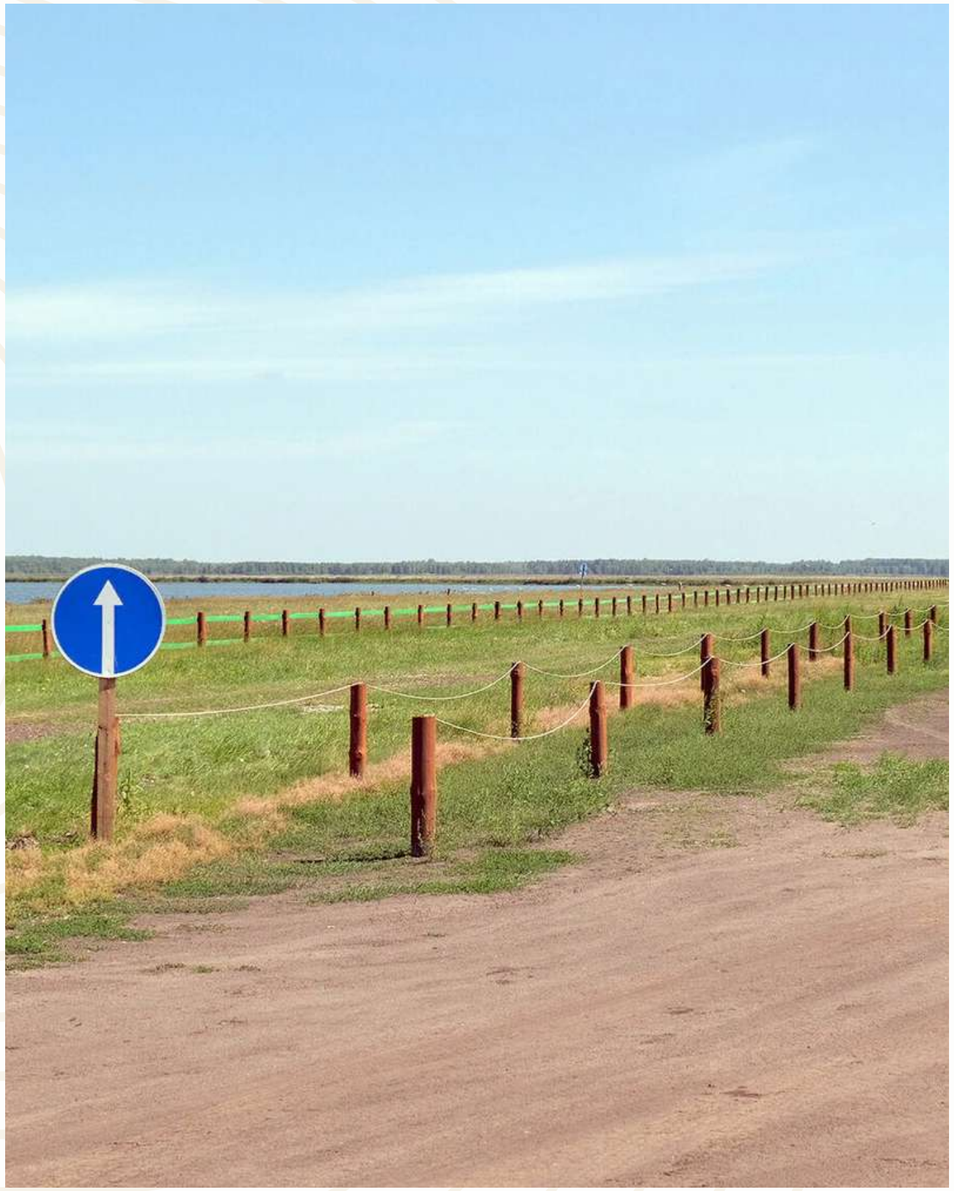
"Озеро Соленое - новый бренд оздоровительного туризма Тюменской области"

Представленный проект носит **комплексный характер**, результаты, полученные в ходе аналитико-исследовательского этапа разработки бренда туристической дестинации озеро Соленое (Бердюжский район, Тюменская область), позволили сделать выводы об **актуальности выбранной ниши оздоровительного туризма** и сформированных на текущий момент потребительских сегментах, их социально-демографических, поведенческих и психографических особенностях.



Описание проекта

В ходе работы над формированием бренда авторами **сгенерированы основные элементы его восприятия** (визуальные, вербальные, эмоциональные), **выдвинуты** и **обоснованы** имиджевые характеристики, стратегии и атрибуты позиционирования, разработана концептуальная модель туристского пространства, а также программа продвижения и коммуникации с целевыми аудиториями, нацеленная на результат: завоевание и закрепление лидерских позиций в выбранной нише.

Практическая реализация проекта принесет мультипликативный эффект не только туристической дестинации, но и туристскому сектору Тюменской области.

Содержание проекта

05 Определение территориальных границ, постановка целей и задач, концепции разрабатываемого бренда

09 Определение целевой аудитории и ее характеристик

29 Общие сведения о Бердюжском районе, уровне развития инфраструктуры, ресурсном потенциале

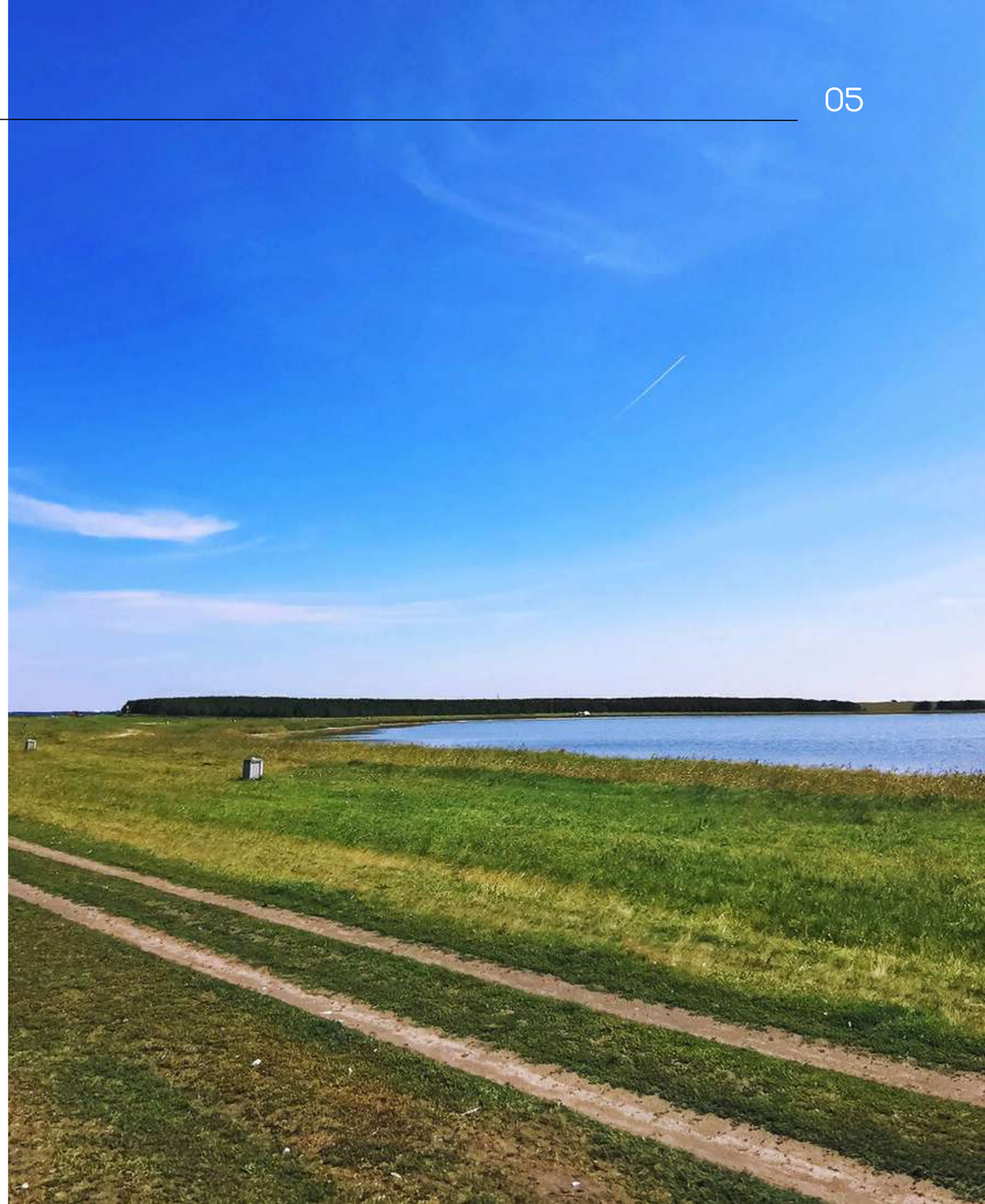
40 Создание пирамиды территориального бренда и формирование основ для позиционирования

49 Разработка и обоснование визуальных и вербальных элементов бренда

65 Формирование имиджа и выявление каналов продвижения

Разрабатываемый территориальный бренд носит **локальный характер**, географическая зона - **Бердюжский район Тюменской области, Россия**.

Цель разработки бренда «Озеро Соленое»:
создание его уникального образа в сознании жителей и туристской общественности, что способствует формированию и росту его туристической и инвестиционной привлекательности.



Задачи:

1. **Повышение узнаваемости и популярности** территории Бердюжского района и самой локации (**озеро Соленое**), создание привлекательного образа;
2. **Увеличение туристского потока и доходов** от туризма
3. **Обеспечение новых рынков сбыта** для ключевых товаров Бердюжского района
4. **Обеспечение потока внебюджетных инвестиций** в развитие инфраструктуры района
5. **Обеспечение присутствия бренда территории** в информационном пространстве, трансляция территориальных событий вовне
6. **Создание новых рабочих мест** для жителей района и близлежащих населенных пунктов

Концепция wellness-туризма

- Сознательный выбор здорового образа жизни
- Вэлнес - это форма жизни, направленная на достижение оптимального физического, ментального и духовного состояния

Глэмпинг-концепция

- Стильный, комфортный и недорогой вариант размещения на природе
- Мобильность и органическое вписывание в природную среду без нанесения ей вреда

Концепция хилинг-туризма

- Сочетание физической активности, релакса и энергии природы – три кита healing-концепции
- Избавление от побочных эффектов цивилизации - переутомлени ис тресса за счет пребывания в атмосфере расслабления и исцеляющего воздействия природных ресурсов

Концепция осознанного потребления

- Основана на потреблении ресурсов и продуктов, совмещающее удовлетворение потребностей при отсутствии негативного воздействия на окружающую среду
- Фудшеринг, сортировка отходов, отказ от одноразовых товаров

Сегментация целевой аудитории территориального бренда проводилась на основе:

Географические

- Место проживания
- Гражданство

Поведенческие

- Мотивы соприкосновения с брендом

Экономические

- Уровень дохода
- % от основного дохода, который аудитория готова потратить на туризм

Социально-демографические

- Пол
- Возраст
- Семейное положение

Психографические

- Триггеры, детерминирующие взаимодействие с брендом
- Инсайты

Инвесторы

частные инвесторы,
транснациональные компании,
Тюменские компании.

Мотивы покупки:

- Увеличение денежных средств посредством **вложения их в масштабный проект** «Соленое».

- Также для инвесторов это **отличный PR-ход** - повышение их узнаваемости.

Местные жители

мужчины / женщины

Мотивы покупки:

- Озеро соленое для местных жителей самый доступный бальнеокурорт как в финансовом, так и в географическом плане, ведь жителям поселка будут предоставляться скидки на использование инфраструктуры рекреационного комплекса.

- В глэмпингах местные жители могут собраться и отпраздновать какой-либо событие (например день рождения).

- Они в силах поддержать местный бренд, кроме того комплекс на озере предоставит новые рабочие места.

Местные жители

мужчины / женщины

Триггер:

«Соленое» место в шаговой доступности, где вы сможете отдохнуть душой и телом, поправить здоровье, восстановить жизненные силы, а также подзаработать в летний период.

Местные жители

мужчины / женщины

Инсайт:

Ситуация: студент после сессии на лето возвращается в родной поселок, появляется выгорание после длительной учебы, также на его состояние влияет недостаток денег

Скрытая проблема: хочет заработать денег, восстановить жизненные силы.

Чудо-решение: В «Соленом» для местных жителей предоставляются рабочие места, также есть возможность посетить занятия йогой, покупаться в озере и воспользоваться такой услугой как грязевые процедуры - это поможет восстановить жизненные силы.

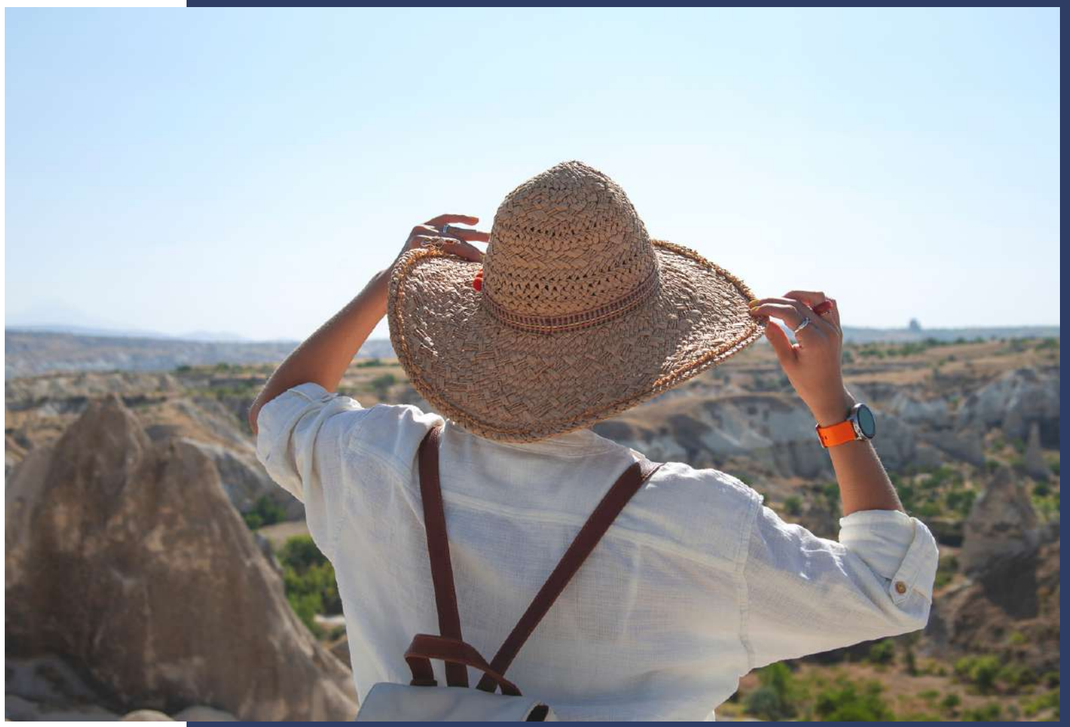
Туристы из ближнего зарубежья

Мотивы покупки:

- Познакомиться с **welness-индустрией и хилингом.**
- **Отдохнуть** душой среди природы.
- **Наполнится энергией**, благодаря лесу, озеру, занятием йогой.
- **Проникнуться культурой** Тюменской области, бердюжского района.
- Посетить сувенирный клуб с целью **создать что-то интересное на память** о данном месте.

Мужчины, женщины возрастом 25-60 лет. Ведут активный образ жизни, часто путешествуют, занимаются спортом.

Предпочитают ездить в Россию с целью подправить здоровье, "омолодиться", отдохнуть телом и душой.



Туристы из ближнего зарубежья

Мужчины, женщины возрастом 25-60 лет. Ведут активный образ жизни, часто путешествуют, занимаются спортом.

Предпочитают ездить в Россию с целью подправить здоровье, "омолодиться", отдохнуть телом и душой.

Триггер:

Одно из лучших мест, чтобы ближе познакомится с природой Сибири, на миг очутится в среде сибирского человека.

"Соленое" - **место, где можно познать себя, природу и обрести гармонию в душе.**

Озеро "Солёное"

Туристы из ближнего зарубежья

Инсайт:

Ситуация: семейная пара, проживая в Казахстане, выбирает место, которое можно посетить летом, чтобы получить новые впечатления, сменить обстановку, набраться сил, побыть наедине друг с другом, подышать свежим воздухом.

Скрытая проблема: хотят затратить минимум времени на дорогу, но оказаться в совершенно уникальном месте.

Чудо-решение: "Соленое" находится недалеко от границы с Казахстаном, среди дикой сибирской природы. Является аналогом мертвого моря, которое находится в Израиле.

Мужчины, женщины возрастом 25-60 лет. Ведут активный образ жизни, часто путешествуют, занимаются спортом.

Предпочитают ездить в Россию с целью подправить здоровье, "омолодиться", отдохнуть телом и душой.

Озеро "Солёное"

Туристы

Мотивы покупки:

Озеро "Соленое" соединяет в себе как активные виды деятельности, так и спокойные, размеренные развлечения.

Это место, где каждому гостю найдется дело по душе.

За несколько дней можно покупаться, прогуляться по лесу, собственными руками сделать подарок на память, отдохнуть в современных и комфортных глэмпингах.

- Возраст - 18-25 лет
- Доход - средний / ниже среднего
- Девушки и юноши, которые проживают как в Тюменской области, так и ближайших регионах.
- Девушки занимаются духовными практиками, йогой, придерживаются осознанного потребления, следят за собой и своим здоровьем.
- Юноши активно занимаются спортом, ездят на рыбалку, любят гулять по лесу, летом выезжают за город с друзьями на природу.

Туристы

Триггер:

На озере "Соленое" построены дома для больших компаний, установлены мангалы.

Территория "Соленого" настолько красива и завораживающая, что **отлично подойдет и для фотосессий**.

- Возраст - 18-25 лет
- Доход - средний / ниже среднего
- Девушки и юноши, которые проживают как в Тюменской области, так и ближайших регионах.
- Девушки занимаются духовными практиками, йогой, придерживаются осознанного потребления, следят за собой и своим здоровьем.
- Юноши активно занимаются спортом, ездят на рыбалку, любят гулять по лесу, летом выезжают за город с друзьями на природу.

Туристы

Инсайт:

Ситуация: молодая пара решает, куда стоит поехать отдохнуть на выходные, чтобы было интересно и парню и девушке.

Скрытая проблема: интересы у юноши с девушкой разные, поэтому сложно найти место, которое находится недалеко от города и предоставляется различные виды активностей.

Чудо-решение: "Соленое" - место, где девушка может сделать себе яркие фотографии, заняться йогой, прогуляться в тишине по лесу, побыть наедине вместе с молодым человеком.
Для юноши также найдутся развлечения: купание в озере, мангал для жарки шашлыков, изучение природы вокруг "Соленого".

- Возраст - 18-25 лет
- Доход - средний / ниже среднего
- Девушки и юноши, которые проживают как в Тюменской области, так и ближайших регионах.
- Девушки занимаются духовными практиками, йогой, придерживаются осознанного потребления, следят за собой и своим здоровьем.
- Юноши активно занимаются спортом, ездят на рыбалку, любят гулять по лесу, летом выезжают за город с друзьями на природу.

Туристы

Мотивы покупки:

- На озере "Соленое" присутствует **лечебная грязь**, которая благоприятно влияет на здоровье, **предоставляются глэмпинги**, в которых комфортно переночевать с семьей.
- В данный комплекс **можно приехать с друзьями** с целью покупаться, пожарить шашлыки.
- Озеро находится **среди природы**, благодаря чему можно подышать свежим воздухом, отдохнуть телом и душой, позаниматься йогой.

- Возраст - 26-36 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе.
- В свободное время находятся с семьей, встречаются с друзьями, часто уделяют время себе: занимаются спортом, йогой, читают книги.
- Летом ездят на природу (погулять по лесу, покупаться) как с большими компаниями, так и с семьей. Следят за своим ментальным и физическим здоровьем.

Туристы

Триггер:

В "Соленом" есть возможность **абстрагироваться от городской суеты**, ускоряющегося темпа жизни, многочисленных стрессоров, **ощутить гармонию с природой**, восстановить жизненные силы, **воспользоваться оздоровительными ресурсами**.

- Возраст - 26-36 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе.
- В свободное время находятся с семьей, встречаются с друзьями, часто уделяют время себе: занимаются спортом, йогой, читают книги.
- Летом ездят на природу (погулять по лесу, покупаться) как с большими компаниями, так и с семьей. Следят за своим ментальным и физическим здоровьем.

Туристы

Инсайт:

Ситуация: семейная пара появилось профессиональное выгорание к работе.

Скрытая проблема: хотят набраться жизненных сил, обрести гармонию в душе.

Чудо-решение: В "Соленом" есть возможность забронировать уютный, комфортный дом, посетить занятия йогой, прогуляться по лесу, покупаться в озере - все, что нужно, чтобы восстановиться, набраться сил, отдохнуть от шума города.

- Возраст - 26-36 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе.
- В свободное время находятся с семьей, встречаются с друзьями, часто уделяют время себе: занимаются спортом, йогой, читают книги.
- Летом ездят на природу (погулять по лесу, покупаться) как с большими компаниями, так и с семьей. Следят за своим ментальным и физическим здоровьем.

Туристы

Мотив покупки:

Посетили множество курортов и разных мест, поэтому ищут что-то новое и интересное, но при этом комфортное для семейного отдыха.

- Возраст - 37-45 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе, в свободное время проводят с семьей.
- Любят путешествовать по России. Летом находятся в поиске посещения новых интересных мест.
- Многих сопровождает кризис среднего возраста, поэтому они тщательнее следят как за ментальным, так и за физическим здоровьем.

Туристы

Триггер:

На озере можно остановиться в комфортном домике рассчитанном на несколько человек, при этом заняться как **активным видом отдыха**, так и **расслабиться на пляже среди ароматного леса**.

- Возраст - 37-45 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе, в свободное время проводят с семьей.
- Любят путешествовать по России. Летом находятся в поиске посещения новых интересных мест.
- Многих сопровождает кризис среднего возраста, поэтому они тщательнее следят как за ментальным, так и за физическим здоровьем.

Туристы

Инсайт:

Ситуация: муж и жена долго ищут подходящее место где можно отдохнуть семьей от городского шума, поправить свое здоровье, подышать свежим воздухом и насладиться природой.

Скрытая проблема: хотят изменения обстановки, устали от визуального и аудиального шума города.

Чудо-решение: озеро «Соленое» - кусочек Мертвого моря в Сибири, это место поможет погрузиться в себя, забыть о проблемах, с пользой провести время с семьей и насладиться природой.

- Возраст - 37-45 лет
- Доход - средний / выше среднего
- Есть дети
- Большое количество времени уделяют работе, в свободное время проводят с семьей.
- Любят путешествовать по России. Летом находятся в поиске посещения новых интересных мест.
- Многих сопровождает кризис среднего возраста, поэтому они тщательнее следят как за ментальным, так и за физическим здоровьем.

Туристы

Мотив покупки:

На озере «Соленом» можно ощутить на себе **целебные свойства грязи и воды**, которые помогают при различных болезнях.

Место находится близь поселка - среди природы, благодаря чему можно **устраивать пешие прогулки, заниматься йогой, дышать свежим воздухом.**

- Возраст - 45+ лет
- Доход - средний
- Детей нет (больше 18 лет)
- Проживают в Тюменской области, соседних регионах.
- Ведут здоровый образ жизни: занимаются ходьбой, йогой, духовным развитием личности, много читают.
- Часто посещают оздоровительные комплексы с целью профилактики.

Туристы

Триггер:

«Соленое» одно из лучших мест, где можно **поправить свое здоровье** благодаря целебным свойствам воды и грязи, **абстрагироваться от визуального и аудиального шума города**, отдохнуть душой и телом.

Уединение с природой благоприятно скажется на эмоциональном состоянии.

- Возраст - 45+ лет
- Доход - средний
- Детей нет (больше 18 лет)
- Проживают в Тюменской области, соседних регионах.
- Ведут здоровый образ жизни: занимаются ходьбой, йогой, духовным развитием личности, много читают.
- Часто посещают оздоровительные комплексы с целью профилактики.

Туристы

Инсайт:

Ситуация: люди старшего возраста начинают ощущать на себе действие городской суеты и повседневных стрессоров, эмоциональное и профессиональное выгорание.

Скрытая проблема: нерациональное распределение времени на отдых и дела.

Чудо-решение: проведение осознанного отдыха и досуга на озере «Солёное» и купание в солёной богатой минералами водой.

- Возраст - 45+ лет
- Доход - средний
- Детей нет (больше 18 лет)
- Проживают в Тюменской области, соседних регионах.
- Ведут здоровый образ жизни: занимаются ходьбой, йогой, духовным развитием личности, много читают.
- Часто посещают оздоровительные комплексы с целью профилактики.

"Частица малая большой державы"

Общие сведения

- Площадь: 2,8 тыс. кв км.
- Население ~ 11 тыс. чел.
- > 300 км отделяет районный центр Бердюжье от областного центра.
- Лежит у границы России и Казахстана, в селе Заросло распологается пограничная застава.
- Снова, как и три века назад, с этих мест начинается русская земля, начинается Россия.

Уровень развития инфраструктуры

- Является сельскохозяйственным районом; с/х угодья равны 282,9 тыс. га.
- Находится в Лесостепном природном комплексе.
- 38 хозяйств: разведение КРС молочного и мясного направлений, выращивание с/х культур .
- Протяженность автомобильных дорог - 350 км.
- 256 озёр, одно уникальное по своим целебным свойствам, - озеро "Солённое".
- Запасы сапропеля (лечебной грязи) - 8892 тыс. м^3, торфа - 54 588.

На территории размещаются:

- школа, дошкольные учреждения;
- предприятия социальной сферы;
- районная больница, аптеки;
- большой стадион, лыжная база, дом культуры;
- магазины, торговые комплексы;
- банк;
- парк победы, аллея славы, центральный сквер;
- автовокзал, гостиница.

Уровень развития инфраструктуры

Модернизируется отрасль переработки, есть крупные предприятия:

- ООО «Молоко» - цельномолочную продукцию в пакетах, в пластиковых бутылках, масло, сыры;
- ООО «Бриз» - переработка рыбы; СПССПК «Энергия» - производство мяса, субпродуктов и полуфабрикатов;
- ООО ТПП «Спектр» - производство муки;
- СПК «Енисей - производство крупы.

Мелкие цеха:

- ИП Соленик Н.В., ИП Сехниаидзе Д.И. - производство рассольных сыров;
- ИП Руденко А.Ф., ИП Ерофеева В.А., ООО ТПП «Спектр», ООО «Возрождение» - производство хлеба и хлебобулочных изделий;
- ИП Капитонов А.С., ИП Булдаков О.Б. - вылов рыбы.

- Субъекты малого и среднего предпринимательства в районе занимаются торговым обслуживанием населения, оказанием услуг общественного питания, бытовых услуг, строительством.
- Открываются новые производства и модернизируются действующие, развивается сфера общественного питания, расширяется придорожный сервис.

В 2021 году при поддержке «РН-Уватнефтегаз», «Тюменнефтегаз» и «Тюменского нефтяного научного центра» (дочерних компаний «Роснефти», ведущих деятельность в Тюменской области) проведено благоустройство территории.

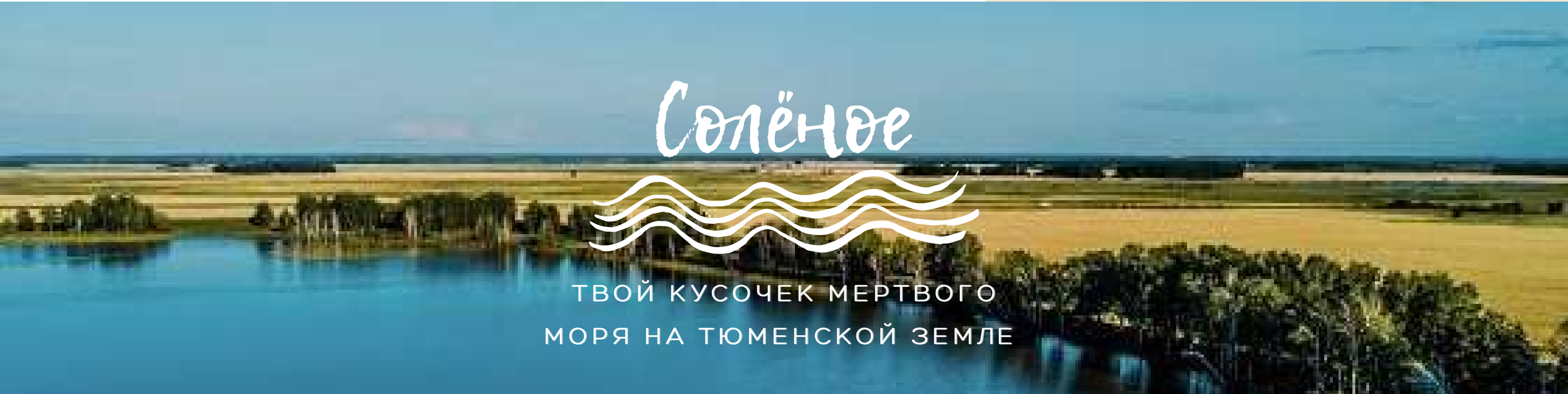
- На берегах Соленого озера, на двух площадках, появились биотуалеты.
- Большая огороженная площадка с 4 мусорными контейнерами также создает условия, когда соблюдать чистоту туристам несложно.

На территории озера работает только **одно** летнее кафе, и зачастую отдыхающие готовят еду **сами на костре.** Ближайшие магазины, где можно купить продукты и напитки, находится в селе Окунево - это магазины «Сибирь», «Лидер», «Надежда» и «Сестры».

Досуговая сфера представлена 32 учреждениями культуры, из них 17 стационарных учреждений культуры клубного типа, 1 передвижной клубный комплекс (ПКК, обслуживающий 10 малых деревень), 14 библиотечных учреждений (из них 3 формирования библиотека - клуб).

~ 700 человек посещает озеро в летний период.
Это связано, прежде всего, с трендом, который развивается повсеместно - ориентация туриста на оздоровление. В связи с пост пандемией люди все чаще стали задумываться о своём здоровье, профилактических мероприятиях, направленных на его сохранение.

Активному развитию wellness-туризма также способствует возведение его в ранг приоритетного направления согласно государственной программе Тюменской области «Развитие внутреннего и въездного туризма».



При въезде на территорию "Соленого" озера установлены информационные щиты, рассказывающие о полезных свойствах его воды, грязи и глины, что способствует правильному их использованию туристами.

Грязь

Лечебная грязь в озере не менее полезна, чем вода. Водоем богат запасами грязевых отложений, которые оцениваются примерно в 2 миллиона кубометров. Уникальная местная грязь помогает при гинекологических и кожных болезнях, а также при заболеваниях нервной и сердечно-сосудистой систем, опорно-двигательного аппарата.

Вода

Воду в озере Соленом по целительным свойствам приравнивают к озеру Муялды, которое находится в Казахстане, и Усольскому, расположенному в Башкирии. Она настолько соленая, что в ней не водится рыба. Воду из озера Соленого разбавляют пресной и используют в бальнеологических целях.

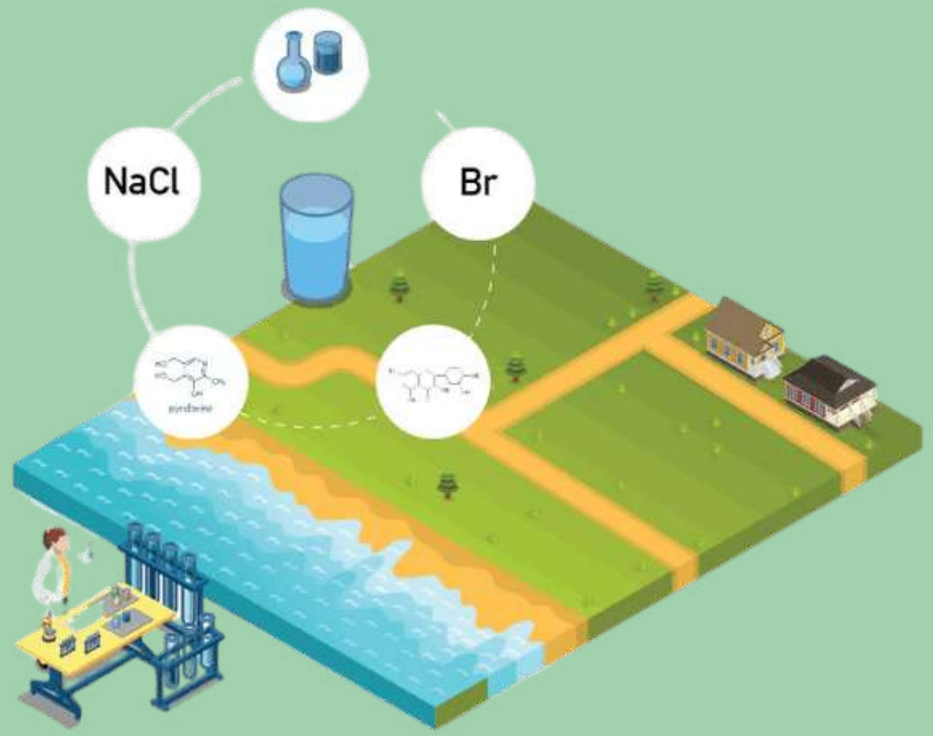
Ресурсы озера "Солёное"

Согласно результатам физико-химических исследований **Томского НИИ** курортологии и физиотерапии, рапа озера представляет собой **хлоридный натриевый рассол** с минерализацией 87,3 г/дм3, имеет слабощелочную реакцию.
В составе рапы определен **бальнеологически ценный компонент** бром в количестве 83 мг/дм3.

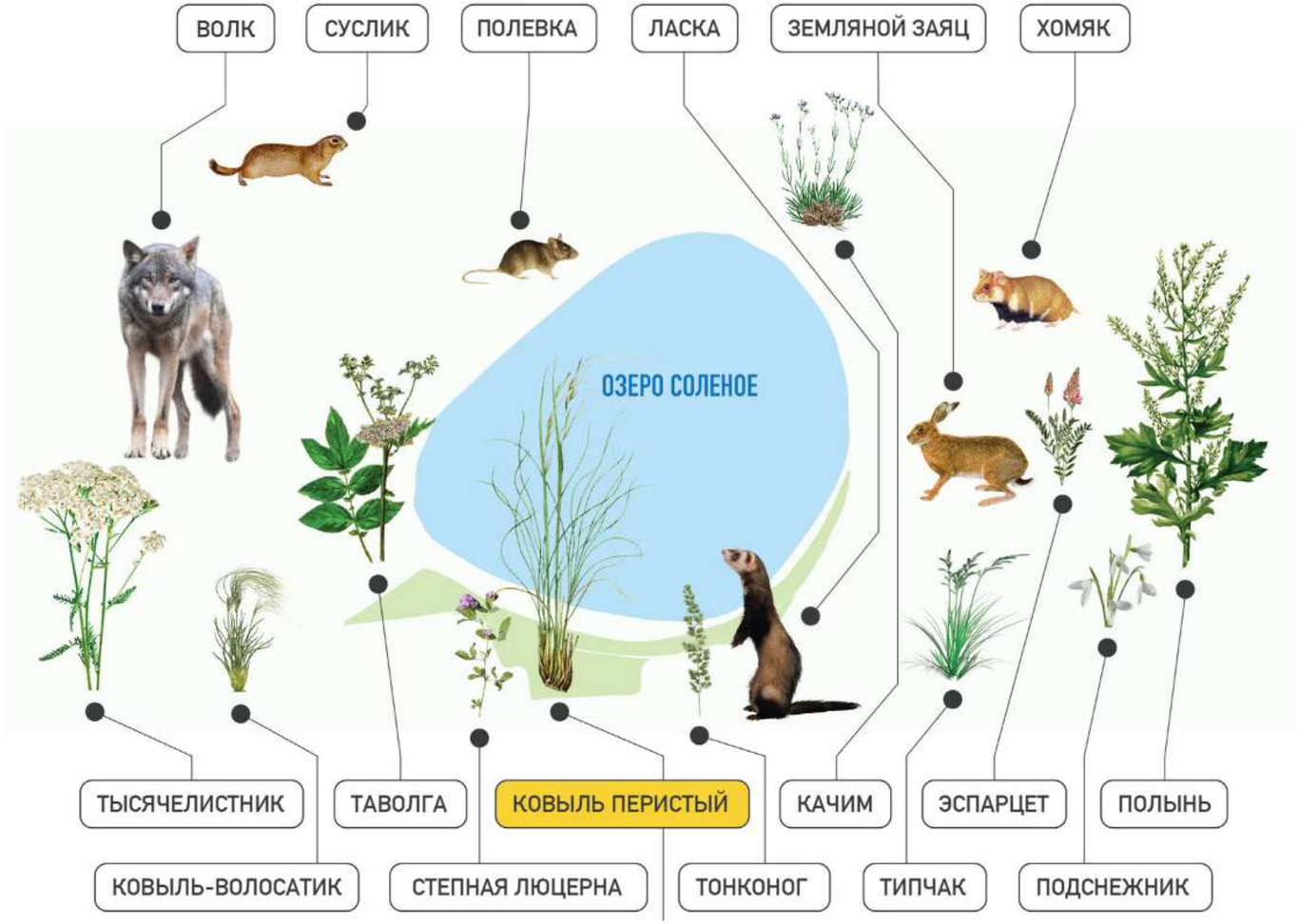
В грязевых залежах также обнаружены водорастворимые **витамины**: аскорбиновая кислота, рутин, пиридоксин.

Экосистема озера подвергается перманентному изучению, работа осуществляется на средства, полученные от грантового проекта компании **"Тюменнефтегаз"**.

Озеро "Солёное" получило широкую известность благодаря своей лечебной грязи (сапропелю), которую сопоставляют по целительным свойствам с грязями Мертвого моря на Ближнем Востоке.



Животный и растительный мир



Животный и растительный мир дестинации впечатляет своим **разнообразием**: фаунистический комплекс относится к лесостепному типу, на территории озера обитают **64 вида животных** и произрастают около **65 видов растений**, представленных луговыми и лугово-степными сообществами. Так, **ковыль перистый** - вид, включенный в Красную книгу Тюменской области.

Общее благосостояние жителей района

В рейтинге регионов Тюменской области Бердюжский район занимает 7 место.

Торговля является одной из важнейших отраслей экономики Бердюжского района, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют на развитие производства потребительских товаров и уровень жизни населения.

- Количество спортивных сооружений - 113.
- Одиночное протяжение уличной газовой сети (м) - 284 576.
- Количество населенных пунктов, не имеющих водопроводов - 6.
- Количество населенных пунктов, не имеющих отдельных канализационных путей - 30.
- Субвенции бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований - 158 136 000 руб.
- Число сельских населенных, обслуживаемых почтовой связью - 29.
- Число телефонизированных сельских нас. пунктов - 27.
- Численность населения (на 01. 01. 2019) 10 710 чел.
- Число лечебно-профилактических организаций - 22.
- Численность детей 5-18 лет в муниципальном образовании (МО) - 2039.
- Доля плохих дорого в % - 5.

Среднемесячная заработная плата:

- Работников организаций - 28 187 руб.
- Работников МО организаций - 28 805 руб.
- Работников муниц. учреждений культуры и искусства - 34 008 руб.

- Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя - всего, кв. м - 31,1.

Вывод

Бердюжский район **находится на первоначальной стади**и «развития внутреннего и выездного туризма», для этого есть все предпосылки, ведутся разработки по включению озера Соленого в туристические маршруты.

Разработка территориального бренда и его внедрение в работу туристической дестинации озера Соленого, сопутствующее этому развитие необходимой инфраструктуры, позволит **реализовать туристический потенциал территории**, повысить ее узнаваемость и привлекательность, увеличит туристский поток и доходы от туризма, обеспечит новые рынки сбыта для ключевых товаров Бердюжского района, посодействует привлечению инвестиций и обеспечит присутствия бренда территории в информационном пространстве.

Суть бренда

Мы стремимся к сохранению уникальных природных ресурсов, создаем возможности для каждого туриста и путешественника получить свой незабываемый опыт соприкосновения с доступным, экологичным, комфортабельным отдыхом, развиваем туристский и рекреационный потенциал Тюменского региона.

Ценности бренда

- Доверительные отношения с потребителями и партнерами;
- Осознанное потребление природных ресурсов;
- Популяризация экологичного отдыха;
- физическое и ментальное здоровье, народное достояние.

Личность бренда

- Целебный;
- Природный;
- Экологичный;
- Бережливый;
- Комфортный;
- Доступный.

Пирамида Бренда

Выводы бренда

- Рациональное ТП: Доступный и качественный отдых на природе, в основу которого положены современные концепции туризма и оздоровления, для поддержания физического и ментального здоровья наших гостей.
- Эмоциональное ТП: Испытайте погружение в уникальный мир исцеляющего воздействия природы и атмосферу расслабления вместе с озером, признанным одним из лучших источников оздоровления в Тюменском регионе!

Инсайты бренда

- Уникальное место для укрепления физического и ментального здоровья.
- Природный памятник регионального значения с вековой историей
- "Соленое" находится среди дикой сибирской природы и является аналогом Мертвого моря
- В «сердце» бренда - 4 концепции, несущие в себе искреннюю заботу о человеке, как части природы.

Атрибуты бренда

- Логотип
- Слоган
- Озеро, лечебная грязь, голубая глина, памятник природы, уникальные туристические маршруты, хилинг, фудшеринг, велнес, экологичность
- Фирменный стиль
- Сувенирная продукция

Ситуации потребления

Восстановить жизненные силы, отдохнуть телом и душой, оздоровиться с помощью лечебной грязи и воды, активно провести выходные с семьей / друзьями, воссоединиться с природой, обрести гармонию, познакомиться с местной культурой.

Рынок бренда

- Бердюжский район
- город Тюмень
- Тюменская область
- Соседние регионы.

Целевая аудитория бренда

- Зарубежные туристы,
- Туристы, проживающие на территории РФ,
- Местные жители Бердюжского района,
- Инвесторы.

Представление и позиционирование бренда в пространстве четырех ключевых измерений (по Т.Гэду)

Функциональное

Озеро «Соленое», расположенное в сердце природного памятника регионального значения, - место, вобравшее в себя комфортабельную атмосферу глэмпинга, уникальные свойства соленой воды и лечебной грязи, умиротворяющее воздействие природного ландшафта и возможности для проведения активного досуга.

Социальное

Озеро "Соленое" - место, где каждый гость получит возможность абстрагироваться от городской суеты, ускоряющегося темпа жизни, многочисленных стрессоров, ощутить гармонию с природой, восстановить жизненный силы, воспользоваться оздоровительными ресурсами, позаботиться о качественном отдыхе для себя и близких.

Мыслительное поле бренда

Ментальное

Озеро "Соленое" - лучшее место для расслабления и уединения, релаксации, обретения гармонии души и тела, восстановления ментального здоровья, общения с единомышленниками, повышения качества жизни.

Духовное

Озеро "Соленое" - оазис уникальных природных ресурсов, где каждый гость сможет почувствовать себя частью одной большой семьи, которая заботиться о сохранении и осознанном потреблении даров природы, внести свой вклад в поддержание оздоровительного и экологического туризма.

Модель концептуализации туристского пространства

Идея: «Почувствуйте себя частью истории озера Соленого»

Задача: получите максимум впечатлений

Места туристического интереса:

- Экскурсии по озеру с элементами геймификации
- Туристические маршруты (посещение цеха по изготовлению сыра и масла, клуба
- Сувенир", памятников, расположенных в Бердюсжском районе, знакомство с растениями, занесенными в Красную книгу)

Интерактивизация коммуникации гостя и бренда:

- Участие в проведении тематических праздников на территории озера Соленого (Курултай, День Ивана Купалы, Всемирный день окружающей среды и т.д.)
- Конкурсы , приуроченные к 100-летнему юбилею района

Вовлечение гостя в реализацию ключевых концепций бренда

- Знакомство с основами фудшеринга
- Обоснование идей глемпинга и его преимуществ
- Хилинг как основа физического и ментального здоровья гостя

Модель концептуализации туристского пространства

Идея: «Почувствуйте себя частью истории озера Соленого»

Задача: заберите впечатления с собой

Сувениринг:

- Сторителлинг в продаже сувенира
- Геймификация процесса получения сувенира (квест по поиску "сокровищ", в качестве которого выступает сувенир)
- Возможность принять участие в изготовлении сувенира

Мерчендайз:

- Возможность увезти с собой баночку с лечебной грязью с инструкцией по основам пелоидотерапии
- Подарочные коробочки с солью - как закрепление впечатлений, полученных гостями на отдыхе

Вывод

Разработанные платформа бренда и его мыслительное поле **содержат основные составляющие эффективного позиционирования территории** на туристическом рынке Тюменской области и России.

Основная стратегия развития основана на идее формирования высокого уровня вовлеченности и взаимодействия целевых сегментов и бренда и отражена в концептуальной модели туристического пространства.

Миссия

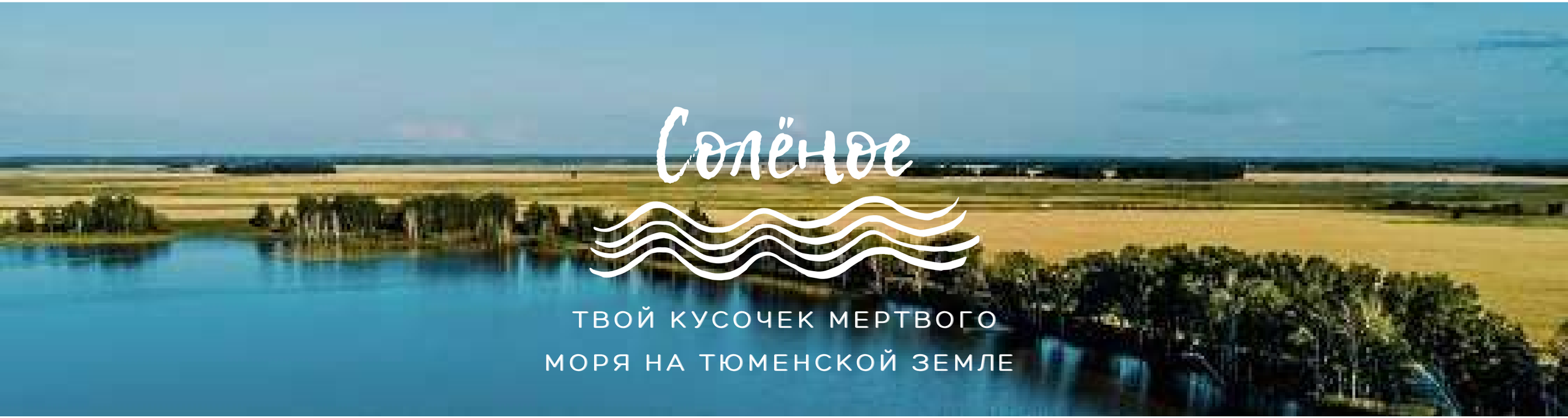
Мы стремимся к сохранению уникальных природных ресурсов, создаем возможности для каждого туриста и путешественника получить свой незабываемый опыт соприкосновения с доступным,экологичным, комфортабельным отдыхом, развиваем туристский и рекреационный потенциал Тюменского региона.

Ценности

Доверительные отношения с потребителями и партнерами; осознанное потребление природных ресурсов; популяризация экологичного отдыха; физическое и ментальное здоровье, народное достояние.

Название "Солёное"

Слоган: Твой кусочек мертвого моря на Тюменской земле



Легенда

Однажды, когда земля Бердюжского района была еще молодой и появились первые русские поселенцы, защищавшие южные границы от набегов татар, Духи природы решили создать что-то уникальное и волшебное для этих мест. Собравшись вместе в день Солнцестояния, обсуждали, какой подарок они могут преподнести жителям, чтобы те всегда помнили и ценили дары Великой природы.

Старший из духов воды предложил создать озеро с особыми свойствами, которое станет не только украшением земли, но и источником оздоровления, обретения жизненной силы и душевного спокойствия. Духи-собратья с воодушевлением восприняли идею и начали создавать озеро с самым высоким содержанием соли в окрестных землях.

Легенда

Каждый дух воды прикоснулся к водной глади, чтобы озеро получилось поистине прекрасным. Вода получилась настолько соленой, что в ней не водилась рыба, однако, была наделена оздоровительными свойствами. В помощь целебной воде Духи создали лечебную грязь, которая содержит водорастворимые витамины и разнообразный растительный мир: умиротворяющий и успокаивающий тысячелистник, мягкий и утонченный аромат таволги, серебристо-зеленый ковыль перистый, прохладные нотки подснежника, целебная люцерна и розово-красный эспарцет.

Когда озеро было готово, Духи воды наделили его именем «Жемчужина», сравнив с редким и ценным камнем.

Люди, живущие в окрестностях, узнали о существовании необыкновенного озера и приложили все усилия, чтобы сохранить его. В ответ озеро не раз помогало им. Во время Великой Отечественной войны "Жемчужина" стала настоящим спасением для местных жителей, которые использовали воду для лечения раненых солдат, выпаренную же соль передавали на фронт.

Легенда

Так озеро получило свое второе имя «Соленое», став символом мудрости и щедрости Духов воды, неисчерпаемым источником целебной силы.

Сегодня, Озеро Соленое - место притяжения людей со всех уголков России и Ближнего зарубежья, ценителей даров природы и стремящихся сохранить ее красоту, желающих прикоснуться к удивительным
целебным свойствам воды и лечебной грязи, мечтающих остаться наедине с собой и солнечным сиянием, заботящихся о доступном и комфортабельном отдыхе для своей семьи, практикующих концепцию осознанного потребления и жаждущих увидеть кусочек Мертвого моря на Тюменской земле.

Фирменный стиль, логотип

Логотип:

4 волны обозначают 4 концепции, на которых основывается бренд "Соленое":

- wellness;
- хилинг;
- глэмпинг;
- осознанное потребление.

А Л Ь Т Е Р Н А Т И В Н Ы Е Л О Г О Т И П Ы

Солёное

Солёное

В разработанном логотипе отчетливо прослеживаются следующие элементы - само фирменное название «Соленое», четыре параллельных волны, символизирующие водную стихию (озеро Соленое), каждая из волн отражает концепцию, составляющую позиционирование бренда.

Волны, как и сам логотип, **не ограничиваются визуальными рамками**, размещены на открытом пространстве, что символизирует неисчерпаемые водные ресурсы и рекреационный потенциал дестинации, который можно использовать для удовлетворения потребностей населения.

Шрифты

Lemon

AaBbCcDdEe
0123!#№

Рукописный шрифт используется для заголовков.

Такой шрифт помогает подчеркнуть индивидуальность и завоевать доверие потребителя.

HERO

AaBвCcДдEe
0123!#№

Шрифт без засечек используется для основного текста.

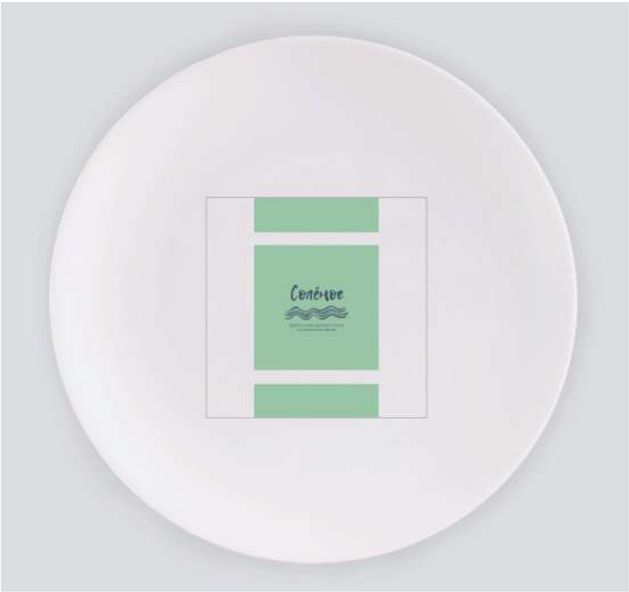
Такие шрифты обеспечивают лучшую читаемость, что позволяет читателю быстрее и проще получать доступ к информации.

Коврик для йоги "СОЛЕНОЕ"

Кружка для холодных напитков "Солёное"

Кепка "СОЛЕНОЕ"

Многоразовая бутылка / термос "СОЛЕНОЕ"

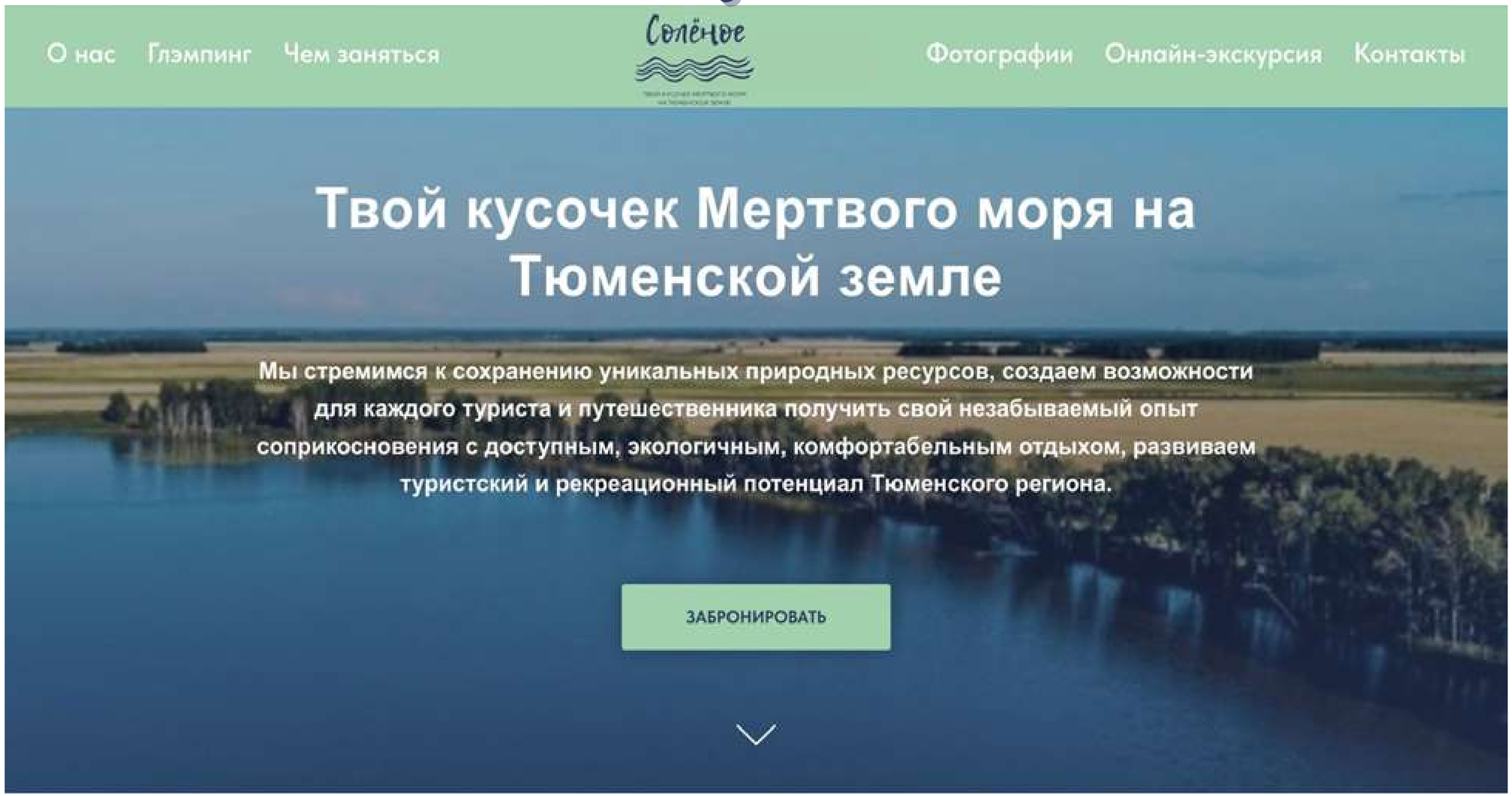


Крышка для упаковки полезной грязи "Солёное"

Упаковка грязи с озера "Солёное"

Упаковка соли с озера "Солёное"

Лендинг


О нас
Глэмпинг
Чем заняться
Солёное
Фотографии
Онлайн-экскурсия
Контакты
Твой кусочек Мертвого моря на Тюменской земле
Мы стремимся к сохранению уникальных природных ресурсов, создаем возможности для каждого туриста и путешественника получить свой незабываемый опыт соприкосновения с доступным, экологичным, комфортабельным отдыхом, развиваем туристский и рекреационный потенциал Тюменского региона.
ЗАБРОНИРОВАТЬ

Нейминг

Результат фоносемантического анализа значения слов **«Солёное»** и **«Озеро»**.

Слово Солёное обладает следующими качествами из 25 возможных (качества приводятся по степени убывания их выраженности): Светлый.

Фоносемантические шкалы	Коэффициент	Диаграмма	Выраженность признака
Светлый-Тёмный	2,39		Светлый
Быстрый-Медленный	3,3		Не выражен
Подвижный-Медлительный	3,29		Не выражен
Горячий-Холодный	3,15		Не выражен
Храбрый-Трусливый	3,07		Не выражен
Длинный-Короткий	3,07		Не выражен
Большой-Маленький	3,07		Не выражен
Могучий-Хилый	3,03		Не выражен
Громкий-Тихий	3,03		Не выражен
Яркий-Тусклый	3,01		Не выражен
Добрый-Злой	3,01		Не выражен
Активный-Пассивный	2,98		Не выражен

Любое слово обладает двумя смыслами.
Первый - слово как символ, обозначающий объект или процесс, **второй** - слово как набор звуков, который сам по себе вызывает у человека реакцию.

Так как сознание взрослого человека занято при аудиальном восприятии слов преимущественно первым смыслом, то второй - реакция на слово как на набор звуков проходит подсознательно и переживается человеком в виде определённого эмоционального фона (**фоносемантика**).

Результат фоносемантического анализа слова «Озеро»

Слово Озеро обладает следующими качествами из 25 возможных (качества приводятся по степени убывания их выраженности): Светлый, Сильный, Веселый, Яркий, Громкий.

Хороший-Плохой	3	Не выражен
Большой-Маленький	3.07	Не выражен
Нежный-Грубый	2.67	Не выражен
Женственный-Мужественный	2.93	Не выражен
Светлый-Тёмный	2.43	Светлый
Активный-Пассивный	2.63	Не выражен
Простой-Сложный	3.02	Не выражен
Сильный-Слабый	2.49	Сильный
Горячий-Холодный	3.19	Не выражен
Быстрый-Медленный	3.19	Не выражен
Красивый-Отталкивающий	2.91	Не выражен
Гладкий-Шероховатый	3.36	Не выражен
Лёгкий-Тяжёлый	2.89	Не выражен

Весёлый-Грустный	2.5	Весёлый
Безопасный-Страшный	2.97	Не выражен
Величественный-Низменный	2.95	Не выражен
Яркий-Тусклый	2.16	Яркий
Округлый-Угловатый	2.97	Не выражен
Радостный-Печальный	2.77	Не выражен
Громкий-Тихий	2.42	Громкий
Длинный-Короткий	3.01	Не выражен
Храбрый-Трусливый	2.74	Не выражен
Добрый-Злой	3.07	Не выражен
Могучий-Хилый	2.95	Не выражен
Подвижный-Медлительный	2.89	Не выражен

С целью создания устойчивого эмоционального фона потребителей бренда, а также, для формирования характеристики личности бренда были выбраны следующие признаки: **светлый, сильный, веселый, яркий.**

Признак «громкий» был исключен из характеристик бренда т.к. не соответствует основным концептуальным идеям: релаксации, единению с природой, гармонии души и тела. Фоносемантические признаки находят свое отражение в разработанном мудборде и фирменных цветах. В качестве основного названия (нейминга) используется имя собственное «Солёное».

MOOD BOARD

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

#A2D1AE

Зелено-голубой цвет по-другому называют «цвет чистой воды». Его холодный оттенок вызывает чувство спокойствия, ощущение безопасности, избавляет от плохих эмоций и поднимает настроение.

#FFFFFF

Белый – цвет чистоты и свежести. Он дарит силы на новые свершения и заставляет отбросить все сомнения и страхи.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

#2E3D64

Глубокий синий связан с чрезмерной активностью и деятельностью. Он возбуждает головной мозг и повышает импульсивность. Оттенок синего способен подарить спокойствие и умиротворение.

#EFE7D3

Песочный – мягкий и привлекательный оттенок между желтым и бежевым. Несомненно это упоминание о песчаном пляже не берегу озера.

Сильные стороны дестинации Озеро "Соленое"

- Наличие статуса природного памятника регионального значения (с 2011 г.).
- Подтвержденный клиническими испытаниями богатый минеральный состав воды, лечебная грязь и голубая глина.
- Богатое историко-культурное наследие,растительный (отдельные виды занесены в Красную книгу) и животный мир дестинации.
- Наличие концептуальной основы для развития локального бренда территории.
- Наличие благоприятных условия для развития таких видов туризма, как познавательный, оздоровительный.

Возможности для развития дестинации Озеро "Соленое"

- Наличие статуса "Тюменская область - столица термальных вод России" привлекает туристов из регионов России и других стран.
- Набирающий популярность тренд на wellness-туризм.
- Стратегия развития туризма в России и государственная программа Тюменской области "развитие внутреннего и въездного туризма."
- Растущий интерес туристов к многофункциональным дестинациям, совмещающим возможность отдыха, познавательный и развлекательный компонент.
- Перспективы привлечения на развитие дестинации в рамках федеральных целевых программ и внебюджетных источников.
- Восстановление российскрынка краткосрочных поездок (туров выходного дня).

Слабые стороны дестинации Озеро Соленое

- Отсутствие инфрастуктуры для отдыха, досуга и оздоровления местных жителей и туристов.
- Отсутствие инвесторов, готовых профинансировать строительство средств размещения, точек общественного питания, развитие транспортного сообщения.
- Недостаток квалифицированных специалистов.
- Недостаточная известность дестинации в региональном и национальном масштабах.
- Слабое использование туристско-рекреационного потенциала Бердюжского района.

Угрозы для дестинации озера "Соленое"

- Усиление конкуренции со стороны других регионов в связи с более эффективным использованием туристско-рекреационного потенциала.
- Трудности с привлечением квалифицированных специалистов и персонала в сферу туризма.
- Несовершенство законодательства по вопросам регулирования туристической деятельности.
- Недостаточное количество вложений в развитие и благоустройство территорий дестиниции.

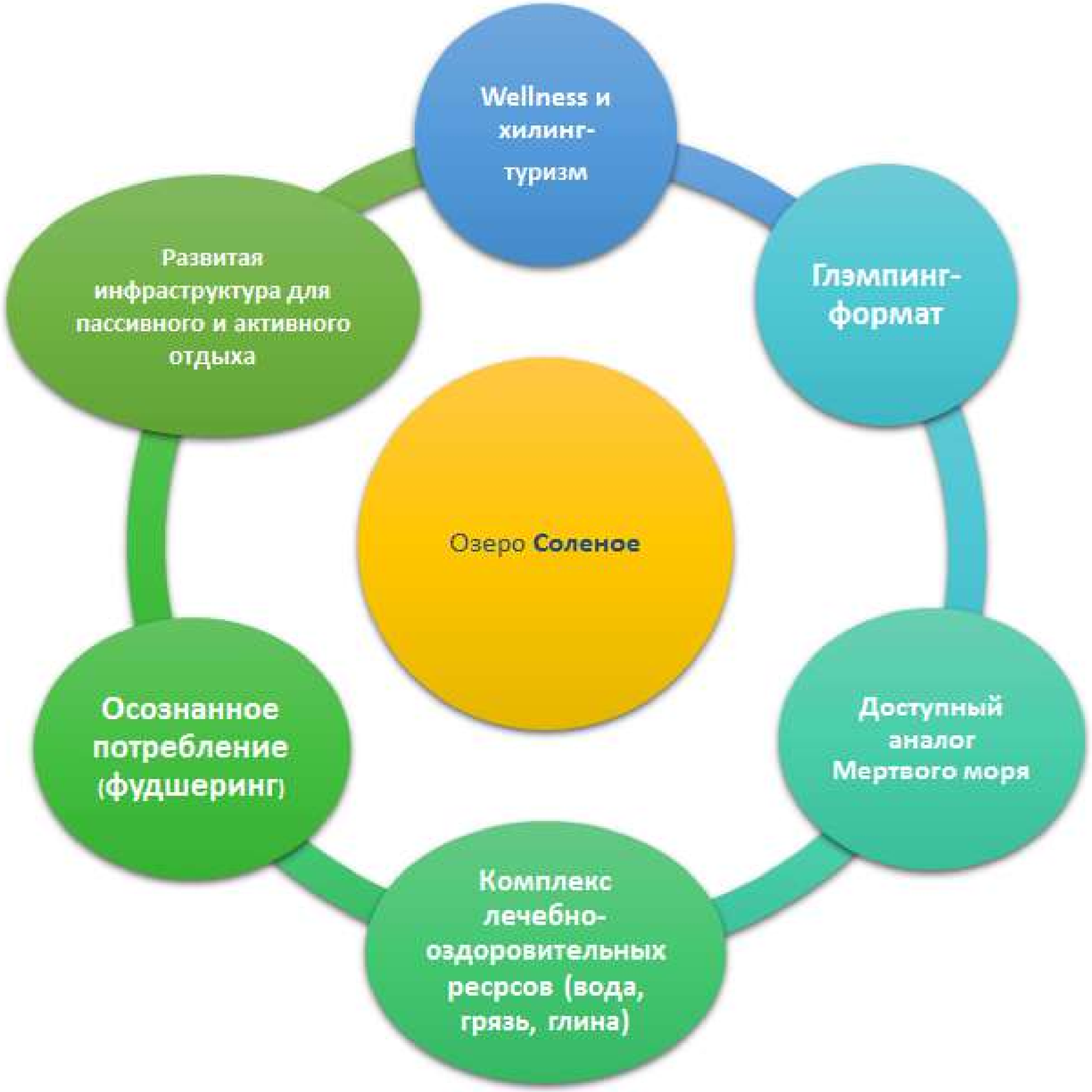
Туристический имидж территории складывается **из рациональных и эмоциональных представлений туристов** (в т.ч. местных жителей), с целью выявления которых был проведен контент-анализ информации с упоминанием озера "Соленое": публикации в СМИ, репортажи с локации, отзывы туристов на агрегаторах, интервью с представителями администрации Бердюжского района, сообщество в ВК.

Сложившееся представление

- Неразвитая инфраструктура
- Отсутствие парковки
- Рядом нет кафе и ресторанов
- Добраться можно только с пересадками
- Необлагороженная территория
- Уникальная местная грязь
- Целительные свойства воды
- Спокойный отдых
- Многолюдно
- Главное развлечение – купание в водоеме и лечение грязями
- Простонародное название – «жемчужина»
- Местные жители называют озеро Мертвым морем
- Природный памятник регионального значения
- Удивительное озеро

Можно сделать вывод, что **текущий имидж озера "Соленое" в глазах широкой общественности, местных жителей и туристов** можно определить как «удивительное озеро, ресурсы которого обладают целебными свойствами, место для спокойного отдыха, купания и лечения грязями, характеризующееся неразвитой инфраструктурой и отсутствием условий для комфортного отдыха»

Цель имиджевой политики - трансформация текущего имиджа и его негативных характеристик в привлекательные для всех целевых сегментов, расширение границ восприятия и конструирование нового образа озера "Соленого".



Желаемый (прогнозируемый) имидж территории

Инструменты по формированию прогнозируемого имиджа

Организация информационного мониторинга с целью отслеживания изменений ЦА в восприятии имиджа бренда

Выход бренда на региональный уровень с представлением его достижений (участие в выставках, презентациях и т. п.)

Задействование в целях продвижения имиджа региона возможностей крупных предприятий, базирующихся в регионе

Съемка кинохроник о жизни региона, их трансляция на различные ЦА

Использование в имиджевых целях традиционных региональных праздников

Организация освещения событий Бердюжского района и локации озеро Соленое в СМИ и реклама бренда в СМИ

Внедрение единого стиля и дизайна атрибутов бренда

Системное продвижение имиджа объектов культурной сферы, местных достопримечательностей, лидеров, являющихся "лицом" территории

Взаимодействие с малым бизнесом

Взаимодействие с заводом ООО "Молоко"

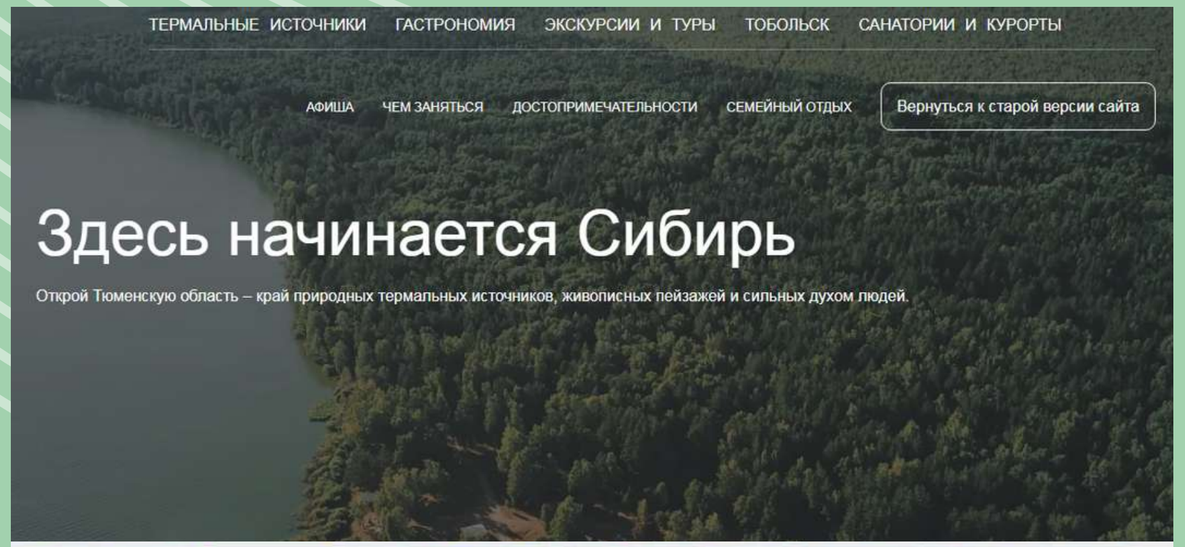
Взаимодействие с сувенирным клубом

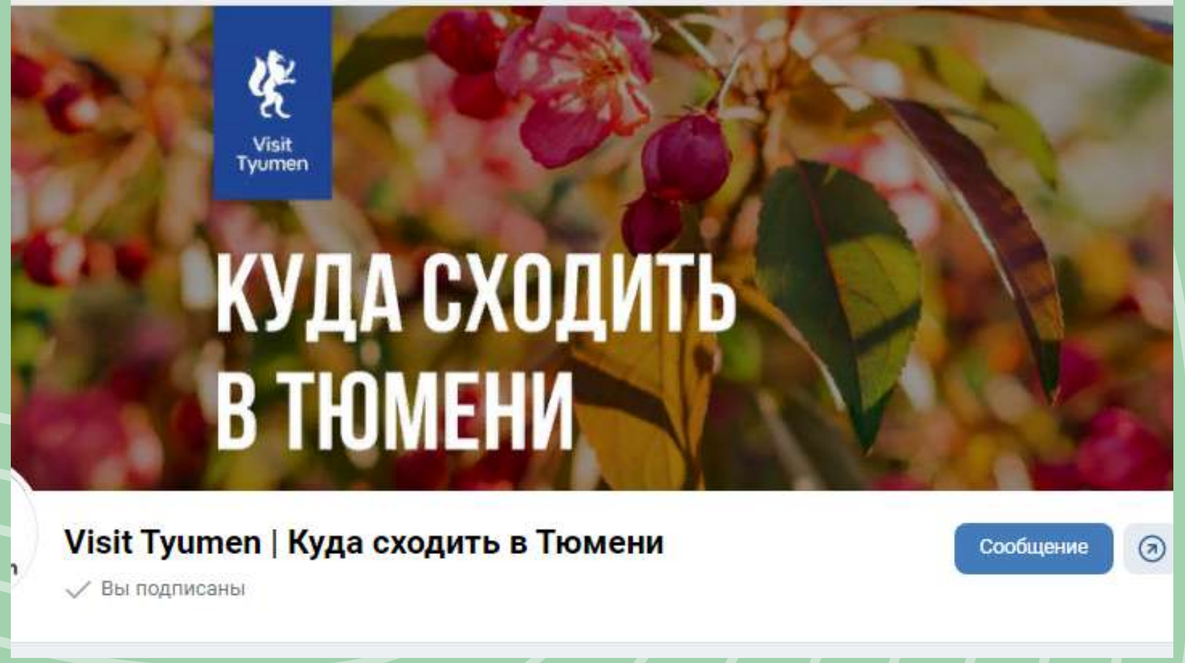
Сотрудничество с Visit Tyumen

- Visit Tyumen может помочь в продвижении туристического маршрута на озеро "Соленое" и туристических пакетов, которые включают в себя посещение озера в сочетании с другими туристическими достопримечательностями и услугами в регионе.

- Эти маршруты могут быть продвинуты через веб-сайт Visit Tyumen, чтобы привлечь больше туристов в регион.

- Также Visit Tyumen может оказать поддержку для проведения событий на озере "Соленое", таких как фестивали, выставки, концерты и т.д. Это может привлечь больше туристов, которые захотят увидеть и участвовать в этих мероприятиях.





Тематические мероприятия

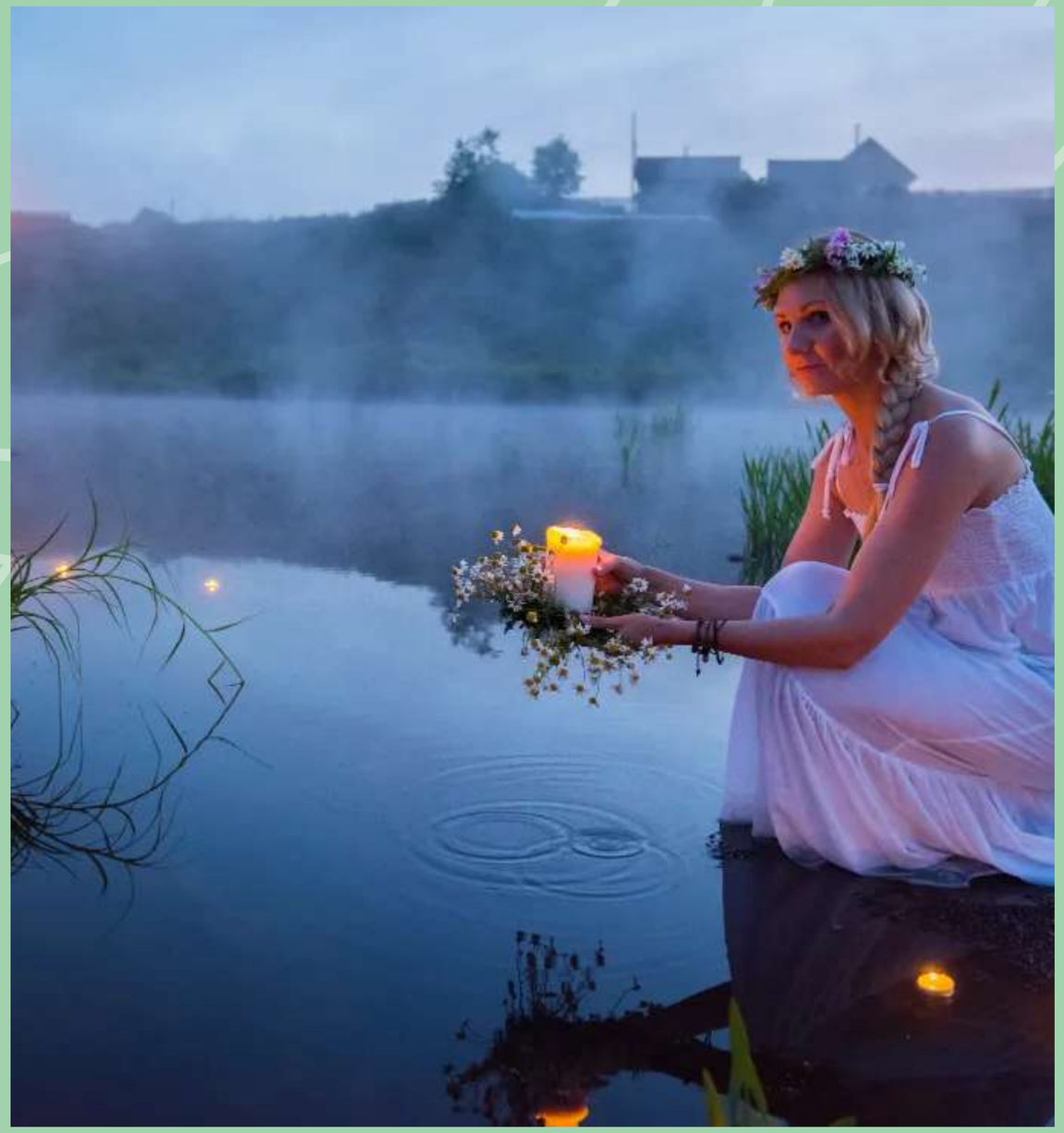
- Для проведения Дня Ивана Купалы можно организовать традиционные ритуалы и обряды, такие как посвящение в воду, круговые танцы, прыжки через костер и сбор лекарственных трав, конкурсы, выставки народного творчества и дегустация блюд национальной кухни.

- В честь Всемирного дня окружающей среды и Дня эколога можно провести различные мероприятия, направленные на повышение осведомленности людей о проблемах окружающей среды и методах их решения, о реализации концепции фудшеринга на территории озере «Соленого».

- Во время Всероссийского дня посадки леса можно организовать массовую посадку деревьев и кустарников вдоль берегов озера.

- В честь Всемирного дня ветра можно провести мероприятия, посвященные альтернативным источникам энергии. Это может включать в себя демонстрации работы различных приборов, лекции о возможностях ветроэнергетики и обзоры научных исследований в этой области.

Таким образом, проведение тематических праздников на озере "Соленом" может быть интересным и полезным способом привлечения внимания к проблемам окружающей среды, а также повышения образовательной и культурной составляющей региона.



Репортажи в СМИ

Репортажи об озере «Соленом» в СМИ могут помочь в привлечении туристов и местных жителей, если будут акцентировать внимание на уникальности и значимости данного места.

- **"Жемчужина Тюменского края: история, лечебные свойства и экологическая чистота озера Соленого".** В этом репортаже можно рассказать о богатой истории озера, его целебных свойствах, о том, как местные жители использовали его во время Великой Отечественной войны, и о том, как сегодня озеро Соленое стало примером для экологического туризма и осознанного потребления.
- **"Тюменское Мертвое море: отдых и лечение на озере Соленом".** В этом репортаже можно подробно рассказать о том, как можно провести время на озере Соленом: отдохнуть на пляже, насладиться чистым воздухом, искупаться в соленой воде и ощутить на себе лечебную грязь.
- **"Озеро Соленое: экологически чистое место для отдыха и обучения".** Репортаж посвящен рассказу о том, как на озере «Соленое» организуются туристические маршруты, проводятся экологические мероприятия и семинары, как местные жители бережно относятся к природе и экосистеме озера.
- **"Экологически чистое путешествие: Тюмень и озеро Соленое".** Репортаж включает рассказ о том, как можно организовать экологически чистое путешествие в Тюмень, посетив озеро Соленое и другие природные достопримечательности региона, познакомиться с местной культурой и традициями.

Добавление на геолокационные карты

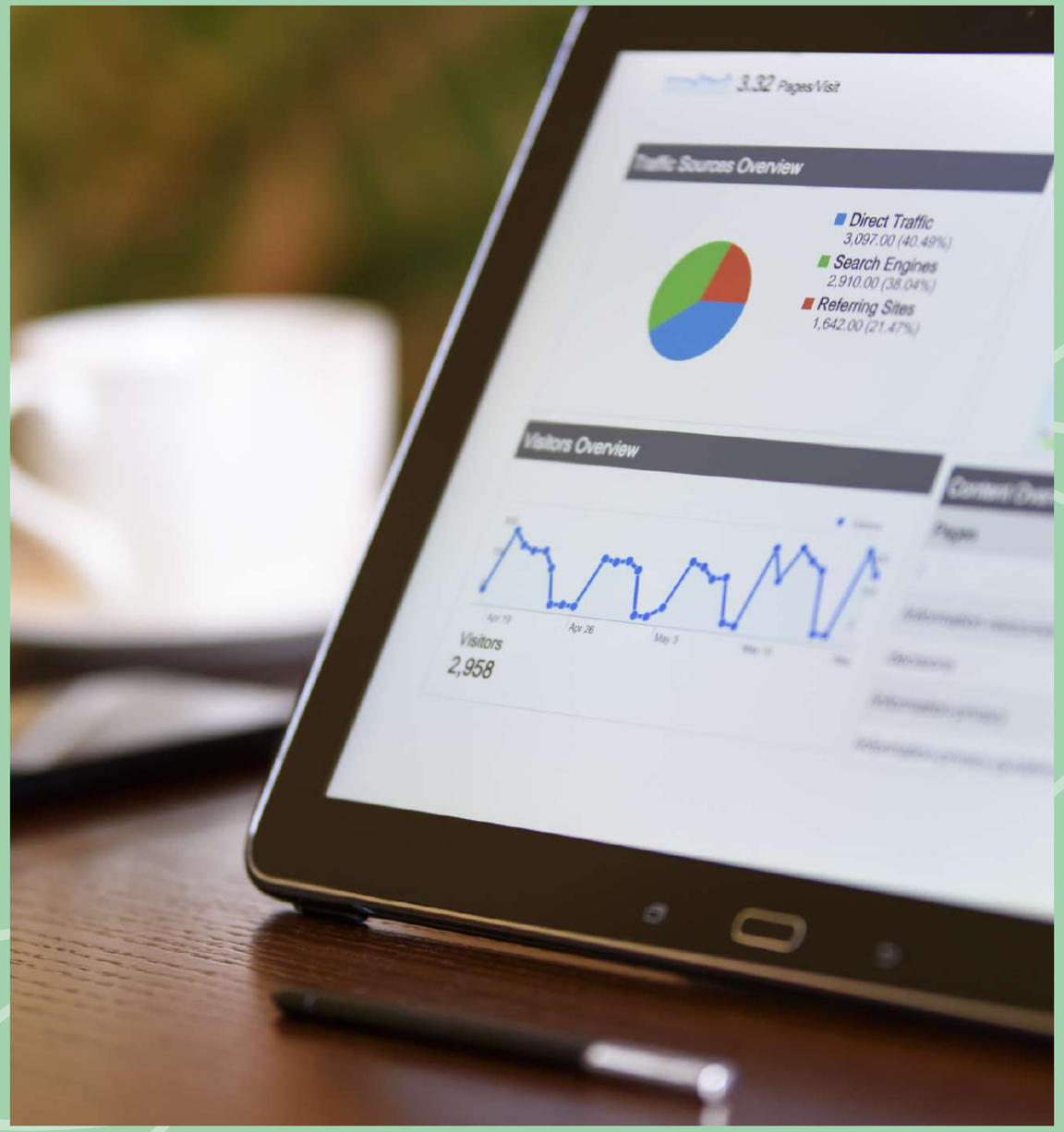
- Добавление озера Соленого на геолокационные карты может **значительно увеличить видимость этого места и привлечь больше туристов**. Туристы смогут найти озеро на картах и ознакомиться с его характеристиками, фотографиями и отзывами других туристов, спланировать свои поездки, учитывая расположение озера в их маршруте.

- Важно, чтобы **информация на геолокационных картах была актуальной и полной**. Рекомендуется добавить информацию о том, что озеро является природным памятником, а также о его истории и лечебных свойствах. Также можно указать наличие экологических и энергосберегающих мер, принятых на озере.

Реклама на радиостанциях

С мая по октябрь запустить рекламу на радиостанциях:

- «Радио Дача»,
- «Диполь ФМ»,
- «Русское радио»,
- «Европа плюс»,
- Как в тюменской области, так и в соседних регионах.



Размещение новостей, рекламы в городских пабликах

Инфоповоды можно размещать в молодежных, студенческих группах в социальной сети Вк, а также в онлайн-СМИ.

Примеры групп: «Мой портал», «Космос», «Молодежный центр». Примеры онлайн-СМИ: «Тюменская линия», «72.ru», «Тюменская область сегодня».

Реклама на информационных стендах в аэропорте «Менделеев», АЗС (городские, районные)

Тюменская область славится **терминальными источниками**, многие туристы приезжают/прилетают с целью подправить здоровье, омолодиться.

Кроме того, **АЗС - это промежуточный пункт остановки для туристов** на пути в Тюменскую область.

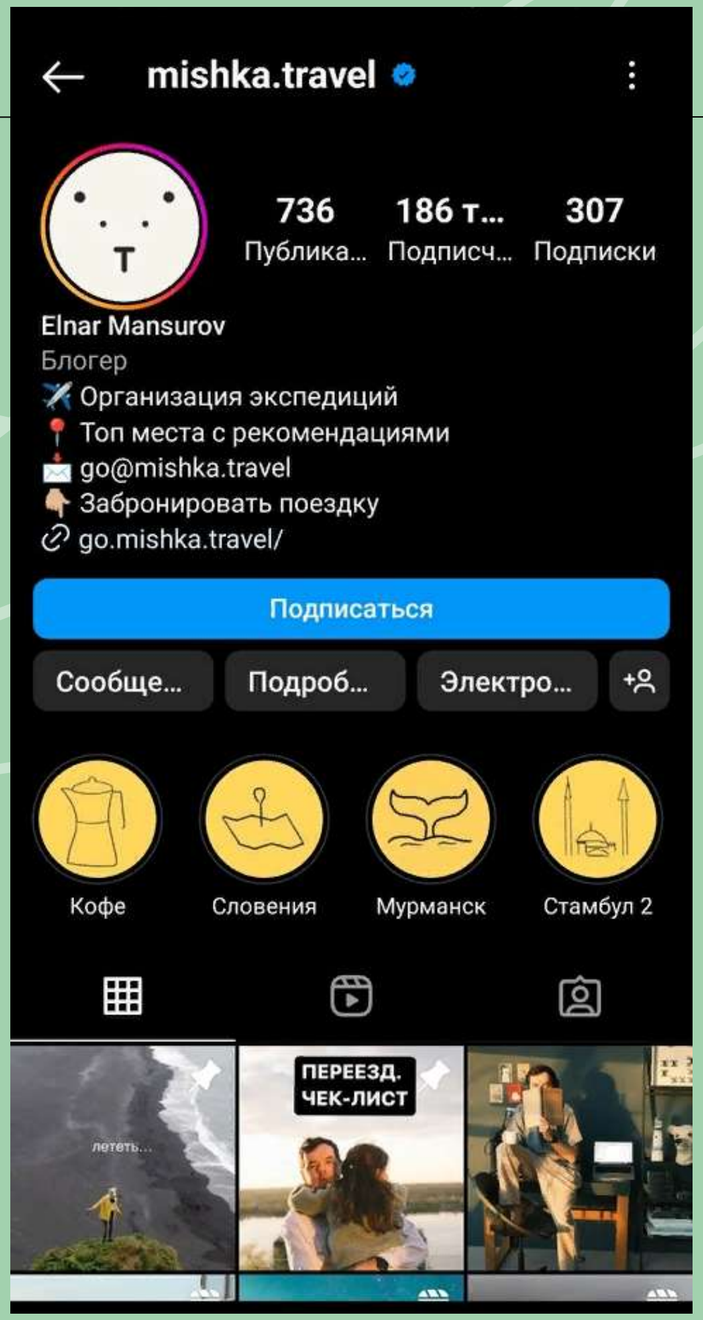
Поисковое продвижение, таргетированная реклама

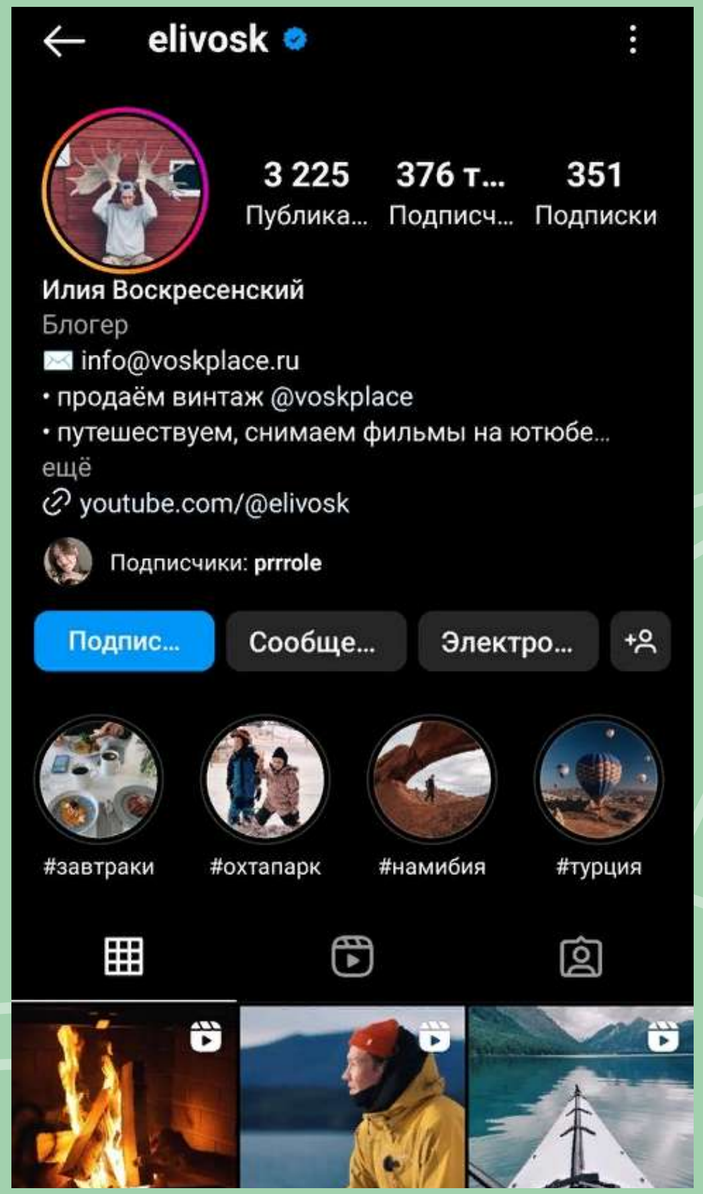
Размещение рекламы на сервисе "Яндекс", в социальной сети Вк.

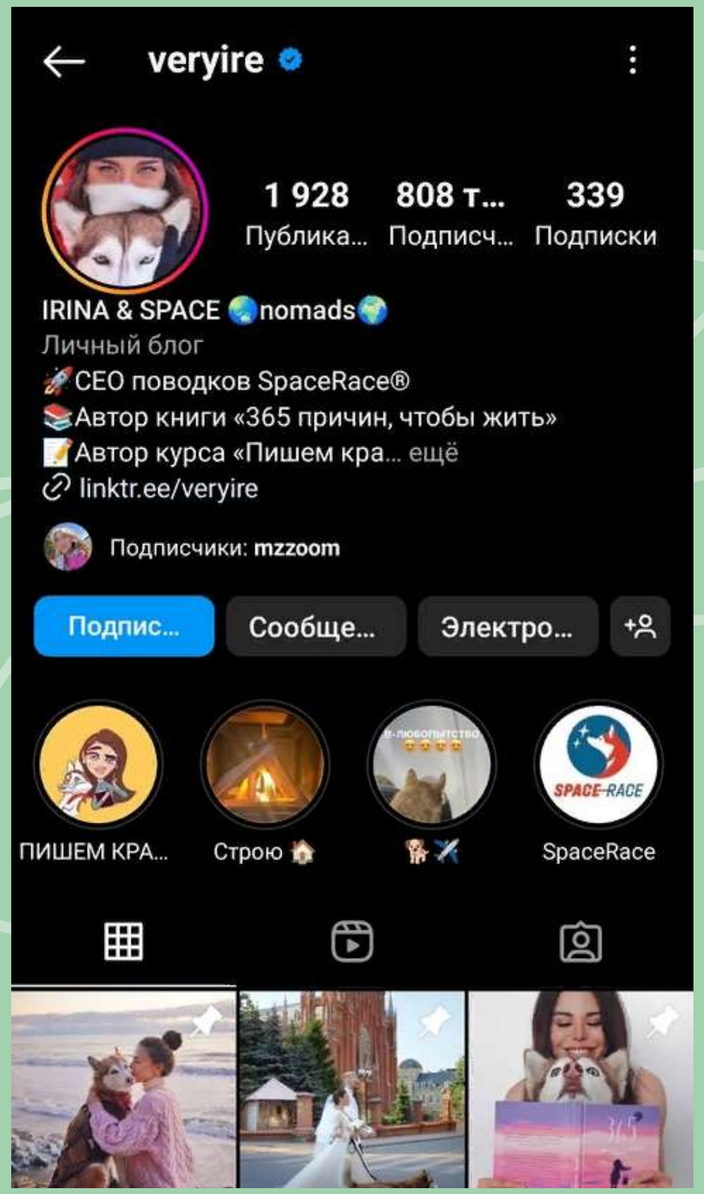
Яндекс

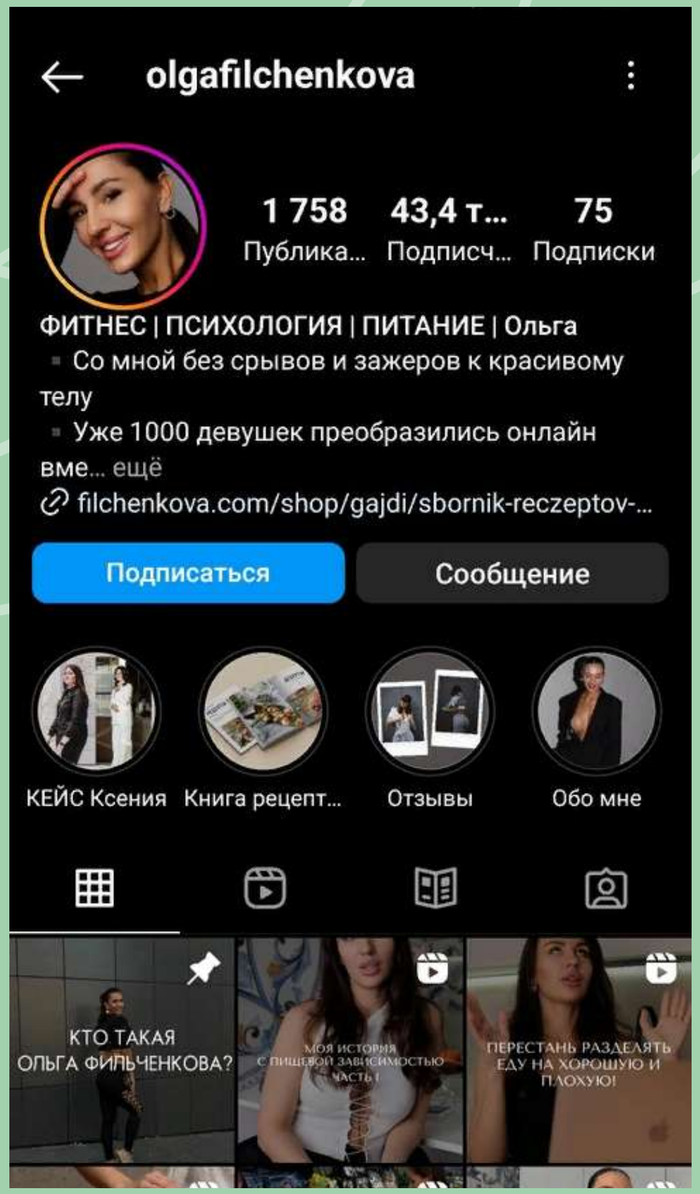
Работа с инфлюенсерами

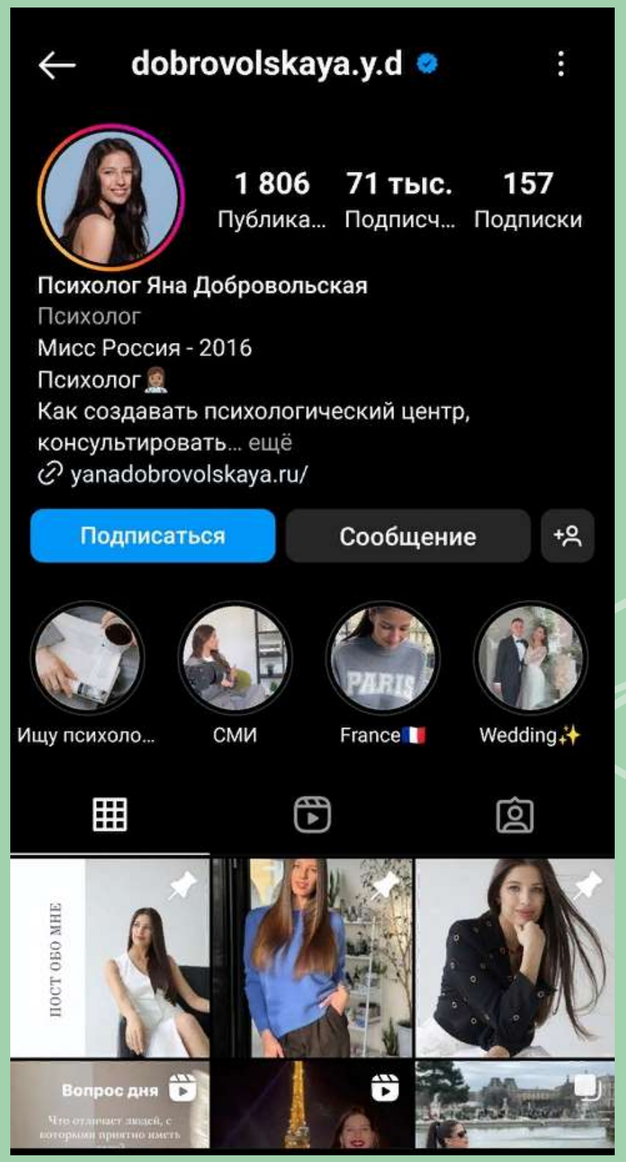
В данное время выгодно работать с блогерами, которые на большую аудиторию могут осветить проект «Солёное».




elivosk
3 225
Публика...
376 т...
Подписч...
351
Подписки
Илия Воскресенский
Блогер
info@voskplace.ru
• продаём винтаж @voskplace
• путешествуем, снимаем фильмы на ютюбе...
ещё
youtube.com/@elivosk
Подписчики: prrrole
Подпис...
Сообще...
Электро...
#завтраки
#охтапарк
#намибия
#турция

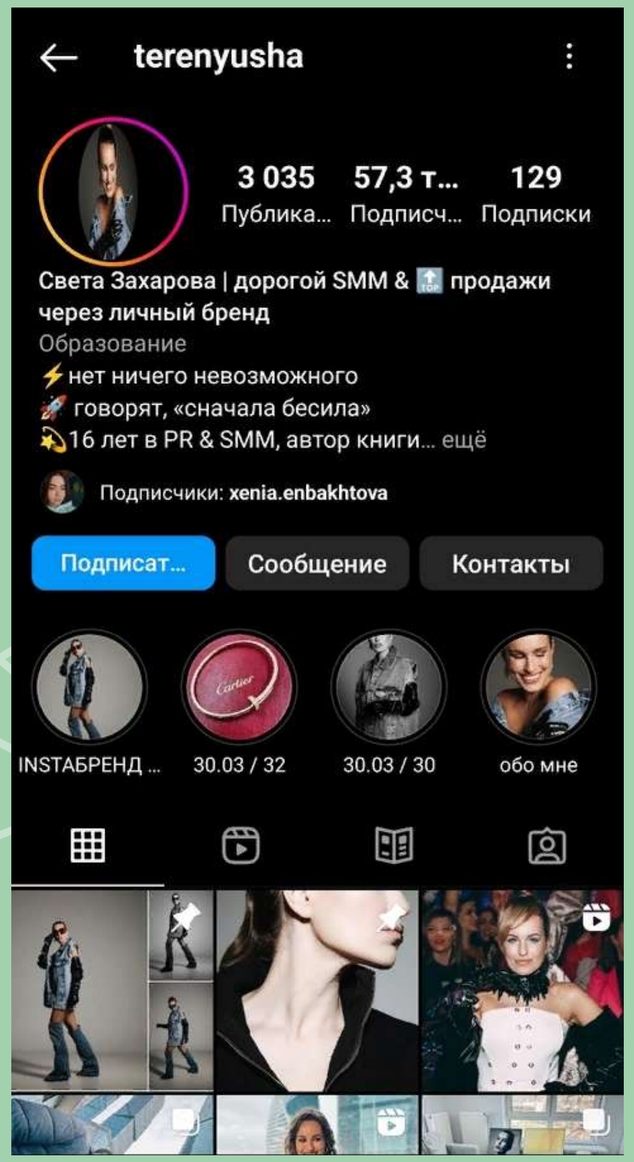

veryire
1 928
Публика...
808 т...
Подписч...
339
Подписки
IRINA & SPACE nomads
Личный блог
CEO поводков SpaceRace®
Автор книги «365 причин, чтобы жить»
Автор курса «Пишем кра... ещё
linktr.ee/veryire
Подписчики: mzzoom
Подпис...
Сообще...
Электро...
ПИШЕМ КРА...
Строю
SpaceRace


olgafilchenkova
1 758
Публика...
43,4 т...
Подписч...
75
Подписки
ФИТНЕС | ПСИХОЛОГИЯ | ПИТАНИЕ | Ольга
Со мной без срывов и зажеров к красивому телу
Уже 1000 девушек преобразились онлайн вме... ещё
filchenkova.com/shop/gajdi/sbornik-reczeptov-...
Подписаться
Сообщение
КЕЙС Ксения
Книга рецепт...
Отзывы
Обо мне
КТО ТАКАЯ ОЛЬГА ФИЛЬЧЕНКОВА?
ПЕРЕСТАНЬ РАЗДЕЛЯТЬ ЕДУ НА ХОРОШУЮ И ПЛОХУЮ!



Яна Добровольская – Мисс Россия-2016. Девушка ведет активный образ жизни – путешествует по России и по миру, занимается спортом и выкладывает красивые фотографии города.

Популярный тюменский блогер, коуч по личному бренду и ведению аккаунта в Instagram. Учредитель блогерского агентства Re: post.



Тур Солёное

Мастерская путешествий «Рыжий слон» предлагает экскурсии и маршруты по Тюменской области: сборные и индивидуальные, туры и экскурсии для школьников, для организованных групп, корпоративные туры.

Идея состоит в том, чтобы предложить летний групповой тур на озеро – известное место паломничества диких туристов. В тур будет входить трансфер и сопровождение гида.

Также локацию озера можно включить в уже существующие пакетные туры. Желающие могут присоединиться к организованной группе и не беспокоиться о том, как добраться до места назначения или что делать на месте. Это может быть очень привлекательным для людей, которые не хотят или не могут организовать поездку самостоятельно.

Праздничное открытие Соленого в качестве нового места отдыха и оздоровления!

1 июня 2024 года провести официальное открытие, пригласив крупные тюменские и российские СМИ, губернатора Тюменской области, крупных блогеров.

Сделать мастер-классы, лекции на темы: "Как использовать лечебную грязь в рамках лечения", "Создание сувенира из переработанных материалов", "Как правильно заниматься йогой" и др.

Челендж #приезжайНаСоленое

В социальной сети Вк провести челендж #приезжайНаСоленое: люди, посетившие "Соленое", должны выложить фотографию на фоне озера с табличкой "Приезжай на соленое".

Благодаря этому, можно охватить все сегменты целевой аудитории.

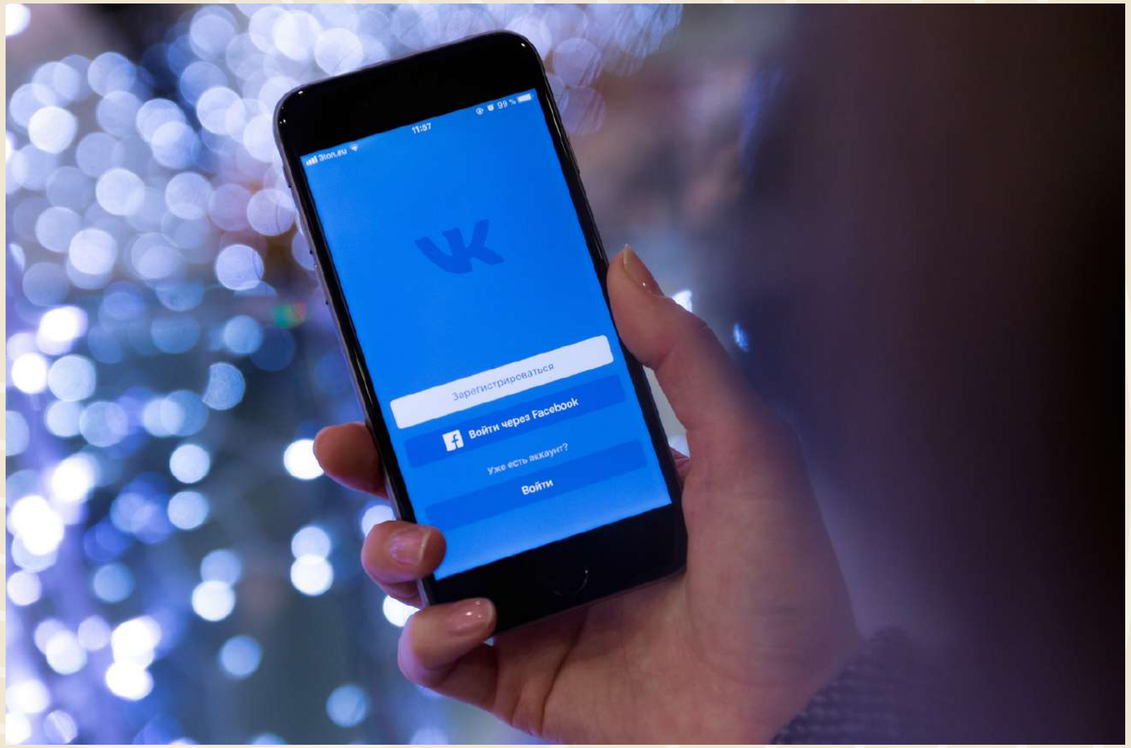
Туристические маршруты в цех по производству сыра и молока

В Бюрдюжском районе располагается крупный завод "Молоко", который производит продукцию как для Тюменского рынка, так и для всей России.

Отличный момент, чтобы заключить партнерские отношения, в рамках которого гости "Соленого" смогут посетить завод.

Ребрендинг сообщества в Вк

Изменение внешнего вида официальной группы, своевременная публикация актуальных новостей, цен, акций, проведение интерактивов среди подписчиков: конкурсы, викторины.



Солёное

ТВОЙ КУСОЧЕК МЕРТВОГО МОРЯ
НА ТЮМЕНСКОЙ ЗЕМЛЕ