

9 771815 330071 1 9128

Деловой Петербург

ПЕТЕРБУРГ. ОКНО В МИР

PETERSBURG. WINDOW TO THE WORLD

Понедельник | 09.09.19 | №128 (5181)
Цена: свободная



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ЭКСПОФОРУМ»

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ ДЛЯ РОССИИ И ПЕТЕРБУРГА – ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

«Деловой турист в 5–10 раз эффективнее «обычного». Он дольше находится в городе, больше тратит, создает новые рабочие места, приезжает повторно и преимущественно в низкий сезон. Деловой туризм не просто формирует деловые компетенции территории – он создает возможности для работы с мировой политической и экономической повесткой».

Сергей ВОРОНКОВ
Генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл»



EXPOFORUM

РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

EXPOFORUM-CENTER.RU

АЛЕКСАНДР БЕГЛОВ

ALEXANDER BEGLOV

Дорогие друзья!

Впервые в России проходит крупнейшее событие мировой туристической индустрии — сессия Генеральной ассамблеи ЮНВТО. И честь принимать его предоставлена Санкт-Петербургу. С каждым годом все больше гостей приезжает, чтобы увидеть наши знаменитые дворцы и парки, музеи и театры, посмотреть, как в белые ночи разводятся мосты над Невой. Исторический центр Санкт-Петербурга — сокровище, доставшееся нам в наследство. И мы готовы щедро делиться им со всеми, кто хочет своими глазами увидеть эту красоту, но при этом не сеем обязательство заботиться о наших уникальных памятниках, чтобы сохранить их для потомков. Как и другие города, мы вводим туристический сбор. Эти деньги будут направлены на ремонт и реставрацию зданий в историческом центре, который является объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО. Санкт-Петербург по праву признан одним из наиболее востребованных туристических направлений в мире, он неоднократно становился обладателем премии World Travel Awards. Этому во многом способствуют яркие события, которые проходят в нашем городе. Например, праздник выпускников «Алые паруса». Миллионы гостей приезжают в Петербург, чтобы увидеть это великолепие. В 2016 году «Алые паруса» были признаны лучшим городским праздником в Европе. В прошлом году к нам приехали 8,2 млн туристов. Ожидаем, что в этом году их количество вырастет на 10%.

С 1 октября наш город можно будет посетить по электронной визе. Это даст дополнительное увеличение турпотока. Санкт-Петербург готов к большому количеству туристов. Мы сегодня развиваем все направления: деловой, выставочный, событийный, медицинский туризм. Будем рады принять всех, кто приезжает к нам как по делам, так и просто полюбоваться нашим прекрасным городом. Желаю всем участникам 23-й сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО конструктивного диалога, а тем, кто впервые в Санкт-Петербурге, — самых лучших впечатлений от Северной столицы России!

**ВРЕМЕННО ИСПОЛНЯЮЩИЙ
ОБЯЗАННОСТИ
ГУБЕРНАТОРА
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
А. Д. БЕГЛОВ**



Dear friends!

For the first time ever, Russia is hosting the largest event in the industry of global tourism: the session of the UNWTO General Assembly. And the honor to host the event fell to St. Petersburg.

Every year more and more tourists come here to visit our famous palaces and parks, museums and theaters, watch the bridges across the Neva go up in the summer season of the White Nights.

The historic downtown of St. Petersburg is a real treasure that we inherited from past generations. We are happy to share this experience with everyone who wants to see this beauty with their own eyes, and we have taken upon ourselves the obligation to take good care of our unique landmarks and monuments so as to preserve them for future generations.

As other cities, we are introducing a tourism fee. This money will be spent on repairing and restoring buildings in the city's historic downtown, which is included on the list of UNESCO World Heritage.

St. Petersburg has been recognized as one of the most popular tourism destinations in the world, and has won World Travel Awards on numerous occasions. This is due, in large part, to memorable events that take place in our city. Take, for instance, the Scarlet Sails School Graduation Party. Millions of guests come to St. Petersburg to see this glorious event. In 2016, the Scarlet Sails Party was recognized the best city festival in Europe.

Last year we had 8.2 million tourists coming to St. Petersburg. We expect that the tourist traffic this year will increase by 10%. Starting on October 1, electronic visas will be available to people wishing to visit St. Petersburg. This will help numbers of tourists grow even more. St. Petersburg is ready for the influx of tourists. We are currently working in every direction, developing business, exhibition, event, and medical tourism. We are happy to welcome everyone who comes here, whether on business or to enjoy the wondrous sights of our city.

Let me wish all the participants of the 23rd UNWTO General Assembly to enjoy constructive dialog, and those who are here for the first time — enjoy your visit, and take away with you the very best impressions of Russia's northern capital!

**ACTING
GOVERNOR OF ST. PETERSBURG
ALEXANDER BEGLOV**

Газета
основана
25.05.1993

Редакция: 197022, СПб,
ул. Академика Павлова, 5,
бизнес-центр River House,
5-й этаж, gazeta@dp.ru
☎ 328 2828, 326 9700;
факс 326 9701

Главный редактор: Смирнов А.И.
aigitu@smirnov@dp.ru
Шеф-редактор: Кейфен В.Л.
veta.keifen@dp.ru
Выпускающий редактор:
Жуков А.В. andrey.zhukov@dp.ru
Отдел ежедневных выпусков:
Гладышева Н.А. ng@dp.ru
Отдел специальных проектов:
Мазо Б.И. boia.mazo@dp.ru

Учредитель и издатель:
АО «ДП Бизнес Пресс», 197022,
Санкт-Петербург, ул. Академика
Павлова, 5
Генеральный директор:
Шатунов А.Н.
Коммерческий директор:
Титorenko С.В.
Начальник отдела рекламы:
Карпусь В.Н.

Отдел рекламы:
gk@kama@dp.ru
☎ 326 9744; факс 326 9708
Отдел распространения:
☎ 326 9720; факс 326 9721
Руководитель: Королькова Л.Н.
Представительство в г. Москве:
125315, Ленинградский пр., 80,
корп. 17, 5-й этаж;
☎ +7 (988) 818 9041

Свидетельство
ПИН №ФС 77-65441 от 18.04.2016,
выдано Федеральной службой
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций.
Перепечатка либо иное использо-
вание материалов из газеты «Де-
ловой Петербург» частично или

полностью допускается только
с письменного согласия редакции.
При использовании материалов
ссылка на «ДП» обязательна.
Точка зрения обозревателей не обя-
зательно совпадает с позицией
редакции. Присланные материалы
не рецензируются и не возвраща-
ются. Редакция не предоставляет
справочной информации.

Претензии по доставке
газеты:
отдел подписки «ДП» —
☎ 326 9713,
ООО «Урал-Пресс СПб» —
☎ 378 6644.
Подписные индексы:
31582 — по Санкт-Петербургу
15942 — по Ленинградской

Типография: ООО «Типограф-
ский комплекс «Девиз»,
190022, Санкт-Петербург,
Якорная ул., 20, корт. 2, лит. А,
пом. 44.
Время подписки в печать:
Установленное: 21:45
Фактическое: 21:45
№ заказа: 25128

16+ 11 000 ЭКЗ.

Тираж сертифицирован
Национальной
типографской службой
Цена свободная

4 ИНТЕРВЬЮ | INTERVIEW

Все условия гостям

ОЛЕГ МАРКОВ

Как привлечь в город главное туристическое мероприятие мира, чем удивить искушенных гостей и как именно будет развиваться Петербург — центр притяжения путешественников? Об этом «ДП» поговори с вице-губернатором Санкт-Петербурга Олегом Марковым.

Как Петербург стал площадкой для сессии Генассамблеи?

— В 2017 году Санкт-Петербург выразил желание стать конгрессной площадкой для проведения самого крупного в мире мероприятия в области туризма. Нас поддержало федеральное правительство. Голосование прошло в рамках 22-й сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО в Чэнду в Китае.

Кандидатуру Санкт-Петербурга поддержало абсолютное большинство стран — членов ЮНВТО. Кроме того, Аргентинская Республика отозвала свою кандидатуру в поддержку кандидатуры Российской Федерации.

Замечу, что сессии Генассамблеи не проводились в Европе на протяжении 23 лет и никогда не проводились в России!

Петербург, можно сказать, привык к приему гостей высокого уровня, будь то политические деятели, лидеры бизнес-направлений, великие музыканты, артисты или спортсмены. Но такого числа лидеров туристической отрасли, а с ними и экспертного сообщества, мы еще не принимали и старались спланировать проведение этого мероприятия не просто на высоком качественном уровне, но и со свойственной нам душевной гостеприимностью.

Что город предлагает делегатам, чем удивит их?

— В организации пребывания гостей мы сделали упор на безопасность и комфорт.

Созданы все условия, в том числе технические, для того чтобы делегаты с первых минут пребывания в городе могли ориентироваться на подобранные для них автомобильные средства, места проживания и питания. Мы разработали возможность нажатием одной кнопки в планшете вызвать такси или обратиться за любой необходимой помощью.

Сессии Генассамблеи сопровождают волонтеры, говорящие на нескольких языках. Оператору мероприятия «Росконгрессу» пришлось провести отбор желающих, конкурс составил порядка четырех человек на место.

Благодаря проведению главного туристического мероприятия в Петербурге нам удастся реализовать давнюю идею постоянного туристического маршрута ретро-трамвая. Построена реплика той самой «Американки», которая служила городу в довоенное время, в блокаду и после войны — до 1979 года. Туристический трамвай станет новым брендом нашего города.

Наши легендарные культурные учреждения — Мариинский театр, музеи-заповедники «Петергоф» и «Царское Село», Планетарий №1 — создали программу, которая, я уверен, придется по душе всем делегатам Генассамблеи.

Деловая программа ЮНВТО и параллельно организованного нами форума Travel Hub позволяет обсудить результат и планы работы в направлениях: меди-

цинский и оздоровительный туризм, образование и трудоустройство в туризме, роль инноваций в доступном и инклюзивном туризме, роль искусственного интеллекта в решении вызовов глобального потепления, стартапы и развитие технологических платформ. Мы, что называется, сверим часы и обменяемся опытом для того, чтобы в дальнейшем развить эти направления с учетом проб и ошибок друг друга.

Какие цели в развитии туризма сейчас ставит руководство города?

— Подготовка к мероприятию такого уровня, как сессия Генеральной ассамблеи ЮНВТО, — это уже путь развития туристической отрасли Петербурга.

Мы хорошо понимаем, что туристическая отрасль — одна из самых динамичных. Это «точка роста» и для нашего города. Помимо духовного и культурного направления необходимы экономические стимулирующие меры. Руководитель города Александр Беглов утвердил ряд показателей, которых необходимо достичь в этой области. К примеру, в 2023 году объем услуг туристической сферы Петербурга должен вырасти до 35 млрд рублей.

Вы уже знаете о новых мерах, которые по инициативе города и при поддержке президента России Владимира Путина будут предприняты в Петербурге, — это введение туристического сбора для иностранных гостей и возможность оформления электронных виз для значительно числа государств. Безусловно, эти новшества стимулируют развитие туристической отрасли Петербурга. У нас есть необходимость улучшения инфраструктуры предоставления услуг: нам нужно двигаться вперед в теме морского и яхтенного туризма,кратно нарастить возмож-

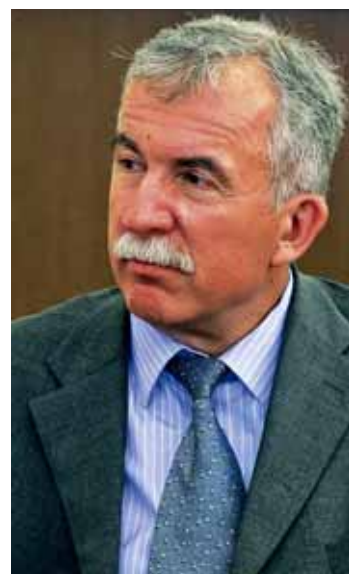


ФОТО: ИНТЕРПРЕС

ности аэропорта Пулково, железнодорожного сообщения, средств размещения гостей. Вне всякого сомнения, мировой опыт участников Генеральной ассамблеи будет востребован нашими специалистами для развития всевозможных направлений в области туризма: делового, выставочного, событийного и так далее.

Мы должны создать все необходимые условия, чтобы туристы приезжали в Петербург круглогодично и возвращались в наш город еще не раз.

АННА ЕГОРОВА
gazeta@dp.ru

All the necessary conditions for the guests

OLEG MARKOV

How did St. Petersburg become the host city for the main tourist event, what will the city surprise the guests with and what is the future of St. Petersburg — the city of travellers? These are the topics Vice Governor of St. Petersburg Oleg Markov talks to DP.

How did St. Petersburg become the host city for the General Assembly session?

— In 2017 St. Petersburg expressed interest in hosting the largest international event in the travel industry. We were supported by the federal government. The voting took place at the 22nd session of the UNWTO General Assembly in the Chinese city of Chengdu. The candidacy of St. Petersburg was supported by most countries members of the UNWTO. Additionally, the Republic of Argentina withdrew its candidacy in support of Russia's application.

I must note here, that UNWTO General Assemblies have not been held in Europe for the past 23 years, and have never been held in Russia!

St. Petersburg has hosted many high-level events, involving political and business leaders, great musicians, performers or athletes. But we have never seen such a great number of tourism leaders and so many leaders of the expert community, so we tried our hardest to make this event not simply very successful; we wanted to fill every minute with our heartfelt hospitality.

What will the city offer the delegates, what will it surprise them with?

— Our focus for the event is on the safety and comfort of guests.

We have created all the necessary conditions, including every technical detail, so that from the very first moment of their time in St. Petersburg our guests could rely on comfortable transfers, convenient accommodation and excellent meals.

A taxicab or any assistance a guest might need, have been arranged to be just one click away on the guest's tablet PC.

The session of the General Assembly will be supported by volunteers who can speak several languages. Roscongress, the operator of the event, had to hold a competition among the volunteers, and ended up choosing one in four candidates.

The main event of the tourism industry in St. Petersburg helped us move along with the old idea of a retro-tram tour program in the city. For that purpose, we built a replica of the «American» tram that had served the city before the war, during the Siege of Leningrad and after the war — all the way to 1979. The

tourist tram will become a new brand of our city.

Our legendary cultural establishments — Mariinsky Theatre, Peterhof and Tsarskoe Selo Museum Reserves, Planetarium No. 1 — have each created a program that, I am sure, all the delegates of the General Assembly will like.

The UNWTO business program and the parallel TravelHub Forum will allow us to discuss the results and further plans in the following directions: medical and health tourism, education and employment in tourism, innovations role in accessible and inclusive tourism, the role of artificial intelligence in solving global warming challenges, startups and technological platforms development. We will work together to give each other a heads-up, and exchange experience to develop these directions further with consideration of each other's trials and errors.

What are the goals for the tourism sector as seen by the city administration today?

— Preparations for such Grand-Scale Event as UNWTO General Assembly are one of the Ways to Develop St. Petersburg's Travel Industry

We understand very well that tourism is one of the most dynamically developing economy sectors. This is the «growth point» for our city. In addition to spiritual and cultural dimensions, economic stimulation measures

are also necessary. Head of the city, Alexander Dmitryevich Beglov, has approved a number of parameters that must be achieved in this area. For instance, by 2023 the volume of tourism sector services in St. Petersburg is expected to grow to RUB 35 billion.

You know already of the new measures that will be implemented in the city. They were initiated by the city government and supported by President of Russia Vladimir Putin. These new measures will include introduction of the tourism fee for foreign guests and the possibility for residents of a significant number of countries to obtain electronic visas. Undoubtedly, these innovations will help stimulate the development of the tourism sector of St. Petersburg. We need to improve the service provision infrastructure: we must move ahead in the sphere of sea and yacht tourism, increase the throughput capacity of Pulkovo Airport, railway transport and hotel accommodation by several times. Undoubtedly, international experience of General Assembly participants will be required by our specialists to develop various capabilities: those of business tourism, exhibition tourism, event tourism, etc.

We must create all the necessary conditions to make sure that tourists come to St. Petersburg all year round and return to visit us again and again.

АННА ЕГОРОВА
gazeta@dp.ru

6 ПЕРСПЕКТИВА | PERSPECTIVE

Отложенный бум

Изменить себя, не изменяя себе, — новый подход властей Петербурга к туризму. О том, как использовать культурное наследие города и его потенциал, «ДП» поговорил с главами комитетов по развитию туризма и по внешним связям Санкт-Петербурга.



ЕВГЕНИЙ ПАНКЕВИЧ
председатель комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга

В 2019-м Петербург, скорее всего, увидит рост по количеству туристов в районе 10% — благодаря эффектам отложенного спроса и отложенного маркетинга от Чемпионата мира по футболу — 2018. Увеличивается число гостей из Латинской Америки, одного из ключевых для нас рынков, но затратного с точки зрения продвижения на нем. Например, бразильских гостей приехало в первом полугодии на 40% больше, чем за первые 6 месяцев 2018-го. Похожего эффекта ждем и от заседания Генассамблеи UNWTO и других крупных мероприятий. Серьезный приток туристов даст и введение с 1 октября этого года электронных виз в Петербург и Ленобласть. Всего за 4 дня путешественник сможет получить бесплатно визу и приехать сюда. Это радикальное упрощение процесса.

Мы работаем над решением проблемы сезонности, взаимодействуем с нашими соседями, турсообществом, коллегами из других органов исполнительной власти. Направлений несколько. Во-первых, есть событийная карта: при поддержке города проводятся мероприятия, привлекающие туристов в период с осени до весны. Видим положительный результат, хотя полный эффект город почувствует позже, на построение полноценного событийного бренда уходит 5–10 лет. Во-вторых, идет сегментирование по видам туризма: яхтенный, паломнический, гастрономический, спортивный, медицинский, конгрессно-деловой, свадебный и, соответственно, предметная работа с целевыми группами. Это дает эффективный механизм диверсификации турпотока и его распределения по сезонам. В-третьих, выстраиваем работу с зарубежными СМИ и блогерами из различных регионов ми-

ра, продвигая среди прочего Петербург и как внесезонное направление, активно участвуем в ключевых выставках. Отдельный фокус в том, чтобы представить Петербург как площадку для съемок кинофильмов и сериалов. Мы привлекли в город Синепозиум Международной ассоциации кинокомиссий — ежегодное мероприятие для ведущих студий мира.

Речь о новой парадигме, которую можно назвать тревел-хабом. Почему не рассматривать Петербург как точку въезда в Россию? И предложить гостю помимо Эрмитажа маршруты в Выборг, Новгород, Казань, Москву? И в самом городе помимо музеев из условного топ-5 есть что посмотреть и посетить. Появляются новые общественные пространства, музеи. Каждый день — множество концертов, фестивалей, театральных постановок. Далеко не каждая дестинация может этим похвастаться. Вполне можем говорить об увеличении продолжительности среднего тура с нынешних 3–5 суток до 6–7.

Мы понимаем, что в сегодняшнем мире работа туристической отрасли — непрерывный процесс совершенствования, расширения турпродукта. Даже такому раскрученному направлению, как Петербург, нужно постоянно придумывать новое и точно это продвигать.

Туризм доступнее с каждым годом за счет появления низких авиатарифов, дешевых вариантов размещения. Сегодня туристов больше волнует спектр предложений услуг. В Петербурге можно отлично провести время с любым бюджетом. Мы делаем все, чтобы город продолжал оставаться доступным. Есть две адресные городские программы — по выделению участков и помещений для трехзвездочных отелей и хостелов. В 2019–2021 годах в Петербурге появятся три отеля категории «4 звезды» и несколько «3 звезды». Думая об инновациях в турпродукте и его красивой упаковке, мы не забываем и о базисе.

Подробнее читайте на сайте dp.ru



ЕВГЕНИЙ ГРИГОРЬЕВ
председатель комитета по внешним связям Санкт-Петербурга

Санкт-Петербург обладает колоссальным культурным наследием и по праву считается одним из самых красивых городов мира. А благодаря развитой транспортной системе, включающей авиасообщение, железные дороги и морской путь, время дороги до европейской столицы занимает лишь несколько часов, что, безусловно, делает нас включенными в общее европейское пространство.

Авторитет, узнаваемость и репутация Санкт-Петербурга настолько высоки, что через Санкт-Петербург для Запада вновь открывается Россия. И это, пожалуй, в современных условиях определяет особую миссию города.

В развитии города обозначены четыре основных вектора, которые определил врио губернатора Александр Беглов: «умный», «комфортный», «социальный» и «открытый». В приоритете широкое внедрение в городскую жизнь информационных технологий, создание интеллектуальных систем и упорядочение городского хозяйства, формирование максимально комфортной и безопасной среды для жизни, высокое качество социальных услуг и прямой диалог органов власти и горожан. Именно по этим направлениям в первоочередном порядке планируем развивать диалог и с зарубежными партнерами.

Санкт-Петербург в первую очередь широко известен как культурная столица России и одно из наиболее привлекательных туристических направлений. Очень часто туристы, планируя поездку в Россию, обязательно включают посещение Санкт-Петербурга как составляющую часть своей программы. Это сильное конкурентное преимущество, которое обязательно надо учитывать, но при этом продвигать

и другие сильные стороны. В частности, мы позиционируем город как развитый центр промышленности, науки, инноваций, отличающийся высоким уровнем социальной стабильности и широкими возможностями для молодежи.

Если смотреть в будущее, международный диалог и позиционирование города будут опираться на социальные аспекты. В Петербурге очень талантливые и яркие люди: креативная молодежь, творческая и техническая интеллигенция, высококвалифицированные специалисты из разных областей: врачи, промышленники, IT-специалисты, преподаватели и т.д. Мне видится, что при развитии международного диалога с нашими партнерами во главе угла должны стоять именно наши горожане — всех возрастов и особенно молодежь — и возможность их вовлечения в международное сотрудничество посредством разных групп.

Наш колоссальный кадровый и интеллектуальный потенциал должен получить возможности для реализации в полной мере. Люди — не меньшее конкурентное преимущество Санкт-Петербурга, чем известные памятники архитектуры.

Накаленность геополитической ситуации с наличием конфликта глобальных интересов разных стран — вопрос в первую очередь большой политики. Но на уровне регионов институты братства и партнерства городов во все времена оставался вне политической плоскости и поэтому сохранил за собой возможность быть реальным инструментом для развития полноценного диалога с зарубежными партнерами.

У Санкт-Петербурга в настоящее время порядка 120 соглашений о сотрудничестве с зарубежными городами и регионами. Также порядка 25–30 соглашений существует на уровне районов города.

Это партнеры в Европе (62), Азии (20), странах СНГ (11), в Африке (6), на Ближнем Востоке и в Латинской Америке (10) и др.

Подробнее читайте на сайте dp.ru

Deferred Boom

What is the new approach of St. Petersburg to tourists, how to use the cultural heritage of the city and its potential — we talk to the head of the City Committee for Tourism Development Evgeny Pankevich and the head of the Committee for External Relations Evgeny Grigoriev.



EVGENY PANKEVICH
head of the St. Petersburg City Committee for Tourism Development

In 2019, St. Petersburg is likely to see some increase in the number of tourists, around 10%. Not least because of the deferred demand and deferred marketing effects going back to the 2018 FIFA World Cup. Importantly, we notice the growing number of guests from Latin America, which is one of the key markets for us, but at the same time too costly for us to promote on. We expect a similar effect from the meeting of the UNWTO General Assembly and other major events. The introduction of electronic visas for guests of St. Petersburg and Leningrad Region will give us a considerable influx of tourists, after the new regime comes into effect on October 1

of this year. In just four days, the traveler will be able to get a free visa and come here. This is a radically more simple process, than the traditional visa application mechanism, which used to be one of the main limiting factors when it came to increasing the tourist flow.

This is a new paradigm, which can be called a travel hub paradigm. Why not consider St. Petersburg as the main entry port for foreigners coming to Russia? Why not offer our guests not only the Hermitage Museum tour but also tour programs to Vyborg, Novgorod, Kazan, or Moscow? There is also always something to see in the city in addition to the traditional Top-5 things you must do here. New museums and new public spaces have been appearing. Not every tourist destination can boast such an extensive choice of events. The duration of the average city tour program can reliably increase from the current 3–5 days to six or even seven.



EVGENY GRIGORIEV
head of the Committee for External Relations of St. Petersburg

St. Petersburg has colossal cultural heritage, and has been rightfully recognized one of the most beautiful cities in the world. Thanks to a well-developed transport system, which includes traveling by air, sea, and railway, European capitals are just a few hours away, which undoubtedly includes us into the common European space. The city is so recognizable and enjoys such a great reputation, that Western nations rediscover Russia through St. Petersburg. In present-day conditions this defines the special mission of our city.

There are four main vectors of development for the city as defined by Acting Governor

Alexander Beglov — smart, comfortable, social, and open. Our priorities lie in the widespread adoption of information technologies in urban life, creation of intelligent systems and streamlining of the city economy. It is in these directions that we plan to continue developing our dialog with international partners.

We promote our city as a well-developed center of industry, science, and innovations, with a high level of social stability and considerable opportunities for young people. In the future, international dialog and positioning of the city will continue relying on social aspects. St. Petersburg has very talented and interesting people: creative young people, creative and technical intelligentsia, highly qualified specialists in various fields: doctors, industrialists, IT specialists, teachers, and others. We must work to involve them in international cooperation through different groups.

8 ТУРИЗМ

В 2018 году Петербург принял 8,2 миллиона туристов, почти 4 миллиона из них иностранных, если считать по традиционной методике, которая учитывает статистику от официальных средств размещения. По иной методике, которая включает и данные по частному размещению, показатель почти вдвое выше и составляет 15 миллионов визитов. Очевиден не только серьезный прогресс, но и тот факт, что сезон 2019 года принесет очередной исторический рекорд. Так, число иностранных гостей выросло в первом полугодии на 15% по отношению к аналогичному периоду 2018-го и достигло 1,5 миллиона человек (см. инфографику).

С одной стороны, приток вызван общим «приливом» в мировом туризме, который поднимает все «корабли»: по подсчетам Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), в 2017 году число международных поездок выросло на 7%, в 2018-м — на 6%, в 2019-м вернется к традиционным темпам 3-4%.

С другой стороны, и «корабль» оказался хорошо подготовлен к «приливу». За последние 10 лет Петербург избавился от транспортных ограничений, реконструировал аэропорт Пулково, построил круизный терминал и ликвидировал дефицит номерного фонда, который остро ощущается даже в пиковые даты. Единственное ограничение, которое пока еще остается, — пропускная способность ведущих музеев.

Кроме того, власти и частный бизнес нарастили и культурно-развлекательную составляющую, запустив несколько крупных музейных проектов, в частности «Гранд Макет Россия», Музей железнодорожного транспорта, Планетарий №1 и ряд аттракционов.

Однако все эти успехи пока не решают главную на сегодняшний день, по мнению Александра Мусихина, председателя комитета по предпринимательству в сфере туризма Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, проблему — сезонности. Вот интересная цифра, которая четко отражает положение дел: из 5,3 миллиона гостей, побывавших в Петергофе в 2017 году, почти 5 миллионов приехали сюда в период с мая по октябрь. В последние пару лет зимой стало чуть веселее за счет групп китайских туристов, но это лишь снимает остроту проблемы.

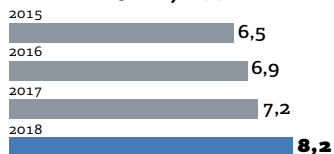
Равномерное распределение потоков

Городские власти приняли стратегию перехода от количества, с которым уже нет проблем, к качеству: они принялись за точечную работу по привлечению конкретных — и весьма платежеспособных — групп клиентов через развитие конгрессного, медицинского, свадебного и религиозного видов туризма. Под каждое направление учреждена отдельная структура, будь то специализированное агентство или совет, который занимается предметной маркетинговой работой по целевой аудитории. И если развитие медицинского, свадебного и религиозного направлений пока только в начальной стадии, то конгрессный уже принес ощутимые результаты (подробнее читайте на стр. 18). Кроме того, комитет по развитию туризма обдумывает идею специальных туров для очень обеспеченных гостей, которые оставляют в городе в среднем в 2 раза больше, чем обычные туристы, — 70-100 тысяч рублей за 3 дня. Но, правда, и требуют отличного индивидуального сервиса.

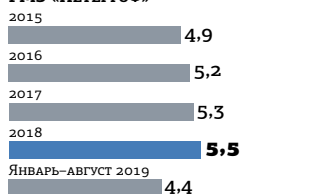
Очевидно, что вопрос с сезонностью упирается в два фактора. Первым, по словам Александра Мусихина, является сложность и относительная дороговизна получения виз в Россию. Вторая — наличие и доступность авиаперелетов.

Похоже, что с первым барьером сильно поможет введение с 1 октября электронных бесплатных виз в Петербург и Ленинградскую область. Граждане ряда государств смогут получить визу онлайн в течение 4 дней и на срок до 8 суток. Просматрива-

Динамика въездного туристического потока в Петербурге, чел.



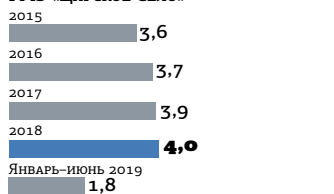
Посещаемость ключевых музеев Петербурга, млн чел.



Государственный Эрмитаж



ГМЗ «Царское Село»



Воспользоваться приливом

От количественного роста в туристской отрасли Петербург переходит к качественному, подбирая варианты решения главной на сегодняшний день проблемы — сильной сезонности

ется схема под названием city break, которая набирает популярность в Европе: люди выбирают на выходные в конкретный город, благо транспортные тарифы и дешевое жилье позволяют делать это без удара по бюджету.

Если Петербург станет для европейцев удобным вариантом city break, то это снизит остроту сезонности и уменьшит нагрузку на переполненные музеи: зимой туристы могут посмотреть Эрмитаж, Янтарную комнату, Большой Петергофский дворец, а летом переключиться на что-то другое.

С наличием и частотой рейсов в Петербург из Европы проблем по большому счету нет. Остается, конечно, вопрос стоимости авиабилетов, но она в низкий сезон предсказуемо снижается.

Однако и с электронными визами, и с «приливом», и с развитой инфраструктурой никто не отменяет интенсивной работы по пиару Петербурга на внешних



Источник: Росстат

Источник: данные музеев

» Просматривается схема под названием city break, которая набирает популярность в Европе: поездка на выходные в конкретный город

рынках, который, по мнению Екатерины Шадской, директора Северо-Западного отделения Российского союза туриндустрии, надо усиливать: «Мы ждем метабренд города, который поможет в его продвижении, и еще более активное взаимодействие с целевыми группами». Однако достойное брендрование города — тонкая работа, в ней имеются важные нюансы. «Поколение «Инстаграм» любит глазами, но многие петербургские отели, рестораны считают логотипы, айдентикой в целом чем-то второстепенным, — говорит генеральный директор брендинга-агентства Danke Михаил Гликман. — Зрелые рынки тратят огромные ресурсы на брендинг и на подготовку дизайнеров, чего у нас пока нет».

Одним словом, наступило время для тонких или даже утонченных маркетинговых решений.



Alexander Musikhin, Chairman of the Committee for Entrepreneurship in Tourism of the St. Petersburg Chamber of Commerce and Industry. Here is one statistic that reflects the current state of affairs: out of 53 million guests who came to Peterhof in 2017, almost 5 million visited the town in the period from May to October. The tourist traffic picked up somewhat over the past couple of years thanks to groups of Chinese tourists, but this has only helped make the problem slightly less acute.

Even Flows Distribution

City authorities have moved from the strategy of increasing the tourists number (which is no longer a problem) to the targeted attraction of concrete (affluent) client groups through development of congress and medical tourism, attracting newlyweds and religious pilgrims. Separate bodies of authority have been established for each of these directions, be it a specialized agency or a council working on targeted marketing within the specific population group. And if the development of medical tourism, and the attraction of newlyweds and religious pilgrims to the region is just beginning, the congress dimension has already brought about some noticeable change (see the article on p. 18). Moreover, the Committee for Tourism Development is looking into the idea of organizing special tours for very affluent guests, who spend on average twice as much as ordinary tourists, some RUB 70,000–100,000 in 3 days. They, however, require excellent individual service.

The seasonal problem, clearly, is affected by two factors. One such factor, Alexander Musikhin says, is the complex and relatively expensive process of getting Russian visas. The second problem is availability and affordability of flights to Russia.

Free electronic visas, that will be introduced on October 1 in St. Petersburg and Leningrad Region, will help with this barrier. Citizens from a number of countries will be able to get an online visa within four days for a period of up to 8 days. A new scheme, titled «city break» is in the works. The increasingly more popular scheme in Europe, it offers weekend trips to particular destinations, possible by lucrative transport rates and inexpensive accommodation for travelers on a limited budget.

If St. Petersburg should become a convenient option for «city break» tours, this new trend will help deal with the seasonal factor and decrease the load on overcrowded museums: in the winter the tourists will tour the Hermitage Museum, see the Amber Room and walk through the Grand Peterhof Palace, and in the summer they will opt for something else.

There seem to be no major problems with the number and frequency of flights from European cities to St. Petersburg. The problem of ticket prices remains, but in low season airfare will cost less, too.

However, even with the electronic visas, the «tidal wave» and the developed infrastructure, intensive PR efforts on promoting St. Petersburg on foreign markets remain a necessity, and must be even increased, says Ekaterina Shadskaya, Director of the North-Western Division Office of the Russian Union of Travel Industry. «We are looking forward to the city's metabrand that will help promote the city and encourage more active interaction with target groups.» However, creating a solid brand of the city is delicate work, and there are some important nuances. «The Instagram generation love with their eyes, but many St. Petersburg hotels consider logos and identity issues somewhat secondary,» says Mikhail Glikman, General Director of Danke Branding Agency. «Mature markets spend lots of money on branding and training of designers, which is something we do not yet do.»

In short, time is ripe for very targeted, if not sophisticated, marketing solutions.

Offset: A new scheme, titled «city break» is in the works. The increasingly more popular scheme in Europe, it offers weekend trips to particular destinations.

IVAN STUPACHENKO
gazeta@dp.ru

Taking Advantage of the Tide Flow

St. Petersburg has been moving away from the quantitative growth model in the tourism industry to a qualitatively different approach, looking for solutions to the main problem of today, the powerful seasonal factor

In 2018, St. Petersburg welcomed some 8.2 million tourists, with almost four million of them coming from abroad, according to the traditional measurement methodology, which takes into account only the statistics from official accommodation facilities. According to a different method, which also includes private accommodation data, the figure is almost twice as high — around 15 million visitors. This shows some serious progress, and the season of 2019 is likely to bring another historical record. We see that the number of international visitors increased in the first half of this year by some 15% as compared to the same period of 2018, and reached 1.5 million (see infographic).

On the one hand, this influx has to do with the worldwide «tidal wave» in tourism that all the «ships» of the industry have been riding on. According to the UN World Tourism Organization (UNWTO), in 2017 the number of international trips increased by 7%, and in 2018 — by 6%. It is expected that in 2019

„A new scheme, titled «city break» is in the works. The increasingly more popular scheme in Europe, it offers weekend trips to particular destinations.

the figure will return to the traditional pace of some 3–4% growth.

On the other hand, the «ship» has been well-prepared for the «tidal wave.» Over the past decade St. Petersburg authorities dealt successfully with transport sector problems: Pulkovo Airport has been reconstructed, a cruise ship terminal has been built, and new hotels were added to help deal with seasonal tourism peaks. The only limitation that we still see affecting the industry today is the throughput capacity of the city's leading museums.

Moreover, city authorities and private business have increased the cultural and entertainment component, having launched several major museum projects, such as Russia's Grand Model Show, the Railroad Transport Museum, Planetarium No. 1, and various other attractions.

However, all these successes do not seem to be particularly effective with the main industry problem, its seasonal factor, says

10 ЦИФРА

В один клик

Начав с бронирования отелей, онлайн-агрегаторы перекинулись на авиа- и ж/д билеты, а закрепившись там, осваивают теперь новую нишу — экскурсии

Двузначный рост

Сегодня на рынке несколько игроков, ведущие среди них Sputnik8.com, TicketTours, Tripster, Travelayouts. Бизнес-модель агрегатора выглядит так: он сводит поставщиков, то есть гидов и турфирмы, и потребителей, то есть туристов. Продажи идут как через собственный сайт или приложение, так и через гиперссылки, баннеры и виджеты на сайтах-партнерах, например порталах-путеводителях. Агрегатор взимает за сделку комиссию с поставщика и, если продажа была, допустим, через виджет на стороннем сайте, делится ею с сайтом-партнером.

По данным Travelayouts, за последние 3 года число онлайн-бронирований экскурсий в Петербурге увеличилось в 7 раз. Средний чек при этом вырос на 35%, до 3500 рублей. Sputnik8.com по числу бронирований растет ежегодно в 2,5 раза, рассказывает его гендиректор Александр Ким, правда, чек на прежнем уровне, что связано с падением платежеспособности основной аудитории сервиса — россиян. У TicketsTour, по словам гендиректора компании Алексея Грушина, также положительная динамика: «За 2 года рост как продаж, так и ценника — почти 40%. Средняя стоимость купленной экскурсии — на уровне 6500 рублей».

Совладелец туристического портала «Окно в Петербург», продающего экскурсии через виджеты нескольких агрегаторов, Сергей Григорьев подсчитывает: «С мая по август 2019-го по сравнению с аналогичным периодом прошлого года рост заказов составил 40%, цена покупки увеличилась на 32%».

Специалисты

Travelayouts выделяют несколько факторов скачка, главные из которых — растущее доверие потреби-

лей к онлайн, удобство оформления заказа и избавление от неудобств, связанных с покупкой в офлайне. «Страх перед онлайн провалом. Есть страх, что не понравится экскурсия, но можно заранее ознакомиться с отзывами, их у нас уже 14 тысяч», — подчеркивает Александр Ким выигранные стороны агрегаторов. «Туристы все меньше боятся расставаться удаленно с большими суммами. Например, через нас купили просмотр парада в День ВМФ с плавучей пристани за 30 тысяч рублей, в норму входят покупки за 20–25 тысяч. Год назад о таком можно было только мечтать», — отмечает Сергей Григорьев.

Александр Ким упоминает, что агрегаторы позволяют оценить и увидеть сразу большой спектр вариантов экскурсий и сравнить цены.

Работа с зарубежными туристами, несмотря на увеличение их числа в Петербурге, большинство агрегаторов пока не привлекает. Регулярных экскурсий, проводимых для групп по расписанию на иностранных языках, кроме английского, мало, отмечает Алексей Грушин. По этой причине TicketTours в продажах для иностранцев сосредоточился на вещах, которые не требуют сопровождения гида, например прогулки по рекам и каналам или метеоры в Кронштадт и Петергоф.

Впрочем, иначе обстоят дела у тех, кто продает экскурсии в новом формате — так называемые self-guided tours: турист скачивает приложение и самостоятельно гуляет по определенному маршруту, слушая рассказ или даже участвуя в квесте. Владелец сервиса Surprise Me, работающего в этом сегменте, Александр Головатый говорит, что для его компании приоритетной является как раз иностранная аудитория. «Наши продажи туристам превышают продажи в русскоязычном сегменте в 15 раз», — говорит он,

добавляя, что сервис будет адаптирован под разные языковые группы. Зарубежным гостям сложно найти хороших и недорогих гидов на своем родном языке, в том числе в Петербурге. И мобильное приложение для них служит отличным выходом.

Придет ли «Яндекс»?

Экскурсионные агрегаторы по оборотам пока еще скромны, если сравнивать с рынками билетов на транспорт, мероприятия или бронирования отелей. Но если есть сильный рост, может ли этот сегмент заинтересовать больших игроков?

Сооснователь сообщества тревел-предпринимателей Travel Startups Леонид Пустов отмечает, что «экскурсии в мире привлекают крупные компании: так, Booking.com купил FareHarbor, a TripAdvisor — Viator и Vokun». Однако в России «сегмент пока еще слишком мал», чтобы говорить об интересе со стороны, например, того же «Яндекса», который пока занят авиабилетами и отелями. Александр Ким в свою очередь уверен, что «рынок экскурсий достаточно велик, чтобы привлечь крупных игроков. Им будет проще купить существующие компании или работать в партнерстве». Сам Sputnik8.com уже сотрудничает со Сбербанком, Tutu.ru и OneTwoTrip.

«Предложения о покупке периодически поступают, но мы пока капитализируемся», — признается Алексей Грушин. Александр Головатый обратил внимание на то, что через онлайн продается только 3–5% экскурсий в России. Похоже, что это означает одно: двузначный рост, который виден в последние годы, вполне может смениться бумом. И тогда вопрос, придет ли в сегмент «крупняк», сменится более конкретным: когда?

ИВАН СТУПАЧЕНКО
gazeta@dp.ru



ФОТО: СЕРГЕЙ ВЕРХОЖИН

One Click Away

Having started their expansion with hotel reservations, online aggregators soon switched to air and railway tickets, and after solidifying their position there, moved to the new area — organizing tours.

Double Digit Growth

At present there are several players on this market, and the leaders among them are Sputnik8.com, TicketTours, Tripster, and Travelpayouts. The aggregator business model works as follows: they bring together suppliers, i.e. guides and travel companies, and consumers, i.e. tourists. Sales channels include own websites and also apps, links, banners and widgets on partner websites, such as guide portals. The aggregator charges a commission fee from the supplier; when the sale is done, for instance, via a widget on another site, it shares the fee with the partner website.

According to Travelpayouts, over the past three years the number of online reservations of tours in St. Petersburg increased by seven times. The average check increased by 35%, to RUB 3,500. In terms of the reservations number, Sputnik8.com grows by 2.5 times annually, says the site's General Director Alexander Kim. The average check, however, remains about the same, due to the decreased paying ability of the main audience of this service, Russia citizens. TicketsTour, says the company's General Director Alexander Grushin, also shows some positive dynamics. «Over the past two years sales, just as prices, grew by almost 40%. The average price of purchased tours stands at RUB 6,500.» Sergey Grigoryev, co-owner of «Okno v Peterburg» tourism portal, which sells tours via widgets of several aggregators, has shown us some of his own math: «In May–August 2019 we have seen 40% growth year on year, and the average purchase price increased by 32%.»

Specialists

Travelpayouts have defined several factors that have contributed to the leap. Firstly, consumers have

shown growing trust in online services; secondly, the process is more convenient, and the customer gets rid of the hassle of offline purchasing. «There's no more fear of online business. Some people fear that they will not like the tour, but in that case they can study user reviews, of which we have some 14,000,» Alexander Kim said, describing the positive side of aggregators. «Tourists are increasingly more confident when they pay large sums of money remotely. For instance, we had people purchase waterside seats for the Navy Day Parade, at RUB 30,000; purchases of 20–25 thousand rubles are quite routine. Just a year ago, such price tags had been only a dream,» Sergey Grigoryev says.

Alexander Kim mentions also that aggregators allow to look at and assess a great number of tour options, and compare prices.

Most aggregators are not yet aiming for foreign tourists in their business efforts, however. There are few regular tours being offered in foreign languages, except perhaps for English-language tours, Alexey Grushin says. This was why TicketTours focus their sales to foreign tourists on routes that do not require a guide, such as the rivers and canals tour or hydrofoil boat rides to Kronstadt and Peterhof.

Those who sell tours in a new format, the so-called self-guided tours, have it differently. Their tourists download an app, and walk along a certain route, listening to the tour, or even participating in a quest. Alexander Golovaty, Founder of Surprise Me service, which works in this particular segment, says that foreign customers are his main priority. «We sell 15 times more to foreign customers than to Russian ones,» he says, adding that his service

will soon offer products for different language groups. Foreign guests often have trouble finding good, yet inexpensive guides in their native language in St. Petersburg. A mobile app can serve a good alternative option for them.

Is Yandex Coming?

Tour aggregator services cannot boast the revenues comparable to those aggregators who sell transport tickets, tickets to various events or hotel reservations. But if considerable growth is observed, can this segment be of interest to major market players?

Leonid Pustov, Co-founder of Travel Startups community of travel entrepreneurs, says that large companies are interested in tour businesses, e.g. Booking.com purchased FareHarbor, and TripAdvisor acquired Viator and Bokun. In Russia, however, the segment is yet too small for it to attract the interest of, say, Yandex. The Internet giant is currently busy with air tickets and hotel reservations. In his turn, Alexander Kim confidently says that «the tour market is large enough to attract major players. They will find it easier to purchase existing companies or create partnerships. Sputnik8.com for one, has already started working with Sberbank, Tutu.ru and OneTwoTrip.

«We do get acquisition offers from time to time, but we are still in the process of capitalization,» Alexey Grushin admits. Only some 3–5% of tours are sold online in Russia, Alexander Golovaty noted. This means, perhaps, just one thing: the double-digit growth, seen over the past several years, can lead to a boom. And then instead of asking if large companies are coming, we will be asking a far more concrete question: When will they come?

IVAN STUPACHENKO
gazeta@dp.ru

” The tour market is large enough to attract major players. They will find it easier to purchase existing companies or create partnerships.



14 ТУРИЗМ | TOURISM

Многовато туристов?

Мировая тенденция свертуризма пришла в Петербург. Властям и турсообществу придется создать программу точечных мер, чтобы спешно купировать проблему.

Организаторы фестиваля «День Д» о Сергее Довлатове встретили сопротивление жителей улицы Рубинштейна. Площадку пришлось перенести. До этого резиденты улицы успешно торпедировали на Манежную площадь фестиваль Comedy Club. К слову, там комедиантам местные жители также были не рады, но в итоге договориться получилось.

Эти события прекрасно коррелируются с термином «свертуризм» (от английского overtourism), введенного в оборот ВТО в 2015-м. Лувр на целый день прекратил работу из-за протеста сотрудников: очереди зашкаливали, и негатив выливался в том числе на кассиров и смотрителей. В Венеции власти обсуждают введение запрета на швартовку круизных судов в историческом центре, а также платы за вход... в город. В Перу придумали ограниченные по времени билеты, чтобы хоть как-то упорядочить подъем на Мачу Пикчу.

В отчете ВТО о свертуризме Петербург не упомянут, но, похоже, это вопрос времени. Территория знаменитого Толстовского дома, привлекающая любителей красивой архитектуры, фотографов и экскурсоводов, закрыта на замок. А проникнув во двор, можно наткнуться на не всегда вежливую встречу с местными жителями. Владельцы парадных в старинных домах в центре города, устав от толп посетителей, нанимают консьержей или ставят сигнализацию. Летом власти Петербурга от угрозы ограничить нелегальные экскурсии по крышам перешли к делу: управляющие компании начали устанавливать сигнализации и заключать договоры с вневедомственной охраной на случай несанкционированного доступа.

Часто туристы мешают не только местным жителям, но и приезжим. В высокий сезон центр перекрывается по различным поводам. Одних только беговых марафонов в 2019-м было несколько. Пока одни стартуют и финишируют на беговых дистанциях возле Эрмитажа, другие, часто пожилые пассажиры круизных лайнеров, вынуждены, оставив вдалеке автобусы, пересекать легкоатлетическую трассу по временному мосту. Это неудобно и отсекает маломобильных гостей. Но иного пути нет — автобус у Эрмитажа из-за перекрытий не поставит, а перенести экскурсию нельзя из-за расписания круизных лайнеров. Да и время входа группы в музей забронировано за несколько месяцев до появления ограничений.

Полдня за Да Винчи и Янтарную комнату

Пока это предтечи свертуризма, и к тому же решаемые. Крыши жилых домов

можно закрыть и организовать легальные экскурсии по нежилым зданиям — варианты есть. В красивые парадные и дворы можно пускать по расписанию в рамках сервитута, как предложил columnist «ДП» Дмитрий Губин (см. №079 от 03.06.2019).

Есть, однако, сфера, в которой проблема уже вышла на новый уровень. Речь идет о ставших притчей во языцех постоянных очередях в самые популярные музеи — Эрмитаж, Екатерининский дворец и Большой Петергофский дворец. Поток создает антропогенную нагрузку и приводит к конфликтам между туристами. Статистика показывает, что рост год от года устойчивый, значительный и 2019-й снова поставит рекорд (см. инфографику на стр. 8-9). Что с этим делать, непонятно. «Все наши попытки переориентировать потенциальных посетителей на знакомство с другими объектами музея наталкиваются на одну и ту же фразу: «Сначала мы посмотрим Янтарную комнату, а потом все остальное», — говорят в Царском Селе.

Пространства для маневра немного: топ-объекты показа продлевают часы работы и пытаются продвигать свои альтернативные площадки. Эрмитаж активно загрузил Главный штаб и Дворец Меншикова выставками и лекциями, Петергоф рекламирует менее известные объекты вроде «Дома игральные карты». Царское Село думает о продаже всех билетов только онлайн, что уберет физическую нагрузку на Екатерининский парк, — путь, по которому пошли известные музеи мира.

Похоже, пора включаться и коллегам и продвигать свои экспозиции, что может немного диверсифицировать поток. Так, Государственный музей политической истории России (ГМИИР) сделал недорогие тематические пешеходные маршруты, совмещенные с посещением экспозиции, и они оказались очень востребованными. «К сожалению, проблема музеев, которые не входят в число обязательных к посещению, — нехватка рекламы. У нас очень современные, интересные экспозиции, в том числе интерактивные, посетители остаются довольны. И мы часто слышим даже от местных жителей: «Почему мы раньше о вас не знали?» — говорит Елена Кудрявцева, руководитель отдела по продвижению музейных услуг ГМИИР.

ДМИТРИЙ НИКИТИН
gazeta@dp.ru

Too many tourists?

The global trend of there being an excessive number of tourists now affects St. Petersburg as well. City authorities and the tourism community will need to take pointed measures to prevent the problem from accelerating as soon as possible.

Organizers of the D Day Festival, dedicated to Sergey Dovlatov, met with resistance of residents of Rubinstein street. In the end, the festival had to relocate. Before then, local residents successfully asked to move to Manezhnaya Square the festival organized by the Comedy Club. Homeowners at the new location were also not particularly happy, but the parties did find a compromise in the end.

These events characterize the trend of «overtourism», introduced as an official term by the WTO in 2015. The Louvre Museum in Paris stopped working a whole day due to employee protests: the lines were too long and the guests put pressure on cashiers and other museum staff. In Venice, the authorities have been discussing the idea of prohibiting mooring cruise ships in the historic downtown and introducing a fee to... enter the city. In Peru

appeared the idea of tickets for a limited period of time in order to organize somehow the access to Machu Picchu.

The WTO report says nothing about the overtourism in St. Petersburg, but it is just a matter of time. The territory of the famous Tolstoy House, which attracts many fans of architecture, photographers and tour guides, is now locked. And if you get into the courtyard, local residents would meet not always very nicely. Homeowners of many old houses downtown, when they get tired of many visitors, hire concierges or install security alarms. This summer the authorities of St. Petersburg moved from threats to limit illegal excursions on city roofs to real action: managing companies have started installing alarm

systems and hiring plainclothes guards to protect their houses.

Tourists often bother not only the local residents but other tourists, too. During the high season the downtown area, first and foremost the Palace Square, are closed down many times due to very different reasons. There were several running marathons downtown St. Petersburg in 2019 alone. While some tourists — Russian and foreign athletes — start and finish their races near the Hermitage, older passengers of cruise ships are forced to leave buses far from the museum and take a long walk across the temporary bridge. This is considerably inconvenient and prevents guests with limited mobility from coming to the museum. But there is no other way: drivers cannot park buses near the Hermitage due to access restrictions, and four times of the museum cannot be postponed due to strict time schedules of cruise ships. Moreover, in high season groups must reserve access to the museum several months in advance.

Half a Day for Da Vinci and the Amber Room

This is just the beginning of overtourism, and these problems are solvable. Roofs of residential buildings can be closed to visitors, legal tours of non-residential buildings can be organized as well, and examples of this are available. Beautiful courtyards and apartment building hallways could be accessed at certain hours in accordance with servitude contracts, as Dmitry Gubin, columnist of DP offered (see DP № 079 June 3, 2019).

There is, however, a sphere where the problem has already reached a new level. We are talking now about the infamously long lines into the most popular museums — The Hermitage, the Catherine Palace and the Grand Peterhof Palace. The flow of tourists creates an anthropogenic load and results in conflicts between tourists. The number of tourists is growing steadily and considerably and the year 2019 is expected to set a new record again (see infographics on p. 8-9). No one knows what to do about it, «All our attempts to reorient potential visitors to other museum spaces are met with one and the same explanation, «Let us first see the Amber Room, and then the rest,» say guides in Tsarskoe Selo.

There is little place for maneuvering here: the most popular sights have to extend their working hours and try to promote and sell their alternative routes as well. The Hermitage Museum now offers more lectures and exhibitions in the General Staff Building and the Menshikov Palace; Peterhof staff promote the Playing Cards House. The staff at Tsarskoe Selo have been considering ticket sales online only to eliminate the stress on the Catherine Garden — following the footsteps of other famous museums of the world.

Their colleagues must pitch in, and start promoting their expositions to help diversify the tourist flows. The State Museum of Russia's Political History (SMRPH) came up with in expensive thematic on-foot tours with visits to the main exhibition of the museum, and found that this offer was met with considerable demand. «Unfortunately, the museums that do not belong to the must-visit list of any tourist, face the problem of too little advertising. We have very modern, very interesting expositions, and some of them are interaction, so visitors are usually quite satisfied. Often we hear from them, even some of the local residents, «Why haven't we heard anything about these places before?» says Elena Kudryavtseva, head of the Museum Service Provision Department at SMRPH.

DMITRY NIKITIN
gazeta@dp.ru

ФОТО: VOSTOCK-PHOTO



16 БЛОГИ | BLOGS

St. Petersburg? Highly recommended!

Сбывшиеся мечты, превзойденные ожидания и разбитые в пух и прах негативные стереотипы о России

Вот общее впечатление зарубежных туристических блогеров, побывавших в Петербурге. Безопасно, дешево, дружелюбно: неудивительно, что после таких отзывов поток интуристов растет год от года.

Как в Париже

Ведущие дестинации мира уделяют большое внимание работе с блогерами не только потому, что те превратились в мощный канал влияния на умы путешественников. От этих публикаций можно получить полезную обратную связь, в том числе и неочевидную. Если посмотреть, на что делают упор большинство публицистов в освещении курорта, города или страны, можно понять, каковы и самые распространенные стереотипы. Скажем, при отсутствии громких негативных новостей о происшествиях с туристами в Петербурге вопрос безопасности поднимается в большинстве статей, с которыми ознакомился «ДП». То есть среди аудитории блогеров превалирует мнение, что здесь туристов подстерегают опасности.

Среди двух десятков отчетов и обзоров о Петербурге за последние 2 года, изученных нами, нет ни одного не то что отрицательного, но хотя бы нейтрального. Чистый восторг, который вызвали у пу-

тешественников достопримечательности, — не только во множестве восклицательных знаков, но и в настойчивых рекомендациях обязательно здесь побывать. Можно сделать вывод, что Петербург, выражаясь языком маркетинга, ни в коем случае не переоцененный турпродукт. «Я была во всех странах Европы, кроме Кипра, — пишет в блоге Adventurous Kate Кейт МакКалли. — Многие города любят по своей привлекательности сравнивать себя с Парижем, но только Петербург может претендовать на равный с ним статус».

«Русские такие же, как мы!»

Американец Эндрю имеет тайские корни и соответствующую внешность. Когда его семья узнала, что он собрался в Северную столицу России, вариантов развития события было два — или его здесь убьют расисты, или он умрет по какой-то другой причине. Но летальный исход был избежен.

На страницах своего блога No borders required Эндрю рассказывает, что апокалиптические прогнозы не имели с реальностью ничего общего: «Уровень безопасности здесь сравним со средним большим американским городом», — пишет он. А если убрать языковую и культурную разницу, то Петербург не сильно-то отличается от Нью-Йорка. Проблемы присутствуют, те же карманники. Но они есть везде, а лично блогер за неделю нахождения в городе не видел и не сталкивался ни с грабителями, ни с воришками.

Комментарий Эндрю типичен. «В том, что касается безопасности в целом, могу сказать, что Петербург весьма комфортен. Я слышал, что здесь промышляют карманники, но ведь они есть в любых крупных городах, например Париже», — пишет Бен Шлаппиг в One Mile at a Time. Автор блога Luxury Travel Diva Мари Олин после пребывания в Северной столице



ФОТО МИХАИЛ ТИХОНОВ

оказалась весьма категорична: «Я бы сказала девушкам, которые путешествуют одни: езжайте в Россию без колебаний. Я все время чувствовала себя здесь отлично и ни разу не испытывала назойливого внимания со стороны мужчин».

И даже такой шепетильный и тонкий момент, как отношение к представителям секс-меньшинств, остался без нареканий, несмотря на сложившуюся негативную репутацию города в этом плане после принятия местного закона о запрете на пропаганду гомосексуальности. Бен Шлаппиг путешествовал в компании со своим партнером, также мужского пола. К своему удивлению, он не испытал в связи с этим никаких неудобств: «Мы жили в номере с односпальной кроватью и не получили в свой адрес ни двусмысленных комментариев, ни даже косых взглядов», — с удовлетворением отмечает он.

Эндрю из No Borders Required попытался проверить версию о присутствии в России настойчивой госпропаганды, коррупции, а также расизма. И по всем трем пунктам выдал Петербургу положитель-

ное «заключение». После визита на Кубу, где царит культ личностей братьев Кастро, пребывание здесь показалось ему совершенно идеологически не окрашенным. Коррупция, по его мнению, безусловно, присутствует, но не затрагивает туристов. В качестве противоположного примера для сравнения приводится Мексика, где дорожные полицейские сначала выписывают фейковые огромные штрафы туристам, а потом разводят их на деньги, чтобы сбить наказание или «забыть» о нем. В нашей стране ничего подобного нет. Признаки расизма тоже не были обнаружены.

Пожалуй, самым большим стереотипом, который был разрушен личным визитом в Петербург, стала недружелюбность и неужлыбчивость русских. «Люди, которых мы встречали, не отличались от европейцев. Они хотят свободы, процветания и благополучия своих семей. Если забыть про политику — мы совершенно похожи», — признается Деби Ландер из My Itchy Travel Fleet.

МАКСИМ КАЛИНИЧЕНКО
gazeta@dp.ru

St. Petersburg? Highly recommended!

Dreams that came true, expectations that were exceeded, and stereotypes that were destroyed

These are the main impressions of foreign tourism bloggers who visited St. Petersburg. St. Petersburg is safe, inexpensive and friendly: not surprisingly at all, after such references the flow of foreign tourists to the city has been growing every year.

Just like Paris

Leading destinations in the world consider working with bloggers very important, not simply because bloggers have become a powerful influence on the minds of travellers. Some valuable feedback can be gained from publications by owners of tourism sites or opinion leaders in social networks. This remains true for quite non-obvious matters: for instance, if you look at what most people say about a spa, a city or a country, you will get to understand the most widespread stereotypes about a particular destination. For instance, as the DP reporter found out, the safety problem is raised in most publications, although there seem to be no scandalous news of any problems with tourists in St. Petersburg. This means, that in the view of bloggers, tourists

are in danger when they come to Russia's Northern Capital.

We have studied two dozens of reports and reviews about St. Petersburg over a period of two years, and this search yielded no negative, or even neutral reports. The travelers were delighted with our landmarks, and peppered their writing with exclamation points. Moreover, they often repeated again and again their recommendation to come and visit. In the language of marketing, St. Petersburg, therefore, is not an overpriced tourism product. «I have visited every country in Europe, except Cyprus», says Kate McCulley, author of Adventurous Kate blog. «Many cities like to be compared to Paris in terms of their attractiveness, but St. Petersburg is the only city that could be said to be of equal status.»

«Russians are just like us!»

Andrew is Asian American with Thai roots and, consequently, Asian appearance. When his family learned that he was going to visit Russia's northern capital, they said that he would either be killed by racists or meet his end in some other fashion here. But death

was the only outcome they promised him. On the pages of his blog, No Borders Required, Andrew discusses the apocalyptic forecasts and says that he experienced nothing of the kind. «The level of safety here is comparable to an average big American city», he wrote. And, he added, take away the language problem and cultural issues, St. Petersburg would be no different from New York. Obviously, some problems do exist, for instance, pickpockets. But firstly, they are not everywhere, and secondly, during his week in the city he never encounters pickpockets or muggers.

The commentary Andrew offers is quite typical. «In terms of safety overall, St. Petersburg is quite comfortable. I've heard about pickpockets here, but they exist in any large cities, such as Paris», says Ben Shlappig in One Mile at a Time. Marie Olin, author of Luxury Travel Diva blog, was quite categorical after her visit to Russia's Northern Capital. «I would tell young women who travel alone: do not hesitate, and visit Russia. I have felt great here, and none of the local men imposed themselves on me.»

And even such a delicate and touchy subject as the attitude to sexual minorities in St. Petersburg has gotten no negative comments although the city's reputation after the adoption of the gay propaganda law in the city suffered significantly. Ben Shlappig, who was mentioned above, travelled not alone but in the

company of his male partner. He was surprised to have experienced no difficulties whatsoever: «We had a double bed in our room, and never heard any comments or got any sidelong scowls», he says with satisfaction.

Andrew from No Borders Required wanted to check the myth of Russia being immersed into persistent state propaganda, corruption and racism. He came back with three positive reviews after his visit. After his visit to Cuba, where he saw the blossoming cult of the brothers Fidel and Raul Castro, Russia seemed absolutely ideologically neutral to him. Regarding corruption, he says, it is obviously present but hardly affects tourists. As an opposite example, he cited Mexico where road cops would first issue huge fake fines for tourists, and then coerce them to pay up so that the fine would be reduced or «forgotten». There's nothing like this in Russia. He has also found no traces of racism.

Perhaps the greatest of all the stereotypes that his visit to St. Petersburg helped destroy was the perception that Russians do not smile and are not friendly. «The people we met were very European. They all want freedom, prosperity and wellbeing for their families. If we forget politics, we are absolutely similar», says Debbie Lander from My Itchy Travel Fleet.

МАКСИМ КАЛИНИЧЕНКО
gazeta@dp.ru

18 ТУРИЗМ | TOURISM

Турист с портфелем

Город успешно привлекает деловых гостей. Но здесь важно помнить о решении тактических задач вслед за стратегическими. Например, о восполнении дефицита недорогих квалифицированных подрядчиков.

Не только архитектура и музеи

Конгрессный турист выгоден: он не только оставляет в городе в 3-4 раза больше денег, чем турист «выходной», но и наполняет низкий сезон. Неудивительно, что ведущие дестинации мира бьются за состоятельных людей в костюмах. Петербург включился в эту борьбу 5 лет назад. Городские власти учредили «Конгрессно-выставочное бюро», задача которого — притягивать в Северную столицу глобальные мероприятия. Не всегда крупные, но всегда прибыльные для местных подрядчиков, от отелей и конгрессных площадок до кейтеринга и переводчиков.

Бюро добились ощутимых результатов. В ближайшие годы, как рассчитывают городские власти, Петербург должен войти в рейтинг International Congress and Convention Association (ICCA) в топ-20 дестинаций по объему конгрессного рынка в мире и в топ-10 в Европе. Хотя сейчас город на достаточно скромных позициях — 184-й в мире и 80-й в Европе, оптимизм оправдан. Помимо положительной динамики относительно количества и качества мероприятий есть и другие факторы, которые вселяют надежду. Речь идет, в частности, о программе государственных субсидий: 50 млн рублей в год выделяются местным организаторам мероприятий под конкретное событие и покрывают значительную часть затрат. Кроме того, в 2019-м запущена программа амбассадоров Петербурга, которые призваны входить в контакт с организаторами глобальных конференций, форумов, симпозиумов с ротирующейся локацией и квалифицированно рекомендовать Северную столицу. Амбассадор — это специалист в какой-либо отрасли, как правило узкой, хорошо известный и пользующийся авторитетом у профессионального сообщества за рубежом. Директор по маркетингу Domina Group, доцент Высшей школы экономики Наталия Белякова отмечает преимущества — если оставить на скобках наиболее очевидные в виде архитектуры, памятников и музеев — Петербурга на рынке конгрессного туризма. Во-первых, мощное развитие как раз тех отраслей, представители которых наиболее активны в этом сегменте, в частности IT и фармацевтики. «Синонимичность имеющихся в дестинации предприятий теме конгресса или симпозиума служит одной из ключевых причин для выбора локации», — говорит эксперт. Во-вторых, отсутствие серьезных инфраструктурных ограничений, будь то логистика или подбор площадок. Наконец, в-третьих, как бы банально это ни звучало, мощная культурная составляющая: у организаторов не болит голова о том, чем занять участников мероприятия, причем в любое время года. «Это тем более важно, что формат *bleisure* из экзотики становится нормой: закончив с *business*, деловые путешественники остаются на пару дней ради *leisure*», — полагает Наталия Белякова.

Подрядчикам надо подтянуться

Вместе с тем, отмечают эксперты ГК «Аэро-клуб», другие российские города, в первую очередь принимавшие матчи Чемпионата мира по футболу — 2018, также обза-

велись приличной деловой инфраструктурой. Помимо того, после валютного шока на российский рынок возвращаются и зарубежные дестинации, в которых многие вопросы решаются проще, чем в России. Конкуренция усиливается, ведь привлекательность города, региона или страны складывается из наличия не только площадок, удобной логистики и мощной афиши, но и стоимости услуг подрядчиков разного профиля.

Может ли случиться так, что Северная столица выйдет из моды или проигрывает конкуренцию по цене или совокупной квалификации поставщиков разных услуг?

Гендиректор бюро мероприятий «Инженеры События» Ирина Молокова отмечает, что «Петербург богат подрядчиками, которые следят за трендами, качеством и сервисом, чего нельзя сказать о регионах: они отстают от нас лет на пять». Однако Петербург сам отстает от Москвы, в первую очередь в сфере технологических новинок, говорит эксперт, и «совсем печален рынок артистов: иногда проще привезти их из Москвы». Самая главная проблема, по словам Ирины Молоковой, в отсутствии достаточного количества компетентного персонала: «Менеджеры площадок, официанты, видеооператоры и монтажеры, фотографы, декораторы, технари — вот самое слабое звено нашего рынка в среднем ценовом сегменте».

Дмитрий Васильев, директор Информационно-делового центра Санкт-Петербурга в Гамбурге с опытом организации мероприятий по обе стороны границы, говорит, что «за рубежом общая стоимость проекта может быть немного ниже, но в принципе на одном уровне». Вместе с тем в Гамбурге проще решается с инфраструктурой — электричеством, водой и т. д., поставкой выставочных конструкций, техникой, взаиморасчетами и отчетностью, а также уличной и ярмарочной торговлей. Есть и важная разница в бюрократической культуре: «Если в Германии что-то нельзя, то это совсем нельзя. Но все остальное точно можно. Никому в голову не придет придираться к тому, что не запрещено», — нацертил Дмитрий Васильев один из путей для совершенствования конгрессного рынка Петербурга.

ИВАН СТУПАЧЕНКО
gazeta@dp.ru



ФОТО: СЕРГЕЙ ЕРМОХИН

Tourists with Portfolios

St. Petersburg has been working successfully on attracting business guests. After implementation of strategic tasks, such as construction of infrastructure and attraction of major events to the city, we must also remember the tactical problems, such as, for instance, lack of inexpensive, yet qualified contractors.

Not Only Architecture and Museums

Congress tourists are beneficial: they spend three to four times as much money than weekend tourists, and they often come to the city in low season. Not surprisingly, then, leading destinations of the world have been fighting for affluent suit-wearing clients. St. Petersburg joined in the struggle five years ago. City authorities have founded the Congress and Exhibition Bureau specifically to attract global events to Russia's Northern Capital. Not all of the events are large, but they are always profitable for local contractors, from hotels to congress venues, from catering to translation services.

In five years the Bureau has achieved some excellent results. City authorities expect that within the next several years St. Petersburg will enter the top 20 congress destinations in the world, and the top 10 congress destinations in Europe according to ICCA, the International Congress and Convention Association. This optimism is well-grounded, although currently the city occupies very modest 184th spot in the world, and the 80th in Europe. In addition to positive dynamics of the number and quality of events, there are other factors that make us hopeful. We mean here, in particular, the state subsidy program: RUB 50 million are allocated every year to local event organizers to hold concrete events, and cover a considerable portion of expenses. Additionally, the St. Petersburg Ambassador program, launched in 2019, will help organizers contact operators of global conferences, forums and symposia that take place in various locations each year; the ambassadors will be able to give a qualified opinion when recommending St. Petersburg as a potential event destination. Ambassadors are specialists in particular industries, with often very narrow specialization, who are well-known and reputable in the professional community abroad. Natalya Belyakova, Associate Professor of the Higher School of Economics and Director for Marketing of Domina Group, says that St. Petersburg has a few advantages beyond the obvious strong points of architecture, monuments and museum that could be attractive to congress travelers. First, it is the powerful development of the sectors that are busy with congress activities, e.g. IT and pharmaceutical companies. «When a destination has enterprises working in the sector that the congress or symposium focuses on, this becomes one of the key reasons for choosing a particular location,» the expert says. Second, St. Petersburg has few infrastructure limitations of note, be it logistics or choice of venues. Third, as banal as this may sound, we have a powerful cultural foundation: organizers do not need to worry about keeping their participants entertained in any season. «It is even more important that *bleisure* is a new trend, when business tourists are done with business, they stay for a couple of days for the purpose of leisure. This is where St. Petersburg knows no competition,» Natalya Belyakova says.

Contractors Must Improve Performance

Meanwhile, experts at Aeroclub Group of Companies say, other Russian cities, including host cities of the FIFA World

Cup'2018, also completed some decent infrastructure projects in preparation for the event. Additionally, after the currency shock, foreign destinations, too, will return to the Russian market. At these destinations many issues are solved much simpler than in Russia. The competition is getting stronger, because the attractiveness of the city, the region or the country comes not only from available venues, convenient logistics and powerful marketing. Availability of contractors in different areas and their price tags matter as well.

Could it happen so that the Northern Capital of Russia would fall out of fashion or lose competition because of prices or the overall qualification of suppliers of various services?

Irina Molokova, head of the Event Engineers Bureau, says: «St. Petersburg has many contractors who watch the trends, quality and services, which cannot be said of other regions, they are some five years behind.» St. Petersburg, however, is lagging behind Moscow, first and foremost in the sphere of technical novelties, the expert says. «The market of performers is the worst: sometimes it seems like a much simpler undertaking to bring them from Moscow.» The main problem, Irina Molokova says, is lack of competent personnel: «Venue managers, food servers, video operators and editors, photographers, decorators, technical specialists — they represent the weakest link on the mid-range price market.»

Dmitry Vasilyev, director of the St. Petersburg Information and Business Center in Hamburg, with experience of organizing events on both sides of the border, says that «abroad the total cost of the project may be a little lower, but the figures are comparable.» Meanwhile, infrastructure problems with electricity, water, etc., are solved faster and more effectively in Hamburg. Same applies to delivery of exhibition stands, equipment, street and fair trade, as well as settlement of accounts and reporting. There's an important difference in the bureaucratic culture: «When you cannot do something in Germany, it is final. But you can do the rest. No one will ever seek to find fault with things that are not forbidden.» Dmitry Vasilyev said, talking about the ways in which the convention market of St. Petersburg could be improved.

ИВАН СТУПАЧЕНКО
gazeta@dp.ru

Пять направлений внутреннего туризма

Широко растиражированный слоган «Россия — страна возможностей» без капли иронии и особой натяжки применим к индустрии туризма и перспективам в сфере гостеприимства

Самая большая страна в мире располагает несметными природными богатствами и культурными сокровищами, многие из которых путешественникам еще только предстоит открыть — и с комфортом до них добраться. Виктория Шамликашвили, сопредседатель комитета по туризму Американской торговой палаты в Санкт-Петербурге, генеральный директор компании «Индивидуальный туристический сервис», специально для этого спецвыпуска выбрала и проанализировала пять самых перспективных ниш с наиболее высоким туристическим потенциалом.

Деловой туризм: Санкт-Петербург
Деловой туризм в Петербурге — это уже целый ряд состоявшихся брендов: и Санкт-Петербургский международный экономический форум, и Международный банковский конгресс, и разнообразные отраслевые форумы — газовый, нефтяной, юридический и другие. После открытия «Экспофорума» появились возможности для привлечения и других крупных мероприятий — прекрасным примером служит, например, 23-я сессия Генеральной Ассамблеи ЮНВТО. Есть надежда, что принятие закона о малых средствах размещения тоже даст по-

ложительный эффект и повысятся стандарты качества.

Задача на ближайшую перспективу — вернуть городу статус транспортного хаба. Если будет введено понятие открытого неба над Петербургом, то мы сможем вернуть те позиции, которые вольно или невольно отдали Риге и Хельсинки, и стать одним из важных центров на карте деловой активности мира.

Экотуризм и оздоровительный туризм: Алтай

Алтай — удивительной красоты регион, который интересен в любое время. Это потрясающе красивая нетронутая девственная природа и при этом качественная современная инфраструктура, в которую сейчас идут активные и грамотные инвестиции. Летом есть замечательные возможности для экологического туризма и активного отдыха — конные и пешие походы, сплавы по горным рекам, альпинизм, экскурсии на вертолетах в труднодоступные уголки невероятной красоты. Для оздоровительного туризма созданы комфортные условия круглый год, и они рассчитаны на разный кошелек. Один из самых известных — природно-оздоровительный комплекс «Алтай Резорт», где есть собственный медицинский центр.



Речное судоходство: Волга

Волгу заслуженно называют Волга-матушка. Эта река — важнейший свидетель, а подчас и участник исторических событий на всем протяжении истории России. Волга — это еще и очаровательные маленькие городки. Например, Плес, который порой называют русским Провансом. С Волгой соприкасается и часть Золотого кольца — Ярославль, Углич, Мышкин. И конечно, Нижний Новгород, с его простой историей и ярким характером, — город, вокруг которого не в последнюю очередь формировалась научно-техническая мощь нашей страны. Туристам предлагают множество разных вариантов круизов по Волге, и качество обслу-

живания улучшается. Но это тот сегмент, потенциал которого далеко не исчерпан и куда имеет смысл инвестировать. Славная европейская традиция речного судоходства была бы вполне применима к волжским круизам.

Железнодорожные круизы: Москва — Владивосток

Аналог легендарного «Транссибирского экспресса» курсирует нечасто — считанное количество раз в году, но маршрут проложен так, что стоит последить за расписанием и запланировать путешествие. Двухнедельный круиз дает возможность по пути из Москвы по Владивосток пересечь почти всю Россию с запада на восток, побывать в Казани, Екатеринбурге, Новосибирске, Хабаровске, на озере Байкал. Сегодня железнодорожные круизы — это общемировой тренд. Кстати, РЖД уже предлагает индивидуальное путешествие в стиле Pullman — по вашему заказу в компании могут составить маршрут и присоединить к обычным поездам, следующим в нужном направлении, полностью оборудованный пульмановский вагон.

Экотуризм и этнографический туризм: Русский Север (Архангельск, Вологда, Мурманск, Карелия)

Русский Север принесет путешественнику непохожий край впечатлений, станет неисчерпаемым источником замечательных идей для туризма. Архангельск и Вологда, пожалуй, помогут увидеть самое чистое славянство в лучшем смысле этого слова. Храмы, монастыри, шедевры деревянного зодчества, живые по сей день народные промыслы и народное искусство (не пропустите очень красивый и содержательный музей кружева в Вологде!). Мурманск — один из важнейших городов в истории России: Северный торговый путь, военные конвои, флот, рыболовецкие промыслы. В Карелии это Кижы, Валаам, Мраморный каньон, шхеры и само Ладожское озеро, уникальный экологический феномен. А уж рыбалка в тех местах — ни с чем не сравнимое удовольствие!

ПОЛИНА КОРНИЛОВА

gazeta@dp.ru

Five Destinations of Domestic Tourism

The popular expression «Russia is a Land of Opportunities» can easily be applied — without any stretch and a hint of irony — to the country's rapidly developing tourism and hospitality industry

The world's largest country boasts abundant natural wonders and an immense cultural wealth, while many of them are yet to be discovered and explored by travelers, both at home and abroad. Victoria Shamlkashvili, co-chairman of the Tourism Committee of the American Chamber of Commerce in St. Petersburg and general director of the Individual Tourist Service travel agency, has selected and assessed five most promising niches with the highest potential on the domestic travel market especially for this issue.

Business Tourism: St. Petersburg

Business tourism in St. Petersburg already boasts an array of established brands, including the St. Petersburg International Economic Forum, the International Financial Congress, organized by the Central Bank of Russia, in addition to gas, oil, legal and other industrial forums. With the launch of Expoforum the city received a top-quality

venue, and can now host even more grand-scale international business events, with the 23rd Session of UNWTO General Assembly serving as the perfect example. Let us hope that the law on small lodging properties, which is due to be passed very soon, will also make a positive effect, and quality standards will be raised.

We have a very important goal for the near future — to win back the important role of a transport hub. If the liberal open sky agreements will be introduced in St. Petersburg, the city will surely become a leading international business destination.

Health Tourism and Environmental Tourism: Altai Region

Altai is a land of stunning beauty, which is exciting to explore in any season. You can enjoy a magnificent journey exploring the amazing wildlife and mesmerizing intact nature of this region. Altai offers top quality accommodation and infrastructure: the region

has recently seen a wave of keen investors, and their efforts are paying off.

In the summer, it is a great place for environmental tourism and active sports, from hiking and horseback riding to mountain climbing, rafting down mountain rivers and fantastic helicopters tours to the most beautiful isolated areas. There are very comfortable conditions for health tourism all year round, and importantly, they are suitable for any budget.

River Cruises/Inland Navigation: Volga

Deservedly referred to as the Mother Volga, the river has been a witness to, or sometimes a scene of some of the most important events in the history of Russia. Around the river, there are plenty of charming little towns, such as, for instance, Ples, Russia's answer to Provence, famous for its idyllic landscapes. Volga is linked to some of the ancient Russian cities, including Yaroslavl, Uglich and Myshkin. And indeed, Nizhny Novgorod, with its rich history and bright character.

There are many cruises along Volga to choose from, and the quality is getting better, little by little. But there is still a great space for improvement, it makes every sense to invest here. The long and glorious European tradition of inland navigation would suit Volga river really well.

Rail Luxury Travel Experience: Moscow — Vladivostok

A contemporary version of the iconic Trans-Siberian Express does not operate very often — just a few times per year. But its schedule is definitely worth following and considering. The route of this two-week train journey is mind-blowing: over the course of the trip you would

cross the entire country from West to East, departing from Moscow and visiting Kazan, Yekaterinburg, Novosibirsk, the Lake Baikal and Khabarovsk, before arriving to Vladivostok.

Today, train cruise have become a successful international trend. By the way, the Russian Railways already offer a Pullman-style tailor-made train travel journey: the company can create an individual route for you and arrange for a historic Pullman car — with all modern conveniences inside — to be attached to the trains going to client's chosen destinations.

Environmental tourism/Ethnographic tours: Russian North (Arkhangelsk, Vologda, Murmansk, Karelia)

Russian North is a bottomless source of wonderful impressions and travel ideas for your vacations. It is a characteristic Russian region, where Arkhangelsk and Vologda reign as pure embodiment of Slavic culture. You can explore churches and monasteries, the fabulous wooden architecture, the unspoiled serene nature, the folk arts and crafts, which are amazingly still alive there. Be sure not to miss the outstanding Russian Lace Museum in Vologda!

Murmansk is one of the key towns in the history of Russia: the Northern Sea Route, the Arctic convoys, the Russian navy and the trawl fleet.

In Karelia, consider Kizhi, the Valaam island, the Marble Canyon Ruskeala, the skerries, and indeed, the Ladoga lake, the unique environmental phenomenon. And, by the way, if you go fishing in Karelia, it will be such a fab experience, you won't forget it for sure!

ПОЛИНА КОРНИЛОВА

gazeta@dp.ru

Не только для хипстеров

Общественные территории начинают помогать в привлечении в город туристов

Свободный доступ к этим пространствам и их мощные развлекательная, образовательная и культурная составляющие постепенно выводят эти пространства на уровень «внутреннего потребления» горожанами. Туристы не отстают.

Классика в новом формате

Вы входите в «Пассажа», один из самых старых, уважаемых и аристократичных торговых центров России, и в центральной галерее внезапно видите выставку известного своей провокационностью художника Андрея Бартенева. Китчевые фигуры инопланетян кажутся пришельцами (во всех смыслах) на фоне классически изысканного променада, но органически вписаны в пространство. Здесь же совсем недавно появились удобные скамейки с розетками для зарядки гаджетов, а соседней галерее — супермаркет и уютное кафе — уже не классическое, а современное урбанистическое. Что это — попытка найти новый формат подменяющийся вкусы публики? Да! Более того — это тренд: Петербург активно развивается свежими яркими креативными пространствами, успевшими стать заметной частью городской индустрии развлечений.

Что входит в понятие «общественное пространство»? Что объединяет «Новую Голландию», «Севкабель Порт», «Пассажа», форт Константин? Есть сходства. Территория целенаправленно развивается в рамках той или иной предметно проработанной концепции с четкой целевой аудиторией. Микс из мероприятий (от лекций до дискотек) и постоянно работающих магазинов, кафе, реже развлекательных центров. Свободный вход, иногда плата за посещение какого-то события, чаще — концертов. Современный дизайн. Аудитория — молодежь и социально активный средний возраст, ценящий комфорт, уют и креатив.

«Пассажа» был построен по роскошному проекту в роскошном месте и рассчитан на пребывание в центре культурных событий. Сейчас мы восстанавливаем эту связь времен. Наша центральная галерея рассчитана на то, чтобы быть пространством для показов, выставок, концертов», — объясняет Дмитрий Абрамов, партнер Jensen Group, директор «Пассажа» (см. интервью «ДП» в №74 от 27.05.2019).

«Севкабель Порт» появился после того, как почти одноименный завод освободил 10 га и они превратились в «фабрику по производству культурных, социальных и коммерческих событий» с собственным причалом, морской набережной и зонами отдыха, рассказывает Александр Вознесенский, председатель совета директоров ГК «Севкабель». Форт Константин, взятый в аренду частным инвестором — АО «Третий парк», стал историко-культурным комплексом с привнесенными в порядок старинными казармами, казармами, батареями, Музеем маячной службы, парком активного отдыха, плавучим отелем и кемперами. В Новой Голландии, ку-

да порой выстраиваются очереди, можно посетить лекторий, концерты, посмотреть выставки или пройтись по торговой галерее.

Народу нравится

Современный формат организации городской среды востребован. Форт Константин посещают в среднем 2 тысячи человек в день, в дни мероприятий посещаемость «Пассажа» увеличивается на 30%, выставку Бартенева за почти 3 месяца посмотрело полмиллиона посетителей; через Новую Голландию с 2011 года прошло 6 миллионов человек, из них 2,5 миллиона в одном только 2018-м. «Ежегодно мы растем на 15-20%», — говорит Роксана Шатуновская, гендиректор проекта «Новая Голландия: культурная урбанизация». «Севкабель Порт» в месяц принимает 200-250 тысяч человек.

Отличные цифры для города, где огромное количество вариантов для свободного времени. Не говоря о том, что некоторые общественные пространства расположены не в центре Петербурга и даже не рядом с метро.

Несмотря на явную развлекательную и образовательную направленность, не для всех туристы значимый сегмент. «Прежде всего мы рассчитываем на жителей Петербурга: они обеспечивают нам потоки и посещаемость вне туристического сезона. Туристы, конечно, есть, но мы не делаем пока на них большую ставку», — говорит Роксана Шатуновская. В «Севкабель Порту» констатируют интерес со стороны гостей города, но не более: «Мы часто слышим иностранную речь, и в последнее время к нам часто обращаются международные туристические издания за информацией», — отмечает Александр Вознесенский.

В свою очередь, для форта Константин именно туристы — один из ключевых источников посещаемости. Четверть посетителей прибывают на прогулочном теплоходе «Рипербан», заходят и яхтсмены из соседних стран. В рамках событийного туризма, в частности фестивалей вейкбординга, воздушных змеев, современного и классического искусства, ретротехники, приезжают даже из-за границы, причем поток на регулярные мероприятия год от года растет. Для «Пассажа» как объекта в самом центре города туристы, безусловно, крайне важный сегмент, и культурная работа построена в том числе и с целью его заинтересовать.

Очевидно, что благодаря и событиям, и активному продвижению в социальных сетях креативные пространства уже стали одним из узнаваемых элементов туристической инфраструктуры Петербурга за его пределами и таким образом способствуют увеличению потока гостей. «Пространств будет все больше, они будут специализированы на той или иной теме, в целом отвечая на общественный запрос и стратегию развития города», — уверен Александр Вознесенский из ГК «Севкабель».

ДМИТРИЙ НИКИТИН
gazeta@dp.ru



Not for Hipsters Alone

Public spaces attract tourists to the city

Free access to these spaces and their powerful entertainment, educational, and cultural components have gradually taken these spaces to the level of popularity beyond the interests of local residents. Tourists are quickly catching up.

Classics in a New Format

Imagine entering The Passage, one of the oldest, most remarkable and most aristocratic trade centers, and see an exhibition of the famously provocative artist Andrey Bartenev. The kitsch ET figures seem alien (in every sense) to the classical refined promenade area, but somehow complement it harmoniously. Comfortable benches with sockets to charge up gadgets have also appeared here quite recently, while the next gallery features a supermarket and a cozy cafe, designed in a new, urbanistic, fashion. What is it? Could it be an attempt to find a new format for the changing public tastes? More than that, it is a trend: St. Petersburg has been actively developing new and vivid creative spaces that become a part of the city entertainment industry.

What is a «public space»? What brings together The New Holland, The Sevkael Port, The Passage and The Fort Constantine? Each territory has been actively developing in accordance of thoroughly designed concept. Each presents a mix of events, shops and cafes, sometimes entertainment centers. Each offers free access with cover fees for certain events. Each has contemporary design. Their target audience consists of young adults and socially active middle-aged people, who enjoy comfort, coziness and creativity.

«Passage was built to look luxurious in a prestigious location, and the mall was initially intended to be in the center of cultural events. Now we are working on restoring this connection. Our central gallery has been designed to be a location for shows, exhibitions, and concerts,» says Dmitry Abramov, Partner of Jensen Group and Director of The Passage (see DP in No. 74, May 27, 2019). «The Sevkael Port first appeared when the Sevkael Plant vacated 10 hectares to turn into a «factory of cultural, social and commercial events» with own pier, sea embankment and recreation zones,» says Alexander Voznesensky, Chairman of the Board of Sevkael Group of Companies. The Fort Constantine, which was leased by a private investor, became a history and culture complex with restored jail cells, barracks, artillery batteries, the Museum of

Lighthouses, an active recreation park, a hotel on the water and a camping site. The New Holland now houses a lecture hall, a concert venue, an exhibition hall, and a trade gallery.

People Like It

A contemporary format is in high demand. The Fort Constantine is visited daily by 2,000 guests; some days the number of visitors of The Passage increases by 30%. In three months the Bartenev exhibition was attended by half a million people; a total of six million people have visited The New Holland since 2011. «We demonstrate 15-20% growth every year,» says Roksana Shatunovskaya, General Director of The New Holland: Cultural Urbanization project. The Sevkael Port welcomes 200-250 thousand people every month. These are excellent figures for a city with a great number of free time activities. Some of these public spaces are located not in the downtown area, and even quite away from the Metro station.

Not every one of these zones considers tourists their prime target audience. «Our prime focus is on residents of St. Petersburg: they constitute the major share of our visitors in the low tourism season,» Shatunovskaya says. Representatives of The Sevkael Port say that city guests express some interest, but not much: «We often hear foreign speech, and we have heard from international tourism publications asking for information,» says Alexander Voznesensky. For The Fort Constantine tourists are one of the key groups. A quarter of the guests arrive on board of The Reeperbahn, a cruise ship; yachtsmen from neighboring countries often stop by too. Tourists who attend different events, such as wakeboard, kiting, modern and classical art and retro technology festivals, often come from other countries. The flow of people attending annual events is growing. For The Passage tourists constitute a very important segment, and the cultural work seeks to interest them.

Thanks to the events schedule and active promotion in social networks, creative spaces have become one of the known elements of the tourist infrastructure of St. Petersburg far beyond the city, and that helps bring more guests here. «There will be more such spaces; they will specialize in that or other topic, overall responding to the public demand and the city's development strategy,» says Andrey Voznesensky of Sevkael Group.

DMITRY NIKITIN
gazeta@dp.ru

Инвесторы собрались на выставку

Из более чем 200 музеев Петербурга около 10% не связаны с государством. Они устроены частными лицами или бизнесом.

Частные коллекции для народа

Прогулявшись по бесплатному Музею настольных игр, вы попадаете в небольшой магазин, в котором можно пополнить запас домашних развлечений. Пропустить чашку-другую кофе можно в Музее кофе. А узнать историю игрушек — опять же в тематическом заведении. Граммофоны, живопись, специи, советские игровые автоматы, невероятные машины и механизмы, матрешки и даже... эмоции — все может превратиться в экспонат. Как-то частные музеи, например Фаберже, советских игровых автоматов или «Эрарта», уже прочно вошли во все путеводители. Другие, пока в условной «второй лиге», еще не стали предметами массового туристического интереса, но постепенно ищут и находят свою аудиторию.

В последние несколько лет появление частных музеев благодаря их растущему количеству стало заметным явлением в туристической жизни города.

Мотивы устроить музей на собственные средства у основателей совершенно разные. Чаще всего из интереса того или иного человека, обычно весьма состоятельного, к определенной теме вырастает коллекция, которая естественным образом наталкивает на мысль о том, чтобы сделать ее доступной и публичной.

«Идея музея возникла у нашего создателя и учредителя Аслана Чехоева, когда его коллекция вышла за приватные рамки и появилось желание поделиться ею с широкой публикой», — рассказывает Ирина Кочиева, соучредитель и директор

Нового музея, чье собрание охватывает многие знаковые явления русского изобразительного искусства второй половины XX и начала XXI века.

Появлению Музея специй предшествовало совпадение двух обстоятельств, говорит его гендиректор Арсен Алавердян. Его владельцы коллекционировали артефакты, связанные с хранением и обработкой пряностей, и, когда коллекция заняла слишком много места, возникла идея оформить выставку. Кроме того, бизнес владельцев связан как раз с пряностями, и они заметили, что во флагманском розничном магазине покупатели вели себя как в музее. «Интерес был неподдельным и познавательным», — отмечает Арсен Алавердян. Так все и сложилось.

Дмитрий Филатов, совладелец квартиры на Гороховой, последнего жилища Григория Распутина, откуда он уехал в Юсуповский дворец в роковую для себя ночь, когда-то учился на экскурсовода. В качестве бесплатного хобби он начал приглашать друзей и знакомых в квартиру, рассказывал о старце и истории России первой четверти XX века. Затем к объекту появился интерес у турфирм, которые стали привозить сюда полноценные экскурсии.

Порой идею вызывает к жизни потребность рассказать публике о специфичном занятии, в том числе чтобы развеять устойчивые мифы. Так, завод «Дагвино» изучает возможность открыть в 2020 году музей на базе своих коньячных погребов. «Мы хотим показать, как выглядит качественное виноделие, каковы этапы производства, дать базовые знания для выбора коньяка. Например, обсудить, как на качество изделия влияет срок выдержки», — рассказывает коммерческий директор завода Владимир Матюшецкий.



Делать деньги на искусстве

Может ли частный музей быть прибыльным? Зависит от формата и целей основателя. У Нового музея, появившегося в 2010 году, задача окупаемости не ставилась в принципе. В день сюда приходят 15–20 любителей живописи, проект исключительно гуманитарный. Не ведет речь о финансовой отдаче и «Дагвино», гораздо важнее вклад в повышение культуры питья. Музей специй с ежедневным потоком 25–30 посетителей был некоммерческим, но окупил вложения в размере 3 млн рублей за 4 года и безубыточен благодаря кофейне и магазинчику.

А вот Музей неПравды, запущенный предпринимателем Дмитрием Мироновым в сентябре 2018-го, оказался ком-

мерчески успешен. Инвестиции в проект в размере 15 млн рублей основатель нашел на «Бирже стартапов» «ДП». Всего за год посмотреть на диковинные штуки из мира мифов и фантастики вроде скелета циклопа, летающих сандалий Гермеса и киборга с собачьей головой пришло почти 40 тысяч человек. Теперь филиал музея откроется в Москве, в планах франшиза в России и за рубежом. К слову, в Москве запускается и другой петербургский проект — Музей эмоций. Частные инвестиции в необычные экспозиции вполне могут приносить не только радость посетителям и туристический поток городу, но и прибыль основателям.

МАКСИМ КАЛИНИЧЕНКО
gazeta@dp.ru

Investors Come to the Exhibition

Out of more than 200 museums in St. Petersburg, 10% are not state-owned. They have been created by individuals or business structures.

Private Collections for People

After you take a free tour of the Museum of Table Games you will end up in a small store, where you can choose from a variety of table games. You can drink one or two cups of coffee in the Museum of Coffee. In the Museum of Toys you will learn more about the history of toys. Gramophones, artwork, spices, old Soviet arcade machines, incredible machines and mechanisms, nested dolls, and even... emotions — all of these can change into an interesting exposition. Some private museums, such as the Faberge museum, the museum of Soviet arcade games, and the Erarta Museum have long been included into all St. Petersburg guide books. Other, «second league» museums are not yet attracting considerable attention of tourists, but they too have been looking for and finding their audience.

Over the past several years the growing number of private museums has become a notable event in the tourism sector of the city.

Founders of such museums explain their motives in a variety of ways. Often the interest

of that or other individual, usually quite a wealthy one, in a particular topic, leads to creation of a series of artifacts, which in turn leads the creator to the idea of making the collection public and accessible.

«The idea of the museum came to our founder Aslan Chekoev, when his collection became widely known, and he decided to share it with the public,» says Irina Kochieva, co-founder and director of the New Museum, whose collection includes artwork in many important schools of Russian art in the second half of the 20th century and the early 21st century.

The Museum of Spices came about as a combination of two factors, says its general director Arsen Alaverdyan. Its owners collected artifacts that were related to storage and processing of spices, and when the collection became too large, they decided to turn it into an exhibition. Moreover, as the owners' business had to do with spices, they noticed that in their main store of spices visitors behaved pretty much like they would in a museum. «They expressed vivid interest and wanted to learn,» Arsen Alaverdyan said.

Dmitry Filatov, who had once studied to become a tour guide, is the co-owner of the apartment in Gorokhovaya Ulitsa, the last

residence of Grigory Rasputin, from where he went to the Yusupov Palace on the fateful night that was to become his last. Filatov started with a free hobby, when he invited friends to the apartment, told them about the famous staret and the history of Russia in the first quarter of the 20th century. The project was discovered by tourist companies that started bringing full-fledged tours to the apartment.

Sometime the museum creator wants to tell the story of his or her very specific profession and debunk some myths. Dagvino, a plant that produces wines and cognacs, is currently mulling the idea of opening a museum in their cognac underground storages by 2020. «We want to show people what high-quality wines look like, what the stages of production are, and teach them the basic facts about choosing cognac. For instance, we can discuss how the maturity of the drink influences the quality of cognac,» says Vladimir Matyushechkin, Commercial Director of the plant.

The Art of Making Money on Art

Can a private museum be profitable? The answer depends on the format and the goals of the founder. The New Museum, which appeared in 2010, has never sought to recoup investments. Every day this museum is visited

by some 15-20 lovers of art, the project is purely humanitarian. Dagvino does not seek financial gain; the more important thing is to improve the culture of drinking wine. The Museum of Spices with 25–30 visitors every day, recouped the investment of RUB 3 million in 4 years, and now it does not generate losses, thanks to a coffee shop and a small store.

The Museum of unTruth, launched by Dmitry Mironov a year ago, became commercially successful. The founder of the museum found RUB 15 million of investments on the Startup Stock Exchange of Delovoy Peterburg. Almost 40,000 people stopped by the museum last year to study the artifacts from the world of myths and fantasy novels, such as the skeleton of a Cyclops, Hermes's flying sandals, a cyborg with a dog's head. Dmitry Mironov is also planning to open the Museum in Moscow and to sell the franchise in Russia and abroad. There's another St. Petersburg museum opening in Moscow soon, the Museum of Emotions. Private investments into unusual and unconventional expositions not only make visitors happy and attract new tourists to the city, but generate profits for its founders as well.

МАКСИМ КАЛИНИЧЕНКО
gazeta@dp.ru

Пройтись по русскому

Ресторанная мода изменчива как море. Новая волна вынесла наверх русскую кухню.

Еще недавно заведения с русской кухней были не более чем аттракционом для зарубежных туристов, входящим в традиционный набор из матрешек, балалаек и ручных медведей, а сегодня это уже более чем реальный гастрономический тренд. Число таких ресторанов в Петербурге уверенно растет, так что вполне можно позволить себе устроить тематическую гастропрогулку.

Краб на три кило

Начнем с едва ли не самого старого представителя этого жанра — ресторана «Палкинъ» на Невском, 47. Историческое здание, освященное традицией места, название, апеллирующее, так сказать, к великому прошлому, все еще достойный, несмотря на потерты короли на полу, интерьер. Действительно русской кухни тут немного: меню «гуляет» от сверхмодного японского вагю до лазаньи и стейка шатобриана. Но старорусские щи из квашеной капусты с лесными грибами и свиными копченостями (1260) радуют, тем более что к ним полагается рюмочка полугара.

Хвалят борщ с разварным говяжьим языком и свиным боком (1140), хороши скобелевские биточки по классическому старинному рецепту, подающиеся с гречневой кашей (890). Из чисто «палкинской» роскоши тут, конечно, стерлядь в белом вине под соусом из раков (4880). Когда-то, еще до революции, здесь был целый бассейн с рыбой, так что можно было заказать конкретную стерлядку, просто ткнув в нее пальцем. Теперь в местной аквасистеме шевелят усам камчатские крабы весом килограмма под три. Краб целиком, сваренный в морской воде, обойдется в 9000 рублей. Но это на компанию, одному такого зверя не оприходовать.

Икра и устрицы

Крабовым меню хвалят и «Северянин» в Столярном переулке, 18/69, — уютное место, стилизованное под гостиную старой петербургской квартиры. Запеченные крабовые фаланги в здеешнем меню по 2500, есть перлотто с мясом краба (2200) и салат с ним же (1200) — кстати, отличный салат. В качестве стартера хорошо заказать форшмак из малосольной селедочки (390) и холодец из бычьих хвостов с горчицей и хреном (390) — царская закуска под рюмку крепкого. Можно, впрочем, взять подложки свежайших устриц под все ту же рюмку или бокал игристого. Из супов, разумеется, кра-

ля с семгой и треской (490) или ароматная грибная похлебка (440). Из горячего — бефстроганов из оленины с белыми грибами и трюфельным маслом (950). Классичнейший из возможных вариантов мяса по-строгановски, но только из оленины. Или телячьи щечки с поджаренным картофельным пюре (690). И непременно нужно попробовать местную кулебяку (320). А на двоих-троих хорошо взять ассорти из четырех видов икры — щучьей, лососевой, стерляжьей и осетровой — с пшеничными оладьями и разнообразным «прикладом» к ним: домашней сметаной, зеленью, рубленым лучком и так далее (4900). Очень душевно!

Уха с головешкой

За икрой можно отправиться и в расположенный неподалеку «Петров-Водкин» на Адмиралтейском проспекте, 6. Тут и с икрой, и с разнообразными «гадами морскими» куда как богато. Этот раздел меню выглядит как список обитателей океанариума. Но пройдемся по традиционным русским блюдам. Не будем рассказывать про кастрюлю борща на двоих (отличного, кстати, борща), вынос которой неизменно превращается в настоящее шоу с бубнами (980), — это уже городская легенда. Но вот котелок рыбацкой ухи из судака на бульоне из мелкой рыбешки (460) — это то, что нужно брать непременно. И любоваться тем, как официант гасит в котелке заботливо принесенную из кухни дымящуюся головешку, — так полагается по рецепту.

А еще — щучьи котлеты с картофельным пюре под соусом из раков (650). И разварная говяжья грудинка с зеленым горошком (650).

И все это — под местные настоечки, которых в меню какое-то неисчислимое количество.

Ромовая инъекция

А вот в ресторан на набережной Фонтанки, 30, который, что характерно, так «Фонтанка, 30» и называется, нужно отправляться за пельменями. То есть,

конечно, найдется здесь и рассольник с утинными сердечками (350), и пшеничная каша с тушеной крольчатинной (590), и даже отличная «Пожарская» котлета с картофельным пюре (580), которая сделала бы честь даже самой торжковской трактирщице Дарье Пожарской. Но раздел «пельмени» в здеешнем меню требует тщательного изучения. Потому что в нем наряду с довольно традиционными пельменями из телятины (450) присутствуют совершенно волшебные — из свинины с трюфелем, подающиеся под «одеялом» из жареных грибов (490), не часто встречающиеся в других заведениях — с крабом, к которым полагаются чипсы из икры (630), вареники с картофелем и белыми грибами (390), воспетые во множестве литературных произведений вареники с вишней (390) и даже пельмени с шоколадом (340).

А еще на Фонтанке, 30, подают самый brutalный вариант классического десерта — ромовой бабы. Ром выносят отдельно, в пятикубовом шприце, и на глазах у изумленной публики делают нежному бисквиту, покрытому кремом, алкогольную инъекцию. Пока гость приходит в себя от такого неожиданного зрелища, баба успевает стать действительно ромовой.

В общем, если цитировать классика, — «мир меняется, я чувствую это в воде, я чувствую это в земле, я чувствую это в воздухе». В ресторанной сфере это чувствуется тем более. К жизни возрождается тренд, давно считавшийся похороненным, — русская, а точнее, петербургская кухня.

Кто-то пытается возрождать ее такой, какой она была на рубеже позапрошлого и прошлого веков, разыскивая старинные рецепты, кто-то — такой, как будто революции 1917 года не случилось вовсе, создавая что-то новое, на основе старых традиций и новых продуктов. Но в любом случае интерес к ней растет, и вкусно становится больше.

СЕРГЕЙ КОМИЛИЦЫН
gazeta@dp.ru



ФОТО: VOSTOCKE/PHOTO

» Тренд, давно считавшийся похороненным, — русская, а точнее, петербургская кухня — возрождается к жизни. И как же это вкусно!

Walk the Russian Talk

Restaurant fashion is as changeable as the sea. The new wave has brought the Russian cuisine on top.

Only very recently Russian food establishments were no more than just an amusement for foreign tourists, part of the traditional package with Matryoshka nested dolls, balalaikas and tame bears; today it is a very real gastronomic trend. The number of such outlets in St. Petersburg is growing steadily, and now you can try a gastronomic tour around the city.

A 3 kg Crab

Let us begin with Palkin Restaurant, perhaps one of the oldest restaurants of this genre, at 47 Nevsky Prospekt. It is located in a historic building, sanctified by tradition, its name appealing to the great past; the interior design is still up to the mark, despite the somewhat worn out carpeting on the floor. There are only a few options of truly Russian cuisine here: the menu is expansive, and includes many options from the super fashionable Japanese wagyu to lasagne and chateaubriand steak. However, the old Russian sauerkraut soup with forest mushrooms and smoked pork at RUB 1,260 will make you happy, especially since the dish is served with a shot of rye polugar. Customers also praise the borscht with cooked beef tongue and pork side at RUB 1,140. Skobelev cutlets made according to a classic old recipe and served with buckwheat kasha (RUB 890). The most luxurious menu option in Palkin is the sterlet cooked in white wine and served with the crayfish sauce at RUB 4,880. Back in the days before the Revolution of 1917 there used to be a fish pool in the restaurant, and guests could choose the particular fish they wanted to be prepared for them. Now the pool is where 3 kg Kamchatka crabs, wriggling their claws, await their destiny. A Kamchatka crab, cooked whole in sea water, comes at RUB 9,000. It is a feast enough for a large company, one eater will never be able to finish the monster.

Caviar and Oysters

Crab dishes can also be found in Severyanin at 18/69 Stolynny Pereulok; it is a cozy restaurant designed to resemble an old St. Petersburg apartment. It offers baked crab phalanges at RUB 2,500, crab meat perlotto at RUB 2,200, and crab salad at RUB 1,200 (a great choice, we must add!) As a starter, we recommend minced salted herring (RUB 390) and jellied oxtail with mustard and horseradish (RUB 390), — a truly royal

appetizer that comes with a shot of some strong liquor. You can also opt for half a dozen very fresh oysters with the same shot glass of strong liquor or a glass of sparkling wine. For your soup, opt for kalja with summer salmon and cod (RUB 490) or flavorful mushroom pottage (RUB 440). For your main dish, try venison Stroganoff with porcini, served with truffle oil (RUB 950). This is a classical meat recipe, only instead of the traditional beef, venison is used. Another option are calf cheeks with smoked mashed potatoes (RUB 690). Also do not forget to try the local coulibiac (RUB 320). For a company of two or three, please choose the assorted caviar and roe platter, with four types of roe — that of pike, salmon, sterlet and sturgeon. The delicacy comes with wheat crepes and other tasty sides: homemade sour cream, greens, chopped green onions and more (RUB 4,900). A truly great and cozy place!

Fish Soup with Charred Stick

For your caviar and roe, visit the nearby Petrov-Vodkin at 6 Admiralteisky Prospekt. The place offers an extensive menu of roe, caviar and various «sea serpents». This menu section looks like a species list in an oceanarium. But let us first list the traditional Russian dishes. We will not dwell on the pot of borscht for two (an excellent option, by the way), which is delivered to your table to the sounds of a spectacular gong show (quite legendary around the city) (RUB 980). But you just must try a pot of fisherman's pikeperch soup in the broth made of very small fish (RUB 460). You will enjoy watching the food server extinguish a smoking charred stick they would bring from the kitchen — the recipe calls for it! Then try some pike cutlets with mashed potatoes and crayfish sauce (RUB 650). Or, opt for boiled beef plate with green peas (RUB 650). Add also a selection of drinks from an extensive and varied list of chef-prepared infusions.

A Shot of Rum

When you come to Fontanka, 30 restaurant, located at — gasp — 30 Fontanka

Embankment, you just must try the local pelmeni dumplings. Naturally, there are many other options: pickle soup with duck hearts (RUB 350), wheat porridge with stewed rabbit (RUB 590), and even an excellent Pozharsky cutlet with mashed potatoes (RUB 580), that Darya Pozharskaya, an innkeeper from Torzhok, would herself enjoy. But the list of different pelmenis in this menu deserves special consideration. In addition to fairly traditional veal pelmeni (RUB 450), the restaurant offers magical pelmeni made with pork and truffles and served under a blanket of fried mushrooms (RUB 490), or the varieties seldom found in other establishments — pelmeni with crabs (that come with fish roe chips) (RUB 650), vareniki dumplings with potatoes and porcini (RUB 390), vareniki with cherries, often mentioned in various literary works (RUB 390), or even pelmeni with chocolate (RUB 340).

Fontanka, 30 also offers the most brutal form of the classical dessert — rum baba cake. The rum is brought out in a large five-cube syringe. The server will then deliver a shot of rum into the tender cream-covered dessert right in front of you. When the surprised guest comes back to his or her senses after this surprising development, the baba before him will indeed become a rum baba.

Overall, to use a quote from a classical author: «The world is changed. I feel it in the water. I feel it in the earth. I smell it in the air». It can be felt especially clearly in the restaurant sphere. The trend that has long been considered past and gone, the Russian, or, more precisely, St. Petersburg cuisine, is on the rise. Some people go after old recipes and try to revive it the way it used to be on the brink of the 19th and 20th centuries; others pretend that the revolution of 1917 never happened, and work to create new dishes with new foodstuffs, but according to traditional recipes. But in any case, the interest in the Russian cuisine is growing, and more and more tasty dishes become available.

SERGEY KORMILITSYN
gazeta@dp.ru

” The trend that has long been considered lost — the Russian, or, more precisely, the St. Petersburg cuisine — is once again on the rise. And this cuisine is superbly delicious!

