

■ **Наталья ГОНЧАРОВА**

Гости приехали на трех машинах: на автомобиле и в двух автодомах. Оба «домика на колесах» вполне приспособлены для путешествий: там есть все необходимое, включая кровати, столик с местами для сидения, шкафы, электроплиту, биотуалет. Комфортно! Туристы уверены: за таким способом открытия для себя России – будущее, ведь турист обеспечен всем необходимым для путешествия и при этом ни от кого не зависит.

– Ярославль способен развивать различные виды туризма, в том числе авто- и мототуризм, – сказал заместитель мэра Вячеслав Гаврилов. – Ярославль, отметивший в прошлом году свое 1010-летие, богат древностью, своей историей.

Гости согласились: Ярославль и Ярославская область с точки зрения туриста очень привлекательны. Помимо уже известных памятников архитектуры и культуры у нас немало интересных объектов для детей, любителей промышленного и экологического туризма, а также для желающих побывать на фестивалях, которыми славится регион.

– Маршрут, по которому мы проехали, несомненно, будет пользоваться популярностью, – отметил президент Общенациональной ассоциации автотуризма и караванинга Сергей Лобарев. – Близость к Москве и Санкт-Петербургу обеспечит миллионный трафик. Однако для его запуска надо еще поработать над качеством дорог и созданием инфраструктуры.

В Европе автотуризм – один из самых популярных видов. Арендовать автодомик и отправиться всей семьей на отдых – это в порядке вещей.

– В прошлом году, когда закрылись границы и появились строгие



А мы – в домике!

На прошлой неделе в Ярославль приехали десять автотуристов. Они тестировали маршрут «Тверь – Ярославль – пазлы Золотого кольца» на предмет его продвижения среди любителей путешествовать на автомобилях и в автодомах.

↓
Руководитель проекта ОНФ «Россия здесь» Любовь Солдаткина, автоэксперт Павел Садчиков, и.о. директора департамента туризма Ярославской области Владимир Лысенко.

ограничения из-за эпидемии, наши сограждане стали обращать внимание и на этот вид туризма, – отметил член Ассоциации автотуризма и караванинга Максим Мигунов. – Людей привлекает возможность отправиться на отдых без использования общественного транспорта, например, поездов и самолетов, сэкономить на гостиницах.

По попытке 2020 года основные приверженцы путешествий в автодомах – это семьи с детьми, где возраст родителей варьируется от 30 до 45 лет. В 90 процентах случаев они отправлялись в Крым. В остальных десяти – в равных долях в Краснодарский край и Карелию. Возникает резонный вопрос: если в нашей стране толь-

ко начинает формироваться это направление туризма, то почему бы не предложить готовые маршруты продолжительностью 2 – 4 дня в пределах Центральной России?

В прошлом году в России был создан первый маршрут для автотуристов. «Тверь – Ярославль...» станет вторым.

«**Арендовать автодомик и отправиться всей семьей на отдых – в порядке вещей.**»

С точки зрения инфраструктуры для автотуристов эксперты оценили путь Тверь – Кашин – Калязин – Углич – Ярославль. Выяснилось, что состояние дорог оставляет желать лучшего – ямы и кочки становятся особенно ощутимы в автодомах с жесткой подвеской. Кроме того, на всем пути эксперты не увидели ни одного кемпинга или санитарной зоны, где бы можно было обслужить автодом. Порядка 60 процентов пути наблюдались проблемы с сотовой связью, что в 21-м веке выглядит ну очень странно. Заправки имеются только в крупных городах, между небольшими населенными пунктами они отсутствуют в принципе.

Как отметил и.о. директора департамента туризма Ярославской области Владимир Лысенко, сейчас идут переговоры с Росавтодором и Ростуризмом по поводу приведения в порядок дорожной инфраструктуры. Предполагается, что вслед за этим подтянутся предприниматели, которые захотят открыть придорожный бизнес как раз для самостоятельно путешествующих туристов. Это позволит привлечь дополнительный поток гостей и, как следствие, оживит экономику в городах. ■

И все туристы в гости к нам

К 2025 году Ярославская область должна войти в пятерку крупнейших туристических центров страны и принимать по 8 миллионов туристов в год. Выполнение этой задачи в прошедшем году сильно осложнилось пандемией COVID-19, поскольку туристическая отрасль одной из первых попала под удар. Как работать дальше в сложившихся условиях? О некоторых идеях рассказал и.о. директора регионального департамента туризма Владимир Лысенко на пресс-конференции.

■ **Ольга СКОРОБИНА**

– Основная задача нашего департамента – создавать условия для внедрения новых туристических продуктов, – отметил Владимир Лысенко. – И в этой связи сейчас особенно актуален вопрос цифровизации сетевого пространства. Мы переработали туристический портал региона, сделав его более продающим. Это означает, что там туристы смогут не только ознакомиться с достопримечательностями нашего края, но и купить билеты на поезд или самолет, в театры или музеи.

Интеграция портала с сервисами по продаже авиабилетов даже сыграла в плюс. Дело в том, что как правило, сервисы по продаже билетов выплачивают агентскую комиссию. В нашем случае таким агентом стал турпортал и даже немного заработал на продаже.

Вырученные средства, как заверил Владимир Лысенко, направлены на развитие туризма в регионе.

По мнению специалистов, возможность купить билет до Ярославля на турпортале должна привлечь дополнительный поток туристов. Как правило, исторические города России, расположенные вокруг Москвы, борются друг с другом за туриста, проживающего в столице. Основные конкуренты – Владимир и Тула. В эти города идет значительно больше поездов: 14 до Владимира, 12 – до Тулы, а до Ярославля только 6. При этом время в пути и во Владимир, и в Тулу значительно меньше – порядка двух часов. Понятно, что турист, которому все равно куда ехать, лишь бы попутешествовать, выберет скорее наших конкурентов. Противопоставить этому Ярославская область может лишь уникальность места. И это удастся. Не случайно

четыре города региона уже входят в маршрут Золотое кольцо, а еще три борются за право в него войти.

Значимое направление развития туризма Ярославской области – расширение линейки сувенирной продукции благодаря местным мастерам народно-художественных промыслов. Это выгодно обеим сторонам. Регион получает уникальные сувениры, а умельцы – возможность зарабатывать и продвигать себя и свою продукцию.

Повышению потока туристов должна способствовать и реализация проекта «Гастрономическая карта Ярославской области». В каждом муниципальном образовании нашего региона есть свои уникальные рецепты и блюда. Их готовят небольшие предприятия. Продукция каждого из них уникальна, ее невозможно купить у кого-то другого. Это сыр, мед, шо-



«**Значимое направление развития туризма – расширение линейки сувенирной продукции благодаря мастерам народно-художественных промыслов.**»

колад... И даже нечто экзотическое. Допустим, кулага, которую изготавливают в Большесельском районе, – это смесь протертых проросшей пшеницы и лесных ягод.

Свою линейку уникальных вкусов предлагают и в Брейтов-

ском районе. Например, варенье с коньяком или ромом из лесных ягод. Или же напиток под странным названием «душепарка» – почти глинтвейн, но с ягодами и намного лучше.

– К сожалению, групповой туризм, как это было еще несколько лет назад, начал уходить в прошлое, – отметил Владимир Лысенко. – Его постепенно вытесняют индивидуальные путешественники или семьи.

Как следствие – необходимо развивать особые размещения – небольшие, но уютные гостиницы, придорожные мотели, кемпинги на берегах рек и озер. ■