

Review Привлекательный бизнес

На Алтай как на праздник

Событийный туризм в Алтайском крае динамично растет. Знаменитые «Шукшинские дни» удвоили количество гостей, а бизнесмены с удивительной охотой спонсировали почти половину затрат на проведение фестиваля. Туроператоры видят в этом заслугу регионального правительства и надеются на дальнейший рост.

— туризм —

В ТРЕНДЕ — ОБЕРЕГИ И ЧЕРЕПАШКИ

В Сростках — два часа пополудни. Прогноз ливневых дождей не оправдался, и залитые солнцем улицы села заполнены гостями закрытия «Шукшинских дней». «Улица мастеров» похожа на настоящую ярмарку, а сами мастера-ремесленники горазды на выдумку: кедровые магниты (обычные безделушки на холодильник, только из кедр), вязаные игрушки, кружево. Резчики по дереву бойко продают именные таблички для бань: «банька Андрея», «банька Артема» и другие. Рядом Анастасия Любимова из Заринского района показывает куклы-обереги — тряпичные и без лиц. «Вот эта защищает от глаза...» — рассказывает мастерица. Напротив женщины рассматривают травяную косметику, а дети с азартом катают огромные круги сыра в «Сырном турнире» компании «Киприно».

«Мы впервые участвуем в ярмарке в Сростках, — признается менеджер по продажам предпринятия-производителя подсолнечного масла «Алтайский эталон» Ольга Максимова. — У посетителей праздное, прогулочное настроение, постное масло их не слишком интересует... Но, возможно, с точки зрения узнаваемости бренда полезно лишний раз показать товар и вывеску».

Сразу в трех точках продают неожиданный товар — крохотных черепашат. Как ни странно, они пользуются спросом. «Разводить буду!» — объявляет довольный розовощекий турист, помахивая банкой с экзотической рептилией. Впрочем, в ярмарочных рядах не только экзотика: вот продавец рекламирует обычные майки и панамки. «Лето обещают жаркое!» — агитирует он праздных гостей. «Уже 28 июля, а лето еще только обещают!» — улыбаются в ответ покупатели.

В это время на сцене усадьбы музея-заповедника Шукшина проходит конкурс художественного чтения «Характеры» — кто-то звучно читает известный монолог Михаила Евдокимова.

Возможно, довольны и не все — кто-то жалуется на дефицит мяса в чебуреке — но общее настроение благостное. Самые веселые отплясывают под песни приезжих артистов на площадке межрегионального фестиваля народного творчества. Самые любопытные столпились у площадки «Казачья станица»: казаки отважно танцуют на битом стекле. И даже в храме Екатерины Великомученицы сегодня познавательная экскурсия: гостей проводят вниз, в придел Спиридона Тримифундского, где хранится православная святыня — частица бархатного башмачка святого.

А ближе к четырем потоки людей хлынули на гору Пикет: на сцене началось основное действо — художественная программа «От Шукшина к Шукшину» и награждение победителей XX Всероссийского Шукшинского кинофестиваля. Тысячи гостей, расположившись прямо на горном разнотравье, ловили глазами звезд: сценариста и режиссера Виктора Мережко, популярного киноактера Федора Добронравова, драматурга Аркадия Инина... А вечером всех ждал концерт певицы Пелагеи.

Как заявили в правительстве Алтайского края, «Шукшинские дни», история которых началась в 1976 году, заняли свое важное место в ряду культурных событий страны, поскольку Шукшин писал о самых близких и понятных нам вещах.

УДВОЕНИЕ ПОТОКОВ

По оценке управления Алтайского края по культуре и архивному делу, «Шукшинские дни на Алтае», которые прошли с 23 по 28 июля, посетили более 45 000 человек. Это вдвое больше, чем в прошлом году, говорит заместитель начальника управления Алексей Бочаров. Во-первых, в 2018 году правительство края значительно расширило географию фестиваля: она охватила семь городов и восемь сел. «Впервые мы масштабную развернули программу фестиваля в селах», — говорит Бочаров. Во-вторых, «Шукшинские дни» были наполнены новыми мероприятиями: в частности, впервые проводился фестиваль «Характеры». В-третьих,

управление по культуре и архивному делу существенно оптимизировало Шукшинский кинофестиваль. «Если раньше показы фестивальных фильмов проходили в разных концах Барнаула (иногда в одно и то же время), то в этом году конкурсный показ полнометражного игрового кино проходил в одном кинотеатре — «Пионере», — объяснил Бочаров. — Зал был полным, и, более того, люди искали лишний билетик, чего на нашей памяти не было!». Еще одной причиной успеха собеседник назвал удачную рекламно-информационную кампанию: в этом году были сокращены инвестиции в наружную рекламу и увеличены затраты на социальные медиа, которые показали эффективность.

Сростки в заключительный день фестиваля посетило 20 000 человек, тогда как в прошлом году гостей было от 7 000 до 10 000. География гостей не отслеживалась, но туроператоры пояснили, что наряду с многочисленными гостями из Западной Сибири на фестиваль приехали москвичи, питерцы и иностранцы. «Мы привезли в Сростки десять китайцев, — рассказала директор турфирмы «Азимут-Трэвел» Дина Остапенко. — Они наряжались в национальные костюмы, кружились в хороводе и были очень впечатлены».

Директор туристического центра «Горная аптека» Ольга Лонская уверена, что главной причиной столь внушительного притока в Сростки стал концерт эстрадной звезды Пелагеи. Спонсором концерта стала розничная сеть «Мария-Ра», уточнил Бочаров. По его словам, спонсоры в 2018 году вообще проявили небывалую активность. «Если лет пять назад поиск инвесторов был делом безнадежным и компании не откликались на нашу рассылку, то в этот раз бизнесмены сами выходили на оргкомитет. «Шукшинские дни», — рассказывает Бочаров. — Помимо «Марии-Ра», в числе основных партнеров фестиваля производитель масла и сыра «Киприно» и барнаульская компания «Строительная инициатива».



Маркетолог «Киприно» Виктория Андреева рассказала, что поддержка масштабных мероприятий — часть маркетинговой стратегии компании. «Шукшинские дни» — по-настоящему народный фестиваль с широкой аудиторией, поэтому интересен нам, — говорит Андреева. — Мы впервые участвовали в ярмарке в Сростках, но результат был ошеломительным. Мы наблюдали очевидный интерес к нашей продукции. Наша цель — повышение лояльности потребителей — была достигнута».

Общий бюджет «Шукшинских дней на Алтае» составил 11 млн руб., он вырос с 2,5 млн руб. за последние пять лет, отметил Алексей Бочаров. 40% этой суммы — расходы правительства края, 18% — средства федерального бюджета. Остальное в основном составляют вложения спонсоров.

По мнению Бочарова, отдача от инвестиций в проведение фестиваля превзошла ожидания. «Затраты на одного привлеченного человека составили примерно 222 руб., — подсчитал чиновник. — А расходы любого туриста (на бензин, питание и пр.) в любом случае намного превышают эту сумму».



«Шукшинские дни на Алтае», которые прошли с 23 по 28 июля, посетили более 45 000 человек. Это вдвое больше, чем в прошлом году

ПОЛИТИКА РОСТА

В событийном календаре Алтайского края в 2018 году более 50 массовых мероприятий — деловые, фольклорные, фестивальные, спортивные. До конца года планируется провести еще 13 мероприятий — от краевого фестиваля народного детского творчества им. Золотухина в селе Быстрый Исток до фестиваля цветов «Да здравствует королева!» в селе Мамонтово, жители которого гордятся единственным в крае розарием.

Как пояснили в управлении Алтайского края по внешним связям, туризму и курортному делу, наряду с «Шукшинскими днями» самыми крупными по числу посетителей считаются фестиваль «Сибирская масленица», (около 33 тыс. человек), Международный туристский форум VISIT ALTAI (более 35 тыс.

частных площадок для проведения событийных мероприятий. По информации управления по внешним связям, туризму и курортному делу, частные инвесторы создали дендропарк «Холмогорье» в селе Алтайском, казино «Алтай Пэлэс» недалеко от села Манжерок, туркомплекс «Сокол» на Айсом тракте, пляжи «Причал 22» и «Причал 42» в селе Яровом. Помимо внимания к инфраструктурным проектам, власть также осуществляет продуманную грантовую поддержку культурно-исторического туризма, считает Ольга Лонская. «Например, наш турцентр «Горная аптека» выиграл в 2015 году грант губернатора в размере 1 млн руб. на открытие ресторации сибирской кухни, — говорит Лонская. — Один из лучших способов познания региона — «попробовать на вкус». Туристы воспринимают гастрономические экскурсии с большим интересом».

Высоко оценивают туроператоры и постоянную медийно-информационную работу регионального правительства. Краевое госуч-

кое представление о том, в каких мероприятиях рационально участвовать».

Об экономическом эффекте от событийного туризма в управлении Алтайского края по внешним связям, туризму и курортному делу говорят с осторожностью. На привлечение туристов, по версии чиновников, зарабатывают гостиницы, туристические базы, кемпинги, сельские дома, кафе, выездная торговля, стрит-фуд, туроператоры, транспортные компании, народные мастера, ремесленники и отдельные творческие коллективы. Интерес предпринимателей растет. Например, для участия в «Цветении маральника» и «Алтайской зимовке» предприниматели-изготовители сувенирной продукции направляют свои заявки за полгода вперед, рассказали «Экономике региона» в управлении.

САМОЕ ЯРКОЕ

По словам Чупина, туристов из других регионов, помимо «Шукшинских дней», интересуют такие события, как «Алтайская зимовка» (приуроченная к прилету лебедей), «Сибирская масленица», «Цветение маральника», гастрофест в Алтайском районе и Петровские гуляния. Самым перспективным праздником для увеличения турпотока Дина Остапенко считает «Цветение маральника». «Во-первых, время благоприятное, — объясняет топ-менеджер. — Конец апреля, открытие туристического сезона. Что ни говори, а зимний Алтай до сих пор не стал по-настоящему привлекателен для россиян: жители европейской части боятся сибирских морозов. Во-вторых, сиреневые островки цветущего маральника в горах — это необыкновенно красиво».

Главной точкой роста событийного туризма туроператоры считают оптимизацию ценовой политики авиакомпаний. «Например, перелет из Москвы в Барнаул и обратно стоит на 40% дороже, чем Новосибирские тарифы, — поясняет Ольга Лонская. — Даже если у столичных жителей большой интерес к тому или иному событию, они несколько раз подумают, прежде чем закажут тур». Необходимо вводить субсидированные авиатарифы, согласна Дина Остапенко. По ее мнению, это значительно увеличит поток гостей в Алтайский край.

История фестиваля «Шукшинские дни на Алтае» началась в 1976-м, спустя два года после смерти Василия Шукшина. Фестиваль начался в формате так называемых Шукшинских чтений, которые уже через несколько лет переросли во всероссийскую акцию памяти, а в 1999-м — в год 70-летия писателя и режиссера — «Шукшинские дни» обрели статус федерального мероприятия. В 1999 году в рамках «Шукшинских дней» состоялся первый Шукшинский кинофестиваль.

В 2017 году восемь событийных проектов получили статус «Национального события — 2017». Алтайский край стал лидером по числу проектов, получивших данный статус среди субъектов РФ. Его удостоены следующие события региона: праздник «Алтайская зимовка», праздник «Цветение маральника», всероссийский фестиваль «Шукшинские дни на Алтае», межрегиональный фестиваль напитков «Алтайфест», международный молодежный управленческий форум «Алтай. Точки роста», фестиваль вареника «Всё будет смачно!», специализированная выставка-ярмарка «День мясного гурмана», фестиваль фестивалей «Сибирская масленица».



человек), праздник «Цветение маральника» (более 30 тыс. человек). В управлении рассказали, что в событийных мероприятиях принимают участие в основном жители соседних регионов — Республики Алтай, Кемеровской, Новосибирской, Омской, Томской областей и Казахстана. В 2018 году на массовые событийные мероприятия приезжали гости из Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Тюмени, Иркутска, Бурятии, Татарстана.

По данным Алтайстата, в I полугодии 2018 года сектор туризма и услуг по бронированию вырос в регионе почти на 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (для сравнения — в Новосибирской области в этом сегменте произошло снижение на 1%).

Президент Алтайской региональной ассоциации туризма Елена Чупина затруднилась оценить рост въездного туризма, но отметила позитивную динамику. «Алтай стал настоящим туристическим брендом, — говорит Чупина. — Россияне осведомлены не только о нашей природе и курортах, но зачастую и о событиях. Во многом это заслуга региональной власти, которая целенаправленно поддерживает развитие инфраструктуры путешествий и занимается продвижением наших туристических возможностей. А кроме того, постоянно расширяет географию событийного туризма». Дина Остапенко отметила, что в последние годы в регионе растет количество



реждение «Алтайтурцентр» ведет очень активную работу по информированию о событиях в туризме, констатирует Елена Чупина. «Благодаря правительству края туроператоры постоянно участвуют в масштабных выставках, где мы можем презентовать и маршруты, и события. Прежде всего — в международном «Интурмаркете», — подчеркнула госпожа Остапенко. «Продвижение событий достигается упорной работой, иногда с нуля, — заметила Лонская. — Если в первом «Цветении маральника» принимали участие по сути только мараловоды и участники туристического рынка, то теперь событие собирает десятки тысяч человек».

Хорошим знаком Чупина считает внимание спонсоров к алтайским событиям. «Это закономерно, потому что предприниматели видят и рост числа гостей, и хороший медийный эффект, — говорит Чупина. — Кроме того, событийный календарь составляется управлением по туризму на весь год, и у компаний заблаговременно формируется чет-

Вторым драйвером рынка событийного туризма называют развитие алтайских курортов. Событийных туров в чистом виде не так много, люди нередко соединяют посещение праздников и фестивалей с отдыхом, говорит Ольга Лонская. Судя по данным Алтайстата, санаторно-курортный сектор края не стагнирует: приток за I полугодие 2018 года составил 12%.

Наконец, третья перспектива развития внутреннего туризма — это создание единого туристического бренда «Алтай» без деления на Алтайский край и Республику Алтай, уверена Дина Остапенко. Поскольку многие интересные маршруты проходят сразу через два региона, гидам приходится проходить двойную аттестацию, а иногда возникает путаница в позиционировании туристических продуктов, пояснили туроператоры. Впрочем, они надеются, что это противоречие скоро будет разрешено по соглашению властей двух регионов.

Елена Богданова

