

В ОЖИДАНИИ ГОСТЕЙ ЧЕМПИОНАТА

КУБОК КОНФЕДЕРАЦИЙ, ПРОШЕДШИЙ В РОССИИ ЛЕТОМ 2017 ГОДА, ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ, ЧТО СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ В СТРАНЕ В ЦЕЛОМ И ПЕТЕРБУРГЕ В ЧАСТНОСТИ ПОЛЬЗУЕТСЯ СПРОСОМ, А БОЛЕЛЬЩИКИ ИЗ РАЗНЫХ КОНЦОВ МИРА ГОТОВЫ ПРИЕЗЖАТЬ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ СВОИХ СПОРТСМЕНОВ. ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ В 2018 ГОДУ И ЧЕМПИОНАТ ЕВРОПЫ ПО ФУТБОЛУ В 2020 ГОДУ ТАКЖЕ БУДУТ СПОСОБСТВОВАТЬ РАЗВИТИЮ ЭТОГО НАПРАВЛЕНИЯ, СЧИТАЮТ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ВЛАСТИ И ЭКСПЕРТЫ. АЛЕКСЕЙ ГРОМОВ

В Петербурге фиксируется рост числа спортивных туристов, говорит председатель городского комитета по развитию туризма Андрей Мушкарев. Подсчитать точное количество болельщиков, посетивших Северную столицу во время Кубка Конфедераций в 2017 году, невозможно, так как они переезжали из города в город на разные матчи первенства, но в целом по России матчи посетило около 300 тыс. человек.

«Мы активно работаем над развитием спортивного туризма, привлекая болельщиков прежде всего знаковыми международными турнирами. Помимо чемпионата мира по футболу 2018 года, который пройдет в России, Петербург вошел в число городов — участников чемпионата Европы по футболу 2020 года. Это будет первое спортивное событие, матчи которого состоятся не в одной стране или двух, а по всему континенту. Петербург добился права провести у себя матчи первенства наряду с такими городами, как Мюнхен, Рим, Копенгаген, Брюссель. Этот турнир, объединяющий многие страны, послужит активному пиару Петербурга и страны в целом на международном уровне. Проведение европейского турнира во многих странах должно усилить потоки спортивных туристов между городами — участниками чемпионата Европы», — отмечает председатель комитета.

По его словам, еще несколько лет назад нельзя было предположить, что в Петербург поедут туристы специально на крупные спортивные соревнования, но чемпионат мира по футболу (ЧМ) способен превратить обычного туриста в болельщика. Уже сейчас забронировано более 50% всего номерного фонда петербургских гостиниц, и комитет прогнозирует стопроцентную загруженность отелей летом 2018 года в дни футбольных матчей. При этом Петербург даже перевыполнил все требования оргкомитета и FIFA: вместо 14 тыс. номеров в отелях зарезервировано 34 тыс.

Чемпионат мира по футболу даст хорошую «прибавку» спортивному турпотоку, соглашается с ним директор по маркетингу компании Sport Leaders Мария Гришко, особенно за счет бесплатных поездов между

городами, которые пользовались огромной популярностью и во время Кубка Конфедераций. «Ведь таким образом болельщик получает возможность посмотреть российские города практически по цене самого дешевого билета — 1280 рублей. Это совершенно уникальная опция, насколько я знаю, таких условий не предлагала ни одна страна, организующая чемпионаты», — говорит она.

Эксперт уточняет, что спортивным туризмом обычно называют путешествия с целью посетить спортивное мероприятие в качестве болельщика или участника, но, по большому счету, можно назвать спортивным туризмом и поездки в горы покататься на лыжах, и экстремально-походные вылазки на природу. В более традиционном и массовом понимании спортивный туризм — это посещение глобальных спортивных событий, таких как Олимпийские игры, Универсиада, чемпионат мира или Европы по футболу, «Супербоул», «Ролан Гаррос», и выезды болельщиков для поддержки своего спортивного клуба.

Динамика турпотока при традиционном спортивном туризме в первую очередь зависит от популярности спорта или спортивного события среди массовой аудитории, но нельзя сказать, что в России такой туризм реально занимает первые места, отмечает Мария Гришко. Из позитивных тенденций можно отметить новые тренды в спортивном туризме, которые связаны с взрывным ростом популярности новых массовых видов спорта, таких как марафоны и триатлоны, которые с завидной регулярностью проходят как по всему миру, так и во многих российских городах. «Сегодня такое событие может привлечь десятки тысяч участников. Об этом на Sport Leaders Global Forum вы сможете услышать от основателей проектов Ironstar, I Love Running и „Гонка Героев“», — добавляет она.

ТУРИСТИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ Чтобы заполучить к себе крупные спортивные мероприятия, необходимо иметь спортивную инфраструктуру международного класса, подчеркивает господин Мушкарев.



ЕЩЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД НЕЛЬЗЯ БЫЛО ПРЕДПОЛОЖИТЬ, ЧТО В ПЕТЕРБУРГ ПОЕДУТ ТУРИСТЫ СПЕЦИАЛЬНО НА КРУПНЫЕ СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ, НО ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ СПОСОБЕН ПРЕВРАТИТЬ ОБЫЧНОГО ТУРИСТА В БОЛЕЛЬЩИКА

В Северной столице есть стадион «Санкт-Петербург» на Крестовском острове — новая доминанта города, есть Ледовый дворец — место проведения, в том числе, чемпионатов мира и Европы по хоккею, поэтому Петербург не останется без крупных соревнований и после 2020 года. Кроме того, развитию спортивного туризма способствуют и деловые мероприятия: Петербургский спортивный форум или Sport Leaders Global Forum — 2017. «Петербург стал площадкой для коммуникации лидеров мирового спорта и крупных коммерческих брендов, площадкой для принятия глобальных инвестиционных решений. Это очень важно для развития туризма, в том числе и спортивного», — говорит он.

При этом важно не потерять туристов после крупных спортивных соревнований: нужно оставить память о Петербурге не только как о городе, славном своей архитектурой, но и как об интересном спортивном месте. «Болельщики, побывавшие на Кубке Конфедераций, отмечают гостеприимство Петербурга, и многие с нетерпением ждут следующего года, чтобы вновь посетить наш город. Еще раз подчеркну, что чемпионат мира и другие крупные спортивные соревнования — это не только PR-повод, это возможность показать город с лучшей стороны», — уверен Андрей Мушкарев.

МАЛЕНЬКИЕ ИНВЕСТОРЫ Председатель комитета подчеркивает, что каждый турист — деловой, спортивный или просто индивидуальный гость — это маленький инвестор. «У нас есть задача — продавать Петербург на мировом и российском рынках. И продавать его необходимо дорого. И чем богаче турист, тем лучше. Они зарабатывают деньги у себя в стране, а потом приезжают к нам их тратить, тем самым вкладывая в развитие города», — говорит он.

По данным Всемирной туристической организации ООН (UNWTO), вклад туризма в мировой ВВП составляет около 10%. Это третья отрасль по обороту после химической и нефтедобывающей. В России лишь два города зарабатывают значительные средства на туризме — Москва и Петербург.

В столице вклад туризма в ВРП составил в 2016 году 8%, то есть 500 млрд рублей, в Петербурге цифра меньше на 40%, но с учетом меньшего количества туристов это неплохой результат. «Но мы считали только доходы туроператоров и отельеров. Тогда как по мировой практике сюда же относят доходы музеев, общественного транспорта, прибыли сервисных и других компаний. Таким образом, вклад туризма в экономику города очень значителен, он гораздо больше, чем у многих других отраслей, и он обладает положительной динамикой», — напоминает господин Мушкарев.

Среди спортивных туристов примерно 50% — это болельщики, просто следующие за своей любимой командой. В этом сегменте встречаются как неорганизованные болельщики эконом-класса, так и организованные фанаты, покупающие свои поездки через туроператоров и включающие в свой визит небольшую экскурсионную программу. Около 20% спортивных туристов составляют корпоративные болельщики или представители бизнес-класса, которые прибывают в среднем на три-пять дней. Они пользуются услугами крупных туроператоров и специализированных агентств, для них важны комфорт и безрисковость визита. Остальные 30% — семейные туристы-болельщики, совмещающие футбол с культурной программой.

Председатель комитета отмечает, что спортивного туриста вряд ли можно назвать прямой целевой аудиторией для города, ведь сильно заработать на футбольном фанате сложно. «Вот пример неудачного заработка на туристе: туристический сезон 2017 года был отмечен ростом цен на гостиничные услуги. Отельеры в преддверии Кубка Конфедераций решили воспользоваться моментом и увеличили цены. В итоге многие гостиницы по сравнению с прошлым годом зафиксировали падение доходов. И это как раз такой урок, который необходимо усвоить, ведь на общем фоне удорожания приезжие гости выбирали частные апартаменты. Думаю, это также касается и остальных сфер бизнеса», — высказывается Андрей Мушкарев. ■