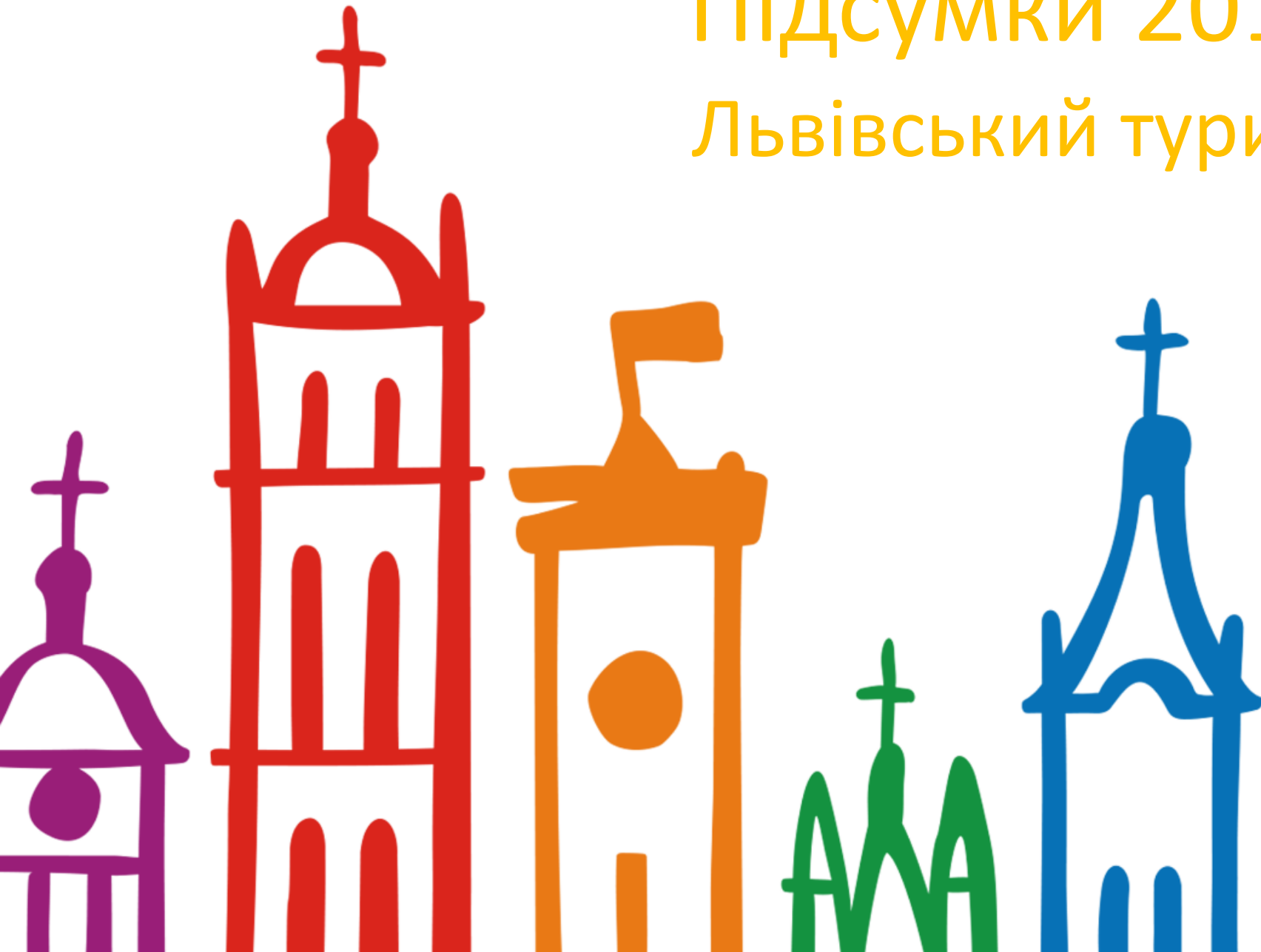


Підсумки 2017.

Львівський туристичний офіс



Команда Львівського туристичного офісу



Управління туризму (ЮО)

- 2 відділи
- 8 штатних одиниць



ЛКП Центр розвитку туризму (ЮО)

- 3 відділи
- 19 штатних одиниць



Центр туристичної інформації (стр-ра ЛКП)

- 3 офіси
- 10 штатних одиниць

Візія Львова

Львів у 2020 році – важливий туристичний центр, представлений у таких престижних рейтингах як:

- Один з провідних культурних центрів Східної Європи
- Місто з високим рівнем інфраструктури, сервісу та безпеки
- Місто з подіями світового рівня

Місія Львова

Реалізація потенціалу Львова як провідного східноєвропейського туристичного центру шляхом об'єднання зусиль учасників туристичного кластеру в рамках цільової стратегії розвитку міста; вдосконалення туристичного продукту та загальної інфраструктури для задоволення цільових туристичних ринків та сегментів.

Львів – креативне місто

Візія прориву: Львів 2027

Місто гідного життя, базованого на довірі, чесності, взаємоповазі та взаємодії, що веде до добробуту, самореалізації та суспільного блага через розвиток креативності – творення нових ідей і знань та їх впровадження.



Цілі 2017



**Активне просування Львова на основних
цільових ринках та нових:**

Польща, США, Німеччина, Австрія, Білорусь, Великобританія, Ізраїль,
Китай, Франція. Туристичною столицею України Львів вже є, наша
ціль до 2020 стати напрямком №1 у Східній Європі

**Розширення меж туристичного Львова,
розвиток нових громадських просторів**

Концепція розподілу туристичного навантаження. Розвиток
Підзамче, створення Єдиної системи міської навігації,
Дні європейської спадщини

**Покращення туристичної пропозиції, а саме:
креативної, культурної. Підтримка**

та створення нових подій та маршрутів
СТРІТАРТ, МОЦАРТ, СМАРТ-Маршрути, Музей міста, Історична
залізниця: Підзамче Личаків через Знесіння.

**УПРАВЛІННЯ
ТУРИЗМУ**

Система туристично-інформаційної інфраструктури
Центри туристичної інформації, Система комплексної міської навігації, City Card
(картка туриста)

Аналітика та дослідження
ринку
Збір та аналіз статистичних даних,
Маркетингові дослідження

Цифровий маркетинг
Оновлення туристичного сайту
Львова, розробка та впрова-
дження інструментів
просування Львова в мережі

Музей міста

ЛКП «ЦЕНТР
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ»

Планові витрати ЛТО 2017-2018 рр

Витрати управління туризму	2017	2018
Програма розвитку туризму м. Львова до 2022рр	3 920 000 грн.	5 204 000 грн.
Фінансова підтримка ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова»	2 705 000 грн.	3 904 000 грн.
Фінансова підтримка переможців конкурсу соціально-культурних проєктів	120 000 грн.	150 000 грн.

Рейтинги Львова 2017

The Telegraph, Велика Британія	12 місьць світу, які обов'язково варто відвідати 2018 року, 5 місце
The Independent, Велика Британія	Чому Львів зробить ваші зимові вихідні найкращими
The Independent, Велика Британія	26 європейських місьць, де можна прожити місяць за менш, ніж 600 фунтів, 2 місце
Business Insider, США	12 найдешевших місьць відпочинку у світі у 2017 році, 1 місце



Цікава економіка галузі



2,6 млн. гостей**

з них

1 756 тис. туристів,
що перебували у Львові 2+ дні



615 млн. євро

гроші, які туристи залишили у
Львові у 2017 **

24 види економічної
діяльності задіяні в
туристичній галузі*



1,8 рази - ріст надходжень
в бюджет міста за останній рік***

на 24 % зріс туристичний збір
у Львові у 2016-2017 рр***



76 574 відвідувачів ТІЦ в 2017 році (11 міс.)

З них:

українці – 41 %
іноземці – 59 %



350 євро

середні витрати 1 туриста за
весь період перебування у Львові**

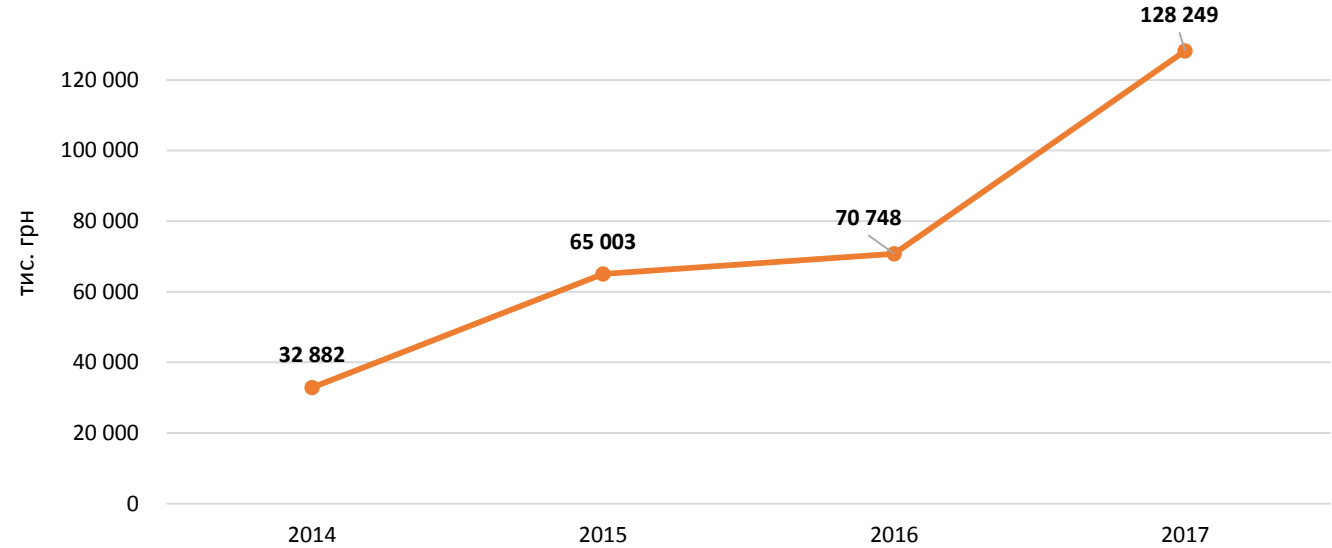
* Дані Міністерства економічного розвитку та торгівлі

** Дані опитування, яке проводило
ЛКП «Центр розвитку туризму
м.Львова», 2017

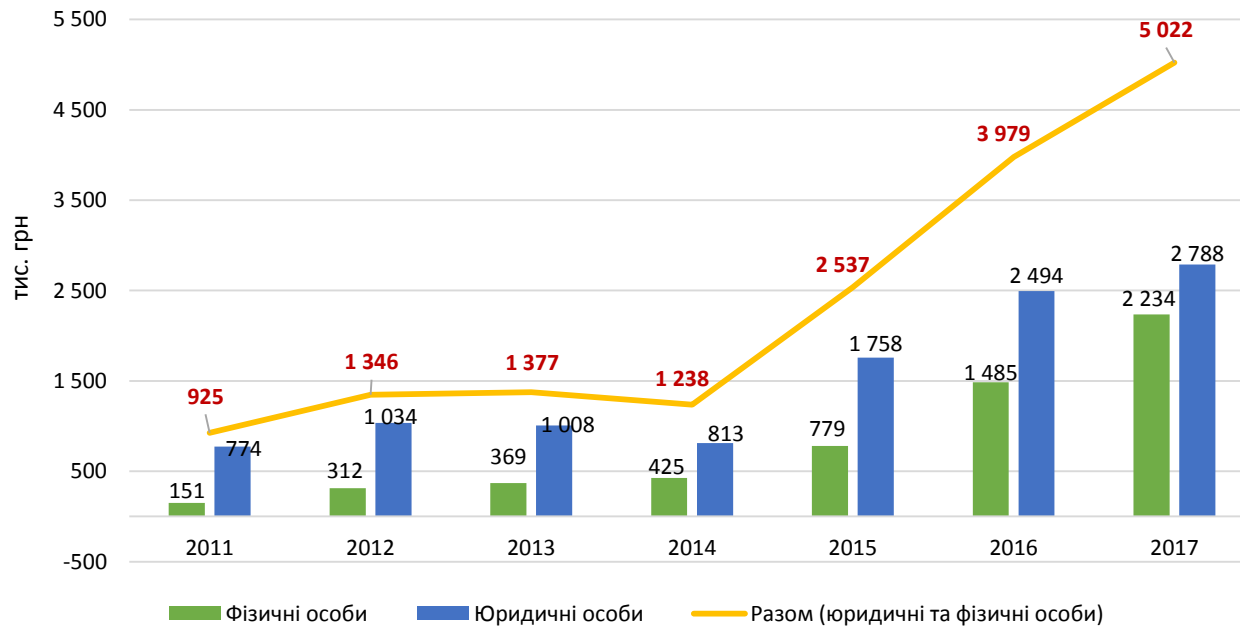
*** Дані Державної фіскальної служби
України

Економічний ефект

Надходження в місцевий бюджет від галузі туризму



Туристичний збір (тис. грн)



75 EURO
* 2016 рік - 49 €



average spend per day
and per person



* 2016 pik - 4 дні

TOP 10 COUNTRY



Recommendation rate

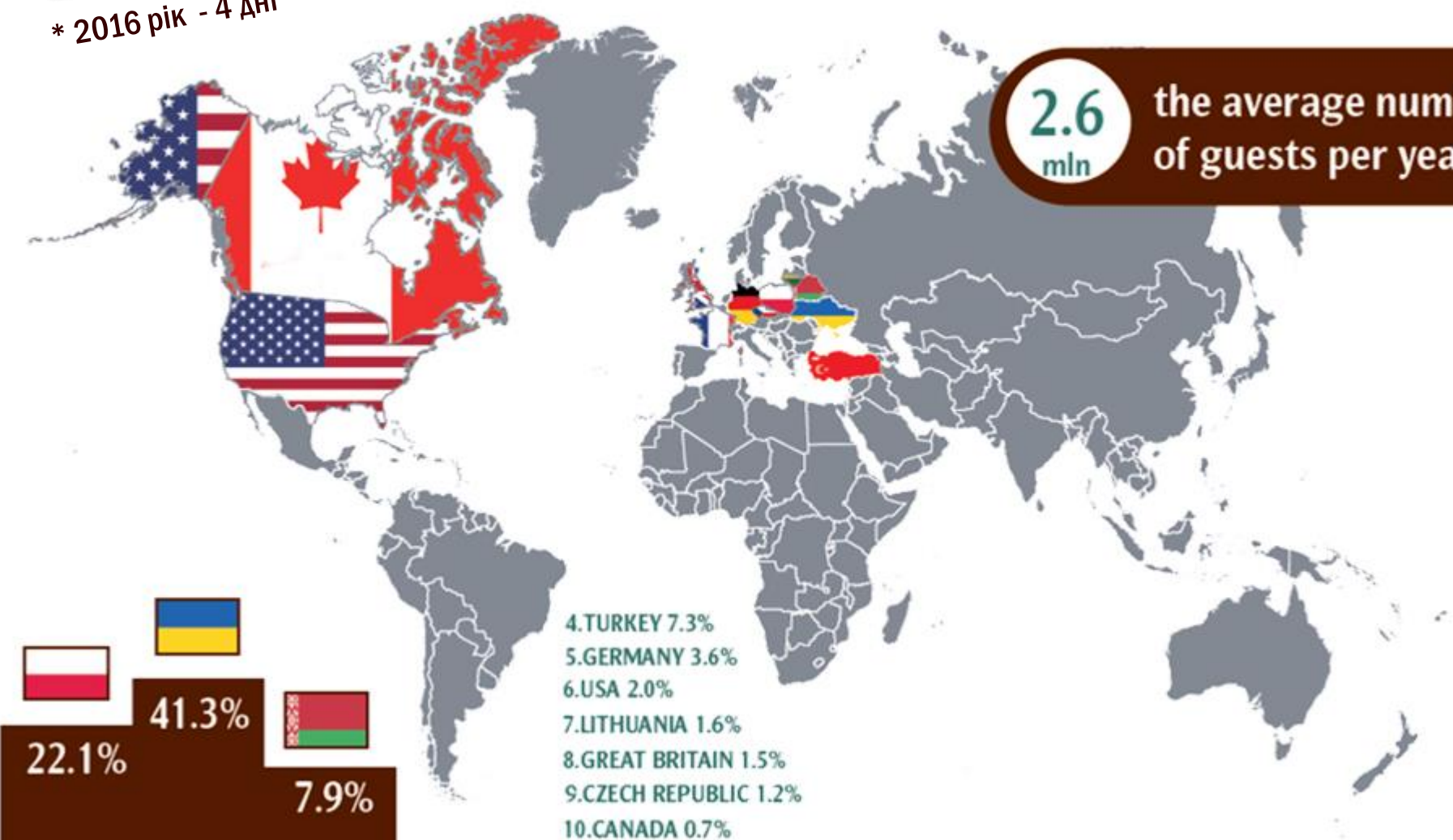


Index measuring visitor satisfaction with tourist services

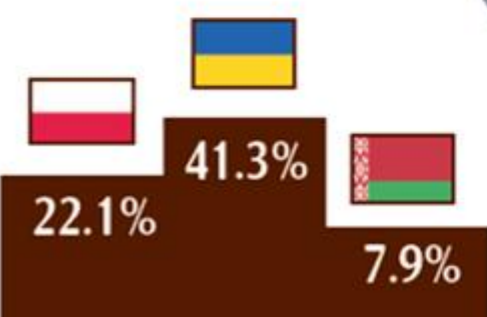


Index measuring tourist attractiveness

2.6 mln the average number of guests per year



- 4. TURKEY 7.3%
- 5. GERMANY 3.6%
- 6. USA 2.0%
- 7. LITHUANIA 1.6%
- 8. GREAT BRITAIN 1.5%
- 9. CZECH REPUBLIC 1.2%
- 10. CANADA 0.7%



Пріоритетні напрямки роботи

- маркетинг міста
- покращення туристичної пропозиції
- туристично-інформаційна інфраструктура
- сервіс/послуги
- освіта в туризмі
- сполучення
- об'єднання гравців ринку



Маркетинг міста. Ринки 2017

- основні ринки, I пріоритет:
Україна, Польща, Німеччина, Австрія, США, Канада
- основні ринки, II пріоритет:
Білорусь, Великобританія, Прибалтика, Ізраїль
- нові ринки:
Китай, Франція



Маркетинг міста. Прес-тури, Фам-тури



Маркетинг міста. Представлення Львова на міжнародних туристичних заходах



Україна



Україна



Україна



Польща



Європа



Австрія



Німеччина



США



Китай



Франція



Великобританія



Грузія



Ізраїль

Маркетинг міста. Україна

Наші активності

Eurovision Village

- офіційна фан-зона пісенного конкурсу Євробачення, Київ

Буковинський туристичний ярмарок, Чернівці

Міжнародний туристичний салон «Україна» - UITM, Київ

Харківський туристичний форум, Харків

Міжнародна виставка-ярмарок «ТурЕКСПО», Львів

Україна

↓ - 13 % приріст туристів

Частка ринку: 41 %



G₂₀₁₇ = 0.172

Середні витрати
1 туриста за 1 день



60 %
Ратуша



20 %
Високий Замок



19 %
Криївка

Маркетинг міста. Польща

Наші активності на ринку

Міжнародний туристичний ярмарок «ТТ Warsaw», Варшава

Міжнародна виставка-ярмарок «ECOGALA», Жешув

Польща

+ 47 % приріст туристів

Частка ринку: 22 %

G₂₀₁₇ = 0.347



Середні витрати
1 туриста за 1 день



52%
Ратуша



30 %
Оперний театр



26 %
Личаківський цвинтар

Маркетинг міста. Німеччина

ITB Berlin, Берлін

9-й з'їзд міст-партнерів міста Фрайбурга,
Фрайбург

Німеччина

↑ + 15 % приріст туристів

Частка ринку: 3,6 %



G₂₀₁₇ = 0.359

Середні витрати
1 туриста за 1 день



65 %
Ратуша



35 %
Оперний театр



20 %
Високий Замок

Маркетинг міста. США

New York Times Travel Show, Нью Йорк

Фам-тур, Львів 12 туроператорів

Прес-тур, Львів 11 блогерів і журналістів

США

↑ + 3 % приріст туристів

Частка ринку: 2,0 %

G₂₀₁₇ = 0.328



Середні витрати
1 туриста за 1 день



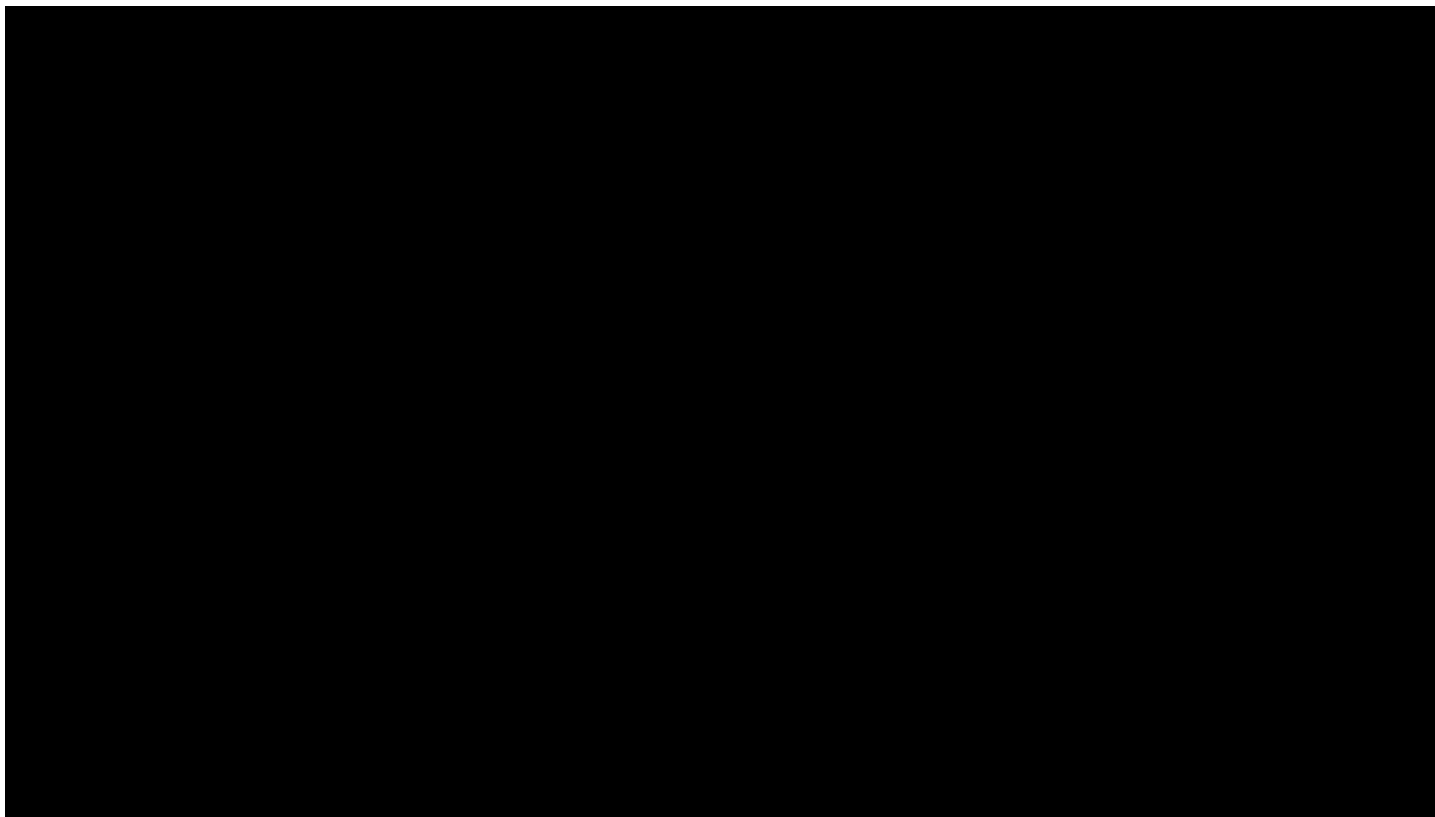
57 %
Ратуша



42 %
Високий Замок



23 %
Оперний театр



Why You Need to Visit Lviv Ukraine

12 580 переглядів

Джерело: Youtube, Carmen's Luxury Travel

Маркетинг міста. Канада

Cobblestone Freeway Tours Travel Show, Едмонтон
Презентації “8 причин чому Львів”, Вінніпег, Саскатун,
Робочі зустрічі з танцювальними колективами щодо участі у
фестивалі та освітній програмі

Міжнародний фестиваль українського танцю та культури,
Львів. Учасники: члени українських громад у Канаді,
Аргентині, США, Великої Британії, 300 учасників-танцювальні
колективи



Маркетинг міста. Великобританія

World Travel Market – WTM London,
Лондон

Прес-тур, Львів

відеооператор,
туристична
компанія Wild
Fronties,
пропонують тури у
Львів

Велика Британія

↑ + 25 % приріст туристів

Частка ринку: 1,5 %



G2017 = 0.348

Середні витрати
1 туриста за 1 день



78 %
Ратуша



23 %
Оперний театр



23 %
Високий Замок

Маркетинг міста. Китай

Міжнародна виставка «COTTM», Пекін

Міжнародна виставка «ITB China», Шанхай

Китай



+ 57 % приріст туристів

Частка ринку: 0,5 %



Середні витрати
1 туриста за 1 день



67 %
Ратуша



33 %
Церкви



33 %
Високий Замок

Маркетинг міста. Ізраїль

IMTM - International Mediterranean Tourism Market,
Тель-Авів

Прес-тур, Львів-
Трускавець

25 журналістів



Маркетинг міста. Австрія

Міжнародна виставка «Ferien-Messe Wien»,
Відень , січень

Міжнародна виставка «BTB - BUS TRAVEL
BUSINESS MESSE WIEN», заочна участь, Відень



Маркетинг міста. Франція

Міжнародна виставка «IFTM TOP RESA», заочна участь, Париж

Франція



+ 4 % приріст туристів

Частка ринку: 1,0 %



G₂₀₁₇ = 0.383

Середні витрати
1 туриста за 1 день



42 %
Ратуша



39 %
Високий Замок



28 %
Оперний театр

Маркетинг міста. Інші перспективні ринки

Міжнародна виставка «AITF», Баку, Азербайджан

Прес-тур з Сербії, Львів	Національне телебачення Сербії, 2 осіб - оператор, репортер
Фам-тур з Норвегії, Львів	5 туроператорів
Фам-тур з ОАЕ, Львів, Трускавець	11 туроператорів
Фам-тур з Азербайджану і Туркменістану, Львів, Трускавець	12 туроператорів



Білорусь



+120 % приріст туристів



Частка ринку: 7,9 %

G₂₀₁₇ = 0.331

Середні витрати
1 туриста за 1 день



33 %

Оперний театр



33 %

Ратуша



16 %

Високий Замок

Туреччина



+ 76 % приріст туристів



Частка ринку: 7,3 %

G₂₀₁₇ = 0.172

Середні витрати
1 туриста за 1 день



55 %

Оперний театр



35 %

Ратуша



20 %

Високий Замок

Литва



+ 277 % приріст туристів



Частка ринку: 1,6 %

G₂₀₁₇ = 0.410

Середні витрати
1 туриста за 1 день



75€

Покращення туристичної пропозиції. «Розумний» маршрут «Вперше у Львові»



Покращення туристичної пропозиції. «Розумний» маршрут «Вперше у Львові»

- 15 локацій - самостійна екскурсія містом за допомогою смартфона
- 3,5 км протяжність маршруту
- українська, англійська, німецька, польська мови
- За книгою Ілька Лемка, львовознавця
- Партнер: Vodafone Україна
- 3 місяці - 20 тис. користувачів



Покращення туристичної пропозиції. Дні європейської спадщини 2017



Покращення туристичної пропозиції. Дні європейської спадщини 2017

Тема: «Пульс міста: фабрики, шпиталі та освітні заклади»
8-10 вересня

3 дні
45 заходів
40 ініціативних екскурсиводів та львовознавців
35 волонтерів
близько 1 тис. мешканців та гостей міста



Покращення туристичної пропозиції. Соціально-культурні проекти



Покращення туристичної пропозиції. Створення мистецьких об'єктів вуличного мистецтва для туристичного маршруту у Львові»

ГО «Інститут Суспільних Ініціатив» – переможець конкурсу

- Фінансова підтримка: 65 000 грн
- 6 розмальованих муралів, Підзамче
- новий туристичний маршрут «LvivWalking»
- путівник з описом маршруту



Покращення туристичної пропозиції. Соціально-культурні проекти



Покращення туристичної пропозиції.

Ключові показники

Проект «Стіни говорять»
Молодіжне об'єднання «Граніт»

Фінансова підтримка: 35 000 грн.
10 об'єктів розмальованих графіті



Покращення туристичної пропозиції. Туристичні маршрути для незрячих



Покращення туристичної пропозиції. Туристичні маршрути для незрячих

Ключові результати

ГО «Українська спілка інвалідів - УСІ»

фінансова підтримка: 20 000 грн.

- 5 автобусних і пішохідних екскурсій для незрячих і слабоворих львів'ян
- 126 інвалідів по зору взяли участь у екскурсіях з аудіодискрипцією
- 11 львівських гідів засвоїли методику аудіодискрипції
- 5 нових туристичних маршрутів розроблено для осіб з вадами зору
- озвучено книгу «Історичні проходи по Львові» І. П. Крип'якевича (30 годин)



Покращення туристичної пропозиції. Графіті-фестиваль «Алярм»



Покращення туристичної пропозиції. Графіті-фестиваль “Алярм”

Ключові результати

3 дні: 25-27 серпня

70 художників

14 міст

800 м. кв. розфарбованих стін

70 графіті-малюнків

2 локації:

- опори мосту над вул. Луганською на пр. Червоної калини
- два мости по вул. Кн. Ольги, від вул. В.Великого до Наукової



Покращення туристичної пропозиції. Міжнародний день музеїв у Львові



Покращення туристичної пропозиції. Міжнародний день музеїв

Ключові результати

Тема: «Музеї та суперечлива історія: розповідаючи про замовчуване»

тематичні лекції, мистецькі вечори, майстер-класи для дітей та дорослих, екскурсії, конкурси, організували вечірні покази фільмів

14 днів, 18-31.05

25 міських музеїв

2 тис. відвідувачів



Покращення туристичної пропозиції. Всесвітній день туризму у Львові



Покращення туристичної пропозиції. Всесвітній день туризму у Львові

Ключові результати

22 заходи та акції
15 ініціативних екскурсиводів
500 учасників
27 вересня



Освіта в туризмі. Рецепти гостинності



Освіта в туризмі. Рецепти гостинності

3 лекції

300 часників

Всеволод Поліщук, «Маркетинг міста: в чому сила бізнесу»

Лев Підлісецький, «Чудо тур. Шлях від ідеї до успішного
бізнесу»

Діана Борисенко, «Корисні інструменти для аналізу туризму»



Освіта в туризмі. Львів: від легенд до історичних фактів



Освіта в туризмі. Львів: від легенд до історичних фактів

12 лекцій-екскурсій з львовознавства
1 тис. школярів 5-8 класів середніх шкіл Львова

Лекції-екскурсії проводили:
Аліса Васільєва, методист з історії НМЦО м. Львів
Василь Радковець, екскурсовод та львовознавець
Ілько Лемко, екскурсовод та львовознавець



Об'єднання гравців ринку. LTF-2017



Об'єднання гравців ринку. LTF-2017

Ключові результати

- Тема: «Туризм: перезавантаження»
- 3 дні, 18-20 жовтня
- 2 локації:
 - Музейно-культурний комплекс пивної історії «Львівварня»
 - Центр імені Митрополита Андрея Шептицького
- 250 експертів індустрії гостинності
- 16 областей
- спільно з Гал-ЕКСПО
- вперше - представники ОТГ Львівської області



Об'єднання гравців ринку. B2B-Netrworking



Об'єднання гравців ринку. B2B-Netrworking

Ключові результати

B2B-Networking – зустріч представників туристичної галузі у співпраці з платформою 2event

близько 100 учасників
77 зустрічей

червень, грудень



Сполучення

Авіасполучення

Місто, країна	Авіакомпанія
Брешія, Італія	Роза вітрів
Вроцлав, Польща	Wizz Air
Берлін, Німеччина	Wizz Air
Познань, Польща	LOT Polish Airlines
Бидгощ, Польща	LOT Polish Airlines
Мілан, Неаполь, Венеція	Ernest Airlines

Залізничне сполучення

Місто, країна
Краків, Польща
Варна, Болгарія



How to get to Lviv

- scheduled flights
- charter flights
- new regular flights expected in 2018



Пріоритетні завдання_2018

ССП

- Інтернет просування, створення відеоконтенту, робота у соцмережах
- Освіта в туризмі
- Створення культурної пропозиції
- Безпека
- Покращення сервісу
- Розробка туристичної теми медичний туризм





Дякуємо за увагу!

Щиро Ваш
LvivTourismOffice
26.12.17, Львів