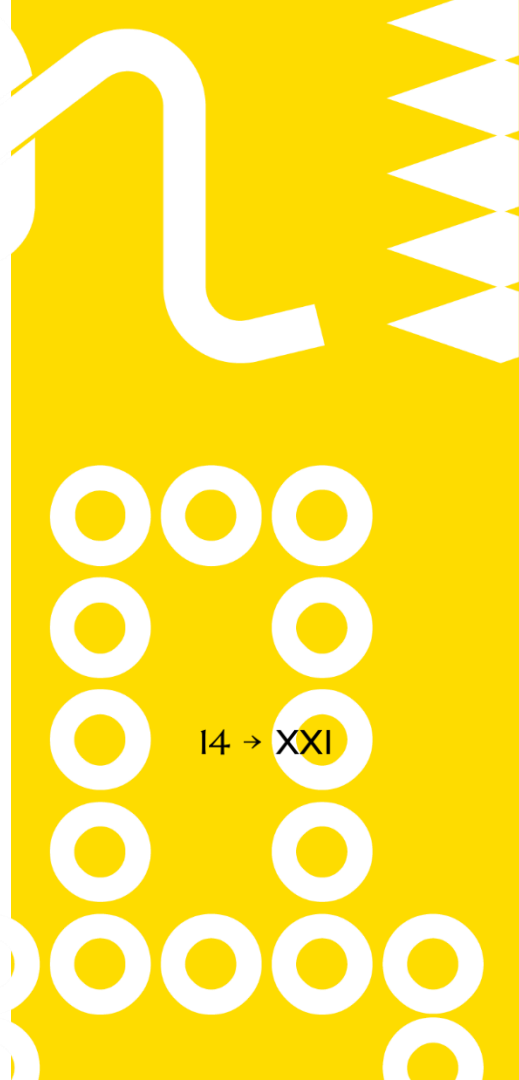




Дякую
за увагу!



Вінниця
Місто ідей



14 → XXI