



Review Алтайский край

Алтайное становится явным

Алтайский край в последние годы активно развивает событийный туризм. Если на протяжении сорока лет главным событием в регионе были Шукшинские чтения, ежегодно привлекающие гостей со всей России и из-за рубежа, то сегодня таких крупных мероприятий насчитывается уже больше десятка. Гости съезжаются на «Алтайскую зимовку», «Сибирскую Масленицу», «Цветение маральника», «АлтайФест», праздник хлеба, и этот список можно продолжить. В крае уверены, что «раскрученные» события и небольшие сельские праздники позволят привлечь на Алтай больше гостей, что не только обеспечит занятость в туристическом бизнесе, но и даст возможность для развития других отраслей экономики региона.

— туризм —

Привлечь туриста

Власти Алтайского края ожидают 25%-ного прироста турпотока уже в текущем году. По предварительным оценкам, в крае отдохнет около 2 млн человек (в 2014 году число гостей едва превысило 1,6 млн). Если прогнозы чиновников оправдаются, регион поставит собственный рекорд по привлечению туристов. В первом полугодии, по данным управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, турпотока в регион уже увеличился на 17%. При этом некоторые туристические объекты пользуются особенной популярностью. Так, в единственной в стране работающей особой экономической зоне туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» в этом году побывало на 28% больше туристов. А в июне в ОЭЗ зарегистрировали 70%-ный прирост турпотока: если в 2014 году в первый месяц лета здесь отдохнули 41,4 тыс. человек, то в этом году «Бирюзовую Катунь» посетили около 70 тыс. туристов.

Такую популярность Алтайского края в этом сезоне эксперты связывают с переориентацией россиян на внутренний туризм, вызванной изменениями в геополитике и экономике. Немаловажную роль сыграла и погода, которая в этом году явно балует сибиряков. «В прошлом году начало высокого сезона испортило наводнение, да и потом активные туры не пользовались спросом, — напомнил директор барнаульской туркомпании «Плот» Александр Смирнов. — В этом году загрузка турбаз и санаториев увеличилась примерно на 30%. Но в сегменте активного отдыха мы прироста не наблюдаем, поскольку многие туристы предпочитают комфортные условия размещения с высоким уровнем сервиса. Как правило, это те, кто привык отдыхать за рубежом».

Рекордный наплыв туристов помимо официальной статистики подтверждают и данные участников рынка. «Глубина продаж в этом году нас радует: в санаториях Белокурихи все раскуплено почти до конца осени, на турбазах — до конца лета», — комментирует ситуацию директор турагентства «Система» (Барнаул) Наталья Гребенникова. А ее

коллега из Новосибирска Валентина Шептарева, менеджер по туризму компании «Министерство отпуска», отмечает, что в этом сезоне много заявок на Алтай не только от жителей сибирских регионов, но и от туристов из Москвы и Санкт-Петербурга. Хотя, конечно, основными поставщиками отдыхающих по-прежнему остаются близлежащие сибирские регионы. На них приходится до 80% всех гостей в крае.

При этом туроператоры сходятся во мнении, что увеличению спроса на отдых в Алтайском крае способствует ориентация региональной власти на развитие в первую очередь событийного туризма. «Привлечение туристов к праздникам, которые проводятся в Алтайском крае, — это очень большой плюс для турагентств, нам есть что предложить клиентам», — подчеркивает директор барнаульской компании «Автотур» Елена Попова. «Мероприятий стало много, самого разного масштаба — краевые и даже федеральные, такие как «Цветение маральника», «Алтайская зимовка», «День России на Бирюзовой Катуни», Шукшинские дни, которые зачастую приурочены к длинным выходным и позволяют привлечь много гостей из соседних регионов, — говорит руководитель группы компаний «Туроператоры Алтая» Валерий Копытский. — Но есть и более камерные мероприятия в районах и селах, которые собирают не так много гостей, но интерес к ним со стороны туристов растет с каждым годом».

Праздники с размахом

Открылся высокий, летний туристический сезон в Алтайском крае «Цветением маральника». Праздник по случаю цветения горного кустарника, который еще называют «алтайской сакурой», проходит в «Бирюзовой Катуни» уже третий год подряд и в майские праздники 2015-го собрал более 5 тыс. участников. «Туристы, отдыхающие в Белокурихе, в Горном Алтае, часто включают «Цветение маральника» в программу своего отдыха, но многие отправляются в предгорья специально на этот праздник, о чем свидетельствуют организованные туроператорами отдельные туры на это событие», — рассказали в «Алтайтурцентре».



Чтобы привлечь туристов в Сибирь, уверены эксперты, мало придумать событие, важно создать атмосферу

А фестиваль традиционной культуры «День России на Бирюзовой Катуни», который проводится в регионе также третий раз подряд, в этом году повысил свой статус до всероссийского. Он был включен в число мероприятий федеральной целевой программы «Культура России» с финансированием за счет бюджета. В этом году только фольклорных коллективов и исполнителей для участия в фестивале собралось более 600 человек — с Украины, из Республики Казахстан, Чувашии, Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Перми. На День России 12 июня все места у нас были раскуплены задолго до праздничных выходных, — говорит генеральный директор ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» Алексей Репин. — Сейчас в ОЭЗ организовано около 700 благоустроенных и частично благоустроенных мест для размещения. Вместе с палатками туристическая зона может одновременно принять до 1,5 тыс. гостей. Сейчас перед нами стоит задача активно увеличивать число мест для размещения».

В июне туристы едут также на фестиваль напитков «АлтайФест», который, по мнению некоторых участников, по своему размаху и насыщенности культурных мероприятий нисколько не уступает известному немецкому «ОктоберФесту». В этом году «АлтайФест» в «Сибирском подворье» Смоленского района Алтайского края собрал 17 тыс. гостей

КАК РОСТ ТУРПОТОК В АЛТАЙСКОМ КРАЕ, ТЫС. ЧЕЛ.

ИСТОЧНИК: «АЛТАЙТУРЦЕНТР».

2010	1 180
2011	1 295
2012	1 505
2013	1 576,1
2014	1 636,8

из Новосибирска, Хабаровска, Севастополя, Москвы, Сочи, Санкт-Петербурга. По данным краевых властей, в фестивале приняли участие более 20 алтайских компаний — производителей напитков. Как сообщил вице-губернатор края Александр Лукьянов, заявки на участие в фестивале присылали и компании из других регионов России, но организаторы решили остановить свой выбор на продукции местных производителей.

Событийный туризм в крае учитывает интересы не только фанатов активного отдыха. Любители литературы и кино уже не первый год приезжают на Алтай для участия в Рождественских чтениях на родине Роберта Рождественского, в селе Косиха, и посетит Шукшинский кинофестиваль, где публике представляют одни из лучших современных российских и зарубежных фильмов в жанре «душевного кино». Только на закрытии XVII Шукшинского кинофестиваля в селе Сростки, на родине писателя и кинорежисера Василия Шукшина, в этом году побывало около 6 тыс. человек.

Не замирает туристическая активность в крае и зимой. В прошлом году сезон впервые открыла «Алтайская зимовка», праздник приурочили к миграции лебедей на незамерзающие озера региона. Фестиваль с гонками на собачьих упряжках, снежными городками собрал более 10 тыс. гостей. Региональные власти уже заявили о планах сделать его ежегодным и назначили дату нынешней «Алтайской зимовки»: она пройдет с 10 по 13 декабря 2015 года.

Пошли на народ

С недавних пор событийный туризм на Алтае «пошел в народ». Небольшие фестивали и локальные праздники проводят в городах и даже небольших селах края. Так, в этом году туристический календарь региона пополнился праздником на Завьяловских озерах, организованным властями одноименного

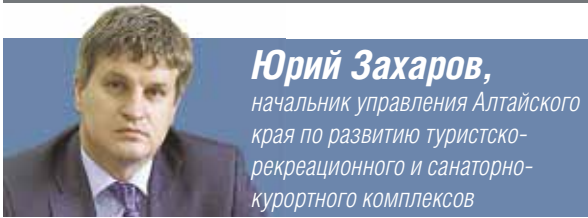
района, чтобы «разнообразить отдых десятков тысяч отдыхающих, приезжающих на соленые озера». А соседний Романовский район впервые провел фестиваль вареника «Всё будё смачно!», отражающий самобытную культуру украинских переселенцев, которые составляют большинство местных жителей. «На территории района сегодня туристов столько, сколько у нас жителей. Люди приезжают отдыхать и лечиться на соленые озера. Но специалисты по курортологии говорят, что важно не только лечение, но и развлечение. Поэтому мы и придумали фестиваль вареника», — рассказал глава администрации Романовского района Алтайского края Андрей Науменко.

Надо отметить, что Алтайский край богат и гастрономическими праздниками, которыми сегодня могут похвастаться даже небольшие села: «Сырная деревня» в Куйгане, «Медово-яблочный Спас» в Макарьевке, медово-сырный праздник в Красногорском районе. «Это дополнительные „магниты“, которые притягивают туристов. Люди в деревнях одеваются в национальные костюмы, становятся участниками шоу. Это и для жителей села развлечение, и туристов привлекает. Конечно, пока у районов еще нет навыков в проведении крупных мероприятий, бюджет не очень большой. Но главное — люди на местах поняли, что это приносит реальный доход», — уверен Валерий Копытский.

По мнению президента Алтайской региональной ассоциации туризма (АРАТ) Натальи Гордеевой, событийный туризм позволяет популяризировать как отдельный район, так и весь край. «Это хорошая возможность раскрыть рекреационные и туристические возможности разных территорий, а не только уже „раскрученных“ мест — предгорной зоны, Белокурихи, Ярового. Особенно отраднo, что эта инициатива подхвачена районами. Но при этом надо понимать: чтобы собирать много гостей, праздники нужно делать на высоком уровне, чем-то удивлять уже искушенных туристов. Важна и информационная поддержка, чтобы о проводимых мероприятиях узнали многие. Ну и конечно же, сервис, сервис и еще раз сервис. Событие может быть замечательным, но если гостей разместили в ужасных условиях, плохо накормили — в следующий раз они сюда уже не приедут. Так что событийный туризм — это очень большая работа, и хорошо, что в регионе это понимают и движутся в правильном направлении», — отмечает госпожа Гордеева.

Продвижение региона на внутреннем и международном туристическом рынке — одно из приоритетных направлений и для краевых властей. «Над развитием событийного туризма будем работать и дальше. Немалый интерес для нас представляет его этнографическая составляющая. В крае с районами компактного проживания немцев, мордвы, казахов есть прекрасная возможность посетить национальные праздники, окунуться в специфический быт, познакомиться с уникальной культурой проживающих здесь диаспор», — убежден губернатор Алтайского края Александр Карлин.

Вета Киселева



Юрий Захаров,
начальник управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов

«Наша цель — создание современной туристической инфраструктуры»

— Какова основная концепция развития туристической инфраструктуры в Алтайском крае?

— За последнее десятилетие туризм перешел от экстенсивного пути развития к интенсивному, что позволило значительно снизить процент «дикого» отдыха и увеличить долю организованного. В результате во многих районах края построены новые турбазы, гостиницы, кемпинги.

Чтобы сформировать в крае современную туристическую индустрию, увеличить вклад отрасли в экономику (а сегодня он доходит до 6,5% ВРП), в регионе уже несколько лет действует программа «Развитие туризма в Алтайском крае». Она призвана улучшить качество туристических услуг, содействовать формированию имиджа края как центра всесезонного отдыха и продвижению алтайского турпродукта на внутреннем и внешних рынках.

Конечно, одно из основных направлений работы — это создание современной туристической инфраструктуры. Мы стремимся участвовать во всех проектах и программах, позволяющих привлечь федеральные и внебюджетные средства в развитие этой сферы. Сегодня в крае уже работают особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» и игровая зона «Сибирская монета». Еще три крупных инвестиционных проекта — туристско-рекреационный кластер «Белокуриха», автористический кластер «Золотые ворота» и новый кластер «Барнаул — горнозаводской город» — вошли в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 годы)» и начали реализовываться.

— Почему одним из основных направлений выбран именно событийный туризм?

— Потому что яркие, интересные события в деловой, культурной, спортивной жизни края позволяют презентовать его уникальные туристско-рекреационные возможности, повысить узнаваемость на туристическом рынке, ну и конечно, привлечь больше туристов. Сегодня около десяти культурных и гастрономических событий прочно вошли в рейтинг популярных турмероприятий и ежегодно собирают тысячи гостей. Известны далеко за пределами края фестиваль «Сибирская Масленица», праздник «Цветение маральника», межрегиональ-

ный фестиваль национальных культур «День России на Бирюзовой Катуни», праздник напитков «АлтайФест», фестиваль «Шукшинские дни на Алтае», «Алтайская зимовка», открывающая зимний туристический сезон, и многие другие. Количество таких мероприятий растет из года в год, расширяется их тематическая направленность, что благоприятно сказывается на увеличении турпотока и имидже Алтайского края.

— А чей опыт при развитии событийного туризма вы использовали?

— Мы следим за тем, что предлагают туристам другие субъекты РФ, однако, развивая событийный туризм, в большей степени полагаемся на свой опыт.

Сами создаем сценарии и программы праздников, генерируем и воплощаем новые идеи. Активно подключаем к этой работе муниципалитеты. Сегодня многие города и районы имеют свои событийные «визитные карточки»: Фестиваль алтайского марала (Алтайский район), медово-сырный праздник (Красногорский район), фестиваль «Звенигора» (Змеиногорский район), День мясного гурмана (Бийск), Покровский фестиваль (Быстроистокский район), фестиваль «Ремесло — душа народа» (Бийский район), которые входят в ежегодный событийный календарь Алтайского края.

— Каких результатов уже удалось добиться и что в планах на ближайшую перспективу?

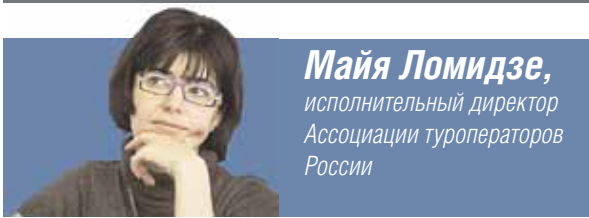
— Основной результат — это увеличение туристского потока в Алтайский край. Если в 2011 году наш регион посетили 1,2 млн человек, то в 2014 году турпоток вырос до 1,6 млн человек.

Кроме того, в 2014 году в региональном этапе конкурса на соискание национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards 2014 наш проект «Первый Международный кубок Великого Шелкового пути по спортивному пеленгину» занял второе место в номинации «Лучшая идея для развития событийного туризма», а Гран-при конкурса в номинации «Лучший проект по популяризации событийного туризма» был удостоен праздник «Цветение маральника».

По итогам общероссийского финала национальной премии Russian Event Awards 2014 в рейтинге регионов Алтайский край занял шестое место, опередив многие известные туристические Мекки страны. К тому же туристско-рекреационный комплекс «Сибирское подворье» (ЗАО «Курорт Белокуриха») был признан лучшей российской площадкой для событийного туризма, а «Алтайтурцентр» назван лучшим среди туристических информационных центров России.

Что касается ближайших планов, мы продолжим проведение крупных событийных мероприятий, ставших традиционными. Но будем организовывать и новые праздники, фестивали, причем на новых площадках, с тем чтобы равномерно перераспределить туристские потоки по территории региона и представить гостям турпродукты городов и районов края.

Беседовала Вета Киселева



Майя Ломидзе,
исполнительный директор Ассоциации туроператоров России

«Мало организовать интересное мероприятие, нужно хорошо принять гостей»

— Событийный туризм помогает привлекать туристов в регион?

— Вектор, который взял Алтайский край, на развитие событийных мероприятий, абсолютно верный. В первую очередь это привлекает туристов из близлежащих регионов. Даже короткие поездки, без ночевки либо с остановкой на одну-две ночи, обеспечивают довольно серьезный приток туристов. Это правильный ход. К сожалению, не все регионы его так удачно используют, как Алтайский край. Хороший пример — чемпионат по легкой атлетике на скорость сибирских пельменей, который уже третий год проводят в Бийске. Такие события можно распространить на всю Россию, это было бы интересно в любом регионе. Конечно, мало организовать интересное мероприятие, нужно хорошо принять гостей. И первое, с чем сталкиваются туристы, — транспортная доступность. Надо отдать должное краевым властям. Алтайский край сегодня активно работает над тем, чтобы снизить стоимость авиаперелетов и сделать регион более доступным для туристов из европейской части страны. Важна также инфраструктура гостеприимства, определенный уровень сервиса. Если в Белокурихе проблем с комфортным размещением гостей нет, то в других территориях края соответствующую инфраструктуру еще нужно создавать. Например, для проведения праздника «Алтайская зимовка» у озера, где зимуют лебеди, построили смотровую площадку и две площадки, с которых туристы могли бы кормить птиц.

— Позволяет ли событийный туризм реально повысить узнаваемость региона и увеличить турпоток?

— Конечно. И в этом направлении опять-таки Алтайский край — регион особый, поскольку здесь сам губернатор занимается продвижением туристического бренда. Он везде, где можно, рассказывает о событийных мероприятиях, проходящих на Алтае, и делает это очень доходчиво и «вкусно», так что не приехать невозможно. Но если мы берем концепцию событийного туризма вообще, относительно к тому или иному субъекту федерации, то событийные мероприятия как раз и придумываются для того, чтобы продвинуть регион на туристическом рынке, сделать его узнаваемым. В большинстве случаев это срабатывает. Не сразу, конечно, но срабатывает.

— Есть ли в других регионах подобный опыт развития событийного туризма и насколько он успешен?

— Есть хорошие примеры в Самарской области, где за лето проходит больше 15 мероприятий, которые пользуются популярностью и привлекают туристов из всего Приволжского федерального округа. Здесь проходит праздник сызранских помидоров. Другие мероприятия я, к сожалению, назвать не смогу, потому что самарцы меньше информируют общественность о своем туристическом потенциале, чем Алтайский край. Вот про цветение маральника на Алтае, зимовку лебедей, сон на ульях я могу рассказать больше. Что, кстати, и является показателем узнаваемости края. Еще один активный регион — Санкт-Петербург. Но ему, честно говоря, и мероприятий специальных придумывать не надо. Там повседневная жизнь города как одно большое событие.

— С какими проблемами приходится сталкиваться регионам при развитии событийного туризма и как их преодолеть?

— Основных проблем четыре. Первая — мировоззренческая: преувеличенные ожидания. Когда в проведение мероприятия и привлечение гостей много вложено, то хочется сразу получить отдачу. Важно не обманывать себя со статистикой посещения. Вторая проблема — творческая. Событие в туризме можно придумать из чего угодно, но, чтобы сделать его по-настоящему интересным, нужен креатив. Вот регион приглашает на праздник бумажных фонариков. Но это есть везде — вы можете чем-то удивить? Мероприятие должно быть либо эксклюзивное, либо атмосферное. Масленицу тоже празднуют везде, главное создать такую атмосферу, чтобы туристы захотели приехать именно в ваш регион, и не один раз. Третья проблема — финансы. Организация любого мероприятия требует вложений, и нужно изначально просчитывать, сколько будет потрачено и какую отдачу это может принести. Можно вложить много и не получить ничего. Поэтому очень важно продвижение будущих событий — это как раз четвертая проблема. О предстоящем мероприятии надо сообщить во все событийные календари, уведомить туроператоров, и хорошо бы придумать для него красивую «обертку».

— Готовы ли крупные туроператоры продвигать событийные туры в регионах?

— Туроператоры готовы продвигать интересные события, потому что первый вопрос туроператора, когда он заходит в новый регион, — что у вас есть интересного, что можно предложить туристам? Сейчас в России на ура идут интерактивные мероприятия: всевозможные исторические реконструкции, мероприятия, в которых туристы могут непосредственно участвовать — печь блины, лепить пельмени, водить хороводы. На это сегодня хороший спрос. Если регион выходит на крупных федеральных операторов и предлагает интересное событие, то можно быть уверенным, что об этом узнают туристы со всей страны и даже из-за рубежа.

Беседовала Вета Киселева