

Стратегия развития туризма в Ярославской области – серьезный, насыщенный цифрами и задачами программный документ. Но реальные действия, которые должны привести к заявленной цифре – 8 миллионов туристов к 2025 году, часто остаются в тени состоявшихся и планируемых громких фестивалей, праздников, построенных туристических объектов, новых музеев и экскурсий. Приоткрыть дверь этой самой «туристической кухни» мы попросили директора областного департамента туризма Юлию РЫБАКОВУ.

ДОРОГИ ЕСТЬ, НО КАКИЕ?

– Юлия Львовна, начать разговор о привлечении туристов в Ярославскую область хочется именно со всех дорог, которые ведут к нам. Что предпринимается для того, чтобы они не портили впечатления от поездок?



Приехать, посмотреть –

и вернуться сюда



В регионе для гостей разработаны специальные туристические маршруты.

– Здесь нужно говорить конкретно. Вы какие конкретные дороги имеете в виду?

– Например, на Мышкин, на Мартыново из Углича.

– Мы стараемся рассуждать и действовать конкретно. В приоритете – объекты, к которым уже имеется большой поток туристов. Есть запрос – мы по нему взаимодействуем с департаментом дорожного хозяйства, подключаем членов общественного совета при департаменте туризма в качестве экспертов.

Например, была проблема по дороге на популярный курорт «Ярославское взморье», совместно мы ее решили, теперь там хорошая трасса.

Самые проблемные участки к Угличу со стороны Ростова и Ярославля тоже в прошлом году сделали. Что касается дороги из Углича в Мышкин и обратно, то 17 километров трассы отремонтируют в 2020 – 2021 годах. Вообще, значительная часть

автомобильных трасс к популярным туристическим объектам подлежит реконструкции в ближайшее время, а часть уже отремонтирована в 2019 году.

– Вы можете назвать эти дороги?

– До 2021 года в порядок приведут участки таких трасс, как Ростов – Иваново – Нижний Новгород, Владимир – Ярославль – Залесский, Нагорье – Берендеево, Остатково – Заозерье – Колокарево – Старое Волино и другие. На дороге Углич – Некоуз – Брейтово в рамках нацпроекта в 2020 и 2021 годах будет отремонтировано 17 километров в направлении Углич – Мышкин. Также мы договариваемся с областным департаментом транспорта по еще одному важному туристическому маршруту, там трасса муниципального значения – к усадьбе Леонтьевых в Ростовском районе. Взаимопонимание имеется, надеюсь, эта дорога тоже будет включена в план ремонта.

Понимаете, проблема в том, что для такого межведомственного взаимодействия, а главное – принятия нужных нам решений требуется социальное обоснование необходимых перемен, в частности, ремонта дорог. И в первую очередь – достаточное количество местных жителей, которым эта трасса нужна. А такого критерия, как «туристская дорога», «высокий турпоток» и т.п., в правовом поле пока нет. Поэтому мы параллельно выработываем юридически грамотные предложения о внесении соответствующих поправок в нормативные документы, в законодательство, чтобы придать вес нашим аргументам в разговорах с теми же дорожниками.

– Уже есть положительные результаты работы именно в этом законодательном направлении?

– Пока формируем и подаем предложения в Совет Федерации, Государственную Думу и другие законодательные структуры. В любом случае к 2022 году по нацпроекту «Дороги и дорожное хозяйство» нам обещали основную сеть дорог Ярославской области привести в порядок. Составлена карта объектов ремонта, по дорогам Золотого кольца в том числе.

КРЕАТИВНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ С ИНТЕРЕСНОЙ ПОДДЕРЖКОЙ

– Сейчас есть акцент на собственные оригинальные предложения муници-

пальных районов, малых городов для привлечения туристов?

– Давайте прямо с северных границ области начнем, южные и так в приоритете благодаря московскому турпотoku по Золотому кольцу.

Пошехонский район – там сейчас очень интересная, креативная команда по привлечению гостей, в том числе в низкий туристический сезон, благодаря ярмаркам, фестивалям. Им нужно развиваться в части инфраструктуры рекреационного отдыха и туризма, связанного с рыбалкой, размещением рыбаков, упаковкой добычи. Ведь, по статистике 2019 года, самое долгое пребывание гостей – именно на Рыбинском водохранилище. Летом там неделями живут! И мы сейчас как раз с тремя районами Ярославской области, напрямую связанными с Рыбинским водохранилищем, с возможностью отдыха у воды, обсуждаем наши дальнейшие действия, движение в направлении развития качественной инфраструктуры для туристов.

– Это поддержка именно малого и среднего туристического бизнеса?

– И она тоже. Поддержка бизнеса в нашем деле очень важна, в том числе консультационная, обучающая, и грантовая – непосредственно денежная.

Например, предпринимателям, занимающимся творческим и сувенирным бизнесом, мы помогли издать Арт-карту Ярославля. Новая карта – это и арт-объект со своим ярким художественным высказыванием, и полезный

путеводитель по музеям, галереям, арт-студиям, театрам, и просто приятный сувенир.

Всего на карте с главным слоганом «Ярославия – украшение России» отмечено 40 рекомендуемых для посещения мест. В их числе те, где можно не только увидеть, но и приобрести произведения искусства, пообщаться с их создателями.

Я вообще как человек, приехавший в Ярославль из другого региона, вижу, сколько здесь по-настоящему талантливых людей. Разумеется, творчество, искусство – от ремесленного до высокого – нужно поддерживать. Денег бюджетных у нас немного, но мы их с удовольствием отдаем на развитие перспективных проектов.

– Каких, например?

– Например, недавно у нас был совместный мозговой штурм с творческими предпринимателями и объединениями ремесленников региона по созданию коллективного бренда – товарного знака ремесленного фестиваля «ЯрКрафт». Под этой маркой мы собираемся активно продвигать на федеральном и международном уровне наши ярославские ремесленные и сувенирные изделия ручной работы.

Это общемировой путь продвижения сувенирной, аутентичной ремесленной продукции под единым региональным брендом, принятый и в европейских, и в азиатских странах, – так что мы здесь никакого велосипеда не изобретаем.

Ну и свобода выбора, конечно, присутствует: никто никого не неволит, хотите под своей собственной торговой маркой развиваться, завоевывать новые рынки – пожалуйста. Мы готовы всем помогать с продвижением и работать на увеличение продаж регионального продукта в этом сегменте.

– На какую еще поддержку со стороны власти могут рассчитывать наши игроки туристического рынка?

– Они могут участвовать в обучающих семинарах по модели акселератора – например, по созданию новой линейки сувениров или нового объекта туристического интереса. Участвовать в конкурсах, заявляться на гранты, писать программы, которые могут получить частичное бюджетное финансирование. Все очень просто на самом деле в плане нашей открытости: мы стараемся всю информацию о любой возможной поддержке представить на всех возможных площадках, любым способом донести ее до предпринимателей – и тут уж пусть они проявляют ответную активность.

– Если подробнее остановиться на обучающих

семинарах, то как они проходят, чему там учат?

– Прошлым летом, скажем, мы проводили семинар по созданию гастрономических сувениров во время августовского фестиваля «ЯрКрафт». У нас работала группа, которая придумала несколько таких гастрономических линеек. Сейчас Ростовский кремль, например, хорошо их внедряет: производит и продает собственные продукты-сувениры.

Мануфактура Локаловых в Гаврилов-Яме запустила в продажу линейку текстильной одежды, разработанной на этом же семинаре. У данного направления вообще большой туристический, коммерческий потенциал.

Необходимо отметить и прошедший осенью в Ярославской области федеральный фестиваль частных музеев «Музейный ретрит», благодаря которому наши ярославские специалисты, энтузиасты музейного дела, создатели и сотрудники частных экспозиций, прошли очень хорошую школу развития своих музеев, привлечения туристов и всего того, что сопутствует успешному туристическому проекту.

КОМУ НУЖНА ПЕРЕЗАГРУЗКА?

Нуждаются ли в обновлении, ребрендинге и прочих перезагрузках, говоря современным языком, старые, всемирно известные туристические объекты, традиционные праздники и фестивали Ярославской земли?

– Думаю, да. Возьмем, например, прекрасный волжский город Мышкин с его музеем Мыши. Ему обязательно нужно развиваться, поскольку потенциал роста под этим брендом уже практически исчерпан. Но как? Строить современный парк развлечений по принципу Диснейленда – это огромные инвестиции, желающих пока не наблюдается. Поэтому имеет смысл вкладываться в благоустройство, развитие не только водного и круизного туризма, но и семейного отдыха с учетом исторического наследия этого города.

Замечательный исторический памятник – усадьба купца Чистова в Мышкине – дает возможность развивать тему русского купечества, включать ее в туристические программы. То есть параллельно с реставрацией усадьбы, которая сейчас ведется на средства федерального гранта, нужно развивать и музейную часть, и сувенирную линейку, и программы, экскурсии интересные составлять.

Или Тутаев, Романов-Борисоглебск – там тоже своя особая история с Волгой,



Фестиваль «ЯрКрафт» открывает для ремесленников новые возможности.

переправой, историческим брендом Романовской ярмарки, которую как раз сейчас территория возрождает вместе с бизнесом.

Когда мы приняли общую стратегию развития туризма, сразу стало понятно – необходимо развивать городской туризм, городские экскурсии, прогулки в малых городах. А для этого нужно вкладываться в благоустройство, реставрацию исторической среды, исторических центров. И в 2018 году, когда на гранты Минстроя заявили 7 малых городов Ярославской области, у каждой городской команды уже было четкое понимание, что именно нужно улучшить с точки зрения туризма в первую очередь и как именно это лучше сделать.

– Паломнические поездки к святыням Ярославской земли тоже можно рассматривать в контексте развития туризма?

– Это огромный и очень значимый пласт нашего исторического и духовного наследия – монастыри, храмы, святыни Ярославской земли. По большому счету они – часть духовного каркаса России. И да, развитие паломничества и религиозного туризма несет в себе огромный потенциал с точки зрения того, что люди сейчас ищут для себя не развлечения, а смыслы.

Городской человек в своей жизни преодолевает несколько возрастных кризисов, выход из кото-

рых требует в том числе определенного действия. И религиозное путешествие, паломническая поездка – очень хороший вариант. Поэтому мы еще два года назад совместно с туроператорами, с Ярославской митрополией выпустили подробный каталог «К святыням Ярославской земли». Также эту информацию можно найти на интернет-портале «Визит Ярославия».

Там рассказывается и о чудотворных иконах, и о храмах, а главное – о монастырях, которые сами по себе привлекают не только паломников, но и более широкий круг туристов. Такая поездка может стать движением к чему-то большему, чем просто получить новые впечатления от монастырского праздника, такого как, например, ежегодный фестиваль «Хлеб да Сольба» в Николо-Сольбицком монастыре. У них, кстати, очень хорошая сувенирная керамика, мы им помогаем с ее продвижением. Да и дорогу на Сольбу в этом году подлатали.

– 2020-й – год агротуризма. Что в нашем регионе происходит хорошего в этой сфере?

– Успешных проектов по агротуризму несколько, в их числе агротуристический комплекс «Эль Ранчо» под Переславлем, с создателем которого мы подписали пару лет назад соглашение о взаимодействии. Сейчас они развиваются, например, выкупили ста-

рую деревенскую гидроэлектростанцию и сделали из нее очень интересный туристический объект.

Там же, в Переславлe, есть очень уютная уютная ферма, туркомплекс «Попов луг», загородный комплекс – экоферма «Джао ДАЧИ». И так можно по каждому муниципальному району называть.

Загородный и агротуризм в этом году являются нашим приоритетом, и мы готовим к высокому сезону предложения для туристов.

– Чем и как такие проекты можно поддержать?

– У нас есть три способа: субсидии на событийный туризм, субсидии на навигацию и акселерационная программа, точнее, школа развития туристических проектов. Также мы помогаем продвигать новые продукты.

Опять же призываем наших предпринимателей – игроков туристического рынка – быть активными и заявляться на наши программы, подавать заявки на гранты, участвовать в сетевых событийных проектах – например, в «Яркой Масленице» и «Дне рождения Золотого кольца».

ТЕРРИТОРИЯ, СОРАЗМЕРНАЯ ЧЕЛОВЕКУ

Не могу не задать этот вопрос: бренд «Ярославия – Среднерусская Гардарики» работает?

– Именно. И особенно – с точки зрения инвестиций в малые города. Мы постоянно делаем акцент на то, что вкладываться в историческую среду очень важно.

В этом году также начали работать с Борисоглебским, где находится великолепный древний монастырь, где в центре города сохранилась историческая каменная мостовая...

Обсуждаем комплексное развитие Переславля-Залесского и Ростова Великого. Ищем финансирование на проекты в Угличе и Тутаеве.

Главное, что важно в данном случае, – в любом малом городе, поселении, которое нуждается в развитии, инвестициях, продвижении на туристическом рынке, необходимо наличие инициативной команды на уровне местной власти. У меня, например, есть мечта – возродить керамическое производство в поселке Песочное под Рыбинском. Но об этом как минимум не только я должна мечтать.

– Возрождение керамического производства важно и с точки зрения промышленного туризма?

– Это лишь одна из граней. Но если говорить о промышленном туризме, то у Ярославской области в данном направлении огромный потенциал! Здесь и такие предприятия с уникальным производством, как Рыбинский приборостроительный завод, и предприятия с роскошной историей – фабрика «Красный Перекоп», бывшая Ярославская Большая мануфактура. Интерес к этому направлению очень высокий. Другое дело, что создание музеев, проведение экскурсий, мастер-классов должно быть частью корпоративной политики предприятия.

– Последний вопрос: как вы сегодня оцениваете результаты большой работы по привлечению туристов в наши края?

– Я вижу, и это не только мое наблюдение, что Ярославль, Ярославская область становятся популярнее для туристов. А еще Ярославская область стала регионом, приятным и удобным для жизни, для воспитания детей. Даже если отсюда уезжают молодые и мобильные в Москву или Питер, как говорят в СМИ, то именно к нам перебираются на ПМЖ коренные ивановцы, костромичи, вологжане, архангелогородцы, не говоря уж о жителях Севера. Даже москвичи и питерцы сюда переезжают, потому что здесь реально удобнее, проще жить, детей растить. Лично знаю такие семьи.

– Да?

– Да! Васю Ложкина, художника известного, хотя бы вспомните. Потому что Ярославль, Ярославская область, в отличие от мегаполиса, соразмерны человеку, его образу жизни, среде обитания, потребностям и перспективам, если можно так выразиться, дружественны ему. И это не статичное состояние, а процесс создания такой среды обитания, в основе которой лежит дюжина старинных русских городов, в которые хочется не только приехать-посмотреть, но и остаться здесь жить. И мы все в этом процессе участвуем.

Светлана ПАРСЕГОВА.
Фото из архива



В Ярославской области большие перспективы водного туризма.