

ТОП 5 ТУР ЦЕЛЕЙ ПОДНЯВШИХСЯ БЛАГОДАРЯ УСПЕХАМ МЕДИА



созданными благодаря успеху в медиа СМИ.

Иногда достаточно только видео, сериала или клипа, чтобы туристический маршрут внезапно потерял покой и подвергся нашествию туристов-фанатов и просто любопытных, к лучшему (экономическая выгода) или к худшему (экологический ущерб от массовых посетителей). Tourism Review представляет пять мест, ставших знаковыми туристическими направлениями,

Чернобыль, туризм катастроф, стимулированный НВО

Триггер: сериал "Чернобыль"

Чернобыль, который посетили всего только около 70 000 туристов в 2018 году, в настоящее время находится на пути к тому, чтобы стать популярным туристическим направлением. В чем секрет?

Это недавний мини-сериал «Чернобыль» американского канала НВО, имеющий большой международный успех. Тридцать три года спустя после ядерной катастрофы любопытным остается посещение знаменитой украинской электростанции и близлежащего города-призрака Припяти. Зафиксировано увеличение количества бронирований на 40% с момента начала трансляции сериала в мае. Посещения доступны за плату около 100 долларов на человека. Необходимо отметить, что пять эпизодов были сняты даже не на месте трагедии, а в условиях аналогичных, в Вильнюсе и на бывшей литовской электростанции в Игналине. Кстати, некоторые тур компании Литвы также пытаются использовать успех сериала и поймать хайп, организовывая собственные тематические туры "Чернобыль".

Дубровник перепутали с Порт-Реал

Триггер: сериал «Игра престолов»

Дубровник, который принимает 1,3 миллиона посетителей каждый год, также сильно перегружен сотнями круизных лайнеров. Сюда стремятся истинные фанаты «Игры престолов». Первый сезон снимался на Мальте, но после спора с местными властями, которые критиковали продуцентов за недостаточно бережное отношение к окружающей среде, съемки переместились в хорватский город, особенно это коснулось 6-го эпизода. От старого города до крепости Ловриенац десятки тематических маршрутов насыщают мифические места «жемчужины Адриатики», к великому неудовольствию местных жителей.

Лувр, благодаря клипу Beyoncé and Jay-Z

Триггер: видео "Aпeshit"

Ренесанс для уже самого посещаемого музея в мире! Сдавая свои залы Beyoncé and Jay-Z для съемок клипа на песню Aпeshit, Лувр омолодил свой имидж и завоевал новый сегмент посетителей. С момента своего запуска в июне 2018 года, величественный шестиминутный

клип получил более 180 миллионов просмотров. Нужно отметить, что музей уже сдавал залы певцу Will.i.am в 2010 году для его видеоклипа Mona Lisa Smile. Сегодняшний успех был использован для организации полуторачасового тура, связывающего 17 работ, показанных в Areshit, от Veronese's Cana Wedding до Géricault's Medusa Raft. Вероятно, не случайно, что в 2018 году Лувр побил все рекорды посещаемости с 10,2 миллионами посетителей (+ 25% за год), чему так же способствовал общий рост туризма во Франции и успех выставки Delacroix.

Водопад Фьярдрарглюфур, жертва клипа Джастина Бибера

Триггер: видео "I'll Show You"

Водопады закрыты для публики на несколько месяцев из-за ... Джастина Бибера! Его клип 2015 года «I'll Show You» настолько вдохновил поклонников канадского певца, что весной этого года Агентство по охране окружающей среды Исландии было вынуждено запретить посещение великолепного каньона Фьярдрарглюфур на юге острова. Это впечатляющее ущелье, созданное эрозией, вызванной таянием ледников девять тысяч лет назад и легко доступное, было поставлено под удар толпами туристов (300 000 в 2018 году) в сочетании с особенно мягкой и влажной зимой. В своем видео артист в шляпе с капюшоном на скейтборде на вулканическом песке изображены на краю крутого обрыва и валяются на мягком пенистом ковре. «Не подражайте ему, предупреждают специализированные сайты. Поврежденные лишайники отрастают сотни лет».

Кольмар, звезда китайского реалити-шоу

Триггер: сериал «Китайский ресторан»

После съемок сериала «Китайский ресторан» в бистро Lavandières de la Petite Venise в июне 2018 года французский Кольмар живет по китайскому времени. Поклонники одного из самых популярных реалити-шоу в Китае - 2,5 миллиарда просмотров в социальных сетях - не пропустят селфи перед фахверковым рестораном и стремятся задержаться в эльзасском городе. В 2018 году количество ночевок граждан Китая подскочило на 70%. С начала 2019 года рост остался двузначным. Мэр горда Гилберт Мейер, сыгравший свою роль в одном из эпизодов, считает, что его город может привлечь еще большее количество гостей из Китая, и планирует целевые рекламные кампании.

Date: 2019-07-22

Article link: <https://www.tourism-review.su/tur-celi-popularnie-blagodarja-media-news11153>