

БІЛА КНИГА

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ЕКОСИСТЕМИ ПАЛОМНИЦТВА УМАНІ



REHERIT

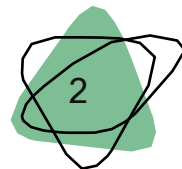


← ПРОЕКТ ФІНАНСУЄТЬСЯ ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ



Стратегію підготовлено у ході реалізації проєкту «ReHERIT: спільна відповідальність за спільну спадщину». Проєкт спрямовано на переосмислення, актуалізацію та розвиток потенціалу культурної спадщини Умані, Львова та інших міст Центральної та Західної України. Метою проєкту є робота з потенціалом культурної спадщини для економічного, туристичного, культурного та освітнього розвитку міст, налагодження комунікації між органами влади, неурядовими організаціями, місцевими жителями.

Розроблена стратегія є результатом напрацювань робочої групи. У період з 2018 по 2020 рік відбулось 8 зустрічей робочої групи. До обговорення долучились представники органів місцевого самоврядування та хасидської громади Умані, активісти, гіді, а також працівники Державного історико-архітектурного заповідника «Стара Умань» та Національного дендрологічного парку «Софіївка».



ВІЗІЯ 2030

ВИЗНАЧАЛЬНІ СЕНСИ

Умань занурює гостей та уманчан в історичний контекст та вчить міжнаціональній толерантності. Умань – це приязна та відкрита локація в центрі України для культурних подій, креативних проєктів та творчих ініціатив.

У 2030 Умань відвідає 1.000.000 туристів, у т.ч. 100.000 паломників-хасидів та 300.00 іноземних туристів. Туризм та дотичні галузі стануть рушієм економічного розвитку Умані (робочі місця, доходи, підприємництво, інвестиції) з повагою до потреб уманчан (обмежити шум, відходи, натовпи та прояви нетолерантності).

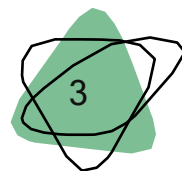
Умань особливо приваблива для туристів зі середнім рівнем доходів, сімей з дітьми та «срібних» туристів (старшого покоління). Туристи обирають Умань як базу для кількоденних подорожей, включаючи до навколишніх громад (зелений, етнографічний, релігійний туризм).

ТУРИСТИЧНІ ПРОДУКТИ

Туристичними якорями Умані є ключові туристичні території - парк «Софіївка» та «Нова Софіївка», комплекс заповідника «Стара Умань», єврейський квартал, Осташівський став з музичним фонтаном та центральна міська площа. Це локації для занурення в історію, пізнання інакшого, дотику до вічного та естетичного відпочинку. Ці якірні локації розвивають культурні сенси та є базами для культурних продуктів. Ключові туристичні території приваблюють туристів в Умань, відкриваючи їм шлях до пізнання інших цікавих об'єктів в Умані, - музеїв, які пропонують сучасні інтерактивні продукти, нових установ, створених на базі колись закинутих будов, та місцевих середовищ, у т.ч. хасидської громади.

Умань пропонує свої локації - передовсім якірні локації - організаціям з України та з-за кордону для проведення культурних подій, креативних проєктів та творчих ініціатив, наповнюючи календар знаковими подіями для туристів та уманчан. В Умані розвиваються формати власних фестивалів, місцеві середовища організують культурні події, для різних цільових аудиторій та культурних потреб. Культурні оператори Умані знайшли кілька успішних форматів заходів, що живляться спільною культурною спадщиною міста. Умань починає розвивати подієвий туризм, приваблюючи симпозиуми, конференції, корпоративні заходи, тим самим видовжуючи туристичний сезон.

В Умані активно триває відновлення, реставрація та адаптація об'єктів матеріальної спадщини. Місто має свій впізнаваний естетичний стиль, туристичний бренд та правила візуального туристичного ознакування.



ПІДТРИМУЮЧІ СФЕРИ

Уманчани пишаються своїм містом, активно вивчають багатокультурне минуле свого міста, є ключовими промоутерами туризму в Умані, окрім відомих осіб-амбасадорів. Школярі та студенти в Умані вивчають уманієзнавство, відповідально ставляться до конфліктної історичної спадщини в Умані та цінують міжнаціональну толерантність, пишаючись власною ідентичністю.

В Умані продумана туристична мобільність - діє система електробусів та електрокарів для туристів, система велодоріжок (туристичних та комбінованих для мешканців та туристів), застосовано принципи універсального дизайну в міській інфраструктурі. Це є важливим фактором привабливості Умані для туристів з дітьми та «срібних» туристів.

Міська влада активно працює з державними органами для лобювання кращого залізничного сполучення для Умані. Уманський аеродром приймає туристичні чартери впродовж високого сезону (паломники та туристи).

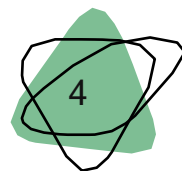
Розвиток туризму активно живить місцеве підприємництво, - у місті будують нові готельні комплекси, ресторани, кав'ярні - різного типу, цінових сегментів та профілів. Бізнеси активно конкурують, створюючи добру пропозицію для туристів та основу для подієвого туризму. Виробники локального продукту (продуктів харчування, сувенірів) розвиваються завдяки зростанню туристів у місті. Завдяки паломникам, уманські бізнеси опановують унікальні ніші на національному ринку (наприклад кошерної продукції).

Заклади освіти готують кадри для місцевих культурних інституцій, креативних індустрій, сфери туризму, галузі HoReCa, які мають необхідні компетенції - від знання мов (англійської, іврит, польської тощо), культурного менеджменту до сервісного дизайну. Студенти в Умані активно включаються у культурне та підприємницьке життя міста, переймаючи цінності уманчан та стаючи промоутерами Умані.

УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ

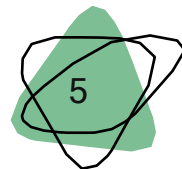
В Умані діє Бюро розвитку туризму, яке координує зусилля різних заінтересованих сторін у розвитку культурних продуктів, залучення операторів для проведення заходів в уманських локаціях та залучення ресурсів в місто. Бюро є рушієм розвитку туризму в місті, відповідаючи за реалізацію Стратегії. У місті діє Туристично-інформаційний центр (ТІЦ), який надає безкоштовні послуги туристам. Мобільні відділення ТІЦ діють у всіх частинах великого туристичного квадрату під час високого туристичного сезону, особливо у Софіївці та єврейському кварталі.

Місто активно просуває Умань як дестинацію, впроваджуючи туристичні промоційні кампанії (відповідно до стратегії та правил туристичної промоції). Про Умань створено різноманітний контент, що базується на історичних вишукуваннях та



дослідженнях, доступний у сучасних цифрових форматах. Уманчани долучені до творення туристичного контенту про місто.

В Умані підтримуються пілотні ініціативи з молодіжного, реабілітаційного та спортивного туризму, які можуть стати базою для наступної фази розвитку туризму у місті.



СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ 2025

1. ВІЗУАЛЬНА ПРИЯЗНІСТЬ ТА ЧИСТОТА УМАНІ.

- 1.1. Привести центральну частину у відповідність до єдиного візуального стилю.
- 1.2. Усі ключові туристичні об'єкти (вкл. об'єкти спадщини та важливі для паломництва) ознаковані ключовими мовами.
- 1.3. Проведено реставрацію мін. 5 пам'яток архітектури, усі аварійні будинки захищені.
- 1.4. Освітлення центральної частини міста та ключових туристичних територій - мін. 30 пам'яток архітектури, усі 4 ключові туристичні території.
- 1.5. Впроваджена система зменшення відходів та поводження з відходами після масових заходів, особливо після святкування фестивалю Рош га-Шана.
- 1.6. Підвищено рівень сервісу у закладах сектору HoReCa.

2. КОМПЛЕКСНІ ТУРИСТИЧНІ ПРОДУКТИ.

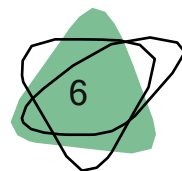
- 2.1. Постійний доступ (мін. 5 у низький сезон, та 10 - у високий сезон) до інтерактивних сучасних привабливих та пізнавальних культурних продуктів (виставок, фестивалів, заходів), мін. половина з яких може заповнити час між відвідуваннями ключових туристичних територій Умані.
- 2.2. Впроваджено туристичні продукти, пов'язані з хасидизмом та орієнтовані не лише на хасидів.

3. ВКЛЮЧЕННЯ УМАНЧАН ДО РОБОТИ ІЗ СПАДЩИНОЮ ТА ТУРИСТИЧНОЇ ПРОМОЦІЇ МІСТА.

- 3.1. Запроваджено курс уманізнавства у місцевих школах.
- 3.2. Мін. 50% уманчан залучено до розважальних подій, і не менше 10% - до культурних.
- 3.3. Місцева хасидська громада залучена до роботи із спадщиною та створення туристичних продуктів за межами єврейського кварталу.

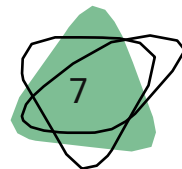
4. ПЕРЕТВОРЕННЯ СТАРОЇ УМАНІ НА КЛЮЧОВУ ТУРИСТИЧНУ ТЕРИТОРІЮ.

- 4.1. Розробка комплексного проекту реконструкції території ДІАЗ.
- 4.2. Розробка необхідної документації та реконструкція центрального двору ДІАЗ, а також інших базових частини інфраструктури.
- 4.3. Впровадження мін. 1 культурного продукту на території ДІАЗ із значним впливом (мін. 5.000 відвідувачів) на рік.
- 4.4. Залучення мін. 10 культурних операторів на територію ДІАЗ для проведення заходів.



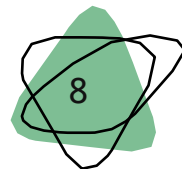
5. УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ, КУЛЬТУРНОЮ СПАДЩИНОЮ ТА ПАЛОМНИЦТВОМ.

- 5.1. Діє Бюро розвитку туризму.
- 5.2. Діє туристично-інформаційний центр (ТІЦ).
- 5.3. Створено управління культурної спадщини.
- 5.4. Розроблено концепт розвитку та детальний план території єврейського кварталу та стратегію роботи з паломниками для інтегрованої у місто екосистеми паломництва.
- 5.5. Діє міський туристичний портал.
- 5.6. Ефективна міська система комунікації між культурними та туристичними операторами та заінтересованими сторонами (робочі групи, ради, дорадчі органи, асоціації, неформальні платформи, контактні групи).
- 5.7. Підвищено спроможність культурних операторів Умані у залученні зовнішнього фінансування та впровадженні комплексних туристичних продуктів.



ОПЕРАЦІЙНІ ЦІЛІ 2023

1. Створити в Умані ефективний ТІЦ як базову інституцію для розвитку туризму.
2. Розробити та впровадити єдиний візуальний стиль.
3. Відреставрувати будинок культури й 2 пам'ятки архітектури та ознакувати 50 об'єктів.
4. Впровадити 3 нових успішних культурних продукти та реалізовувати не менше 50 культурних та розважальних активностей на рік (не менше ніж кількість до початку карантину у 2020 р.).
5. Реконструювати центральний двір «Старої Умані» та проводити 10+ знакових заходів.



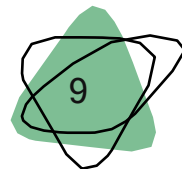
ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 1

Створити в Умані ефективний ТІЦ як базову інституцію для розвитку туризму.

- Стаціонарний ТІЦ у Будинку культури (БК), який пріоритетно націлений на уманчан.
- ТІЦ у БК виконує координаційні функції розвитку туризму в Умані (прото-Бюро розвитку туризму) – підтримує та розвиває туристичний портал, організовує просвітницькі заходи для уманчан, навчальні заклади для учасників ринку, є платформою для учасників ринку, готує та впроваджує проекти розвитку туризму, координує знакові проекти (співпраця з НДП «Софіївка» та візит-центром Софіївки).
- Мобільний ТІЦ - Софіївка у сезон, хасидський квартал у Рош-га-шана.
- ТІЦ веде облік туристів, збирає дані, на основі яких УМР проводить оцінку ефективності роботи ТІЦ.

КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

1. Інституційне створення та забезпечення ТІЦ.
 - Юридичне оформлення.
 - Визначення тимчасового офісу та його підготовка.
 - Фінансове забезпечення (бюджет, прив'язка до джерел доходів – туристичний збір).
2. ТІЦ у Будинку культури.
 - Розробка технічного завдання. Забезпечення доступності (окремий вхід) (2021, відповідальний - відділ туризму, МБК).
 - Актуалізація наявної документації (ПКД) (2021 - відповідальний відділ туризму, МБК).
 - Проведення реконструкції частини приміщень у Будинку культури під потреби ТІЦ (2021, відповідальний відділ туризму, МБК).
3. Персонал ТІЦ.
 - Пошук та призначення керівника ТІЦ (на початку - т.в.о.).
 - Визначення профілів, набір персоналу.
 - Навчання - початкове, підвищення кваліфікації, менторська підтримка.
4. Візит-центр у Софіївці.
 - Будівництво візит-центру на Садовій (2021, відповідальний - НДП «Софіївка»).
 - Узгодження та легалізація правил торгівлі перед парком.
 - Спільна робоча група з НДП «Софіївка» та УМР (підготовка та підписання меморандуму, узгодження приміщення для ТІЦ у приміщенні візит-центру Софіївки) (2021, відповідальний - управління туризму УМР).
5. Мобільний ТІЦ (за умови наявності грантового фінансування або інших позабюджетних коштів).
 - Прототип мобільного ТІЦ на вул. Київській (естетична палатка) - планування,



розміщення, оцінка ефективності. (2021, відповідальний відділ туризму).

- Підготовка технічного завдання та пошук рішення для мобільного ТІЦ на основі результатів пілотування. (2022, відповідальний - керівник ТІЦ).
- Придбання та введення в експлуатацію (2023, відповідальний - керівник ТІЦ).

6. Матеріали ТІЦ.

- Інформаційні матеріали для уманчан.
- Інформаційні матеріали для туристів.
- Стійка у Софіївському готелі та інших готелях міста.

7. Туристичний портал.

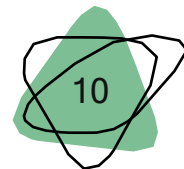
- Технічне завдання на забезпечення діяльності.
- Бюджет на підтримку та розвиток (підрядників - технічне, контентне, просування).

8. Комунікація

- Обслуговування мешканців та туристів.
- Підтримка сторінки у Facebook.
- Проведення інформаційних кампаній (акцій, розіграшів).
- Події для уманчан.
- Події для учасників туристичного ринку (навчання, робочі зустрічі, тематичні зустрічі).

9. Робота з даними.

- Методологія збору даних, збір даних, аналіз отриманих даних, оприлюднення.
- Розробка портрету туриста в Умані.
- Проведення дослідження потреб у культурних продуктах та дозвіллі уманчан.



ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 2

Розробити та впровадити єдиний візуальний стиль.

- В місті розроблений єдиний візуальний стиль зовнішнього ознакування.
- Розроблена та проваджується стратегія приведення зовнішнього вигляду у відповідність до затвердженого візуального стилю.
- У 2022 всі рекламні конструкції та вивіски у місті приведені у відповідність до візуального стилю міста.

КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

1. Розробка та затвердження візуального стилю міста.
 - Розробка візуального стилю міста / візуальний код міста. (2021, відповідальний відділ туризму).
 - Затвердження візуального коду міста на сесії УМР.
2. Затвердження правил зонінгу для візуальних конструкцій.
 - Підготовка описової та графічної частини.
 - Підготовка каталогу конструкцій.
 - Розробка рекомендацій щодо стану фасадів в історичній частині міста, у т.ч. правил освітлення фасадів.
 - Затверджено стиль ознакування для об'єктів культурної спадщини та туристичних об'єктів. (2020, у рамках проекту ReHERIT, відповідальний – відділ туризму, відділ архітектури, відділ культури).
3. Заміна рекламних конструкцій.
 - Затверджений графік заміни візуальних конструкцій.
4. Затверджена програма стимулювання власників конструкцій.
 - Визначений підхід до стимулювання (штрафи / гранти / конкурси).
 - Затверджена міська програма.
5. Просвітництво щодо візуального стилю міста.
 - Проведення інформаційних семінарів для власників рекламних конструкцій у місті.
 - Проведення семінарів для ОСББ та власників будівель в історичній частині щодо правил реконструкції, у т.ч. фасадів.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 3

Відреставрувати будинок культури й 2 пам'ятки архітектури та ознакувати 50 об'єктів.

- Повна реконструкція Будинку культури - якірна споруда на центральній відремонтованій площі.
- Набути досвід якісної реставрації об'єктів культурної спадщини (відсутній станом на 2019) через проведення реставрації та реконструкції 2 пам'яток.

КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

1. Реконструкція Будинку культури.
 - Освітлення відповідно до правил освітлення фасадів будинків (див. операційну ціль 2).
2. Реконструкція будинку готелю «Новоєвропейський».
 - Переосмислення функції будівлі та підготовка стратегії розвитку.
 - Підготовка технічної документації на реставрацію (оцінка стану тощо).
 - Освітлення відповідно до правил освітлення фасадів будинків (див. операційну ціль 2).
3. Реставрація та реконструкція костелу.
 - Переосмислення функції будівлі та підготовка стратегії розвитку.
 - Підготовка технічної документації на реставрацію (оцінка стану тощо).
 - Освітлення відповідно до правил освітлення фасадів будинків (див. операційну ціль 2).
4. Зовнішнє ознакування.
 - Визначено перелік ключових об'єктів культурної спадщини та туристичних об'єктів.
 - Ознаковано 50 об'єктів відповідно до правил (див. операційну ціль 2).

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 4

Впровадити 3 нових успішних культурних продукти та реалізувати не менше 50 культурних та розважальних активностей на рік (не менше ніж кількість до початку карантину у 2020 р.).

- Успішні нові культурні продукти - понад 2.000 відвідувачів, позитивні відгуки культурних менеджерів та відвідувачів, живляться спільною культурною спадщиною міста.
- Розроблено культурні та розважальні продукти для різних категорій - екологічні, релігійні, дитячі продукти та різних типів досвіду - патріотично-історичного, духовно-релігійного, розважального.
- В Умані впроваджують культурні продукти, які об'єднують Умань та Уманщину (Умань+) та продукти з інтерактивними форматами.
- Умань активно використовує фестивалі як ядро туристичної пропозиції. Місцеві оператори розвивають власні формати, використовують досвід успішних форматів з інших міст та надають локації в Умані для проведення фестивалів організаторам з інших міст.

КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

1. Запущена програма підтримки організаторів фестивалів.
 - Школа фестивального менеджменту - розроблена та запущена. (2021, відповідальний - відділ молоді, відповідальні відділ туризму, відділ культури).
 - Розроблені рамкові умови доступу до підтримки фестивалів з боку УМР (прописані прозорі правила доступу до локацій та правил їх використання, умови надання фінансової підтримки проведення фестивалів в Умані).
 - Розроблено та подано заявки на проведення фестивалів в Умані (Український культурний фонд, конкурси 2021 та 2022 років).
 - Впроваджено окремий пріоритет на підтримку фестивалів у громадському бюджеті (голосування та експертний відбір експертною комісією). (2021)
 - Розроблено та впроваджено механізм супроводу початківців / ініціаторів фестивалів. (2022)
 - Маркетинг Умані як локації для фестивалів та гастролей (2022, відповідальний - ТІЦ).
2. Стимулювати створення місцевих туристичних операторів та легалізацію суб'єктів туристичної діяльності.
 - Опрацювання запитів уманчан на туристичні продукти (зведена аналітика для потенційних операторів) (відповідальний - ТІЦ).
 - Регулярні зустрічі учасників ринку (щомісяця) (відповідальний - ТІЦ).
 - Інформаційна підтримка створеним туристичним операторам (відповідальний - ТІЦ).
3. Впровадити культурні продукти формату Умань+.

- Тур з тематики трипільської культури – розробка, пілотування, впровадження (відповідальний - ТІЦ).
 - Тури вихідного дня з Умані по Уманщині – розробка, пілотування, впровадження.
4. Культурні продукти на базі краєзнавчого музею.
- Просування, доповнення та розширення інтерактивних експозицій (проект Музей відкрити на ремонт, 3D mapping на фасаді).
 - Впроваджувати наявну концепцію модернізації музею.
 - Тематичні екскурсії та інтерактивні експозиції про спільну спадщину, зокрема хасидизм.
 - Квести, нічні театралізовані дійства (з розширенням на нові об'єкти та теми).
5. Апробовано та запущено нові формати культурних продуктів (підтримка проектних заявок на УКФ).
- Вулична культура - події, перформанси, фестивалі, урбан-парки тощо (відповідальні - ГО Вулична культура).
 - Аудіогіди - просування та розширення розроблених у рамках проекту Re-HERIT (відповідальні - ТІЦ, відділ туризму)
 - Мобільні додатки – розширення контенту про Умань у популярних туристичних додатках (відповідальний - ТІЦ).
 - Парк мініатюр у сквері Черняховського (магніти).
6. Залучено молодь до розробки та впровадження нових культурних та розважальних продуктів.
- Міська програма волонтерства на подіях та заходах - координація потреби, промоція серед молоді можливостей, відслідковування впливу. (2021, відповідальний - молодіжна рада)
7. Організація роботи екскурсиводів.
- Проведення навчальних подій на базі ТІЦ, Педагогічного університету, музеїв.

ОПЕРАЦІЙНА ЦІЛЬ 5

Реконструювати центральний двір «Старої Умані» та щороку проводити 10+ знакових заходів.

- Розроблено та затверджено комплексну концепцію розвитку ДІАЗ «Стара Умань» та завершено перший етап перетворення комплексу на туристичний якір міста (перший етап реалізації концепції). Реконструйовано центральний двір ДІАЗ «Стара Умань».
- Персонал та локації ДІАЗ «Стара Умань» активно включені у культурні продукти, - доповнюючи та збагачуючи ці продукти.
- Проводиться 10+ знакових заходів на рік, - фестивалі, кінопокази, ярмарки, концерти, виставки тощо. У ДІАЗ «Стара Умань» цілорічно пропонує культурні продукти нової якості для уманчан та туристів, - майстер-класи, авторські екскурсії, експозиції тощо.

КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ

1. Розроблено та затверджено комплексну стратегію розвитку ДІАЗ «Стара Умань».
 - Створено робочу групу, розроблено та представлено концепт розвитку. (2020, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Розроблено комплексну стратегію розвитку ДІАЗ «Стара Умань» на період до 2030р. (функції локацій, план реставрації та реконструкції, культурні продукти, фінансова модель, операційна модель, концепції проектів, план заходів з впровадження тощо). (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
2. Завершено реконструкцію дворику «Стара Умань».
 - Розроблено проектно-кошторисну документацію. (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Підготовлено проектні заявки на фінансування. (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Проведено реконструкції дворику. (2022)
3. Розроблені, адаптовані, відпілотовані та впроваджені культурні продукти.
 - Місто майстрів - адаптовано концепцію системна робота з майстрами, модель роботи містечка ДІАЗ). (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Місто майстрів - пілотування та впровадження адаптованої концепції. (2022, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Підготовлено та подано проектні заявки на виставкові проекти (або інші проекти згідно комплексної стратегії розвитку). (2020-2022, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Реалізовано мін. 2 виставкових проекти нового рівня якості. (2021-2022, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Досліджені, промарковані, розроблені, відпілотовані та впроваджені туристичні маршрути підземеллями. (2021-2022, відповідальний - ДІАЗ

«Стара Умань»)

4. «Стара Умань» використовується як локація для проведення подій.
 - Розроблений механізм проведення подій на локації (умови, договори тощо) та розроблено маркетингові матеріали для заінтересованих організаторів. (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань»)
 - Залучено мін. 5 подій на локації ДІАЗ «Стара Умань» (фестивалі / вечірки / кінопокази з платним та / або безкоштовним входом). (2021, відповідальний - ДІАЗ «Стара Умань», відділ культури, відділ туризму)

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ

Порядок розробки стратегії

Засідання Робочої групи №1 (квітень 2019 р.) - Ознайомче.

Засідання Робочої групи №2 (червень 2019р.) - Візія.

Засідання Робочої групи №3 (вересень 2019р.) - Завдання та проекти.

Засідання Робочої групи №4 (листопад 2019р.) - ТІЦ.

Засідання Робочої групи №5 (грудень 2019р.) - Операційні цілі 2022, операційні завдання

Засідання Робочої групи №6 (лютий 2020р.) - Операційні цілі 2022, операційні завдання (культурні продукти, Стара Умань).

Засідання Робочої групи №7 (вересень 2020р.) – перегляд та затвердження операційних цілей, вплив COVID-19 на туризм та паломництво, ключові завдання до операційних цілей, подальші дії зі стратегією.