

СМОЛЬНЫЙ ПЛАНИРУЕТ ВКЛАДЫВАТЬСЯ В РЕКЛАМУ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Туристов заманят гастрономическими маршрутами

ИНОСТРАННЫЕ туристы в 2014 году посещают Петербург заметно реже, чем раньше. По данным комитета по туризму, в первом полугодии поток сократился с 1,45 млн. до 1,35 млн., то есть на 7%, а к концу года этот показатель может дойти до 15%.

Чаще всего ехать на берега Невы отказываются англичане, французы и прочие американцы, что в общем-то не удивительно. На ситуацию сильно влияют внешнеполитическая конъюнктура, информационное противостояние и война санкций. Не спасает даже падение курса рубля, благодаря которому пребывание иностранцев в России обходится заметно дешевле.

Зато, по данным Смольного, в Северной столице на 5% чаще стали гостить россияне. Впрочем, тратят они намного меньше, чем иностранцы.

Власти Северной столицы принимают меры. На программу «Развитие сферы культуры и туризма» на 2015 — 2020 годы решено выделить 143 млрд. рублей. Как-никак согласно Стратегии-2030 нынешние 6 млн. туристов в год (российских и иностранных) должны через 16 лет обратиться в 20 млн. туристов, а это требует сверхусилий.

Возможно, поэтому появившийся в 2013 году комитет по развитию туризма не стал откладывать дело в долгий ящик и уже в этом году тратит порядка 100 млн. рублей на разные способы привлечения гостей. Соответствующие конкурсы объявлены в последние месяцы, некоторые из них уже завершены.

Итак, в течение декабря по Лондону будут ездить такси, обклеенные слоганами «о туристической привлекательности Петербурга». Всего чиновники хотят обклеить 200 машин и готовы потратить на это 4,5 млн. рублей.

22 млн. потратят на размещение информации о Петербурге в бортовых журналах шести авиакомпаний. Еще 31 млн. уйдет на размещение рекламных баннеров в аэропортах Лондона, Мадрида, Пекина, Гонконга, Амстердама, Милана, Токио и Франкфурта-на-Майне. Не забыто и телевидение — Смольный заказал видеоролики для демонстрации в эфире новостного канала «Euronews». Они должны «максимально ярко и оригинально освещать туристский потенциал Санкт-Петербурга». В сущности, речь идет об одном и том же сюжете хронометражом 5 минут, который планируется перевести на 12 языков.

Не забыт и внутренний турист. 4,6 млн. рублей выделили на размещение баннеров в крупных городах России. Еще 15,5 млн. рублей пойдет на «полное брендрование кресел и потолочных арок» в пригородных железнодорожных поездах «Аэроэкспресс», следующих в московские аэропорты Шереметьево, Домодедово и Внуково. Стикеры с рекламными слоганами появятся в 18 поездах на спинках кресел, откидывающихся столиках и на потолках. С их помощью в Смольном намерены «формировать имидж Санкт-Петербурга как города, благоприятного для туризма и отдыха».



Петербургская кухня способна удивить туристов.

И все это на фоне заметного роста затрат на участие Петербурга в различных международных туристских и конгрессных выставках. Согласно уже объявленному или проведенному конкурсам, на эти цели потратят еще около 50 млн. рублей.

4 млн. рублей выделено на проведение серии презентаций туристских программ и услуг индустрии гостеприимства в регионах России.

И наконец, самое неожиданное решение: в Петербурге проведут маркетинговые исследования и по их итогам сформируют не менее пяти гастрономических туристических маршрутов. На эти цели комитет по развитию туризма выделяет 1 млн. рублей. Помимо подробной проработки гастрономических маршрутов заказ предполагает разработку концепции тематического фестиваля международного уровня.

«В целом нормальная практика. Комитет преследует цель привлечь как можно больше туристов. Сейчас у нас очень сложная внешнеполитическая обстановка, отели уже паникуют. Все эти деньги могут вернуться в город», — уверена член комиссии ЗакСа по туристической индустрии Ольга Галкина. При этом она подчеркивает, что намерена впоследствии изучить соответствующие аналитические отчеты Смольного. Эффективность затрат, по ее словам, можно будет посчитать, запустив среди туристов специальные анкеты, в которых они будут указывать, откуда узнали о нашем городе и почему захотели в него приехать.

По материалам БалтИнфо, фото Натальи ЧАЙКИ

«ОТДОХНУ

КАК ПУТЕШЕСТВОВАТЬ ПО МИРУ ПОЧТИ БЕСПЛАТНО



Такое путешествие больше подходит молодежи.

Пока Петербург работает над привлечением туристов в город, петербуржцы после обрушения многих турфирм стали всерьез задумываться о самостоятельных путешествиях. В игру вступают интернет-сервисы, которые обещают незабываемый отдых в любой стране мира почти бесплатно.

Журналисты «ВП» постарались оценить пользу подобных проектов.

КАУЧСЁРФИГ

САМЫЙ РАСПРОСТРАНЕННЫЙ на сегодня способ побывать в другой стране и сэкономить деньги на проживании и гиде — каучсёрфинг: одна из крупнейших гостевых сетей, объединяет более 7 миллионов человек в 246 странах. «Члены сети бесплатно предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий и организуют совместные путешествия (однако иногда, по взаимной договоренности, гости оплачивают еду или другие расходы) — так написано в «Википедии».

Все придумал американец Кейси Фентон, который в 2000 году купил дешевый билет в Исландию, но у него не было места, где можно было остановиться. В результате переписки более чем с 1500 исландскими студентами он получил ночлег и провел незабываемые выходные в Рейкьявике. А после возвращения решил, что больше не будет пользоваться услугами туристической инфраструктуры и создал свой интернет-ресурс.

Итак, вы регистрируетесь, в профиле рассказываете о своих увлечениях, опыте путешествий, владении языками, размещаете фотографии и другую информацию. Также указывается, может ли участник принимать гостей. Если может, то надо обозначить количество, желательно пол гостей, условия проживания и т. п. Если участник не может принимать гостей, то он может поставить статус «готов встретиться и пообщаться».

Еще в профиле участника отображаются отзывы о нем других участников, ссылки на профили его друзей, его вклад в развитие проекта и др.

Город нахождения участника автоматически определяется при входе на сайт и отображается в профиле. Однако определяется он не всегда верно: например, при входе на сайт во Владивостоке часто как место последнего посещения сайта отображается Москва.

Человек, ищущий, где остановиться, может написать личный запрос другому участнику, у которого он хотел бы остановиться, или оставить открытый запрос, на который может ответить любой.

Родной язык сайта — английский, но су-

ществуют версии на многих других языках, в том числе на русском. Однако общение между участниками чаще всего ведется на английском.

Сеть создана с целью содействия процессу глобализации. Миссией каучсёрфинга является «создание вдохновляющего опыта». Но будем называть вещи своими именами.

В сети регистрируются люди со всего мира, которые жаждут халявы. Большинство зарегистрированных никогда не предоставляют свою площадь для проживания. Остальные предоставляют, но «не в этом месяце», «не более чем на три дня», «мы уезжаем на выходные», «по письму не ранее чем за неделю до дня приезда» и прочее, прочее.

Корреспондент «ВП» собирался на годовщину свадьбы с женой в Прагу. Отправил 20 запросов о размещении на 8 дней. Из всех запросов ответили 10 человек: 8 отказались, один согласился, но попросил оплаты на 40 евро меньше, чем стоимость номера в 4-звездном отеле в центре Праги.

Проблема первая. Специальная область регистрирует количество подаваемых участником сети ответов. Большинство ваших запросов уйдут «в молоко». Поэтому выбирать каучеров нужно по принципу «100% ответов».

Проблема вторая. Две уморительные области отвечают на вопросы «Нужно ли будет гостям делить с принимающим комнату?» и «Нужно ли будет гостям делить с принимающим кровать?». Поэтому молодых людей-юмористов, которые в профиле отвечают «да» на оба вопроса и в графе «Предпочитаемый пол» называют девушек, достаточно много.

Проблема третья. Многие из тех, кто предоставляет жилье, делают это, мягко скажем, спустя рукава. Вам придется спать на полу в собственном спальном мешке, зачастую в кухне или проходной комнате. С животными (в одном профиле были указаны крысы), свободно гуляющими по дому. Или грудными детьми.

Помните, вы вторгаетесь в частную жизнь людей. Ваш отпуск — это их будни. Ваш менталитет — не их менталитет. Вам в прямом смысле придется сосуществовать с