

Бренд Байкала : от слов –к делу

30.09.2011

[Egov-buryatia.ru](http://egov-buryatia.ru)

Улан-Удэ

[http://egov-](http://egov-buryatia.ru/index.php?id=4&tx_ttnews[tt_news]=24142&cHash=dea72bc685402e797dc74bb732a3d619)

[buryatia.ru/index.php?id=4&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=24142&cHash=dea72bc685402e797dc74bb732a3d619](http://egov-buryatia.ru/index.php?id=4&tx_ttnews[tt_news]=24142&cHash=dea72bc685402e797dc74bb732a3d619)

## **Единый бренд обсудили на межрегиональной конференции туроператоры и представители властей**

Отшумело-отгорело закатами, рассветами наше знойное, долгожданное байкальское лето. Пик «горячего» сезона пройден. Нынче туроператоры по обеим сторонам Байкала хоть и отмечают возросший поток туристов, все же, хотели бы, чтоб туристов было больше, и чтоб они чаще открывали кошельки. И вот, обсудить задачи, попытаться по-новому осмыслить, а на будущий год сформировать единый бренд Байкала, собрались на межрегиональную конференцию в Листвянке иркутские, бурятские туроператоры, представители муниципальных властей, Агентства по туризму администрации Иркутской области, РАТ Бурятии, руководители администраций прибайкальских районов, филиалов ОАО «ОЭЗ», нацпарков, руководители проектов компаний - резидентов ОЭЗ «Байкальская гавань» - "Rusresorts" и «Метрополь», журналисты, имиджмейкеры. Всего в конференции приняли участие 79 человек.

В уютном конференц-зале гостеприимного отеля «Крестовая падь» с успехом прошел первый этап пилотного консолидированного проекта продвижения бренда Байкала. «Мозговой штурм» в экспрессивном, образно—эмоциональном стиле провел модератор конференции, известный специалист по маркетингу территорий, продюсер HiBrand, управляющий партнер «План и дело» Андрей Пуртов (Москва).

«Сегодня в цене - не просто путевки и туры на Байкал, а то, что формируем и продаем мы с вами, самый дорогой, самый востребованный товар, яркие, незабываемые впечатления от отдыха на Байкале», - отметил генеральный директор туроператора «Байкалов» (ООО «Байкальские приключения- Бурятия»), директор ассоциации «ПроБайкал» Анатолий Казакевич. Затем генеральный директор ООО «Гранд Байкал», руководитель штаба БЭФ Виктор Григоров подчеркнул, что, сейчас начинается этап реального наполнения и развития бренда Байкала на федеральном и международном туристических при поддержке правительства Иркутской области, Республики Бурятия, межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение».

Российские туристы, жители мегаполисов крайне мало знают о туристических возможностях Байкала, Бурятии, Иркутской области, не говоря о зарубежных туристах. В пике спроса в летний сезон отдыхом на Байкале интересуются 0,07 активного населения России. «Согласно статистике, в 2010 году Байкал посетило около 1 миллиона человек. Но платежеспособных туристов, на которых ориентированы две ОЭЗ всего было 90-110 тысяч человек. Для получения плановых доходов и загрузки мощностей требуется туристов в 10-15 раз больше», - сказал Анатолий Казакевич.

Фокус на совместном сотрудничестве позволит двум регионам эффективнее продвигать Байкал для обеспеченных россиян. «Отдых на Байкале» уже сейчас общий турпродукт для двух регионов. Гостям все равно куда ехать - в Байкальск или Северобайкальск. Его выбор зависит не от места на Байкале, а от конкурентноспособности турпродукта,

разнообразия впечатлений от активного, экологического, этнокультурного, оздоровительного, делового туризма на Байкале .

«Именно кооперация, а не конкуренция регионов приведет к росту турпотока», подчеркивали многие участники конференции, с обеих сторон озера - моря.

Журналист из Бурятии, автор путеводителей «Байкал » издательств «Вокруг Света» и «National Geographic Россия» Дора Хамаганова отметила, что, согласно законам брендинга территорий самое главное условие любого успешного бренда, по мнению международных экспертов, это- «как смотрят и что говорят» местные жители. То есть как никогда, важно конструктивное общение и взаимодействие инвесторов, туроператоров, местных жителей, туристов, представителей СМИ, Интернет-блоггеров, всех участников создания и продвижения бренда Байкала .

Участники конференции разработали 6 туристических направлений Байкала , которые лягут в основу единой концепции продвижения Байкала до 2016 года. Ее разработкой займутся участники межрегиональной ассоциации «ПроБайкал».

«На первом этапе мы выделим и создадим проекты для самых перспективных турпродуктов на Байкале , - говорит Анатолий Казакевич. - При этом сфокусируемся на том, чтобы эти продукты привлекали туристов на Байкал в низкий сезон: с сентября по май. Таким образом мы сможем безболезненно для Байкала увеличивать турпоток».

Результаты конференции будут подведены в течение месяца. Разработанная концепция будет предложена федеральному и региональным агентствам по туризму в качестве программы продвижения Байкала до 2016 года. Однако работа групп уже привела к серьезным решениям. Так, группа, собравшая за одним столом заместителя мэра Иркутского района Игоря Жука, руководителей проектов резидентов особой экономической зоны «Байкальская гавань» Дениса Молчанова («Rusresorts»), Романа Писарева и Юлию Урусову (ИФК «Метрополь»), Романа Цветкова («Техпромстрой») разработала концепцию делового форума, который должен привлечь на берега Байкала японских, корейских и китайских бизнесменов. Участники группы отметили, что для развития делового туризма на Байкале необходимо строительство «морского» пирса и вокзала в Большом Голоустном, который будет использоваться в качестве базы дозaprавки теплоходов и яхт. Таким образом можно будет выстроить транзитные маршруты из Листвянки в Чивыркуйский и Баргузинский заливы, а из Турции — на Ольхон. Намечено провести совместную рекламную кампанию летнего отдыха-2012 на Байкале , в посещаемых туристских местах Бурятии и Иркутской области, будет продолжено издание журнала об отдыхе на Байкале «Байкалов день», планируется создать единый туристический сайт и площадки в социальных сетях.

---

---