

ФИНАЛ ЛИГИ ЧЕМПИОНОВ - ДВА ПОБЕДИТЕЛЯ



В субботу 1-го июня финал Лиги чемпионов завершил наиболее престижное состязание футбольных клубов Европы. «Ливерпуль» победил «Тоттенхэм» со счетом 2:0 в захватывающем английском матче английских команд на стадионе Ванда Метрополитано в Мадриде. Однако красные были не единственным победителем этого финала. Вторым победителем можно считать индустрию туризма Мадрида, так как финальный матч вызвал настоящий туристический бум по количеству прибытий в испанскую столицу.

В общей сложности 100 тысяч человек должны были приехать в Мадрид на выходные, чтобы посмотреть игру. Это вызвало уровень резервирования выше 90% и увеличило цены на отели на 200%, согласно официальным данным Ассоциации отельеров Мадрида (АЕНМ).

Показатели занятости взлетели до небес

Доказательством дефицита средств размещения является то, что самая низкая цена, за которую можно было снять апартаменты в Мадриде в выходные дни и разделить комнату с большим количеством людей - была 160 евро. Цены за ночлег в таком типе жилья, во время выходных Лиги чемпионов утроились. В любое другое время стоимость ночлега обойдется гостям города в 53 евро за ночь.

Несмотря на высокие цены, заполняемость отелей достигла 95% в среду на прошлой неделе. Квартыры также были приемлемым вариантом, так как только 32% квартир Airbnb во всем сообществе рядом со стадионом были доступны на прошлой неделе.

Владельцы туристических апартаментов успешно охотились на британских футбольных фанатов. Доказательством этого является то, что из 306 квартир, предлагаемых на Airbnb, 31% включали в описание своей собственности ключевые фразы «финал Лиги чемпионов», «финал UCL» или «Wanda Metropolitano».

Экономический эффект более 60 миллионов евро

Предполагалось, что фанаты «Ливерпуля» и «Тоттенхэма» между билетами, едой, напитками и жильем потратят около 125 миллионов евро во время финала Лиги чемпионов. Общий экономический эффект, согласно оценкам, должен был достичь 62,5 млн евро. К этому мы должны добавить рекламное воздействие города и возможность похвастаться перед более чем 350 миллионами телезрителей по всему миру.

Как признал Генеральный секретарь АЕНМ Мар де Мигель, перед финалом Лиги чемпионов: «несомненно является прекрасной возможностью для продвижения имиджа города, который помогает заряжать энергией экономику Мадрида».

Без сомнения этот праздник футбола был чрезвычайно полезен для Мадрида как туристического направления. Владельцы отелей и владельцы квартир, ресторанов и других объектов уже почувствовали этот эффект в своем стремительном росте доходов.

Article link: <https://www.tourism-review.su/turizm-madrida-pobeditel-ligi-chempionov-news11081>