

**Публичная декларация
проекта Единой маркетинговой и коммуникационной
стратегии продвижения туристского потенциала Ханты-
Мансийского автономного округа-Югры**

Департамент
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

www.depprom.admhmao.ru

www.tourism.admhmao.ru

2020

Нормативно-правовая база

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

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

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

Цель и задачи проекта Стратегии

Цель – создание системы, условий и инструментов для укрепления имиджа Ханты-Мансийского округа – Югры как территории благоприятной для развития туризма.

Ключевые задачи:

- комплексное изучение, прогнозирование и стимулирование потребностей и спроса на туристские услуги Югры;
- реализация мероприятий, направленных на рост уровня информированности населения автономного округа об объектах туристского интереса, создаваемой инфраструктуры, событийных мероприятиях;
- определение приоритетных рынков для продвижения туристских возможностей Югры;
- реализация мероприятий, направленных на рост уровня осведомленности о туристских возможностях Югры на российском и международном рынках;
- развитие цифровых инструментов продвижения туристских продуктов автономного округа;

Этапы реализации проекта Стратегии

I Этап (2020 год – I полугодие 2021 года)

1. консолидация усилий по популяризации туристских путешествий, стимулированию посещений событийных мероприятий в Югре жителями автономного округа;
2. проведение анализа оптимального числа, структуры работы и типологии туристско-информационных центров автономного округа, разработка плана по модернизации их работы совместно с муниципальными образованиями автономного округа
3. разработка и тестирование единой информационной туристской платформы;
4. разработка совместно с представителями туристского бизнеса автономного округа, муниципальных образований «туристских образов» территорий, формирование планов продвижения
5. реализация образовательных программ для представителей туристской отрасли, направленных на улучшение качества оказываемых услуг;
6. исследование ключевых региональных рынков в Российской Федерации и ключевых международных рынков

II Этап (II полугодие 2021 года – 2022 год)

1. интенсификация продвижения туристских услуг на внутрироссийском рынке;
2. разработка специального информационного контента для ключевых зарубежных рынков
3. активное участие в конгрессно-выставочных мероприятиях на территории ключевых рынков

III Этап (2023-2025 годы)

1. укрепление позитивного имиджа Югры как туристской дестинации для ключевых иностранных рынков
2. актуализация инструментов продвижения туристского потенциала Югры

Прогнозируемые показатели

№ п/п	Наименование показателя	Ед. изм.	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
1.	Количество информационных материалов с упоминанием туристского потенциала автономного округа*	ед.	1 200	1300	1350	1400	1450	1500
2.	Количество заключенных соглашений о сотрудничестве в сфере туризма с регионами РФ и зарубежными партнерами	ед.	2	2	2	3	2	1
3.	Количество международных мероприятий (участие)	ед.	2	4	4	6	7	8
4.	Объем туристского потока	тыс. чел.	619,5	631,9	644,6	660,7	677,2	694,2

*Прогнозные показатели количества публикаций в официальных аккаунтах, без учета публикаций в СМИ