

Новости компаний » «Неформатный Петербург» от «Петротура»

### «НЕФОРМАТНЫЙ ПЕТЕРБУРГ» ОТ «ПЕТРОТУРА»

**Представители туриндустрии Санкт-Петербурга презентовали Петербург с неформальной стороны для региональных российских и белорусских туроператоров.**

Интерес властей в презентации нового рекламного тура «Неформатный Петербург» в первую очередь связан с тем, что сегодня на высоком правительственном уровне уделяется внимание детскому туризму. В связи с этим, совместно с туроператором «Петротур» чиновники представили возможности для семейного развлекательного туризма в городе на Неве. Новый неформатный интерактивный тур призван показать город в другой форме, которая может быть интересна как детям, так и взрослым.

Рекламный тур «Неформатный Петербург» состоит из трех полноценных дней, включающих в себя интересную насыщенную программу. Первый день «Познай через игру» — включает в себя объединение познавательного и игрового моментов в экскурсии-квесте по Эрмитажу «Послание да Винчи», а также посещение исторического театра-макета «Петровская Акватория» с экскурсией «Как это сделано».

Первая «станция» для туристов является познавательно-развлекательным мероприятием. Команды знакомятся с территорией Эрмитажа, выполняют разного рода задания и разгадывают загадки, чтобы получить дальнейшую необходимую им информацию. Причем, участникам совершенно не придется пачкать одежду, карабкаться по стенам или проползать под ограждениями. А дополняющая день «Петровская акватория» покажет историю возникновения Северной столицы и зарождения российского флота в интерактивной миниатюре.

Одноименно названный второй день «Неформатный Петербург» расскажет гостям Северной столицы об истории трамвайного и троллейбусного движения в городе в «Музее городского электрического транспорта» и провезет туристов на ретро-трамвае. А уловить мистический дух Петербурга, выстроенного на стыке легенд и реальности, тайн и загадок поможет пешеходно-автобусная экскурсия «Мистика Петербурга». В этот же день гости города на Неве смогут посетить океанариум и пообедать в ресторане — космическом корабле информационно-развлекательного комплекса «Транс-Форс».

Не менее познавательным станет третий день тура по Петербургу. День «промышленный туризм» расскажет об одном из старейших и самых известных мировых производителей высокохудожественных фарфоровых изделий на Императорском фарфоровом заводе и позволит всем желающим изготовить свое собственное изделие. Завершит трехдневный тур в Петербурге поездка в музей оптики ИТМО, где оптические иллюзии и парадоксы чередуются с серьезными научными проблемами и объяснениями оптических феноменов.

По итогам презентации трехдневного тура, представители туриндустрии города выслушали благодарности и пожелания к работе. Так, по мнению многих участников регионального туррынка, основной проблемой для турагентств является нераскученность российских и, в частности, петербургских туров и неизвестность многих музеев среди россиян, а также плохая реклама. Для того, чтобы поднять информированность о турпродуктах среди населения, необходимо создавать интернет-ресурсы нового поколения.

Такой инструмент представила заместитель председателя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Римма Сачунова: «У нас разрабатывается Турреестр, в котором все участники туриндустрии Петербурга, регистрируясь в личном кабинете, могут описать свои объекты. Комитетом активно развивается это направление. Для туристов создан портал «Visit-Petersburg», на котором вся работа с объектами туриндустрии города представлена в едином ключе: здесь ведется и само формирование турреестра, описание достопримечательностей, маршрутов и событий, а также возможность бронирования гостиниц. Вы видите, что достопримечательностей у нас очень много. Мы можем говорить о детском туризме, о школьном, о семейном, о религиозном и свадебном туризме, которые сегодня очень востребованы. Мы хотели бы активнее продвигать информационное обеспечение наших турпродуктов».

Чтобы понять реальное положение вещей Римма Наилевна предложила туроператорам начать работать сообща с исполнительной властью и с образовательными органами регионов. Властям Петербурга важно понять, на что идет спрос в регионах, ведь Северная столица имеет колоссальное количество маршрутов как в летний, так и в зимний периоды. В связи с прошедшим роуд-шоу по 14 городам России, в 15 городах страны появились рекламные баннеры, призывающие ехать в Петербург в так называемый низкий сезон.