



ДЕПАРТАМЕНТ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

ПУБЛИЧНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ

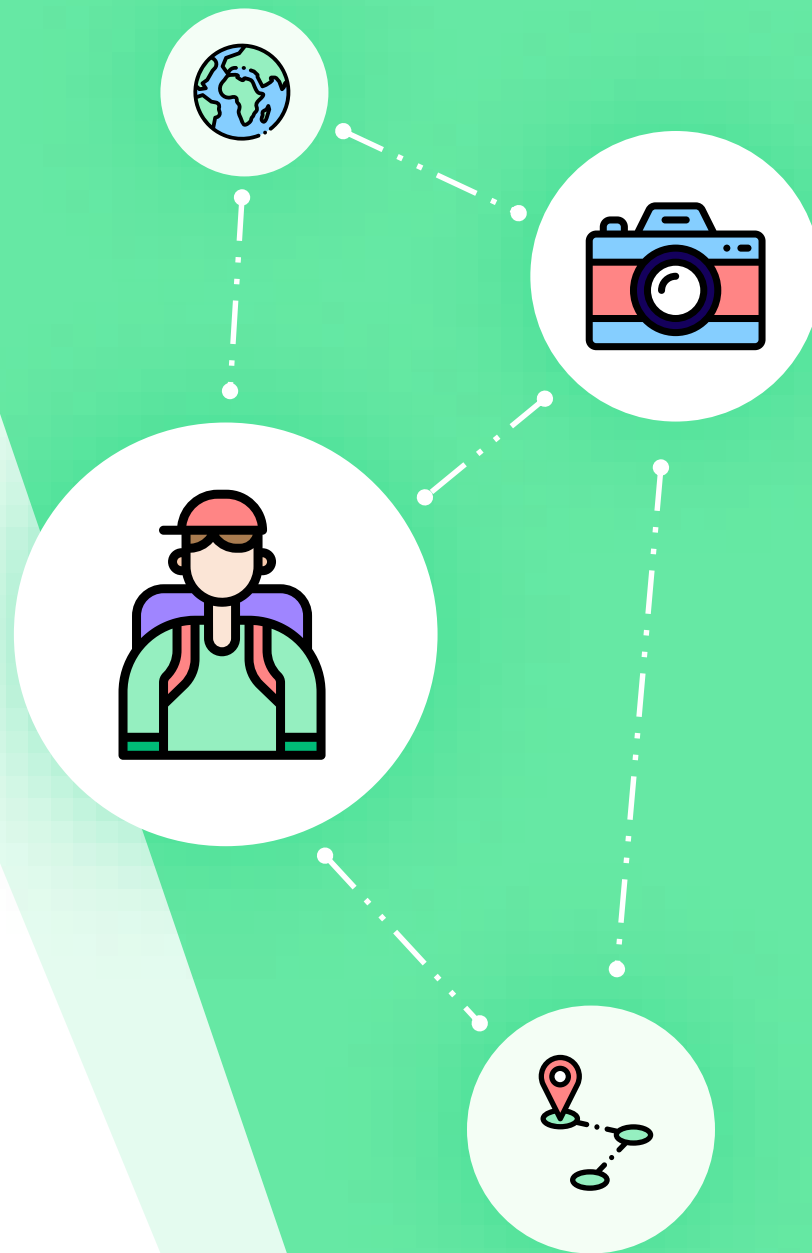
проекта Единой маркетинговой и коммуникационной стратегии продвижения туристского потенциала Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

2020



www.depprom.admhmao.ru

www.tourism.admhmao.ru



НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ
«Об основах туристской деятельности
в Российской Федерации»



ЗАКОН ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

от 28 сентября 2012 года № 102-03 «О туризме
в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре»



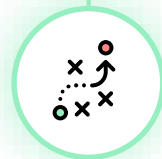
КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре,
одобренная постановлением Правительства
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
от 1 июня 2012 г. № 195-п



КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА И БРЕНДИНГА

в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре
до 2025 года от 19 октября 2018 г. № 539-рп



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

в Российской Федерации на период
до 2035 года, утвержденная распоряжением
Правительства Российской Федерации
от 20 сентября 2019 г. № 2129-р

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА СТРАТЕГИИ



ЦЕЛЬ

Создание и развитие современной системы продвижения, направленной на позиционирование регионального туристского бренда с учетом современных цифровых и коммуникационных технологий



КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- 01** Комплексное изучение, прогнозирование и стимулирование потребностей и спроса на туристские услуги Югры
- 02** Реализация мероприятий, направленных на рост уровня информированности населения автономного округа об объектах туристского интереса, создаваемой инфраструктуры, событийных мероприятиях
- 03** Определение приоритетных рынков для продвижения туристских возможностей Югры
- 04** Реализация мероприятий, направленных на рост уровня осведомленности о туристских возможностях Югры на российском и международном рынках
- 05** Развитие цифровых инструментов продвижения туристских продуктов автономного округа

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА СТРАТЕГИИ

I ЭТАП

(2020 ГОД – I ПОЛУГОДИЕ 2021 ГОДА)



Популяризация среди жителей туристских путешествий по округу, стимулирование посещения событийных мероприятий в Югре



Типология и структура работы туристско-информационных центров автономного округа



Единая информационная и туристская платформа Югры



Разработка «туристских образов» территорий, планы продвижения



Образовательные программы для турбизнеса

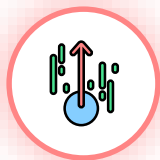


Исследование ключевых региональных и международных рынков

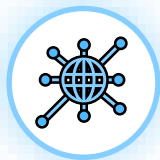
ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА СТРАТЕГИИ

II ЭТАП

(II ПОЛУГОДИЕ 2021 ГОДА – 2022 ГОД)



Продвижение на внутрироссийском рынке



Информационный контент для ключевых зарубежных рынков



Конгрессно-выставочные мероприятия на территории ключевых рынков

III ЭТАП

(2023-2025 ГОДЫ)



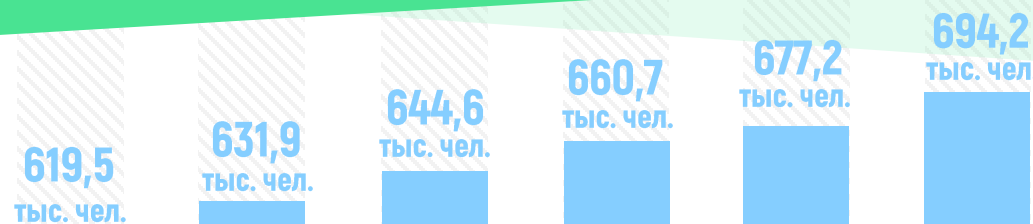
Укрепление имиджа Югры как туристской территории



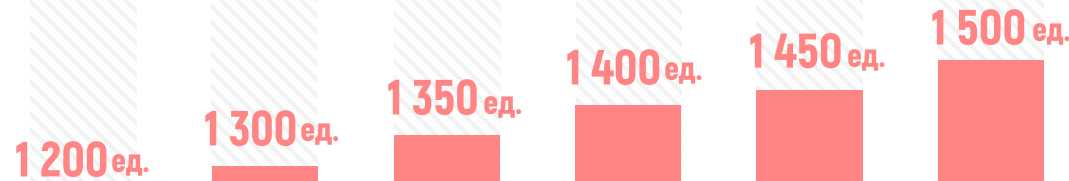
Актуализация инструментов продвижения турпотенциала Югры

ПРОГНОЗИРУЕМЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

01 Объем туристского потока



02 Количество информационных материалов с упоминанием туристского потенциала автономного округа
 (Прогнозные показатели количества публикаций в официальных аккаунтах, без учета публикаций в СМИ)



НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ

ЕД. ИЗМ.

2020

2021

2022

2023

2024

2025

03 Количество заключенных соглашений о сотрудничестве в сфере туризма с регионами РФ и зарубежными партнерами

ед.

2

2

2

3

2

1

04 Количество международных мероприятий (участие)

ед.

2

4

4

6

7

8