Самый дорогой и самый малолюдный

Туристический эффект от проведения чемпионата мира по футболу оказался заметно меньше, чем ожидался. Иностранцы поехали в те города, которые и так хорошо «раскручены» на Западе – Москву, Петербург и Сочи.

Куда испарились тысячи билетов?

На 13 июля игры чемпионата посетили чуть более 3 миллионов человек. То есть даже с учетом того, что состоялись еще две игры (финальная и матч за третье место – а это еще 142 тысячи зрителей), российский мундиаль все равно оказался самым незрительским за последние годы.

Меньше фанатов на трибунах было только в Южной Корее и Японии в 2002 году, и даже в ЮАР, славящейся своим криминальным миром, в 2010 году оказалось больше болельщиков. Пусть и на самую малость.

На матчи чемпионата, по данным FIFA, было легально продано почти 2,5 миллиона билетов. Оставшиеся сотни тысяч болельщиков на трибунах, как правило, это те, кому пригласительные распределяли через компании-спонсоры.

Видимо, с их низкой активностью и связано то, что некоторые матчи пугали «лысыми» трибунами. По иронии самыми непосещаемыми на чемпионате стали два матча с участием сборной Египта, когда она играла в Екатеринбурге с Уругваем (недосчитались почти 4,5 тысячи болельщиков) и с Саудовской Аравией в Волгограде (куда-то пропали 3,5 тысячи человек).

В чем чемпионат сработал вхолостую

Туристическое агентство «ТурСтат» проанализировало посещаемость матчей чемпионата мира по футболу. Оказалось, что хуже всего болельщики посещали игры в Волгограде (в среднем наполняемость «Волгоград Арены» на четырех играх составила 92 %), Екатеринбурге (средняя посещаемость четырех игр – менее 95 %) и Саранске (на четырех играх было в среднем 96 % болельщиков).

Естественно, абсолютным лидером оказалась Москва, где игры проходят на двух крупнейших стадионах – «Лужники» (он самый вместительный в России) и «Спартак»: здесь были заполнены все 100 % зрительских мест. Близки к этому показателю Санкт-Петербург и Сочи.

Да и вообще, Москва, Санкт-Петербург и Сочи оказались на этом чемпионате главными городами. Болельщики, судя по опросу агентства «Tvil.ru», назвали их самыми «тусовочными» – с самыми зажигательными развлечениями и концертами для футбольных фанатов.

Тут же, кстати, были и самые крупные фан-зоны: в Москве на площадке у здания МГУ на Воробьевых она вмещала 25 тысяч человек, а в Санкт-Петербурге на Конюшенной площади – 15 тысяч человек… Официальная сочинская фан-зона у Южного мола морского порта вмещала более 10 тысяч болельщиков.

Можно представить, сколько выпили пива и съели чипсов эти тысячи людей, искренне болеющих за футбол. Впрочем, экономический эффект для России съеденными чипсами, конечно, не измерить. Главное – это повысить ее туристическую привлекательность. Но тут даже чемпионат мира сработал не на полную мощность.

Миллиарды выброшены на ветер?

Россия – это далеко не только Никольская улица и сочинские тусовки. Организаторы попытались показать иностранцам те уголки страны, которые были прежде скрыты более раскрученными туристическими брендами. Но не очень получилось. Скажем, только 1 % опрошенных «Tvil.ru» болельщиков назвали «тусовочным» городом Самару, 2 % – Волгоград… И вряд ли перуанцы, бельгийцы или японцы снова поедут сюда туристами.

Как говорит французский экономист Пьер Рондо, любое крупное спортивное событие неизбежно приводит к эффекту вытеснения, то есть на второй план отодвигаются туристы, которые приехали просто поглядеть прелести страны и которые необязательно являются поклонниками футбола. По словам Рондо, именно так было во Франции, принимавшей чемпионат в 1998 году, а затем в Бразилии в 2014 году.

Увы, частично повторила этот путь и Россия, где многие из построенных для спортивных туристов объектов просто окажутся затем заброшенными (притом, кстати, что на подготовку к чемпионату в нашей стране потратили более $11 миллиардов, сравните с той же Францией, пусть и двадцать лет назад – лишь $360 миллионов). И на следующий год после чемпионата число иностранных туристов во Франции не выросло. А если не вырастет и в России, то зачем платить больше?!

(www.svpressa.ru)