

## СРЕДА ОБИТАНИЯ

## Новый путеводитель

## ПЕРМЬ. ПЕРМСКИЙ КРАЙ

1200 координат

704 страницы

СОТНИ туристических маршрутов



организованная рыбалка. Компактные и безопасные восхождения на вершины. Горный и равнинный трекинг. Велотуризм. Исторические и естественно-научные, познавательные маршруты...

У нас есть где и 40 человекам на автобусе «развернуться», и двойке байдарочников отлично провести время. Нужно одно: прописанные маршруты, локальное и территориальное информирование, реклама. Нужно сделать «внутреннее путешествие» не только модным, но и интересным времяпрепровождением.

Надо вспомнить, что в Пермском крае множество ежегодных туристических событий, которые происходят сами по себе. Всевозможные автогонки, чемпионаты по звуку и дрифту, трофи-рейды, уже легендарные «ухабы», локальные праздники. Но информации о них вне региона (да и на уровне краевого центра) угнетающе мало. Сегодня в одной прессе «не принято» писать «задаром», а в другой никак не могут дожидаться информации от организаторов мероприятий. А просто журналистики, которая бы интересовалась событиями, у нас не существует...

Исключение — сообщения об испечении или съедении какого-нибудь «самого большого в мире пельменя», созданного исключительно благодаря «финансовой поддержке» газиков-буровиков-калийщиков. Всё ждем, когда это надоест творцам «сырьевого маркетинга»...

Любая инфраструктура: кафе, общественные туалеты, мотели, турбазы и смотровые площадки — только следствие (!) растущего потока туристов. Есть турпоток — есть сервис. Есть мосты. Есть кафе. Нет его — можно хоть космодромы по обочинам строить, из-за этого никто туда не поедет.

На бессмысленные (и по сути, и по масштабам) «тюменские источники» люди ездят автобусами. Об уникальном радоновом источнике в нижней части реки Берёзовой в Пермском крае никто не знает. И, разумеется, от этого никому в голову не придёт туда поехать.

— **Формирование брендов территории поможет привлечь в Прикамье туристов? Хотя бы наших, российских?**

— Нет. Никакими священными маркетинговыми словами и «брендингом», да простят меня коллеги — разработчики концепций типа «Тепло. Светло. Райцентр», в ваш райцентр никого и никогда не пригласить. Опыт города Мышкина, о котором как о священ-

ной корове и примере идеального брендинга вспоминают на каждом круглом столе, не имеет к жизни никакого отношения. Этот город просто стоит там, где турист сходит с корабля, как неизбежность. Мышкинским властям было бы преступно не воспользоваться моментом.

Наш клиент не таков — он сходит на берег на приснопамятной набережной у «Речного вокзала» (ну, как вокзала), после чего его нужно как можно быстрее отсюда увозить...

Валенок с вышивкой не поможет. Это только сувенир. Специально за валенком за 300 км никто не поедет. Это удел энтузиастов. Вот на легендарную «поляну чертей», о которой «писали газеты», миф о которой ширится и ползёт по всей Руси Великой, на могилу (или место рождения Заратустры) — это другое дело. Виртуальные недра краеведа Гладышева, где сгнули российские цари. Таинственные каменоломни. Загадочная Молёбка. Промышленные гиганты и история от Федотовой. Заповедник от Ворожцовой. Путешествие по пути купцов из Чердыни. Утерянная Горнозаводская цивилизация писателя Иванова. Рассказы о зверином стиле от Эренбурга...

Важно наличие не только полноценного мифа, но и собственно туристического маршрута. Как минимум с разумным содержанием и указателями по дорогам — пользуясь случаем, опять упомяну в качестве примера наш путеводитель. А местный бизнес (самого разного масштаба) подтянется обязательно. — **А как же вид города? Все пишут о «грязи, тлене и прочей непривлекательности» Перми.**

— Замечу, что всю грязь и тлен на территории краевого центра вряд ли создают мэры и сити-менеджеры. Больше всего свалок, к примеру, в тех же городских лесах создают сами горожане. Мы с вами. Никто не прилетел с луны и не разложил собачьи отходы под нашими окнами. Это не местные власти выезжают с каждой стройки на грязных самосвалах... Так что всем есть над чем работать. Наш город вообще-то предназначен по большей части не для туристов, а для нас самих.

Пермь не станет Барселоной или Парижем. Объективно, у нас не лучший и не самый интересный город для туриста. Но столица Прикамья — это точка начала путешествия в Пермский край. Вот уж где есть что посмотреть и куда сходить-съездить.

## ПРОЖЕКТЫ

## А там ещё немного — и Прованс

Николай Новичков придумал издать 12 рассказов о Пермском крае. Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму планирует заказать их написание нескольким авторам.

С этой идеей экс-министр культуры Пермского края Николай Новичков выступил на фестивале «Гений места» в ходе своей лекции, которая была посвящена книгам и их месту в продвижении территории. Заместитель руководителя Федерального агентства по туризму предложил делить «туристические» книги о территории на три вида: путеводители, книги культурного содержания и художественная литература, связанная с территорией. Если первые два вида издаются практически в каждом регионе в огромных количествах, то с художественной литературой дела обстоят менее радужно.

**Николай Новичков, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму:**

— Литература — отличный способ завлечь туриста в территорию. Например, Толстой и Достоевский в этом смысле очень хорошие промоутеры Москвы и Петербурга.

Эксперты сошлись во мнении, что среди современников аналогичными промоутерами можно считать Андрея Куркова (киевский писатель, самый издаваемый русскоязычный автор за рубежом), Захара Прилепина и Алексея Иванова.

Новичков предложил присутствующим проект 12 рассказов о Пермском крае, написанных в разных жанрах и о разных уголках Прикамья. Идея экс-министра состоит в том, чтобы заказать нескольким авторам короткие рассказы о пермских городах и территориях, отражающие их самобытность и уникальность. «Этих историй не должно быть много, иначе сознание незнающего человека может слишком рассеяться», — полагает Новичков.

В ходе обсуждения идеи Новичкова один из организаторов «Гения места» и тоже экс-министр культуры Пермского края Олег Ощепков, в свою очередь, предложил заказать художественную книгу о Пермском крае одному из лучших писателей современности, чтобы он приехал, провёл здесь несколько месяцев и выдал интересную историю. В качестве примера привели книгу «Год в Провансе» Питера Мейла, которая стала мировым бестселлером и очень сильно увеличила поток иностранных туристов в Прованс.

«У государства, в свою очередь, есть огромное количество каналов, чтобы сделать эту книгу бестселлером», — резюмировал Ощепков.

Реклама

№ 5  
№ 7  
№ 1  
№ 2  
№ 4  
№ 0  
№ 0  
№ 0  
№ 0  
№ 3

11/06/2015 19:00  
БЕТХОВЕН симфония № 3, ор. 55 («героическая») ШУМАН концерт для виолончели с оркестром, ор. 129  
дирижер — артем абашев

6+

ВСЕ СИМФОНИИ БЕТХОВЕНА  
В ИСПОЛНЕНИИ ОРКЕСТРА MUSICAETERNA

ПЕРМЬ ТЕАТР ОПЕРЫ БАЛЕТА

билеты: [www.permopera.ru](http://www.permopera.ru) +7 (342) 212 30 87