

№11 Октябрь 2014 [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

# Турбизнес

*Travel Trade Russia*

12+

Туриндустрия -  
проверка  
на прочность

 **РОЗА ВЕТРОВ**  
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

[www.roza-v.ru](http://www.roza-v.ru)

ПРИЕМ В МОСКВЕ





## ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БИЗНЕС-ОТЕЛИ, КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И MICE-КОМПАНИИ В ОДНОМ КАТАЛОГЕ!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ  
 + УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

# РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

11<sup>й</sup>  
 ВЫПУСК

ГОСТИНИЦЫ • КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ • ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ • MICE-КОМПАНИИ

ТИРАЖ:  
**10 тыс. экз.**

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:  
**март 2015 г.**

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE- и PCO-компаний (5000 адресов);
- на выставках FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), MITT (Москва), IMEX (Франкфурт), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM Барселона;
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum, и др.) и региональных workshop «Турбизнес»
- на конференции WTM Vision, семинарах Travel Business Day

СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSINESS TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВЫЙ ТУРИЗМ  
**BUSINESS TRAVEL**

**Турбизнес**  
 ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

Пшеничная Анастасия | e-mail: catalog@tourbus.ru



ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ СЕЙЧАС  
[wtmlondon.com](http://wtmlondon.com)



**2,2 млрд. фунтов  
— сумма сделок**

заключенных в ходе Всемирной  
туристической выставки WTM® 2013



Здесь вы  
встретите

**4,903**

участников  
выставки



**50,000**

посетителей  
из 186 стран

**WTM®** деловое партнерство

3–6 ноября 2014 г. / ExCeL London



**СПЕЦИАЛЬНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

Пакет гостиничных услуг от **105 фунтов**  
включая трансфер до центра ExCeL и обратно

стоимость за ночь, предполагает трехдневное пребывание. Возможность  
предварительного бронирования для групп.

Бронируйте сейчас, чтобы иметь возможность выбрать  
ближайший отель на лучших условиях (включая Aloft Hotel)

Посетите [www.info@imaginations.org.uk](http://www.info@imaginations.org.uk) или звоните по тел. +44 (0) 151 641 6800

[world-travel-market-hotels.co.uk/hotelpackages](http://world-travel-market-hotels.co.uk/hotelpackages)



Official Media Partner

**Tourbusiness**

Official Partner

**Flanders**  
State of the Art



**world  
travel  
market**

Главный редактор Елена Борисова  
e.borisova@tourbus.ru

Заместитель  
главного редактора Ян Хвилер

Заместитель  
главного редактора,  
главный художник Алексей Пелевин

Корреспонденты: Анна Юрьева,  
Евгений Голомолин,  
Владимир Сергачев,  
Геннадий Габриэлян,  
Константин Исааков,  
Георгий Осипов

Дизайнер Надежда Калистратова  
Корректор Марина Мартынова

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)  
Михаил Шугаев  
Софья Константинова  
Александра Полянская

Тематические выпуски Destinations  
Александр Попов  
Светлана Коновалова  
Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

Редакция журнала «Турбизнес»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3

Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32

Тел./факс: (495) 723-72-72

Интернет: [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору  
за соблюдением законодательства в сфере массовых  
коммуникаций и охране культурного наследия.  
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-18985

Редакция не несет ответственности за достоверность  
информации, содержащейся в рекламных объявлениях.

При использовании материалов ссылка  
на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: ООО «Турбизнес»  
Издатель: ООО ИД «Турбизнес»

## Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор  
ИД «Турбизнес» Иван Калашников  
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор  
Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители  
генерального директора Елена Борисова  
Александр Попов

Директор по рекламе  
Ольга Гришина  
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы  
Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

Отдел информации  
и распространения  
Руководитель Лариса Тарасюк  
l.tarasyuk@tourbus.ru  
Лариса Лаврова

Отдел workshop  
Руководитель Людмила Сивова  
Елена Архипова  
Кристина Сивова  
Евгения Шуманская  
workshop@tourbus.ru

Отдел event  
Руководитель Ирина Ильина  
i.ilina@tourbus.ru

## Турбизнес

на Северо-Западе

## BUSINESS TRAVEL

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

## Destinations

ТУРБИЗНЕС

## Пять звезд

осуществленный бизнес

© ООО ИД «Турбизнес»

## Российский рынок делового и MICE-туризма — динамичное развитие в условиях кризиса туриндустрии



## В НОМЕРЕ

### СОБЫТИЯ

- 4 Ни дня без праздника
- 6 Ударная пятилетка делового туризма
- 9 Родные тренды
- 28 Новая философия «Отдыха»

### 10 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

### ТЕМА НОМЕРА

- 15 Усушка-утруска
- 16 От ширпотреба к индпошиву
- 17 Криминальное действо
- 19 Приоритеты меняются
- 20 Жизнь в эпоху санации
- 24 Взгляд с вершины
- 27 Не успели оглянуться

### РЕГИОНЫ РОССИИ

- 29 Бестселлер Русского Севера
- 30 Коми-круизы по объектам ЮНЕСКО
- 32 Новые тульские рубежи

### ГОСТИНИЦЫ

- 36 Королевский прием
- 37 Взгляд в будущее

### TOURIST BOARDS

- 38 Дубай – векторы развития
- 40 Лучшие силы Австрии

### РЫНКИ

- 42 В Тироле зима будет снежной
- 43 Польша – суперзвезда Hampton by Hilton
- 44 Мексика раскрывается
- 49 Бразилия – яркая и горячая
- 50 На автомобиле по Мальте
- 52 Милан наполнит энергией
- 56 Французский вояж
- 60 Лапландия в лучшем исполнении
- 62 В Швеции будет интересно

### 63 VIP-КЛИЕНТ



Austrian   
www.austrian.com

We fly for your smile

**Вена**  
от **8 900**  
руб.


Затаите дыхание  
и поймайте момент  
волшебства: летите  
в зимнюю Вену  
самолетами  
Austrian Airlines.

ОТКУДА

Еще одно  
Рождество

КУДА

Рождественская  
сказка в Вене

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Накопите мили с Miles & More. Информация и бронирование по телефону 8 (495) 995 0 995 на сайте [www.austrian.com](http://www.austrian.com) и в Вашем туристическом агентстве. Стоимость перелета туда-обратно включает все налоги и сборы. Количество мест ограничено. Применяются ограничения по тарифам.

**ВЕНА**  
THE BEST OF CHRISTMAS

[WWW.VIENNA.INFO](http://WWW.VIENNA.INFO)

реклама



**ВЫ ПОДДЕРЖИВАЕТЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ МИНКУЛЬТУРЫ ПО СОЗДАНИЮ ИЗ СРЕДСТВ ТУРОПЕРАТОРОВ СТРАХОВОГО ФОНДА ПРИ АССОЦИАЦИИ «ТУРПОМОЩЬ»?**

**20%**  
○○○○○

Да, такой фонд поможет туристам в случае банкротства туроператора

**10%**  
○○○○○

Нет, этот фонд лишь станет дополнительным финансовым бременем для туркомпаний

**28%**  
○○○○○

Правильнее – усовершенствовать уже имеющиеся механизмы фингарантий

**42%**  
○○○○○

Нужно не создавать новые фонды, а ввести индивидуальное страхование каждого тура

Источник: интернет-опрос на сайте «ТБ»

## Минимизация рисков

В зимнем сезоне TUI Travel и TEZ Tour оптимизировали свои предложения на российском рынке

По словам генерального директора TUI Travel Питера Лонга, нынешней зимой объем предложений компании на российском рынке сократится на 30%. Такое решение принято в свете падения курса рубля и падения спроса на туроператора. Сложная экономическая конъюнктура в России и на Украине привела к тому, что головной офис оператора предоставил совместным предприятиям в этих странах 43,7 млн долларов на погашение их кредитов. Объем программ на лето 2015 года будет определен по результатам продаж в зимнем сезоне. В целом по резуль-

татам 2014 года доходы TUI Travel должны увеличиться как минимум на 9%. Так, в Германии, например, объемы продаж оператора выросли на 22%, в Великобритании спрос на летние туры увеличился на 11%, а бронирования программ отдыха на зимний сезон в настоящее время демонстрируют 2%-ный рост. Зимние программы TEZ Tour сократятся на 50%. По словам Александра Буртина, совладельца компании, в первую очередь речь идет о региональных вылетах. В частности, сократятся программы из регионов РФ в Таиланд и другие страны Азии, уменьшит-

ся объем предложений по зимней Европе (Испания, Австрия, горнолыжные курорты). В меньшей степени сокращение коснется ОАЭ и Египта. На большинстве направлений TEZ Tour отказывается от чартерной перевозки, делая ставку на регулярные рейсы «Аэрофлота», S7, «Трансаэро» и зарубежных авиакомпаний. «Сокращение объемов происходит в связи с падением спроса на рынке. По нашим оценкам, заявленные нами объемы будут соответствовать потребительскому спросу в зимнем сезоне», — пояснил Александр Буртин.

## Ни дня без праздника

Проект «Национальный календарь событий», стартовавший при поддержке Министерства культуры РФ чуть более года назад, усовершенствован и расширил свою географию

Масштабный проект, созданный в рамках реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», объединяет печатный рекламно-информационный справочник, тематический интернет-портал, электронную версию справочника для платформы Windows, приложения для мобильных устройств. Календарь представляет ведущие национальные культурные, музыкальные, исторические, спортивные события в регионах России, привлекательные для российских и зарубежных туристов. Проект реализует ИД «Турбизнес», информация поступает из республиканских, краевых и областных ведомств по культуре, туризму, спорту и молодежной политике. В 2014 году обновлен фирменный стиль календаря, обеспечен полный охват регионов страны, втрое выросло число представленных на сайте и в электронной версии событий (160 — год назад, более 450 — в настоящее время). В печатном издании число событий увеличилось со 160 до 240, а объем справочника вырос с 64 до 96 страниц. Усовершенствована структура разделов портала. Расширена система поиска по интерактивной карте, разработан функционал для личного кабинета пользователя и синхронизации новостной ленты с социальными сетями. «Создавая в регионах страны событийные поводы

для поездок, организовывая праздники и фестивали и проводя их ежегодно с установленной датой, местом и хорошей рекламой, Россия сможет поднять уровень въездного и внутреннего туризма», — считает заместитель министра культуры РФ Алла Манилова. Представитель организаторов, областного ТИЦ или департамента культуры может, зарегистрировавшись на сайте, заполнить форму события и прикрепить к ней фотоматериалы. После модераторской проверки информация будет доступна всем, кто подыскивает на портале интересный повод для поездки.

[www.календарьсобытий.рф](http://www.календарьсобытий.рф)  
[www.eventsinrussia.ru](http://www.eventsinrussia.ru)  
[www.eventscalendar.ru](http://www.eventscalendar.ru)





Станьте участником

# конкурса “Знаете ли вы Макао?”

на сайте [www.tourbus.ru/macao-competition/index.php](http://www.tourbus.ru/macao-competition/index.php)

и получите памятные призы



Более подробная информация —  
на сайте [www.tourbus.ru/macao-competition/index.php](http://www.tourbus.ru/macao-competition/index.php)



MACAO GOVERNMENT TOURIST OFFICE  
УПРАВЛЕНИЕ ПО ТУРИЗМУ ПРАВИТЕЛЬСТВА МАКАО



# Ударная пятилетка делового туризма



Пятая церемония награждения победителей и лауреатов премии Russian Business Travel & MICE Award 2014 состоялась в московском «Президент-Отеле»

«В этом году мы с вами закончили пятилетку, что, на мой взгляд, свидетельствует об активном развитии российского рынка MICE и делового туризма, с одной стороны, и успехе нашего проекта — с другой. Когда-то считалось

почетным закончить пятилетку в три года, у нас же, как на флоте — год за три, столько событий происходит на нашем рынке каждый день. Впрочем, удивляться нечему, ведь события — это наша профессия», — заявил, открывая мероприятие, генеральный директор издательского дома «Тур-

**Генеральный директор компании RCS-Russian Corporate Services**  
**СЕРГЕЙ ШАНЬГИН**

В этом году церемония награждения победителей Russian Business Travel & MICE Award отметила свой первый юбилей — пять лет. С момента основания конкурса мы участвовали в нем в качестве номинантов, становились победителями и лауреатами. Второй год подряд участвуем в качестве партнера премии с нашим интернет-проектом [www.micediscount.ru](http://www.micediscount.ru).

Конкурс не стоит на месте: он развивается, меняется от года к году. Много разговоров я слышал вокруг темы о количестве номинаций. Говорят, что их стало слишком много. Но согласитесь, и сам MICE вобрал в себя очень разные по специфике бизнесы, поэтому понятно желание организаторов премии постараться никого не забыть. Возможно, от этого сама процедура награждения чуть затягивается, но ведь мы так редко встречаемся и общаемся в таком формате, что торжественный вечер Russian Business Travel & MICE Award для нас еще и возможность обменяться мнениями, проблемами и достижениями в работе с коллегами, друзьями.

Приятно, что, помимо старожилов конкурса, появляются новые номинанты, и круг их становится все шире. Как RCS, мы уже достигли высот в этой премии и теперь активно сотрудничаем как партнеры, в надежде, что вносим наш посильный вклад в развитие Russian Business Travel & MICE Award. Очевидно, что количество гостей премии также растет, и в будущем году организаторам стоит задуматься о новой площадке для церемонии, а также, возможно, добавить музыкальные номера и поздравления в официальную часть награждения.

**Исполнительный директор ЗАО «Европейское Туристическое Страхование»**  
**ЮЛИЯ АЛЧЕЕВА**

Мы давно дружим с ИД «Турбизнес» и являемся постоянными посетителями премии Russian Business Travel & MICE Award. В этом году у нас появилось желание и возможность поддержать проект, заявив о себе как о надежном партнере для компаний, работающих на рынке делового туризма.

Это особенно важно сейчас, когда отечественная туриндустрия переживает не самые лучшие времена. Радостно, что снижение доверия





«» Постоянные ведущие церемонии награждения – руководитель компании Hospitality Inn.com ЕЛЕНА ЛЫСЕНКОВА и генеральный директор компании UTS Group АЛЕКСЕЙ КРЫЛОВ.

«» Победитель и лауреаты премии в номинации «Лучший национальный офис по туризму или конвеншн-бюро в сфере продвижения MICE» – ИНЕССА КОРОТКОВА, АННА ТАРАСЮК, АЛЛА БЕЛИКОВА и председатель АНТОР СЕРГЕЙ КАНАЕВ.

бизнес», директор проекта Russian Business Travel & MICE Award Иван Калашников.

Russian Business Travel & MICE Award — награда для лучших компаний и предприятий сферы делового туризма и MICE, которую в 2010 году учредили Торгово-промышленная палата РФ, журнал Business Travel и портал conference.ru.

Проект охватывает всех участников рынка делового туризма. В нынешнем году в его рамках в 18 номинациях были названы лучшие конгрессные гостиницы в Москве, Санкт-Петербурге и регионах страны, лучшие конгрессные центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, business travel агентства, авиакомпании для бизнес-путешественников, конвеншн-бюро и самый яркий MICE-проект года. Последнему организаторы уделили особое внимание. Для выбора победителя в этой номинации был создан отдельный экспертный совет, куда вошли как представители крупных MICE, business travel и event-агентств, так и корпоративные заказчики. Официальным партнером этой номинации выступи-

л 4-кратный обладатель награды RBT&MA, агентство полного цикла в области делового туризма и MICE-мероприятий — компания MaxiMICE. Открытое голосование продолжалось три месяца и завершилось за две недели до церемонии награждения. За это время было подано более 120 тысяч голосов, что гораздо больше, чем годом ранее. Для подведения итогов был сформирован экспертный совет Russian Business Travel & MICE Award в составе ведущих российских и международных компаний — крупных заказчиков услуг business travel и MICE. Возглавил экспертный совет вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ Александр Рыбаков. По традиции ведущими церемонии были профессионалы туриндустрии: генеральный директор компании Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова, генеральный директор UTS Group Алексей Крылов, директор компании Active MICE Mouzenidis Group Людмила Кириллова и Иван Калашников. Гостями церемонии стали более 300 руководителей конгрессных гостиниц, профильных компаний, представители крупных корпоративных заказчиков MICE и business travel услуг.

к отрасли менее всего касается игроков в сфере MICE и business travel. Мы не жалеем, что стали партнерами премии, более того, хотим сделать это хорошей традицией.

Церемония награждения прошла на достойном уровне, все было интересно, на мероприятии царил здоровая и профессиональная атмосфера. У ИД «Турбизнес» есть уже большой опыт по организации премии, поэтому могу лишь пожелать всегда держать планку на той же высоте.

**Генеральный директор компании MaxiMICE  
ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА**

У нас есть сразу несколько поводов для положительных эмоций. Во-первых, профессиональной премии MICE Award в этом году исполнилось 5 лет. Мы развивались вместе с ней, пробовали свои силы и побеждали (MaxiMICE — 4-кратный обладатель наград RBTMA). Изменялась и сама премия: появлялись новые номинации, возрастал интерес и азарт участников. В прошлом году наша компания одержала победу в специальной номинации «Самый яркий MICE-проект года», а в этом мы были приглашены выступить в качестве ее партнера.

Таким образом, мы стали соорганизатором и спонсором данной номинации. В частности, выступили с инициативой собрать отдельный экспертный совет из профессионалов MICE/BT и Event индустрии, а также представителей корпоративных заказчиков из разных сегментов бизнеса. Именно эти люди, встретившись за два дня до церемонии, решали «за закрытыми дверями» судьбу проектов, представленных на конкурс. Старались выбирать максимально объективно, потому что знаем, сколько сил и души вкладывается в каждый такой проект. А лучшие проекты выбрать было действительно непросто, ведь все они оказались интересными и креативными — от приключений на мысе Горн до театральных подмонок. От интерактивных экскурсий по Праге до крупнейших профильных форумов страны, наши претенденты даже дважды открыли Америку — Южную — для VIP-клиентов, и Северную — для всех, собрав желающих на Дне Америки. И такое разнообразие это тоже большая радость — это демонстрация развития нашей индустрии. Ведь «Самый яркий MICE-проект» — номинация уникальная — попробовать в ней свои силы может любая компания: и новичок на рынке, и лидер отрасли.



1. Генеральный директор лучшей региональной конгрессной гостиницы «Жемчужина» (Сочи) ВИКТОР ТАБАЧКОВ.
2. UTS Group – лучшее business travel агентство. С наградой – заместитель генерального директора компании ИРИНА ВАСИЛЬЕВА, справа – АЛЕКСЕЙ КРЫЛОВ.
3. ИВАН КАЛАШНИКОВ, заместитель генерального директора АНО «Конгресс-выставочное бюро города Москвы» – официального партнера номинации «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5 звезд» АННА ТАРАСЮК, вице-президент Российского союза туриндустрии, советник министра культуры РФ СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ.
4. Генеральный директор компании «Агентство «АВИА ЦЕНТР» СЕРГЕЙ БОГАЧЕВ (с дипломом) – победитель в номинации «Лучший организатор инсентив-программ за рубежом».
5. Лауреат премии в номинациях «Лучший организатор конференций за рубежом» и «Лучший организатор инсентив-программ за рубежом» – компания PAC Group.



# Родные тренды

Онлайн-агентство путешествий Tripsta проанализировало, какие курорты стали туристическими трендами для россиян в 2014 году. Анализ летних бронирований авиабилетов показывает: внутренние направления набирают популярность у соотечественников.

## В СЕЗОН ОТПУСКОВ

>>> Большая часть россиян предпочла в этом году не ехать за границу, а выбрала для отдыха курортные города на территории России. Возможно, это связано с тем, что сейчас внутренний туризм набирает популярность, а также обходится гораздо дешевле, чем путешествие в Европу. Самыми популярными направлениями стали: Симферополь (23% бронирований), Адлер /Сочи (10%) и Кавминводы (7%). Данные цифры подтверждают результаты исследования, проведенного Tripsta в начале сезона – Крым стремительно набирает популярность среди российских туристов. Например, в прошлом году лишь 7% отдыхающих выбрали его в качестве места отдыха.



## ДВЕ СТОЛИЦЫ

>>> Направление Москва – Санкт-Петербург остается одним из наиболее популярных у россиян – 28% путешественников отправились по этому маршруту по делам или с целью осмотра достопримечательностей. Однако по сравнению с прошлым годом наблюдается небольшой спад – общее число заказанных авиабилетов сократилось на 10%. Возможно, это связано с конкуренцией, которую составляет железнодорожный транспорт. Следует отметить, незначительный спад интереса к Киеву в связи с политической обстановкой – количество путешественников, отправившихся в украинскую столицу этим летом, сократилось с 8% по прошлогодним показателям до 6% в этом году.

## ВРЕМЯ ОТДЫХА

>>> Август стал наиболее популярным временем для путешествий – в этом месяце зафиксировано самое большое количество заказанных билетов. Именно в период с 18 по 24 августа 70% россиян отправились на отдых. Эти данные практически полностью совпадают с прошлогодними – тогда наши соотечественники также предпочитали отправляться в путешествия в августе. В среднем отдых длился 13 дней – по мнению российских туристов, этого достаточно, чтобы успеть погреться на теплом южном солнце и осмотреть основные достопримечательности. Средняя глубина бронирования составила 32 дня – это наиболее подходящий срок для того, чтобы не только оформить и забронировать все необходимое, но и тщательно подготовиться к предстоящему отпуску. Эти данные практически полностью соответствуют прошлогодним результатам.

## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ

>>> Средняя стоимость авиабилетов в этом году составила 324 евро. Эта цифра немного ниже прошлогодней – в 2013 году туристы тратили на билеты около 345 евро.



### В ФОКУСЕ



Проект, в частности, призван наделить Ростуризм функциями контроля туроператоров в части соблюдения законода-

## Туротрасль на пороге перемен

В конце сентября на слушаниях в Общественной палате министр культуры РФ Владимир Мединский представил новый законопроект о государственном регулировании отрасли

тельства. Агентство также получит право исключать туроператоров из реестра. Кроме того, предлагается увеличить размеры финансового обеспечения ответственности туроператоров, сформировать новый фонд «Турпомощи» — Фонд персональной ответственности туроператора. Его главная задача — финансирование расходов на оказание экстренной помощи туристам конкретного оператора в сфере

выезда. Таким образом, компенсационный фонд станет резервным. «По новому закону резервный фонд будет формироваться следующим образом: устанавливается вступительный взнос в размере 100 тысяч рублей (как это происходит сейчас), далее — ежегодные фиксированные взносы составят от 100 тысяч до 500 тысяч рублей», — сказал Владимир Мединский.

### ПАРТНЕРЫ

## Новый импульс сотрудничества

В Милане состоялся первый Российско-Итальянский культурно-туристский форум «Россия — Италия»

Это мероприятие является одним из ключевых в официальной программе российско-итальянского Перекрестного года туризма 2013–2014. Форум открыли заместители министров культуры и туризма двух стран — Алла Манилова и Франческа Барраччу. Посол Италии в России Чезаре Мария Рагальини рассказал о программе мероприятий, реализованных в течение года туризма, и его промежуточных итогах. Он отметил, что с 2009 по 2014 год турпоток россиян в Италию утроился. Пять лет назад количество путешественников из России не превышало 400 тысяч, сегодня их уже более 1,3 млн. С российской стороны на форуме были представлены новые туристские маршруты: «Русские усадьбы», «Сокровища Татарстана», а также проекты Государственного музея-заповедника «Петергоф». В рамках форума было подписано соглашение о сотрудничестве между ассоциациями малых городов двух стран.

### ХРОНИКА

## Флагман российского туризма

«Кластер «Русская Палестина» призван стать одним из флагманских проектов внутреннего туризма России», — заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова на заседании оргкомитета по реализации концепции проекта.

Идея заключается в создании комфортной среды для посещения Воскресенского Ново-Иерусалимского монастыря, прилегающих к нему религиозных и культурных объектов, строящегося музейно-выставочного комплекса «Новый Иерусалим» и, как следствие, — развитие паломничества и туризма на этой территории. Алла Манилова выразила уверенность, что при успешной реализации проекта показатели посещаемости кластера смогут достигать 2,5 млн человек ежегодно. «Для этого необходимо создание единого турпродукта, чтобы посетители стали настоящими туристами, имеющими возможность не только посетить объекты монастыря и музея, но и комфортно разместиться, получить все виды необходимых услуг», — подчеркнула заместитель министра.



#### КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Минкультуры России  
Москва, Малый Гнездииковский пер., д. 7/6, стр. 1, 2.

Телефон приемной: 8-495-629-89-56  
<http://www.mkrf.ru/>





# Roadshow Autentica Cuba — впервые в России

Roadshow Autentica Cuba, организованное представительством Министерства туризма Кубы в России и ИД «Турбизнес», прошло в конце сентября в трех крупнейших городах Поволжья: в Нижнем Новгороде, Казани и Самаре.

**В** мероприятии приняли участие ведущие туроператоры, работающие на кубинском направлении, — Havanatur, Coral Travel, Tez Tour, ICS Travel Group, известные гостиничные сети Melia International, Barcelo, Sol Melia, Memories, а также рекламное агентство Target Media.

Программа roadshow включала семинары представителей Министерства по туризму Кубы, workshop и раздачу каталогов, а также увлекательную лотерею с розыгрышем призов и фуршет. Участники мероприятия остались довольны не только его организацией, но и высокой активностью посетителей: в Нижнем Новгороде и Казани roadshow посетили около 60 турагентов, а в Самаре — более 80.

«Мы остались очень довольны как профессионализмом, с которым была составлена программа, так и огромным интересом и откликом, который вызвало кубинское предложение со стороны принявших участие агентов. Каждый из посещенных городов превзошел все наши ожидания, — подчеркнул директор представительства Министерства туризма Кубы в России Эдильберто Риверон Леон. — Куба, помимо прекрасных пляжей и отелей, способна предложить целый спектр возможностей, которыми не располагают другие направления. Я имею в виду богатое культурно-историческое наследие, которому уже исполнилось более 500 лет, потрясающие воображение морские глубины, возможности для рыбалки, экзоти-

ческую природу и, что самое главное, самих людей, хорошо обученных и вежливых с гостями, в особенности с русскими».

Учитывая успех roadshow, в будущем году Министерство туризма Кубы планирует посетить еще больше российских городов в рамках аналогичного мероприятия. «К нашему списку добавятся Екатеринбург, Уфа, Новосибирск и другие города, иными словами, мы намерены рассказать о нашем предложении как можно большему числу российских регионов, — заявил Эдильберто Риверон Леон. — Эти презентации должны помочь расширить рекламную кампанию, которую проводит Куба в связи с надвигающимся зимним сезоном. 15 сентября мы запустили ролик на телевидении, на канале «ТНТ», и продолжаем напоминать о себе в печатных СМИ и интернете. Мы надеемся на увеличение турпотока из России на Кубу, и предпринятые нами действия, несомненно, будут способствовать достижению этой цели».



**ГАЛИНА ЧЕЛЮШКИНА (Barcelo), КАРЛОС ГОНСАЛЕС ТРЕС (ICS Travel Group), ЭДИЛЬБЕРТО РИВЕРОН ЛЕОН (Mintur), ЙОАНДИ ЭРНАНДЕС КАСАС (Havanatur), ЛИАН ДЕЛЬГАДО АЛАМ (Sol Melia), БЕЛКИС МИЛАГРОС ЭРНАНДЕС ГАРСИА (Havanatur), НАТАЛЬЯ ЧУГУНКОВА (Havanatur), СОРЕЛИС КАСАС ФИГУЭРЕДО (Havanatur).**

**ЙОАНДИ ЭРНАНДЕС КАСАС и НАТАЛЬЯ ЧУГУНКОВА (Havanatur).**

# Випсервис: время, инвестиции и терпение

Российский туристический рынок переживает сложные времена. За короткий период мы узнали много плохих новостей: разоряются компании, чей бизнес казался успешным и незыблемым, уходит старая гвардия, которая долгие годы формировала рынок. Многие ищут ответ на вопрос, что происходит? Объяснений несколько: кто-то кивает на очередной виток мирового экономического кризиса, кто-то говорит о структурной перестройке отрасли в целом. Очевидно одно — в одночасье старые модели перестали быть успешными.



**И**скать новые успешные модели на туристическом рынке еще рано, необходимо время. Но можно посмотреть на то, что происходит на сопряженных, соседних рынках. Одним из таких сопряженных рынков является индустрия продажи пассажирских перевозок. Туризм и продажа билетов давно и плотно проросли друг в друга. За последнее время и там все было довольно неспокойно. Тем не менее на этом рынке есть игрок, от которого еще ни разу не приходило плохих новостей — холдинг Випсервис.

Генеральный директор холдинга **ДМИТРИЙ ГОРИН** — человек открытый и публичный. На вопрос, как дальше работать в столь сложных обстоятельствах, мы получили неожиданный ответ: «Коллеги, шесть раз за двадцать лет нашего существования мы были уверены, что завтра для нас уже не наступит. Но оно наступало и делало нас сильнее. Сегодня мы смотрим на ситуацию как на возможность...»

В чем же источник такого оптимизма?

— Мой ответ — не пустое бахвальство, — поясняет Дмитрий Горин. — Мы действительно чувствуем

## 1993 ГОД

### Корпоративное обслуживание

Именно с корпоративного обслуживания в далеком 1993 году началась история холдинга Випсервис. Сегодня — это более 600 клиентов. Среди них — 30 корпораций с государственным и частным капиталом с объемом продаж от одного до 20 млн долларов США в год.

## 1995 ГОД

### Федеральная субагентская сеть

Випсервис известен на рынке как крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов. Холдинг является агентом номер один национальных перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД. Точки присутствия: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Иркутск, Красно-

дар, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Тюмень, Пермь. Випсервис объединяет в сеть более 10 тысяч субагентов. Ежегодно по проездным документам, выписанным при участии холдинга, путешествуют 12,5 млн пассажиров.

## 1998 ГОД

### Сеть сервисных центров РЖД

Первые сервис-центры начали работу на вокзалах в 1998 году. С 2010 года они развиваются и управляются в логике единой федеральной сети. Випсервис выбран единственным поставщиком услуг для всей сети. На сегодняшний день сеть охватывает более 40 действующих сервисных центров в крупных и средних городах России, в которых работает более 650 сотрудников. В перспективе до 2017 года планируется довести число центров до ста.

## 1999 ГОД

### Индивидуальный туризм, московская сеть туристических агентств

Туристическая история Випсервиса началась в 1999 году с внутреннего туризма и приема иностранцев в Москве. Проект оказался успешным, спустя год компания уже не только принимала иностранных гостей, но и отправляла первых российских туристов на отдых за границу. В настоящее время — это сеть из пяти офисов в Москве. В 2014 году туристический блок был усилен слиянием с туроператором Fly Express.

## 2001 ГОД

### Учебный центр

В центре ведется подготовка кадров по четырем основным профилям: авиационные перевозки, назем-

ное обслуживание в порту, железнодорожные перевозки, грузовые перевозки. Центральный офис расположен в Москве и включает четыре учебных класса, оборудованных в соответствии с самыми высокими требованиями. Центр уделяет особое внимание удаленному обучению.

## 2002 ГОД

### Розничные кассы РЖСЦ

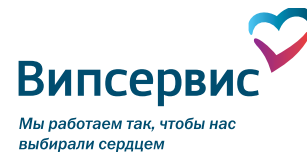
В 2002 году ОАО «РЖД» приняло комплексную программу создания сети сервис-центров в Москве и Московской области. Первый региональный сервис-центр по обслуживанию пассажиров открылся в городе Железнодорожный. К 2014 году действуют и оказывают услуги населению 80 пунктов продаж билетов, находящихся в Москве, Московской, Тверской, Калужской и Владимирской областях.



себя уверенно по нескольким причинам. Во-первых, мы давно на рынке и многое пережили. Обстоятельства нас научили иметь запас прочности, прежде всего, финансовой. В холдинге давно существует понятие резервного финансового фонда. Во-вторых, мы всегда были предельно внимательны к выполнению финансовых обязательств — своих и наших клиентов, аккуратно работая с дебиторской задолженностью и кредитами. В-третьих, даже в самые тяжелые времена мы стремились максимально сохранить команду. В-четвертых, мы всегда мыслили глобально — не стремились к быстрой суперприбыли. Мы знаем, что для устойчивого бизнеса нужно время, инвестиции и терпение.

Что в результате? Наш холдинг сегодня — это сбалансированный портфель бизнесов, единый живой организм. Если «чихает» один орган, здоровые берут на себя больше нагрузки. Такая система сложилась не в одночасье и не сама по себе. Анализируя факторы, которые помогли нам стать тем, чем мы являемся сейчас, я выделил три наиболее важных: глубокое погружение в то, что мы считаем своим делом, постоянный поиск новых возможностей для развития бизнеса и «длинное дыхание» — постепенное, поступательное движение к цели. Каждый из этих факторов послужил основой для развития отдельной ветки бизнеса.

Мы говорим Випсервис, все понимают — билетный бизнес. Эта ветка — опорные бизнесы холдинга, организованные по принципу цепочки производства ценности или вертикально интегрированного холдинга: консолидационный, корпоративное обслуживание, обслуживание физических лиц. В этой зоне нашей главной стратегией остается консолидация. Именно эта стратегия помогла нарастить за пару лет федеральную сеть. Сегодня мы имеем девять географических центров присутствия. Жизнь в лице людей или обстоятельств давала нам возможности, а мы их использовали. Подтверждение тому — целая ветка бизнесов, которые возникли из умения работать с поставщиком. Сначала сервисные центры РЖД, затем потребность этих центров в персонале новой формации — Учебный центр. Когда оба проекта стали успешными, нам поручили управление гостиничным привокзальным хозяйством. Появление новой концепции — хостелы. Мы любим подхватывать идеи, если они кажутся нам успешными. Так появился собственный гостиничный проект в Ростове-на-Дону. Наш билетный субагент на одной из встреч подбросил идею: «А что, если построить гостиницу? Мы знаем как, вы знаете, как продать». И вот уже семь лет успешно функционирует четырехзвездный отель «Эрмитаж», а в ноябре на подходе бюджетный «Дон Кихот».



Тел. (495) 626-50-12  
www.vipservice.ru

## 2007 ГОД

### Собственные гостиницы в Ростове-на-Дону

Первая собственная гостиница «Эрмитаж» была открыта в 2007 году. Безусловным преимуществом этого 4-звездного отеля является его расположение в историческом центре города. В 2013 году «Эрмитаж» стал победителем в номинации «Лучшая гостиница в категории «Малые средства размещения». Аудитория «Трипэдвайзера» считает, что «Эрмитаж» занимает третье место по качеству среди 78 гостиниц города, представленных на этом ресурсе.

## 2008 ГОД

### Онлайн-трэвел-агентство «Билетикс»

Ресурс продает около 5000 билетов ежедневно и входит в пятер-

ку крупнейших российских ОТА. За 6 месяцев 2014 года продажи выросли на 267% и составили 407370 билетов. Важный фактор успешного развития — мощная партнерская программа. Партнерами являются более 250 сайтов. Крупнейшие из них: Альфа-Банк, Русский Стандарт, ВТБ24, Райффайзен, Свяской, программа лояльности Малина, Workle, РБК и Travel.ru.

## 2010 ГОД

**Консолидация с «Евроконтакт Плюс Люфтганза Сити-центр»**  
В 2010 году была проведена консолидация с компанией «Евроконтакт Плюс Люфтганза Сити-центр», входящей в двадцатку крупнейших игроков российского корпоративного рынка. Благодаря слиянию корпоративный портфель холдинга вырос на 80 процентов. В 2014 году

мы продолжаем придерживаться стратегии консолидации на рынке корпоративного обслуживания, ведя переговоры с несколькими основными игроками.

## 2011 ГОД

### Онлайн-сервис бронирования билетов Портбилет

В 2011 году Випсервис разработал простое и эффективное онлайн-решение для поиска, бронирования и продажи билетов, а также дополнительных услуг Портбилет. Сегодня Портбилет — одно из наиболее известных онлайн-решений на билетном рынке.

## 2012 ГОД

### Управление гостиничным бизнесом

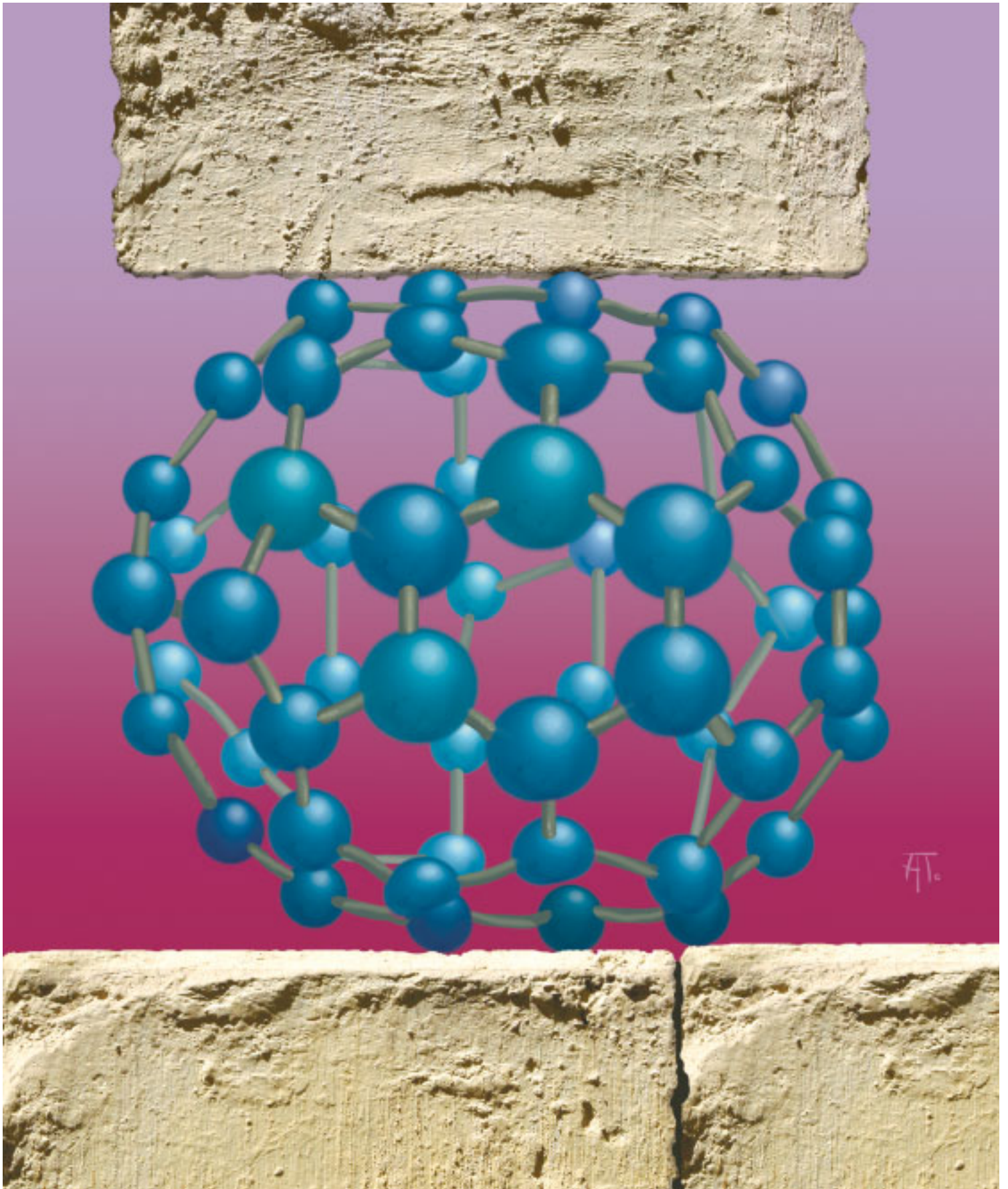
В 2012 году было подписано партнерское соглашение о разви-

тии сети гостиниц на вокзалах России. Сегодня уже открыты и успешно функционируют два отеля сети «Город», один из которых в Москве — на Киевском вокзале. Они сочетают в себе все самое необходимое для комфортного времяпрепровождения. В отелях — номера как хостельного, так и гостиничного типа. В планах холдинга — открытие отелей в Москве на Казанском вокзале и далее по всей России.

## 2014 ГОД

### Собственные гостиницы в Ростове-на-Дону

Скоро гостям и жителям Ростова-на-Дону будет представлена новая гостиница экономкласса «Дон Кихот». Открытие отеля запланировано на 4-й квартал 2014 года.





# Усушка-утруска

Три четверти россиян, куда-либо выезжавших этим летом, позаботились о своей поездке самостоятельно, не прибегая к помощи турфирм, а 51 из 100 наших соотечественников считают большинство турагентств мошенническими организациями. Это следует из результатов специального опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения, которые представил генеральный директор ВЦИОМ **ВАЛЕРИЙ ФЁДОРОВ**.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

**Ц**ентр не мог не внести в опросный лист мнение россиян о серии банкротств туроператоров, от которых пострадало свыше 130 тысяч человек. Произошедшее почти две трети опрошенных (62%) считают закономерным результатом системных проблем в туристической индустрии. При этом 35% респондентов продолжают относиться к турфирмам с доверием. Это, прежде всего, клиенты турагентств (59%), жители Москвы и Санкт-Петербурга (49%), молодые люди от 18 до 24 лет (46%). Как часто россияне будут прибегать к услугам турагентств в дальнейшем, из опроса ясно не до конца: 45% допускают такую возможность (среди обратившихся к турфирмам — 84%, среди тех, кто ездил индивидуально — 54%), одновременно 43% заявили о неготовности обращаться в турфирмы. А вот 70 из 100 опрошенных не прочь увидеть турагентов за решеткой «за намеренное неисполнение обязанностей перед туристами» — будучи информированными, что наказание может составлять 10 лет. Особый раздел опроса был посвящен посещению Крыма. Согласно полученным данным, там собирались отдохнуть этим летом 10% респондентов, однако получилось это только у 3%. Объяснение состоит в нехватке времени (31%) и материальных затрудне-


ниях (28%). Выяснилось также, что отдых на Крымском полуострове привлекает в первую очередь морем, наличием курортных зон (31%) и природными красотами (20%), а не низкими ценами (3%) или тем обстоятельством, что теперь это место стало частью РФ (2%).

Одновременно, привлекая статистику министерства туризма и курортов Крыма, Валерий Фёдоров показал, что удельный вес россиян среди посещающих Крым растет: в 2011 году число отдохнувших на полуострове составляло 5,6 млн чел., из которых россиян было 1,18 млн. В последующие годы пара этих показателей выглядела следующим образом: 2012 год — 6,1 и 1,52 млн; 2013 год — 5,9 и 1,53 млн; 2014 год (по состоянию на начало сентября) — 2,8 и 1,96 млн. Всего, как следует из опроса ВЦИОМ, этим летом отдохнули две трети россиян (63%), в том числе четверть отправились в поездку (25%), а 38% провели отпуск у себя дома (с прошлого года этот показатель заметно вырос — с 28%). По России путешествовали 16% опрошенных, за границу бывшего СССР выезжали 8%, в его периметре передвигались 3% респондентов. На курортах Краснодарского края отдыхали 11% (заметно меньше прошлогодних 18%), в Крыму побывали 2%, в Прибалтике — 1% россиян.


>>> Среднестатистический российский турист потратил в этом году на путешествие 29,7 тысячи рублей против 30,8 тысячи в прошлом году.

## Утратили доверие

Череду банкротств туристических компаний в России 62% россиян расценивают как результат серьезных проблем в отрасли

 Каждый второй россиянин видит в серийных банкротствах признаки мошенничества, — сообщает ВЦИОМ со ссылкой на сентябрьский опрос 1600 жителей 42 субъектов РФ. Чаще других о системном кризисе на российском туристическом

рынке говорят жители крупных городов (75%), а также те, кто в этом сезоне пользовался услугами турфирм (69%).

 По мнению каждого второго россиянина, большинству турагентств нельзя доверять, потому что «они мошенники и не наме-

рены выполнять взятые перед клиентами обязательства». Доверяют турфирмам только треть респондентов (35%). О необходимости наказания в виде лишения свободы работников туркомпаний, намеренно не выполнивших обязательства перед туристами, заявили 70%

респондентов, 21% это предложение не поддерживают.

 По данным опроса, две трети путешественников в этом году организовывали свой отдых самостоятельно, 5% хлопот переложили на профессионалов. Полный турпакет купили 19% россиян.

# От ширпотреба к индпошиву

После того, как в первой половине августа 2014 года «лопнул» «Лабиринт» и российский рынок туризма покинули еще несколько компаний рангом ниже, сложилось впечатление, что дно кризиса уже достигнуто. Однако первые же дни сентября показали – болезнь прогрессирует.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВ

**В**первые дни осени объявили себя несостоятельными такие крупные операторы, как питерский «Солвекс-Турне» и московский «Южный Крест Трэвел». Следом за ними рынок покинул последний из крупных операторов Санкт-Петербурга компания «Верса».

## МИР ИЗМЕНИЛСЯ

Почему они уходят один за другим? Сошедшие с дистанции называют разные причины: резкий спад спроса, рост курса валют, изменение рыночной конъюнктуры, массированный «черный PR» и т. д. Однако результат один: новоявленные банкроты не сумели выдержать давления рынка.

Характерно и то, что подавляющая часть обанкротившихся операторов начала работать еще в прошлом веке и по меркам российского турбизнеса смело может относиться к «старичкам». В целом это говорит о кардинальных переменах в рыночной ситуации, к которой привыкшие к традиционным схемам ведения бизнеса компании адаптироваться не успевают. Что и дает основания некоторым экспертам утверждать, что рынок туризма в России после череды банкротств операторов уже никогда не будет прежним: крупных игроков со старыми схемами бизнеса заменят небольшие турфирмы и системы онлайн-бронирования.

## ВЕРШИНА АЙСБЕРГА

Масштабы трагедии впечатляют. По данным одного из страховщиков группы компаний «Лабиринт», СОАО «ВСК», согласно введенным в его информационную систему сведениям (свыше 24 тысяч заявлений), общая сумма требований от пострадавших составляет 2,466 млрд рублей.

В результате туристы получают в виде страхового возмещения от 2,8% (по линии ЗАО «Лабиринт-Т») до 7,6% (по линии ООО «Компания «Лабиринт») от сумм, которые они потратили на отдых. В свою очередь, на 10 сентября от туристов «Невы» СК «Восхождение» приняла 6123 заявления в интересах более 15 тысяч человек на общую сумму 453,15 млн рублей и, вопреки первоначальному намерению отсрочить выплаты до января 2015 года, все же решила начать их для тех, кто находился за границей в период с 4 по 16 июля.

Что касается «Солвекс-Турне» и «Южного Креста», то в первом случае две трети финансовых гарантий оператора (это 300 млн рублей из 450 млн) приходится на СК «Восхождение», которая уже и до того была должна больше, чем у нее есть, а многотысячный отряд клиентов второго будет делить 100 млн страховщика «РЕСО-гарантия». У «Версы» картина для клиентов выглядит получше, поскольку весь объем ее фингарантий застрахован надежно и есть вероятность, что туристы все получат сполна.

## ГОРЬКОЕ ЛЕКАРСТВО

Решения требует главная проблема: как сделать так, чтобы российский турист в любом случае был надежно защищен от неприятностей во время отдыха. И очевидно, что нужно менять не только туристическое, но и другие типы законодательства с той целью, чтобы гарантировать его право.

Зачистка рынка всегда имеет не только негативные, но и положительные последствия. Причем как в законодательном смысле, так и в практике ведения турбизнеса: когда гром грянул снова (и не один раз), правила игры на рынке все же могут привести в соответствие с его реалиями. И если одни компании уходят, то другие расширяют бизнес за счет той доли рынка, которую раньше занимали банкроты.

Приходится согласиться с одним из экспертов, который не без оснований утверждает, что всю верхушку российского турбизнеса занимают компании, за которыми в той или иной мере стоит зарубежный капитал. И вот эту тенденцию иначе как тревожной назвать нельзя: не ровен час, отечественным турбизнес будет только по названию, а вот его основные финансы останутся за границей.

Еще одна явная тенденция – тяготение туриста либо к самостоятельной организации тура, либо к услугам компаний, не связывающим свой бизнес с чартерами. Представители последних с удовольствием признаются, что после череды банкротств на российском туристическом рынке число их клиентов пошло в гору – те, кто все же предпочитает пакетные туры, выбирают пусть и более дорогой, но и более надежный сервис. Конечно, ситуация характеризуется резким ростом недоверия между участниками рынка туризма: такого уровня использования откровенных «подстав» и «черного PR», когда одни компании открыто показывают пальцем на конкурентов и говорят: «А они – следующие», не было никогда.



»»» Авиакомпания «Аэрофлот» отменила назначенные на начало сентября электронные торги блоками мест на зимний сезон для защиты от недобросовестных и несостоятельных туроператоров. Речь идет об электронных торгах по реализации блочных перевозок по туристическим направлениям на зимний сезон 2014–2015 годов. Основной причиной отказа представители авиаперевозчика называют негативные события в сфере туристического бизнеса.



# Криминальное действо

24 сентября Главное следственное управление Следственного комитета России по Санкт-Петербургу заявило о первом задержании в рамках расследования уголовных дел по факту мошеннических действий (ч. 4 ст. 159 УК РФ) в сфере туризма

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВ

## ПОШЛИ НА ПОСАДКУ

По данным следователей, первым в совершении преступления по этой статье задержан 69-летний генеральный директор ЗАО «Атлас» Дмитрий Смирнов. По версии следствия, заведомо зная о невозможности исполнения обязательств ЗАО «Атлас» по заключенным с гражданами договорам и не имея намерений исполнять указанные обязательства, руководимая им компания продолжила заключение договоров до 22 августа 2014 года, когда деятельность туроператора была приостановлена. При этом в ГСУ СК по Петербургу уверены, что деятельность ЗАО «Атлас» продолжалась «с целью хищения денежных средств граждан», а «в результате действий подозреваемого у более чем 150 потерпевших были похищены денежные средства на общую сумму более 10 млн рублей».

Примерно такую же картину следствие усматривает и в рамках уголовного дела о мошенничестве сотрудников ООО «Нордик Стар». В частности, ГСУ СК по Петербургу считает установленным тот факт, что генеральный директор ООО «Нордик Стар», 38-летний гражданин Эстонской Республики Оливер Оллин, заведомо зная об исключении 9 июня 2014 года возглавляемого им туроператора из Единого федерального реестра, «с целью хищения денежных средств граждан дал указание о продолжении деятельности общества». В результате его действий были похищены денежные средства граждан на общую сумму более 500 тысяч рублей.

Результат примерно тот же: в отношении Оливера Оллина вынесено постановление о привлечении в качестве обвиняемого, он объявлен в розыск, решается вопрос об избрании в отношении него меры пресечения в виде заключения под стражу. Правда, в отличие от Дмитрия Смирнова, сделано это заочно, поскольку Оллин является гражданином другой страны и вряд ли Эстония с учетом нынешней ситуации согласится его отдать.

В туристической бизнес-среде и в обществе в целом эти действия расцениваются неоднозначно. Пострадавшие туристы, например, справедливо задаются вопросом, почему столь суровые меры предприняты по отношению к руководству операторов, ущерб от приостановки деятельности которых оказался одним из наименьших. «А почему никто не задерживает

руководство «Невы»? — задаются вопросом ее бывшие клиенты. При этом интересно, что на очередной круглый стол по поводу ситуации в российском туризме в Петербурге был приглашен в качестве эксперта по туристическому бизнесу Сергей Тимралиев — один из руководителей «Невы», ставшей первенцем в череде банкротов.

Стоит напомнить, что, в отличие от «Атласа» или «Нордик Стара», ущерб по линии гораздо более крупных операторов — «Невы», «Солвекс-Турне» и «Версы» исчисляется сотнями миллионов рублей, а число пострадавших — десятками тысяч. Но пока в отношении их руководства активных действий СК не предпринимает, заявляя, что «следствие продолжается».

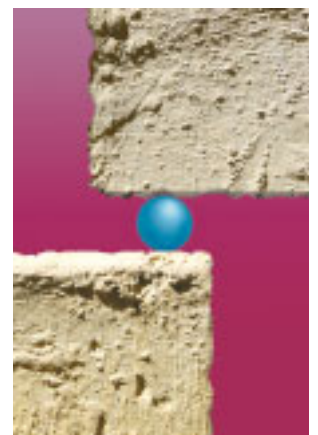
## КТО СЛЕДУЮЩИЙ?

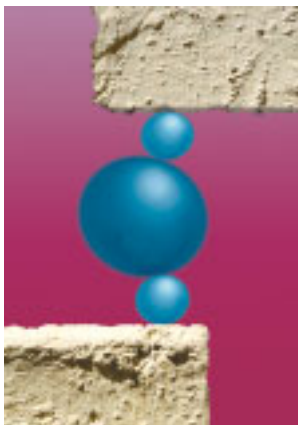
Главное следственное управление Следственного комитета России по Петербургу решило не ограничиваться задержанием генерального директора «Атласа» Дмитрия Смирнова и объявлением в розыск руководителя компании «Нордик Стар» Оливера Оллина. Подошла очередь генерального директора «Экспо-тура» Игоря Рюрикова.

Формулировка при этом оказалась сходной с предыдущими: он задержан в рамках расследования уголовного дела о мошенничестве сотрудников ООО «Экспо-тур» (ч. 4 ст. 159 УК РФ). Однако при этом все же немного отличается. «По данным следствия, Рюриков, заведомо зная об исключении возглавляемого им туроператора из Единого федерального реестра, в июне 2014 года с целью хищения денежных средств граждан дал указание о продолжении деятельности общества. В результате его действий были похищены денежные средства на общую сумму более 1 млн рублей», — так обозначена позиция ГСУ СК РФ по СПб на официальном сайте ведомства. В дополнение к ней сообщается, что в настоящее время «решается вопрос об аресте Игоря Рюрикова и предъявлении ему обвинения», а расследование уголовного дела продолжается.

Что касается руководителя ЗАО «Атлас» Дмитрия Смирнова, о задержании которого стало известно в предыдущий день, то по ходатайству следствия Смольнинский районный суд Петербурга в четверг поместил его под домашний арест сроком на 2 месяца.

>>> В целом по вине разорившихся операторов и агентов в России в этом сезоне пострадали до 150 тысяч человек. Если учесть, что выездной турпоток, по данным Ростуризма, у нас составляет около 20 млн, то как минимум каждый 200-й в этом году «отдохнул с приключениями».





»» В этом году Следственный комитет России развил небывалую ранее активность в отношении компаний сферы туризма: за 2 месяца СК начал доследственные проверки и возбудил уголовные дела по фактам мошеннических действий в отношении более чем десятка туристических компаний страны, от действий которых пострадали туристы.

### «МОШЕННИЧЕСТВА НЕ БЫЛО...»

В этом уверен один из владельцев ЗАО «Нева» Сергей Тимралиев, прямо заявивший: «Для меня странно, что уголовные дела в отношении турфирм возбуждены по ст. 159 УК РФ». Оснований для возбуждения дел по статье «мошенничество» он не усматривает. На обвинения в адрес ЗАО «Нева» и других операторов в том, что их работа строилась по принципу финансовой пирамиды, отвечает: «В этом сезоне ряд факторов привел к тому, что все наши программы стали убыточными». По его оценке, у «Невы», как и у любого другого крупного российского туроператора, при достаточном спросе прибыльных программ было больше и они компенсировали убыточность менее удачных. Однако в этом году спрос просел так низко, что покрывать растущие расходы в имеющихся условиях ведения бизнеса, при которых необходимы внушительные предварительные финансовые вложения, стало нечем.

«К приостановке деятельности «Невы» привел целый ряд объективных факторов», — считает Сергей Тимралиев. И хотя соглашается с тем, что от этого пострадали около 20 тысяч клиентов компании, не видит причин для обвинений в мошенничестве, которое предусматривает умышленные действия.

Стоит отметить, что пока серьезных оснований для беспокойства у руководства «Невы» нет. Дело в том, что, в отличие от «Атласа», «Экспо-тура» или «Нордик Стара», в возбужденном уголовном деле по факту мошенничества в «Неве» оно проходит в качестве свидетелей. Если в случае коллег следствие прямо указало на виновников (генеральные директора «Атласа» Дмитрий Смирнов и «Экспо-тура» Игорь Рюриков находятся под домашним арестом), то в отношении «Невы» речь идет о «неустановленных лицах». То есть в «Атласе», заведомо зная о невозможности выполнения обязательств перед туристами, продолжали продавать туры по прямому указанию Дмитрия Смирнова, а в «Неве» — по инициативе «неустановленных лиц».

К тому же СК «Восхождение», вопреки прогнозам пессимистов, продолжает выплаты пострадавшим несмотря на то, что их реестр так и не закрыт. По данным на 25 сентября, страховщик принял 6397 заявлений на общую сумму в 477,547 млн рублей, что более чем на 23 млн превышает объем финансовых гарантий «Невы». Каким образом страховщик будет определять пропорции в условиях открытого реестра, пока непонятно.

### ЭКСПЕРТЫ УСОМНИЛИСЬ

«Предлагаемые меры не повредят, однако у меня есть сомнения, что эти шаги решат проблему», — так оценил предложения по изменению законодательства в сфере туризма один из основателей турфирмы «Нева» Сергей

Тимралиев, выступивший в петербургском пресс-центре ИТАР-ТАСС в качестве профильного эксперта.

При этом он подчеркнул, что предложение, например, увеличить сумму финансовых гарантий туроператоров до 5% от оборота не страхует рынок от ситуаций, в которой оказалась этим летом и ЗАО «Фирма «Нева». Его аргумент довольно простой: если следовать только таким требованиям, то «Нева» с годовым оборотом в 4–4,5 млрд рублей должна была быть финансово застрахована на сумму в 200–250 млн рублей. «Однако даже наличие вдвое большей страховки (а у «Невы» она составляла свыше 450 млн рублей) не позволило избежать проблем», — констатировал Тимралиев. Со скепсисом оценил он и задачу обязательной выдачи туристам авиабилетов и прочих документов заранее: по его мнению, это лишит операторов гибкости в действиях. «Такие меры могут помочь, однако в целом вряд ли решат проблему: нужен целый комплекс хорошо продуманных действий», — считает Сергей Тимралиев.

Вице-президент Ассоциации работников туристско-экскурсионных предприятий Валерий Жилкин уверен, что основной причиной банкротства целого ряда компаний стала переоценка спроса на путевки. «В компаниях ожидали большого потока туристов на летние пляжные направления и соответствующим образом планировали заказ чартерных рейсов», — констатирует он. — А когда этот спрос оказался значительно ниже ожиданий, операторы не смогли соответствовать реалиям рынка». По его оценке, банкротство турфирм отчасти было вызвано массовым психозом и сбрасыванием компромата на другие компании.

Развитие ситуации в отечественной туристической отрасли во многом зависит от тех решений, которые должны изменить систему регулирования российского туристического рынка. И касаться они могут ряда отраслей, непосредственным образом связанных с туризмом. «Надо понимать, что если в ближайшее время такие изменения приняты не будут, пострадают (и уже страдают!) даже те туроператоры, у которых в действительности все в порядке», — считает президент Союза страховщиков Петербурга и Северо-Запада России Ирина Лукашевич. — Как уже страдают и туристы: совершенно очевидно, что в случае с «Солвекс-Турне» клиенты, ответственность перед которыми должна нести СК «Восхождение», вряд ли могут рассчитывать на что-то хорошее. Отток клиентов, который наблюдается сейчас, может спровоцировать и другие банкротства: процесс, скорее всего, будет продолжаться до тех пор, пока существенно не изменятся условия ведения бизнеса».

Эксперт напоминает, что еще в 2012 году представители туристического бизнеса и страховщики делали серьезные замечания по поводу качества принимаемых нормативных актов в сфере туризма, но они не были учтены. «А сейчас мы снова пишем предложения», — констатирует Ирина Лукашевич.



# Приоритеты меняются

В связи с изменением международной ситуации и расстановки сил в мировом туризме в Санкт-Петербурге решено привлекать туристов из наиболее перспективных сейчас дестинаций. Как заявила глава комитета по развитию туризма Смольного **ИННА ШАЛЫТО**, теперь акцент будет делаться на продвижении Северной столицы внутри России, а также на рынках Азии (в первую очередь Китая) и Латинской Америки.



ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«Э то не означает, что подобная работа в Западной Европе или в США будет полностью свернута. Однако в связи с тем, что лидерами по отказам от забронированных поездок в Петербург стали граждане США, Канады, Великобритании и Франции, приоритет будет отдан тем рынкам, которые в качестве поставщиков туристов в город на Неве наиболее перспективны», — отмечает Инна Шалыто.

Пока данные о снижении турпотока в Северную столицу расплывчаты: по итогам первого полугодия, по официальным сведениям, Петербург посетило на 7% меньше иностранцев, чем год назад. «Снижение въездного турпотока есть, однако насколько оно серьезно, покажут окончательные итоги сезона, который еще не завершился», — констатирует председатель правления Северо-Западного регионального отделения Российского союза туристической индустрии и генеральный директор компании «Ника» Леонид Флит. В то же время генеральный директор паромного оператора St. Peter Line Сергей Котенев уже не скрывает, что услугами паромов в этом году воспользовались на 50% меньше европейцев. Впрочем, как сухопутный, так и водный туризм Северной столицы поддержали россияне и граждане восточных стран: если с Запада в Питер едут меньше, то с Востока — все больше. В связи с этим Инна Шалыто подчеркивает, что акцент в продвижении

Петербурга как туристической дестинации в ближайшей перспективе власти сделают на других регионах России (в этом году впервые будет организовано роад-шоу по 15 городам страны), а также на рекламе на Востоке и в Латинской Америке. «Изменится и подход к организации выставок с участием петербургского туризма, — отмечает Инна Шалыто. — Теперь мы будем действовать целенаправленно, к каждому из таких мероприятий отбирая участников в полном соответствии с определенной отраслевой тематикой. Основная задача — повысить эффективность участия и получить максимальный результат».

Кроме изменения приоритетов в части привлечения туристов в город, грянут заметные перемены и внутри его самого. В частности, в Петербурге начнет работу специализированное конгрессное бюро. По оценке руководителя Комитета по развитию туризма, это позволит сосредоточить в одной структуре ответственность за работу по привлечению в город деловых туристических мероприятий. «Конгрессное бюро должно в корне изменить ситуацию с деловым туризмом и вывести его на другой уровень, — считает Инна Шалыто. — Если с организацией выставок в Петербурге дела обстоят неплохо, то конгрессная деятельность развита мало. А в связи с тем, что к 2020 году город должен войти в десятку лучших в Европе и в двадцатку лучших в мире, работать в этом направлении надо очень активно».

## Добро пожаловать в Санкт-Петербург!

Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга впервые проводит рабочие встречи в городах России

**Ц**ели мероприятия — формирование позитивного облика города Санкт-Петербурга как важного туристского мегаполиса России, информирование специалистов в регионах о различных туристических программах в С.-Петербурге, в том числе молодежных и школьных программах, программах для корпоративных заказчиков, турах выходного дня, о проведении прямых встреч

с ведущими туристическими компаниями и гостиницами. В рамках встреч состоятся презентации различных туристических программ в С.-Петербурге, представление новых туристических и гостиничных объектов.

### Маршрут роад-шоу:

Нижний Новгород	10 ноября
Казань	11 ноября
Ижевск	12 ноября

Пермь	13 ноября
Екатеринбург	14 ноября
Тюмень	17 ноября
Челябинск	18 ноября
Уфа	19 ноября
Оренбург	20 ноября
Самара	21 ноября
Саратов	24 ноября
Воронеж	25 ноября
Липецк	26 ноября
Тула	27 ноября
Москва	28 ноября



• Roadshow 2014 •

wshotels@tourbus.ru

# Жизнь в эпоху санации

**ГЕОРГИЙ МОХОВ** имеет репутацию авторитетного специалиста в области юридического обеспечения туристической деятельности. В эксклюзивном интервью «ТБ» эксперт анализирует историю болезни и методику лечения отечественного турбизнеса.

**БЕСЕДОВАЛ**  
**КОНСТАНТИН ИСААКОВ**

»»» Компании, которые сейчас чувствуют себя неважно — на фоне падающего спроса, валютных изменений, эти компании в межсезонье, в январе-феврале, могут и не вытянуть. Если они не подстроятся под меняющийся спрос, придется уходить с рынка. Не так громко, конечно, не с такими скандалами. Но это неизбежно.

## **В разгар банкротств туроператоров вы собирали юристов, занимающихся проблемами туристического бизнеса. Задачей этой встречи была выработка общей стратегии?**

Скорее это был обмен опытом в связи с изменившейся судебной практикой, новыми тенденциями в конфликтной среде. По существу, мы обсуждали не «Как жить дальше?» — это обычно выводит дискуссию на эмоциональный уровень, а анализировали последний год, когда в закон была внесена поправка, согласно которой туроператор отвечает за действия своих агентов: за неисполненные договоры. Даже если они были заключены не от имени туроператора.

Как выяснилось, далеко не все суды применяют новую законодательную норму, то есть слухи о том, что ответственность полностью перешла на туроператора, пока не подтверждаются. Это связано с отсутствием единообразия правоприменительной практики и видов применяемых договоров между туроператором и турагентом. И с тем, что туристы, как правило, не указывают туроператора ответчиком при подаче иска — они его порой и не знают, а в результате турагент остается на первой линии обороны.

Буквально на днях завершился один из судебных процессов по «Капитал Туру», хотя с момента его банкротства прошло уже много времени. Дело рассматривал Мосгорсуд, и турист-истец вообще отказался предъявлять требования к оператору после его банкротства и банкротства страховщика «Инна Гарант». Его адвокаты сказали: не видим смысла «становиться в эту очередь» — денег там не будет, но у нас есть Закон о защите прав потребителя и есть туристическая компания, которой мы заплатили деньги, пусть она и возвращает. Все суды, начиная с районного, поддержали эту позицию. В иск включены и моральный ущерб, и штрафы, и, естественно, судебные издержки. И получилось, что стоимость тура увеличена практически втрое.



Компания сейчас должна заплатить около 500 тысяч рублей, а для небольшого турагента это крах. Увы, частый запрос, который к нам, юристам, сейчас поступает: как закрыть турагентство? Экономическая модель, существующая сейчас в нашей туристической индустрии, при подобных ситуациях дефолта обязательно кого-то «наказывает»: деньги кто-то непременно потеряет — либо турист, либо турагент, либо расчетный центр, через который шли платежи, либо туроператор, и при этом все рассчитывают на то, что все убытки возьмет на себя страховщик. Так уж устроена наша цепочка розницы.

## **А если экстраполировать конфликт на обычную торговлю? Кто отвечает за продажу некачественного товара? Его продавец.**

Ну, во-первых, продавец отвечает, если нет гарантии производителя. Да и правила обычной торговой розницы невозможно перенести на туристический рынок. Потому что в данном случае вы покупаете не то, что можно увидеть, пощупать, понюхать или даже попробовать, а только право на услугу, оценить качество которой в момент приобретения вы не можете.

Конечно, иногда есть чьи-то отзывы или вы сами на этом курорте уже бывали, но в целом юридическая сфера регулирования такой услуги заметно сложнее, чем в случае с товаром. Товар можно и заменить, вернуть, а покупка услуги во многом основана на доверии к продавцу — тем более, когда она производится удаленно. И онлайн, который ныне активно входит в практику, по нашему опыту, только усугубил это.

## **Словом, через посредника или напрямую — риски все равно велики?**

Но они минимизируются, когда участники наделены достаточными полномочиями и финансами, чтобы в случае конфликта разрешить его самостоятельно. Как только конечный потребитель сталкивается с необходимостью идти



за своими деньгами к третьему лицу, например, в страховую компанию, он это воспринимает как оскорбление. Начитавшись прессы, спрашивает себя: а зачем я туда пойду — чтобы получить 5% от внесенной суммы? Когда фирма еще при продаже тура четко не обозначает схему возможного возмещения, в итоге появляются значительные штрафы, причинение морального вреда — и сумма требования неизбежно вырастет.

Сейчас, при внесении изменений в действующее законодательство, было бы правильным отдельно обозначить риски, связанные с чартерными перевозками, с действиями туроператоров, организующих эти чартеры. В случае неисполнения данной услуги эти риски будут застрахованы на более крупные суммы. По существу деятельность таких компаний должна контролироваться как деятельность финансовых институтов. То есть будет проверяться соответствие их чистых активов их обязательствам, осуществляться оперативный контроль за их отчетностью и индикаторами финансовой устойчивости. Сегодня основная проблема заключается в том, что страховщики не хотят работать на туристическом рынке в части страхования гражданской ответственности. Они же видят, что происходит.

### А нет ли необходимости создания профильных страховых компаний — с помощью того же государства?

Страховые компании не всегда могут «зауживать» свой бизнес и заниматься только туристическим страхованием. Скорее, следует расширить полномочия Ассоциации «Турпомощь» и формировать там отдельные страховые фонды — не только на эвакуацию туристов из-за рубежа, но и собственно на возмещение ущерба. Но для этого потребуются увеличить взнос в «Турпомощь», а главное — его дифференцировать. Ведь операторы-то — разные.

Что главным образом многих возмущает в институте «Турпомощи» и финансового обеспечения? Все «скинулись по соточке» и помогли уйти с рынка «Неве» и «Лабиринту». Если мы говорим о крупных туроператорах, то это, по сути, десятка, которая делает 80% рынка. Получается, что мелкие и средние туроператоры от Владивостока до Калининграда спасают «монстров» с миллиардными долгами. Конечно, это вызывает ожесточение — есть даже общественное движение, называющее себя «БезТурпомощь». Поэтому необходимо внести в закон изменения, в соответствии с которыми для крупных туроператоров, занимающихся чартерами и имеющих огромные обороты, должны быть отдельные нормы, специальные правила и увеличенные взносы.

### Для средних и меньших турфирм нагрузка будет уменьшена или останется той же?

С большой долей вероятности не изменится. На нынешнем негативном фоне рынка облегчить их

бремя вряд ли удастся. Хотя обсуждается возможность для малых фирм снизить взнос до 50–60 тысяч рублей в год, а большим компаниям поднять его до 300–500 тысяч. Но, по моему, никакая жестко фиксированная сумма не будет справедливой — нужно вести расчет в зависимости от оборотов компании, от тех обязательств, которые она на себя реально берет.

**От дохода или от оборота?** От реализации туристического продукта, конечно. Здесь важен формальный показатель, который можно вывести из учета предприятия. Стоимость тура — это количество денег, полученных туроператором и, соответственно, размер его денежных обязательств перед туристом, а вовсе не его доход. Поэтому и страховать нужно всю сумму, а не ее часть. К сожалению, ни одна страховая компания не может застраховать оборот крупного туроператора — максимум 10–15%. Было бы разумно делить возмещение между субъектами ответственности.

Условно говоря, есть стоимость тура — тысяча долларов. И есть субъекты ответственности «внутри» этой стоимости: турагентство с его агентским вознаграждением, единый расчетный центр со своим процентом, есть туроператор, формирующий тур и получающий с этого доход, есть перевозчик, отель, принимающая сторона — и есть «Турпомощь», совокупный компенсационный фонд всех туроператоров, предназначенный для специфической цели — эвакуации туристов из-за рубежа на родину.

Соответственно, сейчас, когда возникает ущерб, получается: никто ничего не должен, идите за своими деньгами в страховую компанию. Страховщики говорят: вы в своем уме, как такое возможно? Мы не можем страховать криминальные действия туроператора. То есть он деньги собрал, долгов при этом наделал миллиарда на



>>> Как только у тур-агента появляется возможность заработать чуть-чуть больше, он про все легко забывает. Что, по сути, признак нищеты бизнеса. Трудно рассчитывать на социальную сознательность, ответственность, когда надо просто выживать.

## И рискуют, и не пьют шампанского

Если проанализировать Федеральный реестр туроператоров, то из примерно 1700 компаний в зоне риска сейчас находится около 50

Остальные игроки — малые, нишевые. Они, конечно, могут пострадать, но они не определяют устойчивость рынка в целом. Вот почему я не прогнозирую значительного сокращения числа туроператоров, но предвижу сокращение числа рискованных экспериментов: компании будут зарабатывать на том, что имеется, «жить по средствам». А при уменьшении объемов перевозки возникнет положительная маржа. Люди начнут зарабатывать. То есть в принципе это неприятный но положительный вектор — мы проходим стадию санации рынка. Была стадия «первоначального накопления капитала», потом стадия «головокружения от успехов», затем «одурения» от этих успехов. Теперь идет осмысление. И, повторяю, довольно болезненная санация рынка. Но это может занять годы.



»»» Агентские сети сейчас выполняют роль консолидаторов взаимоотношений агентств с туроператорами, а также консолидаторов расчетов. Они в какой-то степени дисциплинируют и даже регулируют рынок. Но только частично. Степень цивилизованности туррынка не позволяет ему выйти на полное саморегулирование. Единственный для него пока реальный «регулятор» — это деньги. Никакие профессиональные «кодексы чести», никакие взаимные антидемпинговые обязательства...

»»» Лицензия — это давно применяющийся юридический инструмент государственного регулирования и установленных Уголовным и Административным кодексом санкций за нарушения ее условий. Но в Минэкономразвития считают, что туроператоры должны сами контролировать деятельность своих агентов. А это в реальности редко происходит. Туррынок намного сложнее взаимоотношений этих двух его субъектов.

два. Куда эти деньги делись, непонятно, открыто уголовное дело. И страховые компании в шоке — не могут они страховать от возможности криминала, это противоречит смыслу страхования как услуги!

Когда не срабатывает этот инструмент (а он не срабатывает, потому что денег на всех не хватает), когда не срабатывает ответственность туроператора, потому что он обанкротился, все это бумерангом возвращается в турагентства, с которыми, собственно, и имеет дело клиент. И они начинают прятаться, закрываться, перерегистрироваться, менять юридические лица, вывески — бегать от клиента, как зайцы, что само по себе унижительно и дискредитирует отрасль.

Это говорит о том, что сама по себе схема обеспечения финансовой ответственности и исполнения договора неполноценна. Соответственно, первичной в цепочке ответственности должно быть само предприятие — туроператор, его средства, средства его учредителей и руководителей, а уже вторично — страховщика и объединения туроператоров. Это же абсурд, когда фирма с уставным капиталом в 10 тысяч рублей принимает на себя миллиардные обязательства, не располагая никакими активами для обеспечения своей ответственности по долгам.

**Но если есть эвакуация, значит, часть услуг все-таки выполнена, и компенсация туристу должна быть меньше?** Нет, немного не так. Сейчас в законе сказано: средства, затраченные «Турпомощью» на эвакуацию, предъявляются финансовому гаранту туроператора. К «Турпомощи» переходит право требования туриста и «Турпомощь» взымает ущерб со страховщиков в порядке общей очереди. Таким образом, если рассматривать сегодняшнюю ситуацию, в ВСК придет счет за эвакуацию туристов «Лабиринта», что в целом увеличит совокупную сумму требования. В результате все получают по 5–6% от стоимости турпродукта.

**Не способствует ли это некоторой криминализации рынка?** В теории, конечно, провоцирует. Но на практике — редко. Разве что когда турагент где-нибудь в глубинке собирает денежку, например, под Новый год (это происходит ежегодно, и в нынешнем году наверняка случится), — и сбегает, а в договоре прописана ответственность туроператора и страховщика. Это такой «мелкорозничный» криминал. Большой криминал, когда оператор набрал миллиардные долги — совсем другая история, скорее экономического дефолта, чем криминального умысла, хотя и это не исключено.

**Что делает возможными такие ситуации на рынке?** Сама по себе экономическая модель, принятая у нас, нормально живет на растущем рынке.

Как только начинается падение спроса или геополитические колебания, не спасает ничто: сегодня ты зарабатывал миллион, а завтра уже должен миллион, послезавтра два, три... Каждый, кто покупает тур по демпинговой цене, увеличивает чьи-то долги. Потому что цена ниже себестоимости — это все равно уже чей-то долг.

И ведь все знают, сколько стоит кресло в самолете, кровать в отеле. Этот «пузырь» объемов на каком-нибудь направлении надувается, надувается. Кстати, совсем не обязательно, что он лопнет: он может поглощать другие такие же — достаточно долго. Но при этом рынок в целом загоняет себя в тупик. Потому что никто на нем не зарабатывает.

Агентов — чуть ли не больше, чем будущих покупателей. И продают они с нулевой комиссией — только бы обеспечить оборот, и было бы из чего платить аренду и сотрудникам зарплату. У туроператора — точно так же: чтобы обойти конкурентов, ему нужно уронить еще и еще раз цену. Все живут на оборотных деньгах. И в ожидании, что кто-то из коллег-конкурентов прогорит — и клиенты придут к ним. Разве это нормально?

**При этом клиент не подозревает, что приносит деньги в компанию, он платит не за себя.**

И эта череда бесконечных долгов «размазана» по всей цепочке. А в результате все всем должны — и никто ничего не заработал. Но сейчас рынок начинает сжиматься — идет естественный отбор. Да, цены будут расти, потому что вместо перепроизводства, рождающего демпинг, возникает дефицит, а дефицит всегда приводит к повышению цены — это общие законы экономики. Заметьте, законодатели сейчас активно заняты регулированием рынка выездного туризма. А представители турбизнеса Турции, Египта, Таиланда и так далее — они ведь в экономику нашей страны по существу не приносят ни копейки.

Надо озаботиться тем, чтобы все российские участники выездного сегмента были финансово устойчивы и приносили казне государства пользу в виде налогов и трудовой занятости, позволяющих развивать индустрию гостеприимства в России. Но пока система расчетов по массовому выездному туризму построена так, что все деньги сразу уходят за границу. Не платится даже налог на прибыль — потому что прибыли нет. А потом мы всем миром спасаем брошенных туристов — и опять платим деньги из общего кармана.

**А «роль личности в истории» при этом какова?** Нет механизма дисквалификации. Если только не посадят. Понимаете, все пытаются заработать и каждый в меру своего жизненного опыта рассматривает возможность нарушения закона. Но кто-то переходит границу в сторону криминала, а кто-то нет. Я на самом деле не придерживаюсь версии построения



неких пирамид с целью украсть деньги. Потому что уверен: зарабатывать на этом рынке можно больше, чем украсть.

Но как получается: приходит в компанию новый инвестор, говорит, мол, у меня прекрасные связи, я договорюсь — возьмем побольше рейсов, закроем ими все направление, будем получать свой процент, увеличим обороты и начнем давить конкурентов. Перевозчику, кстати, тоже выгодно заполнить чьими-то руками как можно больше бортов. Откуда, замечу, возник у «Идеал-тура» такой большой долг, непонятно: ведь идут постоянные сверки взаиморасчетов. Да, долг за перевозку в 100 миллионов рублей — совершенно нормальный для устойчивого туроператора. Каждый туроператор имеет у перевозчика «вывозной» депозит, и в таком случае этот депозит попросту «сжирается». Но не может возникнуть долг, при котором 20–30 рейсов летят «задаром»: их надо заправлять и обслуживать. Соответственно, здесь что-то иное. Возможно, речь о цене, которую повысили. Грубо говоря, кресло стоило 120 евро, а авиакомпания объявила: извините, с 1 июля будет стоить 220 евро. В любом случае, в ситуации с «Лабиринтом» это — накопившаяся задолженность, она возникла не в пятницу вечером, когда была объявлена.

### Как вы оцениваете перспективы следствия?

Факт мошенничества в экономических преступлениях труднодоказуем. Если только это не очевидный умысел на хищение — сбор денег под фальшивой вывеской. В таком большом деле, как с «Лабиринтом», очень велики масштабы, должна выстраиваться длинная цепочка действий подозреваемых лиц, в которой наблюдается четкая причинно-следственная связь. Когда же много юрищ и каждое занимается своим делом, работая в рамках договоров, то и не видно прямого умысла. Сейчас, по существу, будет выясняться вопрос, куда деньги делись — это основная опора обвинения в делах по экономическим преступлениям. Если станет понятно, что их не физически украли, а это просто чья-то недополученная прибыль, которая и сформировала убыток, то криминала нет. А то, что это обрушило рынок — да, трагическое совпадение. Такое возможно.

**Но мировой рынок иначе структурирован: в нем меньше посредников, звеньев.** Так он же на 100 лет дольше существует. Там тоже получали все эти «шишки». И порой по сей день получают: тоже случаются банкротства туроператоров, тоже туристы сидят сутками в аэропортах. Были случаи, когда военными кораблями или самолетами вывозили людей. И это признаки несовершенства экономической модели. Государство должно позаботиться о минимизации таких рисков на стадии их зарождения и о снижении возможности их наступления.

Туроператор, который работает с чужими деньгами, причем на больших оборотах, подчеркиваю, очень похож на субъекта финансового рынка, и потому надзор за деятельностью такого оператора следует перенести в сферу финансов и определять их устойчивость по чистым активам, соотношению принятых обязательств и возможностей их исполнения.

Но если пойти по этому пути, то у меня есть опасение, что ни один наш оператор не сможет подтвердить свою устойчивость: у всех обязательства многократно превышают возможности финансового обеспечения, закон этого не запрещает.

### У крупных западных игроков российского рынка положение, наверное, поустойчивей — ведь у них мировые сети?

Мало того, они являются собственниками реальных активов — офисных зданий, самолетов, теплоходов, гостиниц. Ценность такой компании позволяет кредитоваться и перекредитовываться в любой стране мира. Это говорит об устойчивости данного игрока на рынке. Не может быть так, чтобы пришел некий персонаж с нулевой историей, но с чемоданом денег — и сразу зафрахтовал двадцать рейсов на направлении и законтрактовал десять гостиниц. У нас же ограничений по принципу устойчивости пока нет. Если их выстроить, то получится, что сохраниться в бизнесе смогут только очень «большие». Безусловно, укрупнение рынка неизбежно. Но поскольку это многоуровневая система взаимоотношений, то к ее контролю должны присоединяться Минтранс, Росавиация, а не только Ростуризм. Если будут усилены их совместные требования, это заметно снизит риски на рынке.



## «Висят» на банковских кредитах

У крупных операторов — счета с неснижаемым остатком, и в случае чего банк может попросту ими воспользоваться: счет не обнулится

**Б**анки научены горьким опытом: никто никого под честное слово уже не кредитует. А малые и средние операторы, если не закроются, то, по крайней мере, секвестрируют ряд направлений, сократят перевозку, попытаются друг к другу «прижаться» по определенным направлениям. Их будут очень жестко давить крупные фирмы — у тех тоже безвыходное положение: их риски намного выше, а хронологический период спасательной операции — очень короткий.

Стоит не улететь пяти-шести самолетам, и это миллионный обвал. Оплатить своими деньгами 20 рейсов туда и обратно — ну, никак... «Среднячку» легче: сторел у него блок в 50 мест — обидно, но можно выжить. Поэтому я предполагаю, что конкурентная борьба может приобрести жестокий характер.

# Взгляд с вершины

Три товарища, члены альпинистского клуба МГУ, в далеком 1992 году задумались о том, как организовать удобное и доступное посещение горнолыжных вершин в любимой ими Австрии — для себя и своих знакомых. А когда стало получаться, решили сделать из этого бизнес. Название компании придумал Борис Бурыкин. Разумеется, оно должно было звучать международно — в те годы иначе было нельзя. Английское слово apex — «вершина» — оказалось занято, остановились на слове ascent — «подъем на вершину».

Подъем действительно состоялся: от первых серьезных туристов, которых отправили в Австрию зимой 1993–94 годов, до вереницы чартеров и первых строчек в операторских рейтингах. На пике успеха «Асент Трэвел» ежегодно отправлял за рубеж до 100 тысяч туристов.

В 2007 году компанию эффектно приобрел швейцарский оператор Hotelplan, но в 2012 году она вернулась в руки российских инвесторов. А в 2013 году произошло то, что профильные СМИ охарактеризовали как «благородное банкротство» — «Асент Трэвел» добросовестно со всеми рассчитался и ушел с рынка, сыграв значительную роль в истории молодого российского туризма. Собеседник «ТБ» — **БОРИС БУРЫКИН**.



**БЕСЕДОВАЛ**  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

**Туроператорский рынок России начал выказывать признаки нездоровья уже давно. Как бы вы суммировали их по состоянию на сегодняшний день? Опыт «Асента» может пригодиться другим игрокам?** Нынешнее

незавидное состояние выездного туризма вызвано, прежде всего, совершенно нездоровой конкуренцией в борьбе за выживание. Результатом, причем общим для всех, становится крайне низкая маржинальность бизнеса, а на следующем витке спирали — вынужденная «жизнь на оборотах». Все сидят на этой игле, особенно крупные фирмы. Кончается рост оборотов или дешевые кредиты — конец компании.

На нашем примере выводы делать трудно: значительную часть времени мы существовали как швейцарская компания, поэтому кредиты для нас были не слишком дорогими. Но главное, что действовал превосходно отлаженный менеджмент — в любой момент можно было получить «снимок» своего финансового положения. Может быть, именно такой опыт и сподвиг нас на своевременный уход. Я просто уверен, что многие компании, которые недавно покинули сцену, и другие,

которых это может ожидать, приняли бы упреждающее решение о закрытии, если бы точно представляли свое финансовое состояние. Мы в этом смысле давали себе полный отчет — и не захотели углубляться в бесплодные операции.

**То есть должны ли мы исходить из того, что без профессионального западного менеджмента бизнес, скорее всего, замедлит ход и остановится?** Нет, я бы сказал точнее: без этого он будет необоснованно раздуваться, пока не лопнет.

**Чем отличается ситуация 2014 года, ознаменовавшегося чередой громких банкротств крупных туроператоров, от событий трех- и четырехлетней давности, когда закрылись «Капитал Тур» и «Ланта-тур вояж», а также прошлого года, когда с рынка ушел «Асент»?**

Во-первых, экономическая ситуация в стране в целом не поправилась, а пошла вниз. Любое ухудшение тут же отражается на том, что лежит в потребительской корзине. Без туризма можно обойтись? Можно. Во-вторых, произошла дегра-



дация наших европейских связей. Поскольку внутри бизнеса конкуренция оставалась сверхжесткой, давление внешней среды, которая во многом определяет рост туристических потоков, оказалось критичным.

**Можно ли считать главным спусковым крючком демпинг, о чем темпераментно заявил министр культуры, когда принялся размазывать клубок туристических проблем? Если**

считать демпинг результатом безумно низкой маржинальности туроператорского бизнеса и высоких рисков — то да. Туристический бизнес просел не только в России, но здесь — особенно. И объяснение в том, что деловая среда здесь дикая, нерегулируемая.

**Если повернуть время вспять: банкротства «Асента» можно было избежать? Не допустить ошибок в управлении, которые к этому привели?**

Ошибок, собственно, не было. В нашем случае, с учетом конкретного финансового положения компании, банкротство стало одним из возможных решений. Наверное, можно было резко уменьшить масштаб деятельности и уйти в нишевый туристический сегмент. Думаю, мы бы выжили, и наших постоянных туристов нам бы хватило еще на долгий период. Но это была бы другая компания с тем же названием.

**Существовали ли какие-то особые обстоятельства, повлиявшие на окончательное решение?**

С некоторыми оговорками к ним можно отнести введение визового режима в Хорватии. Да, о нем знали, к этому готовились, и все равно... Но грубых ошибок точно не было, а недоработки и недочеты бывают у всех. На общее положение компании они не влияли.

**Какие «лекарства» для оздоровления отечественного туристического рынка вы предложили бы на рассмотрение властям? Каково ваше отношение к инициативам Минкультуры, АТОРа и других инстанций?**

Из того, что я читал и знаю, самым разумным представляется страхование каждой путевки. Но при условии, что это делали бы надежные страховые компании, которые контролировались бы государством или специальными органами — а не те, которые закрываются, как только их клиент становится банкротом. Страхование каждой путевки, мне кажется, могло бы переломить ситуацию: самое плохое для рынка, когда клиент полностью теряет доверие к производителю продукта, как это происходит сейчас. Не говоря уже о разрыве связей

между туроператором и турагентством. Это доверие надо как-то восстанавливать. Что касается увеличения сборов в различные фонды, то такие меры могут устраивать лишь околотуристические структуры. Делу они не помогут.

**Почему у нас меньше всего говорят о саморегулировании, хотя именно подобные рыночные формы организации бизнеса, скорее всего, возобладают в будущем?**

Необузданная конкуренция продолжается в отечественном туристическом бизнесе уже лет десять, и стремиться к саморегулированию в такой обстановке как-то нелогично. А если брать глубже, то есть еще одна причина: у нас туроператором может называться кто угодно — и очень большая фирма, и компания из трех-четырех человек, которая способна заплатить соответствующий взнос. Понятно, что слово «оператор» всегда вызывало особое доверие туристов, и каждое агентство стремилось повысить свой статус. Однако, по моему убеждению, кто-то, кто имеет контракты за рубежом и посылает туда людей, — это еще не туроператор. Таковым должна считаться фирма, которая, прежде всего, распоряжается собственной перевозкой — либо чартерами, либо достаточно большими блоками мест. Она создает продукт в товарном количестве, неся при этом существенные риски. Или заранее закупает продукт, который потом реализует.

**Ваш прогноз для выездного туризма?** Куча агентств закроется, часть малых туроператоров при следующей регистрации осознает, что понятие «оператор» себя полностью дискредитировало в том смысле, который носило до сих пор, и потому цепляться за этот статус незачем. Останется в конце концов группа из двадцати-тридцати монстров, и сформируется большое количество нишевых структур.

**Выходит, кому-то голову отсечет регулятор, кто-то уйдет сам — а как это скажется на отрасли и на потребителе?** Все решает конечный баланс между числом фирм и количеством туристов, которых они обслуживают. От такого баланса и зависит здоровье рынка. Это можно подтвердить таким, на первый взгляд, парадоксом: кризисный 1998 год стал для «Асента» одним из самых успешных — многие турфирмы ушли, а туристы-горнолыжники остались, пусть пакет их услуг и отощал. Это и есть проявление баланса. Сейчас кое-какие компании слегка притормозили с наращиванием объемов, и это — положительный фактор.



>>> Что я думаю об усилении госрегулирования в туротрасли? Это одна из магистралей. Можно, конечно, подождать, пока изрядная часть ковбоев, как на Диком Западе, перестреляет друг друга, а из остальных получатся достойные джентльмены.

»»» Надо точно определить, кого следует называть и считать туроператором. Вот с ними можно и фонды создавать, если уж создавать, и саморегулирование налаживать. То же касается и турагентств: нельзя согласиться с тем, чтобы любой, кто хочет получить комиссию за отправленного туриста, мог называть себя агентством.

**Какие компании, по вашему мнению, имеют шансы на успешное существование в нынешних условиях?**

Если брать тип организации, то здесь в выигрыше будут крупные, серьезные международные компании, которые могли бы компенсировать провалы в одной стране повышением объемов в других. Это наиболее устойчивая конструкция для туроператора. Вот TUI, например, — достаточно устойчивая компания. Или Thomas Cook — в том числе в составе с «Интуристом». На другом полюсе относительной безопасности — нишевые туроператоры, не ставящие перед собой глобальных целей и действующие в пределах очерченной деловой территории.

**Заглянем в завтрашний день. Насколько значительно могут потеснить туроператорский бизнес самостоятельные онлайн-бронирования в ближайшие годы?**

Они уже потеснили. По данным австрийского консульства в Москве, к примеру, еще не так давно 70% бронирований шло через туроператоров, а 30% — самостоятельно. К сегодняшнему дню эти показатели поменялись местами. Могу предположить, что такая пропорция справедлива и для других европейских стран. Катализаторами процесса «сделай сам» выступают бронирующие гиганты, подобные booking.com, с одной стороны, и авиакомпании — с другой, причем перевозчики загоняют в угол не только туроператора, но и агента, стремясь исключить их из «пищевой цепочки». О массовых направлениях говорить не будем — это другая сфера.

**Известно, что с первого сентября запущен ваш новый проект — онлайн-бронирование на горнолыжных курортах. И как вы собираетесь тягаться с уже практически захватившим весь рынок booking.com и другими крупными системами?**

Новый портал go2alps.ru направлен исключительно на русскоговорящие рынки в лице их конечных пользователей, то есть это b2c. Впрочем, если к нам обратится агентство — мы ему не откажем.

Таких порталов, конечно, тьма, и к этой форме общения с потенциальным клиентом рано или поздно придут все. Единственное, что их отличает — наполнение. И удобство пользования, особенно если предлагаются все базовые элементы путешествия — перевозка, трансфер, размещение.

У нас будут только Альпы, а на первом этапе — только Австрия. Пока мы присоединяем к порталу агрегаторы — большие кластеры отелей, однако технически у нас все готово для того, что-

бы контракттировать каждый отдельный отель, и впоследствии мы так и станем делать. Замечу, что в России нет пока ни одного агрегатора, который предлагал бы отели в Австрии напрямую.

Позже последуют и другие альпийские направления, хотя гигантизмом мы не страдаем.

Что касается booking.com, то бороться с ним мы будем самым простым оружием — ценами. На заре своего существования эти ребята сами душили отели, требуя не задирайте ценовую планку.

А теперь их политика совершенно иная — комиссию берут не менее 15%, а какую цену выставит отель — его дело. Они застыли в представлении о себе как о самых дешевых и самых удобных — то есть лучших. За цену не борются, а люди-то цены сравнивать не перестали.

**Почему бы на новом ресурсе не предложить и часть отечества — ту же Красную Поляну?**

Нужна достаточно мощная принимающая компания. Ее нет.

**Через какие каналы конечный потребитель узнает о ваших предложениях?**

Только в интернете. Будут использоваться все его ресурсы, включая коммерческие, в том числе YouTube. Все, чего нет в интернете, использовать не будем — там не наш клиент.

**Мы что-то слышали о вашем увлечении гольфом и о гольф-туризме... Не случайно наш разговор происходит в роскошном гольф-клубе «Сколково» с видом на первоклассное поле.**

Это направление, в числе прочих, развивает туристическая компания «Филеас Фогг», в которой я тоже участвую и которая замкнута на основную. Мне это очень интересно. Горнолыжный туризм, кстати, тоже начинал развиваться с того, что нам было интересно.

**Остается добавить, что гандикап, то есть квалификационный разряд в гольфе, Борис Бурыкин уже получил.**



# Не успели оглянуться

Финансирование внутреннего туризма сократят в 2,5 раза

**Н**а Едином портале для размещения информации о разработке нормативных актов опубликован проект Постановления о внесении изменений в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Документ предусматривает сокращение финансирования программы с 338,9 до 131,8 млрд рублей.

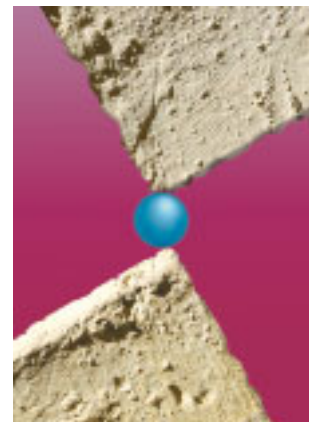
Туристическая ФЦП неоднократно называлась неэффективной. В мае 2014 года Минкультуры направило в ряд регионов правительственные телеграммы с предложением в кратчайшие сроки представить в Ростуризм объяснение сложившейся ситуации с начала реализации проекта, а также гарантийное обязательство по устранению замечаний с указанием графика освоения средств. В июле врио главы Ростуризма Олег Сафонов сообщил, что ситуация с реализацией ФЦП начала выправляться. По словам пресс-секретаря Ростуризма Ирины Щегольковой, секвестр не затронет уже действующие инвестпрограммы в регионах и будет распространяться исключительно на новые проекты, которые поступают на конкурс: их отбор станет жестче. На сайте Ростуризма подчеркивается: «Мероприятия, вошедшие в программу и реализуемые в настоящее время, будут профинансированы в установленных ранее лимитах. Работа по рассмотрению заявок субъектов РФ для включения в ФЦП новых мероприятий будет продолжена в плановом порядке».

Сергей Зенкин, президент компании «Роза ветров», так прокомментировал информацию о сокращении финансирования ФЦП по развитию внутреннего и въездного туризма: «Я считаю подобные решения пусть не губительными для внутреннего туризма, но по меньшей мере необдуманными. ФЦП принималась в кризисное время (2009 год), когда на фоне снижения многих программ, туризм, давая наибольший прирост на вложенный рубль, напротив, был признан точкой роста российской экономики. Сейчас, когда наблюдается спад на рынке въездного туризма, совершенно неразумно урезать финансирование. Есть много рычагов для стимулирования внутреннего туризма. Например, дотация на перевозку (снижение стоимости билетов даже на 20% даст колоссальный прирост), возможно, была бы даже более эффективной, чем ФЦП».

Геннадий Котов, исполнительный директор компании «Астравел», напротив, согласен с решением правительства сократить финансирование туристической ФЦП. Эксперт уверен, что данное решение вполне логично, ведь по реализации ФЦП были предприняты неэффективные меры: «В процессе освоения государственных денег есть много условий. Скажем, для того, чтобы получить финансирование объекта/района, где планируется развивать туризм, необходимо сначала найти инвесторов, что не всегда получается у районов действительно перспективных. В числе проектов, получивших финансирование, например, большой причал в Плесе. Да, безусловно, достаточно перспективный проект. Но почему именно Плес? Было бы эффективнее создать единый круизный маршрут по Волге и привести в порядок все причалы. Необходимо выделять деньги на развитие маршрутной сети. Очень странным выглядит профинансированный проект кемпинга в степях Байкала, в радиусе 100 км от которого находятся только степи. Намечено развитие кавказских маршрутов, но все они разрозненны, не имеют единой маршрутной сети. Я не против того, что получает финансирование, скажем, Липецкая область. Но как быть с действительно перспективными как для развития внутреннего туризма, так и въездного туризма маршрутами Камчатки, Байкала, Урала? На мой взгляд, они должны быть полностью профинансированы государством».

Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин», в свою очередь, отметил, что уже поднимался вопрос о том, как расходуются средства программы, как чувствует себя программа по срокам освоения. Результаты были неудовлетворительными. К тому же долгосрочные программы, как правило, требуют корректировок с учетом изменения внешней ситуации. «Думаю, будет происходить перераспределение финансовых потоков. Так, когда была принята эта программа, вопрос о финансировании Крыма еще не стоял. Сейчас Крым идеально подходит под программу финансирования развития внутреннего туризма, однако технически это выполнить невозможно. Вероятно, будет урезано финансирование одних объектов с целью дофинансирования других. В любом случае государственные деньги обязаны тратиться эффективно, особенно в непростой экономической период», — заключает эксперт.

>>> Кострома, Великий Новгород и Казань возглавили рейтинг 30 городов России для семейных путешествий на осенние каникулы, по данным портала для путешественников Travel.ru. Первое место заняла Кострома (бюджет – 2 980 рублей). На втором месте рейтинга – Великий Новгород (бюджет – 3 150 рублей). На третьем месте – Казань (бюджет – 3 160 рублей).



## «ОТДЫХ» В ЦИФРАХ

- Более 1000 участников из 87 стран и регионов России.
- Более 150 мероприятий деловой программы.
- Более 68 тысяч посетителей за 4 дня работы выставки.
- Площадь экспозиции 22 тысячи квадратных метров.



# Новая философия «Отдыха»

В этом году юбилейная выставка «Отдых» стартовала в обновленном имидже под девизом «Дом для туризма». Правильность выбранной концепции подтвердил значительный рост интереса к участию в выставке со стороны иностранных и российских экспонентов.

**С**вои туристические предложения на «Отдыхе» впервые продемонстрировали Парагвай и эмират Аджман. Республика Крым была представлена единым стендом общей площадью 160 квадратных метров, на котором были представлены 46 представителей санаторно-курортного и туристского комплекса региона. На протяжении всех дней работы выставки большим вниманием гостей и участников пользовались эксклюзивные экспозиции ОАЭ, Китая, Турции, Доминиканской Республики, Египта,

и Таиланда. Отдельный выставочный зал занимали Tez Tour и Coral Travel. Не менее масштабно подошли к своему участию в выставке компании Pegas Touristik, Anex Tour, Natalie Tours, Brisco, «Русский Экспресс», ICS Travel Group. На протяжении десятилетий для туристического бизнес-сообщества ключевым событием остается деловая программа форума «Отдых», включающая более 150 мероприятий, среди которых международные конференции, мастер-классы, семинары и презентации.

# Бестселлер Русского Севера

Практически все компании, принимающие туристов в Карелии, фиксируют увеличение потока гостей в 2014 году на 10–15%. Об этом сообщил заместитель председателя Государственного комитета республики по туризму **ВЛАДИМИР ГРОМОВ**. По его словам, даже в июле и августе текущего года динамика турпотока в Карелию, вопреки опасениям туроператоров, была положительной. Подробности – в интервью «ТБ».



**В** 2013 году Карелию посетили около 1,9 млн человек, из которых почти 600 тысяч — организованные туристы. Среди них 150 тысяч гостей из-за рубежа, данный показатель после кризиса 2008 года стабильно растет. Сказывается и географическое положение республики — львиная часть туристического потока на Соловецкие острова проходит через Карелию.

Для обслуживания растущего объема посещений ежегодно в стадии строительства или реконструкции находится 40–50 проектов туристской инфраструктуры. По итогам 2013 года общий объем инвестиций в этот сегмент отрасли составил 630 млн рублей. В Петрозаводске введены в строй крупные гостиничные комплексы международного класса «Онега Палас» и Park Inn.

На повестке дня — создание туристического кластера «Южная Карелия», формирование которого уже началось: соглашение о вхождении в проект подписали около двадцати предпринимателей. Некоторые объекты начали строиться, а один введен в строй. Речь идет о туркомплексе премиум-класса «Ладожская усадьба», который открылся в июле нынешнего года на берегу одноименного озера.

Общий объем ожидаемых инвестиций в «Южную Карелию» составляет около 6,5 млрд рублей. Мы рассчитываем войти с этим кластером, который потребует создания очень сложной инфраструктуры — не только дорог и линий электропередачи, но и береговых укреплений, фарватеров для пассажирских судов — в Федеральную целевую программу развития внутреннего и въездного туризма. Соответствующие предложения подготовлены, и мы надеемся, что они будут рассмотрены до конца года. Стратегическая задача состоит в том, чтобы вовлечь весь туристический потенциал Республики Карелия в хозяйственный оборот.

Карелии есть чем гордиться: по результатам голосования в рамках вручения премии «Звезда Travel.ru 2014» республика заняла первые места в номинациях «Лучшее

место для активного отдыха» и «Лучшее место для зимнего отдыха». Годом ранее остров Кижы с его непревзойденной деревянной церковью Преображения был выбран в качестве одного из десяти визуальных символов России в ходе общенационального голосования. Работа над созданием новых турпродуктов продолжается. По оценкам экспертов, в Карелии около 4,5 тысячи объектов показа, но активно используется не более трети из них.

Планируется создать второй, подземный горизонт горного парка Рускеала, который сейчас принимает до 70 тысяч человек в год. Существует проект создания рудного парка Тулмозеро на месте чугуноплавильного завода. Будем активно продвигать туристические объекты на севере Карелии, прежде всего, центр подводного дайвинга на Белом море — таких на планете совсем немного.

Пожалуй, самый интересный из трансграничных проектов называется «Белая дорога» — он предусматривает создание новых турпродуктов совместно с партнерами из Финляндии. Бывший в старину торговым путем, коридор между Белым морем и Ботническим заливом, который соединяет северные районы Карелии и Финляндии, должен стать туристским маршрутом. Дорога, о которой идет речь, — это не нитка, а полоса, территория, которая на нашей стороне охватывает зону от Беломорска до Кандалакшского залива, а в Финляндии — районы Кайнуу и Оулу.

Проект предусматривает включение в туристские маршруты таких известных и притягательных для туристов объектов, как Беломорско-Балтийский канал, петроглифы Беломорья и Онежского озера. В рамках «Белой дороги» открылись и начали функционировать ТИЦы в Костомукше, Кеми и Калевале. Они будут, в числе прочих функций, консультировать местных предпринимателей по вопросам участия в этом проекте. Подчеркну, что он ориентирован также на установление единых качественных стандартов туристских услуг, предлагаемых в России и Финляндии.

**ПОДГОТОВИЛ**  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



>>> В 2014 году особенно важным был факт прямого финансирования событийных мероприятий в республике, таких как Кижский фестиваль водных видов туризма. В декабре нынешнего года в Карелии, также при поддержке Ростуризма, должна пройти Неделя туризма, посвященная актуальным вопросам развития туристического потенциала Русского Севера.





## РЕСПУБЛИКА КОМИ

АРХАНГЕЛЬСКАЯ  
ОБЛ.



# Коми-круизы по объектам ЮНЕСКО

Железнодорожные туры по Республике Коми – ключ к раскрытию туристского потенциала республики

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН



« По пути от Москвы до Лабитнанги расположено восемь объектов, находящихся под охраной ЮНЕСКО, и все их можно увидеть на одном из наших маршрутов »»

**НАТАЛЬЯ  
МАКАРОВА**

**ОЛЕГ МЕШКОВ**

Республика Коми обладает уникальным комплексом природных и культурно-исторических объектов. Обширная территория, низкая плотность населения и традиционный приоритет железнодорожного сообщения в Коми привели к принятию нестандартного решения об организации железнодорожных круизов. Турпоезд «Сияние Севера» стал специальным проектом правительства республики, одним из немногих в стране. Материальная база проекта была приобретена в 2011 году, но работа поезда на конкретных маршрутах стартовала недавно, в 2013 году, когда было подписано соглашение о сотрудничестве с компанией РЖД.

В базовый состав туристского поезда входят три вагона высокой комфортности. Это 6-купейный вагон класса «бизнес» на 12 мест, 5-купейный класса «люкс», рассчитанный на 10 пассажиров, с еще более просторными купе и вагон-ресторан с баром на 24 посадочных места с кухней, оборудованной всем необходимым для создания гастрономических шедевров. При необходимости к поезду добавляется четвертый вагон-салон с собственной мини-кухней. Уровень комфорта и обслуживания пассажиров «Сияния Севера» полностью соответствует мировым стандартам.

В интерьере вагонов использованы современные отделочные материалы с пожаробезопасными и шумопоглощающими свойствами, а также редкие породы дерева и камня. Все купе оборудованы

системами горячего и холодного водоснабжения, индивидуального кондиционирования, санузлом, душевой кабиной, креслом, столиком и шкафом для одежды. Установлены система спутникового телевидения, ЖК-телевизор, DVD, есть выход в интернет.

В сентябре 2014 года состоялся первый железнодорожный пресс-тур для московских и петербургских СМИ по маршруту Москва — Ухта — Сыктывкар продолжительностью три дня. Участники периодически собирались в вагоне-ресторане для знакомства с турпредложениями республики и обмена мнениями о перспективах регионального туризма. Журналистов сопровождали начальник отдела координации и управления развитием творческих индустрий Агентства Республики Коми по туризму Наталья Макарова и Олег Мешков, руководитель филиала «Республиканского центра детско-юношеского спорта и туризма».

Этот филиал, к которому приписаны роскошные вагоны, работает над развитием и продвижением проекта. «Сияние Севера» самофинансируется, учитывая содержание вагонов и зарплату обслуживающего персонала. В течение года впервые состоялись два культурно-познавательных тура на Удору и Печору для детей и юношества республики, в которых ребята помогли выявить слабые стороны проекта.

На турвыставке «Интурмаркет-2014» были заключены соглашения с крупными немецкими оператора-

ми и проведены две 21-дневные поездки для групп иностранных туристов по Транссибирской магистрали до китайского города Эрлянь. Стоимость места в купе с питанием и экскурсиями составила 7,5 тысячи евро.

«В настоящее время социальное направление для нас — главное, вывозим детские группы, чтобы ребята лучше узнали свой край, — отмечает Олег Мешков. — Другая особенность заключается в том, что у нас пока нет своего локомотива, и все передвижения приходится согласовывать с РЖД. Но поезд уже работает, и это главное».

В настоящее время на сайте проекта предлагаются три железнодорожных тура. Маршрут «Печорский меридиан» проходит по берегам самой чистой

реки европейского севера — Печоры, он предусматривает посещение местных историко-культурных достопримечательностей. Тур «Удорская чужь» по старинным удорским селам знакомит с жизнью коми, охотников и рыбаков, туристы любуются местными красотами, посещают целебные источники. В будущем году планируется летний коммерческий тур «Подари себе Арктику». Он организован совместно с прибалтийскими партнерами, маршрут таков: Москва — Ярославль — Вологда — Великий Устюг — Ухта — Воркута — Лабитнанги — Салехард. Круиз включает знакомство с Ярославлем, родной Деда Мороза — Великим Устюгом, трагической историей воркутинского ГУЛага, а также с самобытной культурой и традициями российской Арктики.



## Нужна политическая воля

«Нужна система мер для поддержки операторов, работающих на внутреннем рынке», — считает эксперт **ЮЛИЯ РЫБАКОВА**

**ПОДГОТОВИЛ** ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**В**озможно, говорить о системном кризисе в сфере выездного туризма пока рано, однако проблемы в российском туроператорском бизнесе явно существуют. В частности, стоит обратить пристальное внимание на взаимоотношения операторов и перевозчиков, которые во многом как раз и определяют ситуацию. Вообще стоимость транспортной составляющей, в том числе при перелетах внутри России — одна из ключевых проблем, и если мы не найдем возможность снижения расходов по этой линии, то у нас не будет бума и во внутреннем туризме. Хотя уже есть и успешные примеры, когда отдельные регионы создают программы субсидирования перевозок — такой

опыт надо изучать и применять в других субъектах РФ. Если же мы не можем сразу решить эту задачу глобально, надо идти пошагово, разработав соответствующую «дорожную карту». А еще нужна система мер, которая поддержала бы операторов, работающих не только на выездном, но и на внутреннем туристическом рынке. Если внутренний туризм объявлен приоритетом, это крайне необходимо — в том числе нужна и финансовая поддержка компаний, которые создают и реализуют российский туристический продукт. Результаты, которых удалось достичь в Республике Коми, во многом объясняются наличием поддержки со стороны властей: руководитель региона Вячеслав Гайзер рассматривает туризм как направление экономики. Без наличия политической воли здесь не обойтись, поскольку раньше Коми ориентировалась исключительно на

развитие сырьевого сегмента экономики, и для использования какого-то другого, альтернативного сценария развития надо принимать непростые решения. В этом отношении понимание роли и перспектив туризма «наверху» есть: руководство республики понимает, что туризм ни в коей мере не конкурирует с другими отраслями экономики, одновременно давая возможность значительной части населения улучшить свою жизнь. Уже сейчас в Коми определены семь туристических кластеров, каждый из которых может быть привлекательным и для инвесторов, и для туристов. Это «Этнопарк», кластер водного туризма вдоль реки Печора, комплексный кластер природного и активного туризма «Северный», экологического туризма «Печоро-Ильчский», кластер мемориального и природного туризма «Воркута», а также туристический кластер

в столице Коми Сыктывкаре и конгрессный — в Ухте. Особенно перспективен «Этнопарк»: при правильном развитии этого комплекса он способен к 2020 году принять до 300 тысяч туристов. В 2013 году, например, количество посетителей в Финно-угорском этнокультурном парке возросло по сравнению с предыдущим годом почти на 60%. Кластер Печора позволяет не только развивать сразу несколько видов туризма (в том числе этнографический), но и реализовывать его межрегиональные возможности. По приоритетности Печора, пожалуй, занимает второе место после «Этнопарка». С точки зрения развития межрегионального туризма наиболее перспективен железнодорожный проект «Сияние Севера». По планам, к 2020 году объемы туризма в Республике Коми предстоит удвоить, увеличив турпоток до 380 тысяч человек в год.

Памятник в честь победы на Куликовом поле был торжественно открыт 8 сентября 1850 года.

Богородицкое — бывшая усадьба графов Бобринских, некогда славившаяся за свою красоту «достойной любопытства».



## Новые тульские рубежи

В середине 2014 года в Туле прошел Туристский форум по кластерному развитию территорий и Координационный совет по туризму при Министерстве культуры РФ. О перспективных проектах в сфере межрегионального сотрудничества и развитии туристической отрасли в регионе рассказывает начальник управления по туризму министерства культуры и туризма Тульской области **ЛАРИСА ДУДКИНА**.

»»» Тульская область является пилотным регионом по реализации проекта «Глобальный федеральный туристский маршрут «Русские усадьбы».

### Какие проекты Тульская область предлагает профессиональному сообществу?

Мы благодарны Министерству культуры Российской Федерации за возможность показать полный спектр туристического потенциала нашего региона не только гостям и жителям Тульской области, но и широкому кругу профессионалов — к нам приехали руководители органов исполнительной власти в сфере туризма 82 субъектов страны.

Мы рассказали о кластерной политике развития территории Тульской области, которое предусматривает создание туристско-рекреационного кластера «Тульский феномен», автотуристских кластеров «Муравский шлях» и «Русские усадьбы», а также о проектах и маршрутах к 70-летию Победы.

Со многими регионами, например, с Калужской, Липецкой и Рязанской областями, Республикой Марий Эл, у нас уже установились прямые партнерские связи, заключены соглашения о взаимодей-

ствии в сфере туризма, планируются к реализации совместные межрегиональные проекты, поддержанные в том числе на федеральном уровне.

Особенно плодотворные и конструктивные отношения сложились с Калужской областью. На международной выставке «Интурмаркет-2013» туристический потенциал двух соседних регионов — Тульской и Калужской областей — был представлен на единой межрегиональной экспозиции. Уже традиционно делегация Тульской области принимает участие в Калужском туристском форуме, в то время как представители Калужской области — в Тульском туристском форуме, Фестивале великих путешественников.

В Год культуры в Российской Федерации наши регионы стали еще ближе: мы объявили Перекрестный год культуры «Тула — Калуга». В июле 2014 года делегация министерства культуры и туризма Калужской области под руководством министра посетила





наш регион с рабочим визитом по обмену опытом развития сфер культуры и туризма.

С некоторыми субъектами РФ у нас только начинается сотрудничество, которое, мы уверены, станет плодотворным и долговременным. Так, в рамках Координационного совета по туризму при Министерстве культуры РФ мы заключили соглашение с комитетом по туризму Республики Дагестан.

Тульская область является пилотным регионом по реализации проекта «Глобальный федеральный туристский маршрут «Русские усадьбы». Мы планируем презентовать профессиональной аудитории серию маршрутов «Уикенд в русской усадьбе».

### Как меняется отношение к развитию туризма в разных районах Тульской области?

Далеко не всегда местные жители заинтересованы в активном развитии туризма и, как следствие, в изменении привычного уклада и сложившегося образа жизни.

Например, село Себино, в котором родилась всеми почитаемая Матрона Московская. Поначалу обитатели села довольно скептически отнеслись к перспективе массового приезда гостей. Но после открытия музея Матроны Себинской Московской, которое состоялось 2 мая 2014 года, в день 15-летия канонизации святой, при поддержке министерства культуры Тульской области и Тульской митрополии, жители поверили в идею развития территории своего родного села через паломнический туризм

и включились в процесс. Хочу обратить особое внимание, что проект реализуется за счет благотворительных и спонсорских средств.

Стоит отметить растущую роль органов местного самоуправления Тульской области и их заинтересованность в развитии туризма. Например, очень активно в этом направлении развивается Белёвский район. Уже разработаны муниципальная стратегия развития туризма района, концепция инвестиционных проектов «Исторический квартал «Белёвский бульвар», «Сказочные кружева». Возможно, в ближайшее время здесь появится музей старинного лакомства, которое подавалось к царскому столу, — белёвской пастилы. Активно ведутся работы по восстановлению древних монастырей — женского Крестовоздвиженского и мужского Спасо-Преображенского.


Руководство Тульского региона проводит большую работу по сохранению Белёва как жемчужины русской истории. В Год культуры и в преддверии Года литературы в Российской Федерации мы планируем возродить интерес к селу Мишенское — родовому имению великого русского писателя, одного из основоположников русского романтизма — В.А. Жуковского. Мы хотели бы, чтобы в перспективе эта усадьба и Белёвский район в целом стали центром культуры, музыкальной и литературной жизни региона и привлекали с каждым годом все больше российских и иностранных туристов.

### Какие достопримечательности в ближайшее время появятся в Туле?

В настоящее время по инициативе губернатора Тульской области В.С. Груздева активно ведутся ремонтно-реставрационные работы в Тульском кремле. Уже возведена колокольня высотой 70 метров с курантами и золоченым шпилем, которая была разобрана после пожара в 1936 году. Очень скоро посетители смогут посетить Торговые ряды, музейно-выставочный комплекс, экспозиции в пяти башнях кремля и многое другое. Еще один глобальный проект — создание единого историко-культурного и туристского комплекса в здании тульского Губернского Дворянского собрания, где расположится лучший в городе акустический концертный зал для проведения концертов, форумов, конференций, балов, маскарадов, приемов, театрализованных представлений, работы оперной студии и музыкального театра.

В перспективе здесь будет действовать центр истории тульского дворянства, начнут проводиться в формате звучащей экспозиции концерты-экскурсии для гостей города, уроки музыкального краеведения для школьников и студентов. В стенах исторического здания можно познакомиться с тенденциями современного искусства в арт-центре XXI века.

## Tourbus.ru



**Интернет-портал  
ИД «Турбизнес»  
www.tourbus.ru —  
ваш активный  
помощник  
и деловой партнер**

- 📍 **главные новости турбизнеса и мнения экспертов**
- 📍 **анонсы выставок, workshop и других деловых мероприятий**
- 📍 **мастер-классы туроператоров и консультации специалистов**
- 📍 **онлайн-версия «Турбизнеса» и тематических выпусков**
- 📍 **ежедневная новостная рассылка (14 тысяч подписчиков)**

# ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



## DOUBLETREE BY HILTON MOSCOW – MARINA

### КАТЕГОРИЯ

5\*

### ДАТА ОТКРЫТИЯ

15 сентября 2014 года

### РАСПОЛОЖЕНИЕ

Москва, Ленинградское шоссе, дом 39, строение 1

### НОМЕРНОЙ ФОНД

270 современных номеров, в том числе 23 делюкса, 24 представи-

тельских номера, 10 люксов и один президентский люкс. Все номера оснащены самым современным оборудованием, в том числе телевизорами с диагональю 40 дюймов. Для путешественников, остановившихся в представительских номерах, люксах или президентском люксе, предусмотрена отдельная представительская гостиная, из окон которой открываются виды на акваторию.

### СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 7 тысяч рублей за двухместный номер

### К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Ресторан АртЯшок и бар Lobby Bar & Lounge с уютным камином и выходом на террасу, спа-центр Chavana Spa, салон красоты, круглосуточный фитнес-центр, бассейн, хаммам и фин-

ская сауна, 10 конференц-залов для проведения деловых мероприятий общей площадью 1350 квадратных метров, включая один зал вместимостью до 500 человек.

### СПРАВКА «ТБ»

DoubleTree by Hilton Moscow – Marina стал первым проектом данного бренда в Москве и вторым на территории России. Генеральный менеджер DoubleTree by Hilton Moscow – Marina Уве Кунц отмечает: «Москва привлекает множество бизнесменов и путешественников, которым идеально подойдет наш отель. Немаловажно, что комплекс расположен в живописном районе российской столицы на берегу акватории, рядом с «Роял Яхт Клубом» и бизнес-центром «Олимпия Парк». Расстояние от отеля до международного аэропорта Шереметьево составляет всего 16 километров».



## RADISSON BLU ШЕРЕМЕТЬЕВО АЭРОПОРТ МОСКВА

### КАТЕГОРИЯ

4\*

### ДАТА ОТКРЫТИЯ

8 августа 2014 года

### РАСПОЛОЖЕНИЕ

Московская область, Химки, Шереметьевское шоссе, дом 2

### НОМЕРНОЙ ФОНД

391 номер, включая люксы и номера бизнес-класса. Номера оформлены известным шведским гостиничным дизайнером Кристианом Люндваллем в двух стилях – Urban и New York Mansion.

### СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 6800 рублей за двухместный номер

### К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Современный фитнес-центр, финская сауна и турецкий хаммам. Лобби-бар, ресторан Stratosphere, ресторан и бар Altitude на последнем этаже отеля с видом на летное поле аэропорта Шереметьево.

Просторный многофункциональный конференц-зал площадью 200 квадратных метров, 47 переговорных комнат разного размера, оснащенных современным оборудованием для конференций, индивидуальным климат-контролем и бесплатным высокоскоростным беспроводным интернетом. В гостинице доступна инновационная

концепция проведения деловых мероприятий Radisson Blu – «Эволюция мероприятий».

Radisson Blu Шереметьево Аэропорт Москва предлагает гостям прямой доступ к основным терминалам аэропорта через крытую пешеходную галерею.

### СПРАВКА «ТБ»

Radisson Blu Шереметьево Аэропорт Москва стал второй гостиницей группы в аэропорту Шереметьево, под управлением компании здесь уже работает отель Park Inn by Radisson. Новый отель является тридцатой по счету гостиницей компании Carlson Rezidor в России, вместе с ним номерной фонд группы превысил 8 900 номеров.



**«ГАЛЕРЕЯ ВОЯЖ»****КАТЕГОРИЯ**

4\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**

2014 год

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**

Москва, улица Автозаводская, дом 23, строение 16

**НОМЕРНОЙ ФОНД**

560 номеров на 1120 мест. В номерах – кондиционеры, телевизионные плазменные панели, интерактивное спутниковое телевидение, бесплатный Wi-Fi, холодильники, наборы для приготовления чая и кофе.

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**

От 4400 рублей за двухместный номер

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**

Отель расположен на берегу Москвы-реки, недалеко от станций метро «Коломенская» и «Автозаводская», вблизи музеев-заповедников Коломенское и Царицыно. На первом этаже многофункционального комплекса расположены конференц-зал, фитнес-центр, сауна, ресторан и открытый бассейн с шезлонгами. Парковка на 50 машиномест и трансферы от станции метро «Коломенское» для гостей бесплатны.

**СПРАВКА «ТБ»**

«Галерея Вояж» входит в сеть московских гостиниц европейского класса «Галерея», которая включает еще 5 отелей. Это «Галерея» на Профсоюзной, «Галерея Сити» на улице Мастеркова, «Галерея Парк» на Дербеневской набережной, «Галерея Авеню» на улице Щепкина и «Галерея Гранд» на Бутырском валу. Все гостиницы бренда находятся под управлением компании «Галерея Менеджмент Групп».

**«ЖЕМЧУЖИНА»****ДАТА ОТКРЫТИЯ**

18 мая 1973 года, реновация в апреле 2013 года

**АДРЕС**

Краснодарский край, Сочи, улица Черноморская, дом 3

**НОМЕРНОЙ ФОНД**

930 номеров

**СПРАВКА «ТБ»**

В апреле 2013 года в гостиничном комплексе прошел ребрендинг, что позволило выйти на качественно новый уровень развития. Проведена реконструкция номерного фонда, введены новые номера категории люкс «Романтик» и «Студия», киноконцертный зал увеличен до 500 мест, обновились конгресс-холл и бизнес-залы отеля. Для повышения лояльности гостей запущена программа «Жемчужина VIP», открыта имидж-студия «La Ptergia» с эксклюзивным набором спа-процедур на базе косметики серии «люкс» из Франции и США. На территории отеля появились новые рестораны «Приправа», «Жемчуг», «Нептун», лобби-бар. Введена анимационная программа для детей и взрослых, которая заинтересовала и привлекла новых посетителей. Для маленьких гостей открыта детская комната. В 2013 году Гранд-отелю «Жемчужина» присвоена категория 4 звезды. Статус лучшего регионального конгресс-отеля был подтвержден победой в конкурсе Russian Bussines Travel MICE Award.

**«ГОРОД»****КАТЕГОРИЯ**

Хостел

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**

1 августа 2014 года

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**

Москва, площадь Киевского вокзала, дом 1

**НОМЕРНОЙ ФОНД**

22 номера (стандарт, комфорт и другие категории) рассчитаны на размещение от одного до восьми человек. На старте проекта представлены две восьмиместные комнаты, позже откроются четырехместные и шестиместные номера, а также номера традиционного гостиничного типа

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**

От 600 рублей на человека

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**

Игровая зона, библиотека.

**СПРАВКА «ТБ»**

«Как только мы повесили вывеску, у нас сразу же появился первый клиент. Недорогая гостиница востребована теми, кто путешествует по железной дороге», – сообщили в компании «Отель-менеджмент», которая развивает проект. Недорогие гостиницы на вокзалах создаются при поддержке РЖД и туристического холдинга «Випсервис». Аналогичные хостелы планируется открывать на железнодорожных вокзалах по всей России. Первый хостел уже открылся год назад на железнодорожном вокзале Екатеринбурга. Второй планируется открыть в октябре на Казанском вокзале.



# Королевский прием

Группа компаний «Ташир» открыла отель сети SK Royal в центре Тулы

ПОДГОТОВИЛА  
АННА ЮРЬЕВА



»» SK Royal Tula — десятый по счету проект группы компаний «Ташир» в сфере гостиничной недвижимости. Под управлением SK Royal Hotel Management находятся шесть действующих гостиниц в Москве, Ярославле, Туле и Калуге, три из них — под брендом SK Royal.

**SK** Royal Tula, рассчитанный на одно-временный прием более 300 гостей, построен на месте бывшей гостиницы «Центральная», возведенной в середине XX века и долгие годы не функционировавшей. Отель расположен недалеко от здания правительства Тульской области, центральной площади Ленина, а также вблизи кремля и других исторических достопримечательностей. Гостиница ориентирована в основном на деловых туристов и претендует на уровень 5 звезд по международной системе классификации.

Номерной фонд включает 150 номеров шести категорий площадью от 25 до 150 квадратных метров. Номера оборудованы всем необходимым: сейф, климат-контроль, фен, халат, тапочки, минибар. Имеются номера для гостей с ограниченными физическими возможностями. В отеле три конференц-зала (от 84 до 163 квадратных метров), ресторан SK Royal, рассчитанный на 100 посадочных мест, бар, круглосуточный лобби-бар, кафе «Балкон», спа-центр с финской сауной и 15-метровым бассейном, тренажерный зал.

Единым исполнителем на всех этапах реализации объекта от проектирования до ввода в эксплуатацию выступила группа компаний «Ташир». Объем инвестиций группы составил 900 млн рублей. Управление гостиницей будет осуществлять компания SK Hotel Management, также входящая в «Ташир».

«Тульская область обладает уникальным историко-культурным наследием и является достойным примером реализации последовательной государственной политики по развитию сферы туризма и привлечению инвестиций в эту отрасль. Мы выражаем свою признательность группе компаний «Ташир» как активному участнику этих процессов в нашем крае и, прежде всего, в столице региона. Надеемся, что в дальнейшем наше успешное сотрудничество в этом направлении продолжится», — заявил на торжественной церемонии открытия первый заместитель губернатора Тульской области Юрий Андрианов.

«Наш новый гостиничный проект в Туле — воплощение передовых технологий, соответствующих наилучшим стандартам и практикам мирового бизнеса. По уровню оснащенности, сервиса, а также номерному фонду SK Royal станет лучшим в Тульской области», — сказал вице-президент группы компаний «Ташир» Сергей Бадмаев. Он также отметил, что открытие новой гостиницы социально значимо для региона, поскольку повлечет за собой появление новых рабочих мест в городе.

«Два года назад гостиничные проекты «Ташир» в Калуге было решено объединить в единую небрендовую сеть под общим управлением, — рассказывает генеральный директор SK Royal Hotel Management Полина Коченкова. — Объединение было признано успешным: выросли продажи, выручка, уровень сервиса, оценки на Booking.com и другие показатели, по которым оценивается гостиничный бизнес. Руководством компании было принято решение о создании управляющей компании и передаче других гостиничных объектов под ее управление».

Под управление SK Hotel Management перешли гостиницы под брендом SK Royal в Ярославле и Москве. Параллельно велась работа по проектированию и дизайну гостиницы в Туле, а также трех других отелей под брендом SK Royal, которые в будущем откроются в Пензе, Костроме и Калуге.

«В этом году мы провели ребрендинг SK Royal и теперь активно работаем над его продвижением. У отелей бренда уже есть узнаваемые черты, в частности, это наличие атриума, — отмечает Полина Коченкова. — «Ташир» планирует дальнейшее расширение гостиничного сегмента своего бизнеса, в первую очередь в городах присутствия группы компаний. Мы — одна из немногих российских компаний, которая самостоятельно занялась управлением гостиницами».



# Взгляд в будущее

В конце сентября в гостинице Radisson Royal Moscow состоялось знаковое событие столичной индустрии гостеприимства – Московский деловой форум гостиничного комплекса.

Организатором мероприятия выступил Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Форум посетили более 250 профессионалов индустрии гостеприимства. Основная тема этого года – «Новое лицо гостиничного комплекса города» и вызовы, которые предъявляет текущая ситуация в туристической отрасли к гостиничному хозяйству.

Этой теме, а также ключевым решениям по развитию индустрии гостеприимства был посвящен доклад председателя Москомтуризма Сергея Шпилько, которым открылось пленарное заседание форума. Он рассказал об обновленном туристическом облике столицы: «В Москве создано скоростное сообщение с аэропортами, установлены указатели на английском языке – фактически весь центр города стал мультиязычным. Появились новые туристские информационные центры, смотровые площадки, ночной транспорт, новые регулярные речные маршруты, современный туристический сайт, аудиогиды, дабл-декеры».

Глава Москомтуризма отметил, что гостиничная индустрия российской столицы столкнулась сейчас с проблемой падения спроса. Это вызвано и политическими событиями, и снижением платежеспособного спроса, и ростом конкуренции средств размещения. Важное направление работы профильного комитета его руководитель видит в работе над ростом турпотока в праздничные и выходные дни. Сергей Шпилько презентовал новые предложения экскурсионных туров, разработанных рядом туроператорских компаний и московскими гостиницами. Эти новые продукты предусматривают богатую экскурсионную программу и демократичные цены. Глава Москомтуризма коснулся темы подготовки столичных отелей к проведению чемпионата мира по футболу в 2018 году. Он напомнил о дате 1 июля 2015 года – с этого дня только те отели, которые прошли классификацию по государственной системе, смогут принимать гостей. Пока лишь 62 столичные гостиницы получили официальные звезды. Теме классификации был посвящен отдельный круглый стол.

В рамках форума состоялись круглые столы по актуальным вопросам развития отрасли: «Инвестиционный потенциал столичной индустрии гостеприимства», «Современные тенденции архитектуры и дизайна в сфере гостеприимства», «Новые возможности гостиничных систем бронирования». Отдельный блок был посвящен вопросам взаимодействия гостиничных предприятий с органами государственной власти, в частности ФМС, МЧС, Роспотребнадзором.



X Международная  
туристская выставка

**ITM**  
**intourmarket**

## «ИНТУРМАРКЕТ» ДЛЯ ПРОФИ

С 1 сентября в ходе подготовки к проведению выставки «Интурмаркет-2015» стартовала эксклюзивная программа поддержки малого бизнеса «Профессиональный покупатель». Свыше 380 турагентств России и зарубежья уже зарегистрировались на сайте выставки [www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru) с тем, чтобы заявить о себе как одном из лучших турагентств в своем регионе и получить уникальную возможность приехать на «Интурмаркет» 14–17 марта 2015 года за счет организаторов.



В рамках программы организаторы выставки за свой счет привлекают профессиональных посетителей из регионов РФ и зарубежья, предоставляя им комплекс услуг по установлению тесных деловых контактов с участниками выставки, а также повышению их профессионального уровня. Основными критериями отбора станут безупречная репутация, объемы продаж, деловая активность.



Регистрация потенциальных участников программы «Профессиональный покупатель/ Hosted Buyers» продлится до 1 декабря. Агентству необходимо заполнить анкету на сайте [www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru) и следить за новостями – на веб-ресурсе проводятся специальные акции. Отборочная комиссия, состоящая из представителей общественных организаций и туроператоров, объявит результаты своей работы в канун 2015 года.

**Желаем удачи и ждем вас на «Интурмаркете»  
14–17 марта 2015 года в МВЦ «Крокус Экспо».**

[www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru)





# Дубай — векторы развития

Эмират Дубай — это уникальное соединение национальных традиций и современного образа жизни. Именно этим он в первую очередь и привлекает миллионы туристов из разных стран мира, в том числе из России. Об основных векторах развития этого туристического направления корреспондент «ТБ» беседует с директором зарубежных офисов Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая **САЛЕХОМ МОХАМЕДОМ АЛЬ ГЕЗИРИ**.

**БЕСЕДОВАЛ**  
**КОНСТАНТИН ИСААКОВ**

**Каковы сегодня объемы туристских прибытий россиян в Дубай?** Российский рынок входит в пятерку ведущих направлений въездного туризма в ОАЭ. Первый номер — это Саудовская Аравия, второй — Индия. В прошлом году Дубай принял около 400 тысяч туристов из РФ, а в целом из стран СНГ — 700 тысяч. За шесть месяцев этого года российский турпоток вырос на 2,9%. Причем увеличивается, что немаловажно, не только количество посещений, но и число ночевочек — люди стали приезжать к нам на более длительные сроки.

**Нынешняя непростая ситуация на российском туристическом рынке повлияет на эту динамику?** Вообще-то взаимоотношения между российскими и дубайскими туроператорами — это внутреннее дело частного бизнеса. Но и мы, Департамент туризма Дубая, на недавней московской международной выставке «Отдых» внимательно изучали ситуацию в России. Будем делать все возможное, чтобы помочь и российским партнерам, и нашим компаниям.

**Настроен дубайский турбизнес, например, на какие-то дополнительные системы скидок и преференций для российских туроператоров?** Как раз во время выставки шли переговоры на эти темы между фирмами-партнерами. И они наверняка достигли каких-то договоренностей, чтобы туристический поток не уменьшился несмотря ни на что. На выставке «Отдых» были представлены 40 наших компаний, 20 из которых — туроператорские. И каж-

дая фирма находит свою нишу на российском рынке. Ведь он огромен и разнообразен.

**В массовом сознании Дубай пока является курортом для довольно обеспеченных людей. Но в эмирате сейчас активно поощряется и развитие сегмента экономкласса?** Конечно, наш эмират славится тем, что в нем есть и «семизвездный» отель и большое количество пятизвездных. Тем не менее мы предлагаем средства размещения и на уровне трех звезд, и даже скромные апартаменты. То есть мы ориентированы на любой сегмент рынка, в этом — наше кредо. К тому же мы активно поддерживаем частные инвестиции в трехзвездные отели: те компании, которые в ближайшие два года построят объекты размещения экономкласса, будут освобождены от определенных государственных платежей и налогов сроком на четыре года.

**Мы знаем Дубай как мегаполис XXI века. В ближайшие годы он будет развиваться именно в этом векторе — как город будущего?** Дубай — очень диверсифицированный турпродукт. Он будет развиваться во всех векторах. И как космополитичный город, и как пляжное направление, и как семейное. Все, что есть у нас сейчас, непременно будет набирать обороты, расти, расширяться, в том числе и в самом ближайшем будущем.

**Какие интересные новинки ждут гостей эмирата в начале 2015 года?** Это, прежде всего, самый большой на планете торговый центр «Молл мира»: он





откроется в центре Дубая. А еще — новый Сафари-парк с гигантскими вольерами для животных. Войдет в строй и современный развлекательный комплекс IMG World of Adventures со всевозможными аттракционами. Он предназначен, конечно же, для семейного отдыха — семьи с детьми смогут развлекаться здесь целыми днями.

По-прежнему будет актуальна для Дубая тема культурного наследия. Каждый год у нас открываются все новые музеи. Подчеркну, что в первую очередь мы воспринимаем наше направление как семейное. Хотя, естественно, для нас очень важен и деловой туризм из России.

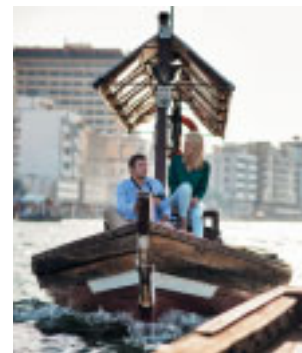
### **Сегодня российский рынок занимает довольно заметное место в сфере ваших интересов. Достаточно ли в отелях Дубая информации на русском языке, русскоговорящих гидов, меню на русском языке в ресторанах?**

Да, многие отели, видя растущий поток гостей из России, начинают подстраивать под них свой продукт, этот процесс уже активно идет. По сути, эта проблема уже решена — отельеры обучают персонал, привлекают русскоговорящих работников на ресепшн.

**Развитие туристической инфраструктуры Дубая — это больше государственное дело или дело частного бизнеса?** Мы можем считаться примером отличного государственно-частного партнерства. Многие проекты реализуем совместно.

**В центре дубайской туристической жизни немало, как известно, ярких событий, праздников. Что ждет туристов в ближайшие месяцы?** Если раньше самым известным событием был Дубайский торговый фестиваль, то теперь у нас много новых проектов — Фестиваль автомобилей, Кулинарный фестиваль. Часто проходят концерты мировых звезд. Словом, есть интересные события на любой вкус, причем в течение всего года.

**Что больше всего привлекает в Дубай российских туристов?** Прежде всего, пляжный отдых. И шопинг. И вся наша развлекательная инфраструктура. Мы готовы соответствовать любым ожиданиям наших гостей.



## Удобный транспорт, радушный прием

Авиасообщение с Дубаем — самое удобное на Ближнем Востоке. В Дубайском международном аэропорту — три терминала с пропускной способностью 60 млн пассажиров в год. С прошлого года начал выполнять пассажирские перевозки международный аэропорт в Джебел-Али.

**В** Дубай летают Emirates, Fly Dubai, «Аэрофлот», а также многие европейские авиакомпании. По городу очень удобно передвигаться на метро с его 85 курсирующими поездами, а также на автобусах (их 500 в автопарке) или такси. К концу нынешнего года в городе начнут ходить трамваи.

### **КЛАСНЫЕ ОТЕЛИ**

Дубай известен самыми шикарными в мире отелями — такими, как помпезный «Бурдж аль Араб», элегантный «Армани», необычный «Атлантик» или самый высокий в мире JW Marriott Marquis. Но есть тут и довольно скромные — при этом с качественным сервисом — трехзвездные Admiral Plaza Hotel, Comfort Inn Hotel Regent или Beach Hotel, а также

разнообразные апартаменты — от дорогих до экономкласса.

### **ГДЕ И ЧТО ПОСМОТРЕТЬ**

Burj Ai Arab Jumairah — 321-метровый небоскреб, который напоминает возвышающийся над землей парус. По ночам его озаряет ярчайшее световое шоу. Burj Khalifa — самое высокое здание в мире (828 метров). Его смотровая площадка расположена на 124-м этаже. Мечеть Jumairah — чрезвычайно красива и открыта для туристов, не исповедующих ислам. Дамам, однако, понадобится надеть длинную юбку либо брюки, кофту с длинными рукавами и покрыть голову. Дубайский музей — в форте Аль Фахиди. Экспозиция — с рабовладельческих времен до наших

дней, редкие археологические находки, предметы быта. Бухта Дубай-крик — катание на abraх (небольших местных лодках) по каналу, пересекающему город. Каждый день этим транспортом пользуются 17,5 тысячи человек. Wonderland — потрясающий парк развлечений, его территория включает аквапарк Splashland. Дубайский дельфинарий — в нем представлена ежедневная шоу-программа. Есть и возможность поплавать с дельфинами. Сафари-парк — он откроется в городе в конце 2014 года. Здесь также расположатся этнодеревни, ботанический сад, парк бабочек.

### **МЕСТА ДЛЯ ШОПИНГА**

Dubai Mall — крупнейший в мире торгово-развлекательный центр,

главный модный центр Ближнего Востока (Fashion Avenue протяженностью 500 м). Открыт с 10 утра до полуночи с воскресенья по среду и с 10 утра до часу ночи с четверга по субботу. Mall of the Emirates — его называют первым в мире торговым курортом, где продаются товары более чем 560 международных брендов. Рынок Souk Madinat Jumairah — традиционный восточный базар, на котором можно купить все: от одежды до еды. Beach Mall — шикарный торговый комплекс на берегу Персидского залива, в районе Dubai Marina. Gold & Diamond Park — 90 бутиков розничной продажи золота и ювелирных изделий, 118 ювелирных мастерских.

# Лучшие силы Австрии

Глава представительства Австрийского национального туристического офиса (АНТО) в РФ **ГЕРАЛЬД БЁМ** рассказывает о перспективах развития российского туризма в Австрию в условиях нестабильной ситуации на туррынке, о конкуренции с Красной Поляной, а также о том, как должны вести себя туроператоры в условиях роста интереса туристов к самостоятельной организации путешествий.

**БЕСЕДОВАЛА**  
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

**С 1 сентября этого года вы возглавили московское представительство АНТО, сменив на этом посту Георга Капуша. Каковы ваши планы и цели в новой должности?** Австрия уверенно занимает лидирующие позиции в сегменте зимнего горнолыжного туризма на российском рынке. В основу работы над дальнейшей популяризацией страны и наращиванием объемов мы заложили концепцию «Обрети новые силы», призванную сформировать имидж Австрии как всепогодного туристического направления. Приоритетно развитие трех основных сегментов — санаторно-курортного отдыха, познавательного и гастрономического туризма. Сегодня, в век информационных технологий и стремительного развития онлайн-рынка, мы, безусловно, будем усиливать свою работу в этом направлении. Для наиболее эффективного продвижения направления, на мой взгляд, необходимо представлять страну, прежде всего, с позиции эмоций, делая упор на незнакомые места, неподдельную, настоящую жизнь Австрии. Налицо тенденция к индивидуальным бронированиям, ведь две трети всех российских туристов, посещающих Австрию, — индивидуалы, потому такая схема работы наиболее актуальна.

**Как в этих условиях должны вести себя туроператоры?** Туроператоры сейчас должны выполнять административную функцию, быть консультантами. Эта функция в нынешних реалиях особенно важна, ее необходимо укреплять. Если говорить о городских турах простого содержания, то здесь, конечно, наблюдается рост самостоятельных туристов. Если же речь идет, например,



о горнолыжных и лечебных программах или турах в неизвестные для российских туристов регионы Австрии, состоящих из многих компонентов, то здесь роль туроператора как советника возрастает в разы. Необходимо также знакомить путешественников с колоссальными туристическими возможностями летней Австрии, представленными на российском рынке не так широко.

**Вы делаете ставку на летний туризм в Австрии. Каких результатов удалось достичь по итогам сезона, прошедшего в кризисных условиях?** Австрия для российского туриста — это, прежде всего, зимнее направление поездок. Но мы видим, как растет число туристов, которые приезжают в Австрию летом. Сейчас соотношение летних и зимних туров составляет примерно 70% на 30%. Если перейти к цифрам, то в связи с негативными глобальными процессами — колебания курсов валют, политическая нестабильность, снижение покупательной способности населения — нынешние показатели ниже объемов прошлого года, но

говорить о серьезном падении турпотока было бы неверно. Хорошие продажи горнолыжных туров (140 тысяч ночевков в Тироле из 240 тысяч по всей Австрии), большая часть которых была забронирована до ноября 2013 года, когда рубль стал терять позиции по отношению к основным мировым валютам, позволили добиться неплохих результатов по итогам первого полугодия 2014 года.

Нам удалось сохранить объемы практически на уровне прошлого года. Мы довольны общим результатом в минус 3,6%. Спад менее сильный, чем мы предполагали, что дает нам все основания надеяться на положительные результаты предстоящего зимнего сезона.

### Чем планируете привлекать туристов в зимний период? Какие новинки предложат туристам австрийские курорты?

В зимнем сезоне 2014/2015 традиционно будут востребованы туры в долину Циллерталь, включающую курорты Майрхофен, Цель-Ам-Циллер, Хиппах и Хохциллерталь, Цель-Ам-Зее и Капрун, регион Зёльден (Отцталь). Что касается новинок, то мы ставим своей целью повысить уровень базовой осведомленности российских туристов относительно возможностей зимнего отдыха в нашей стране. Австрия — это не только тысячи километров горнолыжных трасс, но и разнообразие отдыха без лыж.

Цель-Ам-Зее, известный горнолыжный курорт, обладает также большим оздоровительным потенциалом (минеральные источники). Вблизи тирольского города Зёльден расположен термальный комплекс и отель Aqua Dome. В новом сезоне они предложат российским туристам новый спа-салон премиум-класса, альпийскую травяную сауну

и этцтальские минеральные ванны. К наступающему высокому сезону в Aqua Dome увеличили число номеров, что позволит одновременно принимать около 400 постояльцев.

**Как в нынешних условиях меняются вкусы российского потребителя?** Российский турист — опытный турист, нуждающийся в новых эмоциях. Потому, говоря о зиме, важно донести до него, что горные лыжи являются главным мотивом посещения зимней Австрии, но не единственным. Более 90% российских туристов, приезжающих в Австрию, посещают три региона — Вену, Тироль и Зальцбург, оставшиеся 10% отдают предпочтение малоизвестным регионам: Верхней Австрии, Каринтии, Штирии. Мы можем говорить о незначительном росте интереса российских туристов к неизведанным еще австрийским регионам. Например, регион Шладминг, входящий в состав Штирии, помимо катания на горных лыжах предложит туристам в зимнем сезоне покататься на коньках, на санях, запряженных лошадьми, а также полетать на дельтаплане. Любителей ночной жизни порадуют многочисленные бары и клубы.

**Опасаетесь ли вы конкуренции со стороны горнолыжных курортов Сочи, демонстрирующих положительную динамику?** Международный кризис и неблагоприятный курс мировых валют, приостановка деятельности турфирм и тревожный информационный фон, безусловно, отразились на настроении россиян, многие из которых предпочитают проводить отдых на территории России. Красная Поляна становится конкурентоспособной на рынке, но это вопрос не одного года.



>>> Австрия — страна с богатой историей, девственной природой и разнообразной кухней, на формирование которой оказали влияние разные культуры. Все это делает небольшую, но многоликую Австрию, страной широчайших туристических возможностей.

**ПРИГЛАШЕНИЕ**  
**Moscow International M.I.C.E. Forum**  
 Московская Международная Выставка Делового и Инcentив Туризма  
**16 марта 2015**  
 Выставочный комплекс «Т-Модуль», г. Москва, Тишинская площадь, д. 1, ТВК «Тишинка»  
 Участники M.I.C.E. Forum:  
 Зарубежные и российские туристические агентства и туроператоры  
 Курорты и отели + Круизные компании + Авиалинии + Деловая авиация  
 Конгресс-, конференц- и Бизнес-центры + DMC + СПА курорты  
 Гольф-курорты + Специалисты в выставочном бизнесе

International M.I.C.E. Forum  
**MOSCOW**

Телефон организатора:  
**+7 495 777-25-77**

Для посещения мероприятия не забудьте зарегистрироваться на сайте:  
**www.miceforum.ru**





# В Тироле зима будет снежной

Совет по туризму Тироля пообещал российским туристам много снега и развлечений. Об этом говорили на состоявшейся в октябре пресс-конференции в московском «Новотеле» представители регионов Кицбюэль, Штубай, Циллерталь и Эцталь.

ТЕКСТ КОНСТАНТИН ИСААКОВ

**А**встрийские специалисты убеждены в том, что проблемы на российском туристическом рынке — дело временное, и гости из России по-прежнему будут с радостью проводить свой зимний отпуск в Австрийских Альпах. «К услугам гостей — 100 горнолыжных центров и свыше 5200 километров трасс, — говорит Флориан Кар, менеджер по российскому рынку тирольского Совета по туризму. — Все они располагаются в непосредственной близости (примерно в часе езды) от аэропорта Инсбрука. Регулярные рейсы и чартеры сюда из Москвы стартуют в конце декабря. Очень удобно добираться в Тироль и из Мюнхена, куда постоянно летают многие российские и европейские авиакомпании».

Современный горнолыжный Тироль — это 5 курортных регионов на высоте до 3 тысяч метров. Здесь присматривают за катающимися почти 7 тысяч инструкторов

по зимним видам спорта, в том числе русскоязычные специалисты. Во многих из 78 тирольских ресторанов есть меню на русском языке. В этих краях за сезон проходит не меньше сотни спортивных мероприятий и фестивалей.

«По статистике, до 10 миллионов туристов из разных стран посещают Тироль каждый год, на их счету — около 54 миллионов ночевков в отелях, каждый второй россиянин, приезжающий в Австрию, направляется в наш горнолыжный рай, — рассказывает Карин Зайлер-Лялль, руководитель управления маркетинга Совета по туризму Тироля. — Хочу передать российскому туристическому рынку и рядовым туристам сказанные мне накануне слова посла Австрии в РФ Маргот Клестиль-Лейфлер: условия выдачи въездных виз россиянам остались прежними, никаких ограничений не предвидится». История тирольских курортов насчитывает уже почти два века. Первые гости из России побыва-

ли в Кицбюэле еще в 1822 году: император Александр I встретился по пути с Веронского конгресса с кайзером Францем I и настолько восхитился местной рождественской песней «Тихая ночь, святая ночь», что затем не однажды приглашал тирольских певцов в Россию. И сегодня Кицбюэль славится шестью пятизвездными отелями, здесь работают несколько ресторанов с мишленовскими звездами, один из крупнейших в мире центров шопинга. Международные горнолыжные старты в Тироле ежегодно собирают до 85 тысяч зрителей.

О том, чем привлекателен отдых в долине Эцталь, в частности на курортах Зельден, Обергургль-Хохгургль, рассказал представитель этого региона Кристиан Шледер. С 8 сентября здесь уже лежит снег, и отдыхающие активно катаются на лыжах по трассам общей длиной 145,5 километров. В Обергургль-Хохгургль приезжают, чаще всего, семьями: здесь много преферен-

ций для детей и настоящая горная тишина. К тому же в регионе отменная, разнообразная кухня. На всех курортах к сезону добавили подъемники, чтобы исключить очереди к местам старта. Нет очередей и в Циллертале, самом крупном горнолыжном курорте Тироля. Его девиз — «Светлое, как снег, чувство счастья», которое обещают хозяева всем прибывающим сюда туристам. Причем практически круглый год: местный ледник Хинтертукс — единственное в Австрии место, где зима и все зимние развлечения длятся 365 дней в году. В 20 минутах езды от Инсбрука находится сердце Тироля — долина Штубайтале. Кататься тут можно с октября и до начала календарного лета. И здесь дети в привилегированном положении: если кто-то из родителей уже купил ски-пасс, то ребенок получит в Штубайтале бесплатный абонемент. Организуются экскурсии для детей в новый ледниковый грот на 30 метров под землей.

# Польша — суперзвезда Hampton by Hilton

Варшавский Hampton by Hilton — самый крупный представитель бренда за пределами США. Новый 17-этажный отель построен близ центрального вокзала польской столицы. Крупное событие для международной индустрии гостеприимства дало повод корреспонденту «ТБ» встретиться с руководителем особого подразделения знаменитой отельной сети «Хилтон» — Focused Service. **МАРК НОГАЛ** осуществляет бренд-менеджмент сфокусированной услуги в Европе, включая Россию, а также на Ближнем Востоке и в Африке.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

**И**з четырех тысяч «Хилтонов» примерно половина — «Хэмптоны», остальное приходится на десяток других брендов, существующих под «зонтом» основной марки, — рассказывает Марк Ногал. — Все «Хэмптоны» относятся к подразделению Focused Service. Каково содержание этой марки? В «Хэмптоне» гостю обеспечено центральное расположение на карте города, горячий завтрак, фитнес-зал и бесплатный Wi-Fi. И, конечно, выверенный баланс цены и качества услуг в целом. Рассчитывая в значительной степени на молодую, динамичную аудиторию — как, например, в Польше и России — мы стремимся создать предложение, отвечающее ее ожиданиям. Это относится даже к колористическому оформлению номеров и общих интерьеров отелей — в них присутствуют откровенно яркие тона. Эксперты уверяют, что это немедленно поднимает настроение человека, который переступает порог своего временного пристанища.

Об отелях бренда Hampton, действующих в России, Марк Ногал говорит с большим профессиональным удовлетворением. «Хэмптон» в Волгограде с его 160 номерами расположен в центре города, и дела у него идут исключительно удачно — настолько, что решено добавить в этом городе еще один, подобный. Второй объект расположен в Воронеже, третий — в Самаре. Большие ожидания возлагаются на отель, который откроется в Санкт-Петербурге в следующем году рядом с Hilton St. Petersburg — он станет комбинацией собственно Hilton'a и бренда «Хэмптон».

Всего в 2015 году на территории России и стран СНГ запланировано к открытию шесть отелей Hampton by Hilton: уже упоминавшийся петербургский, затем — Hampton Moscow Strogino (первая московская ласточка), Hampton Vladimir, Hampton Ufa, Hampton Nizhny Novgorod и, наконец, Hampton Minsk. Главный офис —

Hilton Worldwide — удовлетворен также результатами деятельности в России другого суббренда, Garden Inn Hilton. Его объекты находятся в Перми, Краснодаре, Красноярске и на Новой Риге в Подмоскowie. Всего в России на разных стадиях находится более 30 проектов нескольких брендов Hilton Worldwide.

В ближайших планах развития головной компании находятся новые технологические решения, в том числе выбор за сутки до вселения конкретного номера в отеле с помощью смартфона, а также использование последнего в качестве ключа для номера.

На стойке регистрации варшавского «Хэмптона» — этот отель на 300 номеров — самый крупный представитель данного бренда за пределами США — закреплена большая металлическая табличка: «Если вы чем-то недовольны, можете не платить». Хороший пример взвешенного популизма в высококонкурентном отельном бизнесе.



## HILTON В МИРЕ

Количество стран	93
Количество отелей (включая все виды владения и соуправления)	4200
Количество номеров	690 000

## HAMPTON В МИРЕ

Количество стран	14
Количество отелей	1 900
Количество номеров	188 000

(по состоянию на 30 июня 2014 года)







# Мексика раскрывается

К мексиканскому направлению на российском туристическом рынке в последние лет десять сформировалось два подхода. Первый — стандартный: здесь есть солнце, море и песчаные пляжи, чему россияне всегда рады. Мексику же как многообразную, уникальную дестинацию подлинное открытие еще ждет.

**ТЕКСТ**  
КОНСТАНТИН ИСААКОВ

Среди сподвижников «дешевой Мексики all inclusive» был свой лидер. Придя лет 10 назад на рынок этой многожанровой страны, туроператор «Южный Крест» как бы закрыл глаза на весь ее потенциал. Создав свой офис в Канкуне, он стал продавать бюджетный отдых в Западном полушарии, запустив чартерные рейсы Москва — Канкун — Москва. Народ поначалу хлынул. Но вскоре понял: дешево и сердито — это из области легенд. А в реальности — и отель плохонький, и еда скудная, и автобус выдавший виды. Заскучал турист — даже на роскошных пляжах. Последние 2–3 года мексиканские «отжимки» привлекали все меньше клиентов. Некоторое время назад канкунский офис «Южного Креста» закрыли за долги. А невыплаченные кредиты додушили, как известно, «Южный Крест» в России.

## ИСПЫТАНИЕ ЧУВСТВ

В реальной, «неуцененной» Мексике у туриста сразу же начинает кружиться голова. Стоит только прилететь в Канкун. Страна — как перенасыщенный раствор. По пути к райскому острову Котой или к острову Женщин (ничего феминистского: просто испанцы нашли тут некогда множество женских статуэток), вы вдруг решите, что вас укачивает. Хотя море спокойно. А ведет потому, что вода — неправдоподобно многоцветная: то лазурная, то темно-синяя, то и вовсе сиреневая. Насыщенностью цвета удивит сельва. Зеленый тут — от изумруда до бирюзы. Но сплетение веток, лиан,

стволы деревьев лучше не трогать: одно дерево ядовитое, другое — антияд, поди разберись. В заповеднике «Сиете бокас» («Семь ртов») близ Пуэрто-Моралес сельва разверзнет семь 150-метровой глубины подземных пещер. Это сеноты, в их загадочной полутьме можно искупаться. Или просто послушать владельца заповедника Хосе Луиса Мантойю Меха. Бывший сборщик каучука, он взял у государства в аренду эту землю и создал тут природный музей.

На развалинах Тулума — города, где когда-то счастливо жили майя, жертвовавшие своею жизнью во славу богов, вас посетят иные эмоции. На смену майя сюда пришли толтеки — азартные воины, убивавшие уже просто из любви к бою. Их сменили ацтеки, для которых убийство стало средством поддержания тоталитарного режима. Вот он, путь цивилизации.

Во всемирно знаменитой Чичен-Ице когда-то жили около 50 тысяч майя: они выращивали кукурузу, рыбачили, охотились, а пирамиды использовали не только как культовые сооружения, но и как обсерватории. Майя, кстати, и сейчас в Латинской Америке около трех миллионов. Они до сих пор хранят секреты своих необычных подземных коммуникаций. Юкатан — это и впрямь наполовину подземный мир: здесь еще и множество спрятанных под земным покровом озер и рек. Вода — важная часть майянской культуры. Обязательно надо посетить баню майя — темаскаль, только отчасти гигиеническую процедуру, содержащую элементы и самопознания, и чувственности.



»» В прошлом году Мексику посетило около **24** миллионов гостей отовсюду. И каждый увозил из страны радость ни с чем не сравнимых позитивных впечатлений.



## ГОРОД СТРАСТЕЙ

Фантасмагорический Юкатан, Канкун — это лишь ворота в большую и разную Мексику. Недолгий перелет — и вы уже в столице, в Мехико-сити. К Кафедральному собору Вознесения придется буквально продирается сквозь толпу на центральной площади Зоколо. Местные торговцы одновременно и гадают, шаманят, приплясывают и подпевают в такт. Но — поднимайте время от времени голову, смотрите на здания вокруг. Колониальный стиль! Сам храм пышен, ярко, золочен. На рельефе его алтаря — сонмы мельчайших фигур, изображений, он полон самобытной символики — вместо свечек тут, например, значки-символы, в том числе любовные: чтобы приворожить.

В Мехико все ловко балансирует между правдой и легендой. К примеру, история другого храма — Базилики Святой Девы Гваделупской. Некогда встретил в этих местах индеец женщину. «Я — Святая Гваделупа, пришла стать вашей покровительницей, — сообщила она ему. — Скажи местному священнику, чтобы построил мне храм». Священник поначалу не поверил. Дева опять встретила индейца. Сняла наброшенный на плечи плащ — и природа вокруг тут же расцвела. Плащ тот по сей день хранится в базилике.

Женский образ для мексиканца обрамлен тайнами и загадками. Такой предстает и легендарная Фрида Кало. Мексика XX века богата самобытными художниками с левачьими взглядами. Сикейрос, Ривера, Кало получи-

ли мировую известность. Последние двое — пара самобытная. Они женились, развелись, опять женились, в «паузах» бурно изменяли друг другу, но обходиться друг без друга не могли. Картины Диего Риверы в большом количестве — около 150 работ — можно увидеть неподалеку, в Доме-музее знаменитой собирательницы живописи Долорес Ольмедо, еще одной горячей поклонницы сеньора Диего. Но с каждого полотна, с каждой сделанной руками Кало пышной индейской юбки или украшения рвутся зашкаливающие страсти. Говорят, перед ними не устоял и Лев Троцкий — отвергнутый мацо русской революции.

Да, лидеры новейшей истории выглядят совсем не колоссами — особенно на фоне масштабных творений человеческого гения иных времен. Например, пирамид Теотиукана. Они всего в 50 км от Мехико. Центральная — Цитадель — вмещала до ста тысяч молящихся богу Кетцаль Куатлю — пернатому змею. В глубине пирамиды Луны были найдены останки 12 человеческих тел, врагов Теотиукана, под натиском которых он пал. А пирамида Солнца, датируемая примерно 150-м годом до нашей эры, обнаружена только в начале XX века.

## НА ЛЮБОЙ ЗАПРОС

Какое место занимает в вашем бизнесе мексиканское направление? Этот вопрос мы задали представителям российских туркомпаний, продвигающих латиноамериканские программы.



Фрида Кало. Автопортрет.



>>> В Кобе стоит знаменитая майянская Стела №1, на которой якобы записано, будто 21 декабря 2012 года всех ждал конец света.

## РЫНОК ВОССТАНОВИТСЯ

Вторая выставка Mexico Link Travel (MLT), организованная туристической ассоциацией мексиканских провайдеров, с успехом прошла в сентябре в московской гостинице «Балчуг Кемпински»

Выставка собрала не меньше сотни участников: 11 — мексиканских представителей принимающих компаний, авиаперевозчиков, отельеров и несколько десятков российских турфирм. На фоне проблем отечественного туррынка, затронувших и мексиканское направление, которое потеряло в этом году до 40% турпотока из России, участники MLT выразили уверенность: рынок непременно восстановится и Мексика вновь станет любимым направлением российских туристов.

Свои презентации провели авиакомпании Aero Mexico и Air



Europa, принимающий туроператор Arminas Travel, представители отельных цепочек Marriott, Melia hotels International, Banyan Tree

hotels, Amresors hotels, Original Resorst. Затем состоялся workshop, в ходе которого стороны обменялись информацией и заключили ряд соглашений, в том числе по новым пока для россиян маршрутам мексиканского штата Гереро с его курортом Акапулько, зонами Таско, Икстапа-Зиуатанехо. «Нашим туристическим брендом является солнечный треугольник, — подчеркнул Серхио Алварес, заместитель министра туризма штата Гереро. — И мы обещаем российским гостям 365 дней солнца в году и столько же сердечности».

«В карибском отделе первое, а в целом по компании седьмое, — уточняет руководитель отдела стран Латинской Америки и Карибского бассейна туроператора «Ванд» Ирина Овчинникова. — Страна эта интересна тем, что удовлетворит любой запрос: хотите хороший пляж и пару экскурсий — пожалуйста; интересуют колорит страны — есть многодневные и короткие экскурсионные программы, прекрасно сочетающие историю и природу; интересуетесь активным отдыхом — имеются и дайвинг, квадроциклы, серфинг, плавание с китовыми акулами». С недавних пор компания планирует делать акцент на событийном туризме — предлагать туры с учетом проводящихся в Мексике карнавалов, фестивалей. На сайте другого отечественного туроператора «АРТ-ТУР» вам предложат сформировать индивидуальные туры с исторической «ноткой» и посещением таких достопримечательностей, как Теотиуакан, Таско, Оахака, Ушмаль. Групповые программы охватывают курортные зоны Мексики — Ривьера-Майя и Канкун, а также Лос-Кабос, Акапулько. «Во всех этих местах — отели любого уровня «звездности», колоритные пляжи с белым песком и мелкой галькой, знаменитые на весь мир споты для винд-

серфинга и рифы для любителей дайвинга, — рассказывает начальник отдела Латинской Америки компании «АРТ-ТУР» Татьяна Дульнева. — Рестораны порадуют туристов необычными мексиканскими блюдами с неизменными тортильяс, чили и черной мелкой фасолью». Туроператор «Карибский клуб» делает акцент на экотуризме — прогулках на лодках в мангровых зарослях на Ривьере-Майя, в горах Сьерра-Мадре, а также на этносоставляющей — фольклорных вечерах, посещения фабрик по производству текилы, кулинарных мастер-классов. «Предлагаем мы исторические экскурсии, пляжный отдых, дайвинг на островах Косумель и Мариетас рядом с Пуэрто-Вальяртой, спелеодайвинг, спуск в пещеры на канатах, купание в сенотах, мистические церемонии очищения в традициях майя, — поясняет генеральный директор туроператора «Карибский клуб» Ирина Ткаченко. — Отдельная тема — Акапулько, самый знаменитый курорт Мексики с его казино и ежевечерними шоу. Плаяя Кондеса — это пляж и одновременно место шопинга, ресторанов. На пляжах Калета, Пи-де-ла-Куэста и Калетилья гораздо тише и вода спокойная: тут можно отдыхать с детьми».

## Врожденный оптимизм

Директор департамента Латинской Америки и Карибского бассейна компании «АРТ-ТУР» **ТАТЬЯНА ДУЛЬНЕВА** рассказывает о росте спроса на малоизвестные регионы Мексики и оптимистичных планах туроператора на зимний сезон

ПОДГОТОВИЛА АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Мексика пользуется стабильно высоким спросом у российских туристов. Став по итогам 2013 года одним из главных трендов отечественного турбизнеса, направление и сейчас, несмотря на непростую ситуацию на рынке, приведшую к проседанию спроса, характеризуется высокими объемами продаж, и у нас есть все основания полагать, что предстоящий зимний сезон пройдет удачно.

Для гарантированной отправки на отдых наших туристов мы будем использовать регулярные рейсы надежных авиакомпаний — Air France, British Airways, Air Europa,

Iberia Airlines, KLM, Lufthansa. В осенне-зимнем сезоне мы предлагаем клиентам широкий выбор индивидуальных туров: экскурсионные программы по стране, пляжный отдых и комбинации экскурсионных туров с отдыхом на пляже. Популярностью пользуются 8-дневный тур «Города богов», включающий посещение Мехико, Веракруза, Паленке, Кампече, Мерида и Канкуна, 4-дневный групповой тур «Майя Плюс» по маршруту Мерида — Кампече — Паленке — Четумаль — Канкун и другие.

В последнее время наряду с популярными у российских тури-



стов Канкуном и Ривьерой-Майя для пляжного отдыха и Мехико для экскурсионных туров растет интерес к отдыху на изысканном курорте Лос-Кабос, расположенном на мысе Калифорнийского полуострова, где Тихий океан встречается с морем Кортеса. До 1970-х годов здесь были рыбацкие деревушки, которые постепенно выросли в один из самых престижных курортов Мексики. Здесь нетронутые пляжи, запо-

ведники, прекрасные возможности для рыбалки, погружения с аквалангом. Представленные на курорте отели входят в известные мировые цепочки, в том числе класса deluxe. Например, курорт One&Only Palmilla. «АРТ-ТУР» формирует туристические продукты по привлекательной цене без ущерба качеству, предлагая агентам выгодные условия сотрудничества и индивидуальный подход.



## «Туризм — дело государственное»

Посол Мексики в РФ  
**РУБЕН БЕЛЬТРАН**



В прошлом году Мексику посетило около 24 миллионов гостей отовсюду. И каждый увозил из страны радость ни с чем не сравнимых позитивных впечатлений. Правительство нового президента страны Энрике Пенья Ньето уже осуществило 11 принципиально новых реформ, направленных на развитие Мексики, в том числе и в качестве привлекательной туристической дестинации. Недавно наш президент принял решение о строительстве нового аэропорта в Мехико. Если нынешний способен принять 30 млн человек в год, то будущий — в четыре раза больше. В этот проект будет вложено примерно \$12 млрд. Первую очередь планируется сдать через 4 года, а полностью аэропорт войдет в строй через 7 лет. Он, несомненно, будет готов принимать и прямые рейсы из Москвы.

## «Есть чем удивить гостей»

Руководитель компании Arminas Travel  
(Канкун) **АРМИНА ВОЛЬПЕРТ**



Латинская Америка — яркая и разная. Но ни в одной из стран региона нет таких ухоженных и волшебной красоты пляжей, такого исторического, культурного, этнографического, гастрономического разнообразия, как у нас в Мексике.

Мы благодарны Министерству туризма страны за постоянную и действенную поддержку наших усилий по популяризации мексиканских программ в России. С его помощью мы уже не впервые проводим в Москве и Санкт-Петербурге наши выставки. В этом сезоне мы с российскими партнерами подготовили новые турпакеты — от познавательных до гастрономических. Мексика готова удивить российского туриста необычными памятниками, артефактами майя и других индейских народностей, загадками «мистических городов», иными этно-, духовными и гастрономическими впечатлениями. Страна у нас — огромная, мультикультурная и постоянно развивающаяся.

# ART TOUR

Туроператор с 1992 года

# Мерч

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ  
И ГРУППОВЫЕ  
ЭКСПЕРСИОННЫЕ ТУРЫ:**

- «**ПЕРУ-ЭКСПРЕСС**»  
(6 дней / 5 ночей) — от 66 500 руб./чел.
- «**ПЕРУАНСКАЯ МОЗАИКА**»  
(8 дней / 7 ночей) — от 77 500 руб./чел.
- «**ИСТИННЫЙ ДУХ СТРАНЫ ИНКОВ**»  
(12 дней / 11 ночей) — от 104 900 руб./чел.

**Дополнительно оплачивается авиаперелет Москва-Лима-Москва**



**latina@arttour.ru**

**(495) 980-21-21**

**www.arttour.ru**



# RIU начинает высокий сезон с открытия в Мексике

Популярность Мексики у российских туристов настолько высока, что даже сейчас, когда ситуация с выездным туризмом складывается непросто, здесь ожидают роста турпотока из России. Рассказывает — глава департамента бизнес-развития сети отелей RIU Hotels & Resorts в России **ЕЛЕНА БУЗУКОВА**.

**ПОДГОТОВИЛА**  
АННА ЮРЬЕВА

»» В 2013 году страну посетили 108 тысяч туристов из России, а в текущем году власти Мексики ожидают принять 140 тысяч россиян. К 2018 году министерство туризма страны поставило задачу принимать до 500 тысяч российских граждан. Визу в Мексику сейчас можно получить в режиме онлайн всего за несколько минут.

**В** ближайшее время число прямых рейсов в страну значительно возрастет: стартует сезонная полетная программа, которая предусматривает три новых рейса в неделю из Москвы в Канкун. Она продлится до конца марта 2015 года. Ожидается, что наиболее популярными станут даты российских новогодних праздников.

Позиции сети RIU Hotels & Resorts на мексиканском рынке очень сильны, в стране 17 отелей оператора, 10 из которых находятся на чрезвычайно популярных курортах — Канкун и Ривьера-Майя, расположенных на полуострове Юкатан. Это восточное побережье страны, омываемое Карибским морем.

Кроме того, гостиницы компании расположены в западной части страны на берегу Калифорнийского залива, в Масатлане, Лос-Кабосе и курорте Нуэво-Вальярта-Ривьера-Наярит.

Канкун — вероятно, наиболее популярный мексиканский курорт среди россиян, именно сюда прибывают прямые авиарейсы из России. Помимо прекрасных пляжей, чистого моря и солнечной погоды, которая стоит здесь на протяжении всего года, Канкун привлекает своими достопримечательностями — городом Чичен-Ица с таинственными руинами храмов древних майя и островом Исла-Мухерес с питомником черепах и природным парком Гаррафон.

Курорт славится своими высококлассными отелями, лучшие из них расположены на вытянутом длинном полуострове, отрезанном от материка 9 километрами воды. Полуостров так и называется Zona Hoteles — отельная зона. Здесь находятся и пятизвездные отели RIU Hotels & Resorts, предлагающие знаменитое круглосуточное обслуживание в режиме «все включено» сети RIU, — Hotel Riu Cancun, Hotel Riu Caribe, Hotel Riu Palace Las Americas и Hotel Riu Palace Peninsula.

В Канкуне стоит упомянуть недавно открывшийся после масштабной реконструкции RIU Cancun — чрезвычайно популярный отель, расположенный в центре курортной зоны на первой береговой линии. Гостиница, работающая с 2003 года, претерпела серьезную реновацию, в которую было вложено 30 млн долларов. Реновация затронула все номера, рестораны, бассейны и парковку, а также холл гостиницы и фасад.

Открытие RIU Cancun состоялось в начале августа. Теперь у отеля современный имидж и увеличен ассортимент предоставляемых услуг.

В номерах отеля Riu Cancun выполнен ремонт с полной сменой стиля: теперь это современные помещения, в которых доминируют светлые цвета с веселыми розовыми и фиолетовыми акцентами. В санузлах вместо ванн установлены большие душевые кабины, а в номерах люкс помимо душевых кабин есть еще и джакузи. В номерах также появились электронные сейфы, телевизоры с плоским экраном и диагональю 40 дюймов и беспроводной доступ в интернет (Wi-Fi).

Обновлен и основной ресторан Miramar. Теперь это ресторан у бассейна, который разделен на две части: Coral, закрытое помещение с кондиционером, и Turquesa, открытая веранда, где по вечерам подают блюда из меню стейк-хауса. Кроме того, в отеле есть японский ресторан Kawachi и новый ресторан итальянской кухни La Toscana. Все они входят в систему обслуживания в режиме «все включено» сети RIU.

Отремонтированы четыре бара гостиницы. У бара и банкетного зала La Fiesta теперь помимо закрытой части есть просторная терраса с видами на Карибское море. Вся парковая зона, террасы и бассейны полностью перепланированы. Теперь в отеле три бассейна с новым дизайном и четвертый пейзажный бассейн новой постройки.

В отеле Riu Cancun по-прежнему работает прекрасно оборудованный спа-центр Renova с косметическими и антистрессовыми процедурами, а также тренажерный зал и конференц-зал. Кроме того, гостиница предоставляет к услугам гостей популярную дискотеку Pacha.



E-mail: [ebuzukova@riu.com](mailto:ebuzukova@riu.com)



# Бразилия — яркая и горячая

Бразилия не является массовым туристическим направлением на российском рынке. Но проходящие здесь международные мероприятия и популяризация новых направлений туризма укрепляют положительный имидж страны и позволяют турфирмам добиться хороших результатов продаж даже в условиях сложной ситуации на рынке.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

«**Н**а фоне международной экономической неопределенности Бразилия демонстрирует устойчивый рост экономики и стабильные показатели в туристической отрасли, — говорит Лукас Белтрами, начальник отдела по содействию торговле и инвестициям посольства Бразилии в России. — По итогам 2014 года мы рассчитываем на значительный рост турпотока, главным катализатором которого выступил чемпионат мира по футболу».

По словам Анны Аванесовой, директора компании Ada Tours, рост российского турпотока в Бразилию во многом связан с популяризацией малоизвестных регионов страны, готовых предложить широкие возможности отдыха для ценителей экотуризма.

«Мы предлагаем туры в Пантанал — самые большие затопляемые прерии в мире, экотуры в город Бонито, славящийся своими прозрачными реками, водопадами, горами и разнообразием приключенческих видов отдыха. Например, передвижение по канату на высоте 90 метров, семидесятиметровый спуск по канату в красивейший грот, где можно нырять вокруг сталактитовых формаций или просто осматривать грот на лодке», — рассказывает эксперт.

«Самыми популярными направлениями у российских туристов остаются Рио-де-Жанейро, водопады Игуасу, район Амазонии и пляжи. Но ежегодно российские туристы открывают для себя новые направления поездок. Например, сейчас клиенты все чаще спрашивают туры с посещением севера страны — Сальвадора, Ресифи, — говорит Надежда Маврина, генеральный директор компании Carioca Travel. — Легкие продажи дали хороший результат, в разы превышающий стабильно высокие объемы периода бразильского карнавала.



Думаю, что и результаты зимнего сезона порадуют нас, несмотря на сложность ситуации на рынке».

«Наступает высокий зимний сезон, но спрогнозировать ситуацию на рынке непросто, — считает директор компании Tour Express Андрей Крапивной. — Все будет зависеть от курса рубля и обстановки в стране в целом и в туристическом бизнесе в частности.»

Татьяна Лазарева, менеджер российского отдела компании OPCO Tours & Events, уверена, что в связи со сложившейся нестабильной ситуацией на туристическом рынке необходимо обратить внимание на развитие MICE-туризма: «Необходимо заниматься продвижением Бразилии как ведущего MICE-направления, где во главу угла поставлена инфраструктура для проведения конференций, выставок и других деловых мероприятий».

«Летом 2011 года два крупных холдинга — LAN Airlines и TAM Airlines — подписали меморандум о создании общего управляющего холдинга LATAM Airlines Group, это позволило повысить уровень сервиса», — рассказывает менеджер по продажам компании LATAM Airlines Group Мария Ковалева. По ее словам, к 2020 году парк LATAM Airlines Group пополнится 32 лайнерами Boeing 787 — LAN Airlines инвестировала в новые самолеты 3,5 млрд долларов.

«Основные пассажиры на рейсах LAN и TAM — американцы, на них приходится более 70% всех клиентов авиакомпаний. Свыше 20% клиентов — европейские туристы, доля российских туристов составляет 5%. Мы надеемся, что с появлением новых самолетов рейсы в Рио-де-Жанейро, которые отменили полгода назад, восстановят. Кроме того, есть вероятность запуска рейса в Буэнос-Айрес с удобными стыковками из Москвы», — отмечает Мария Ковалева.



>>> По данным Министерства туризма Бразилии, в 2013 году страну посетило 5,7 млн иностранных гостей, что на 4,5% больше, чем годом ранее. Российских туристов было более 25,5 тысячи человек (+0,44%).





# На автомобиле по Мальте

Многие туристы перемещаются по архипелагу на арендованном автомобиле — о популярности этой услуги свидетельствует большое количество прокатных фирм в стране. Прямо в аэропорту работают офисы нескольких компаний, сдающих в аренду автомобили: «Пежо», «Мерседес», «Форд» — выбор впечатляет.

**ТЕКСТ**  
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

**На 450 тысяч жителей Мальты приходится 350 тысяч автомобилей. Если все машины начнут движение одновременно, они моментально заполнят все дороги страны.**



**С**огласно мальтийским правилам, минимальный возраст арендатора составляет 25 лет, а максимальный — 75 лет. За дополнительную плату в счет полного страхования автомобиля можно взять машину с 21 года. Если у вас водительское удостоверение международного образца — никаких проблем! Другие нужно заверять в полицейском управлении. Кроме автомобиля есть возможность взять напрокат мотоцикл, мотороллер или велосипед. На Мальте можно обзавестись железным конем, едва сойдя с трапа самолета. Но поль-

зоваться им следует крайне осторожно. Почему? На архипелаге левостороннее движение, а к этому нужно привыкнуть. На адаптацию обычно уходит один-два дня.

Чтобы взять машину напрокат в городе, совершенно необязательно ехать в соответствующую фирму. Это можно сделать, позвонив прямо из отеля. Для этого требуется как минимум знание английского языка или наличие переводчика. Автомобиль буквально

в считанные минуты доставят к парадному входу отеля, составят договор и вручат ключи. Сдать машину обратно можно где угодно, позвонив в фирму и сообщив место стоянки. Стоимость аренды существенно зависит от сезона, например, Ford Fiesta летом обойдется в 30 евро в сутки, а зимой — в два раза дешевле. В целом цены на аренду на Мальте примерно на 20–25% ниже, чем в странах континентальной Европы. Для оформления договора потребуется паспорт, банковская карта или наличные в качестве депозита, размер которого начинается от 100 евро, в зависимости от марки автомобиля.

В городах ограничение скорости составляет 40–50 км в час. За пределами населенных пунктов ограничение составляет 60 км в час. Превышение скорости на 10 км в час карается штрафом в 24 евро. Наиболее распространенное нарушение, которое обязательно карается, — несоблюдение правил парковки. Нельзя парковать автомобиль в зоне двойной желтой линии. Штраф за нарушение — 24 евро. За вождение в нетрезвом состоянии можно лишиться суммы в размере 1200 евро. Допустимая норма алкоголя в крови — 0,8 промилле. За непристегнутый ремень придется выложить 47 евро.

Стоимость бензина такая же, как и в других странах Европы — около 1,5 евро за литр. Заправок много, но





это не актуально, поскольку размеры страны таковы, что одного бака хватит на то, чтобы исколесить ее вдоль и поперек. Качество дорог разное. Машины никто не закрывает, и даже оставляют ключи в замках зажигания, поскольку автомобильного воровства нет в принципе — на маленьком острове не спрячешься. Осматривать мальтийские города лучше не на машине — езда по узким улочкам требует большой виртуозности и затрудняет возможность полюбоваться местными достопримечательностями. Поэтому, прибыв в город, автомобиль лучше оставить где-нибудь на парковке и дальше двигаться пешком. Зато на автомобиле очень удобно перемещаться между населенными пунктами, добираться до уединенных пляжей и природных достопримечательностей, куда не дотянулись маршруты общественного транспорта. Машина дает вам полную свободу.

Например, с Мальты можно отправиться в порт Мджар на острове Гоцо, куда курсирует паром. Стоимость переправы автомобиля с пассажирами составляет 17,5 евро. Время в пути не превышает получаса. На Гоцо автомобиль пригодится как нельзя кстати, поскольку многие интересные достопримечательности находятся вне населенных пунктов. Обязательно стоит съездить в мегалитический храм Джгантия, в деревню Двейра, возле которой находится самое живописное место острова под названием «Лазурное окно», и в деревню Марсалфорн, известную рукотворным феноменом «Соляные лунки». Включите в маршрут бухту Шленди, где можно позагорать на плоских черных камнях. На автомобиле легко добраться и до популярного песчаного пляжа возле пещеры Калипсо.

Автомобиль пригодится и на острове Мальта. Круизный маршрут включает подземный храм Гипогей в местечке Паола, мегалитические храмовые комплексы Хаджар-Им и Мнайдра, загадочную пещеру Гджар Далам на окраине поселка Бизерббуджа. Чтобы полюбоваться красивыми ланд-

шафтами, стоит посетить главную природную достопримечательность острова под названием «Голубой грот». Дорога к этому удивительному месту идет по горам, порой пересекая огромные расщелины. Автомобиль — единственная возможность добраться до диких пляжей, где царят уединение и покой. Если вы путешествуете с детьми, обязательно включите в программу посещение «Деревни морячка Попай» — необычного развлекательного парка, устроенного в виде старинной рыбацкой деревушки.

**БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ**

**БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ**

**БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ**

**Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:**

<b>ICS TRAVEL GROUP</b> (495) 200780 «ДОБРЫННИКОВЪ» (495) 748-6947 (мн.) <a href="http://www.icstravel.ru">www.icstravel.ru</a>	<b>БАНД ИНТЕРНЕШЛ ТУР</b> (495) 071881 «ТВЕРСКАЯ» (495) 730-3851 <a href="http://www.banded.ru">www.banded.ru</a>	<b>ДиАЛОГ</b> (495) 001343 «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2322 (мн.) <a href="http://www.maltainnort.ru">www.maltainnort.ru</a>	<b>ИНСАЙТ-ЛИНГВА</b> (495) 00842 «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0522 <a href="http://www.i-ly.ru">www.i-ly.ru</a>
<b>МЕЛИТА ТУР</b> (495) 011106 «АРБАТОВСКИЙ» (495) 411-9032 <a href="http://www.maltiland.ru">www.maltiland.ru</a>	<b>МИПЛЕНУМ ВОЯЖ</b> (495) 011206 «БАМАНСКИЙ» (495) 848-1181 <a href="http://www.mplennum.ru">www.mplennum.ru</a>	<b>СОЛВЕКС-ТРЭВЕЛ</b> (495) 008881 «ВРОПЛОТОВСКИЙ» (495) 858-1418 <a href="http://www.solveks.ru">www.solveks.ru</a>	<b>СТБ ТУРС</b> (495) 008885 «ДОСТОЕВСКИЙ» (495) 038-5333 <a href="http://www.stbtours.ru">www.stbtours.ru</a>
<b>ТРЭВЕЛ ЭКСПРЕСС+МФ</b> (495) 000796 «НАГАТИНСКИЙ» (495) 981-2725 <a href="http://www.travel-express.ru">www.travel-express.ru</a>	<b>ТРЭВЕЛМАРТ</b> (495) 071880 «ТАГАНСКАЯ» (495) 035-0338 <a href="http://www.travelmart.ru">www.travelmart.ru</a>		

 **Мальта - не просто отдых!**  
**MALTA IS MORE**  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)





# Милан наполнит энергией

Всемирная выставка EXPO-2015 пройдет в Милане с 1 мая по 31 октября 2015 года под девизом «Накормим планету: энергия для жизни». Путешествие в столицу Ломбардии в этот период сулит туристу немало приятных открытий.

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

**В**семирная выставка EXPO считается символом мировой индустриализации и рассматривается как открытая площадка для демонстрации технических и технологических достижений человечества. Здесь выставляются товары ремесленного и промышленного производства, технологии машинного производства, разнообразные полезные ископаемые, предметы изобразительного искусства.

## ОТКРЫТИЯ И СИМВОЛЫ

Рекордсменом по проведению всемирных выставок на сегодняшний день является Париж, который принимал EXPO шесть раз, начиная с 1855 года. Италия выступала хозяйкой этого масштабного и престижного мероприятия три раза: в 1906 году выставка прошла в Милане, в 1911 году — в Турине, в 1992 году — в Генуе. Всемирная выставка в Риме, намеченная на 1942 год, была отменена из-за Второй мировой войны. Но несостоявшаяся EXPO-1942 внесла свою лепту в архитектурный облик итальянской столицы, оставив городу в наследство целый квартал — ЭУР («Эспозиционе Универсале Романа»). В рамках всемирных выставок посетителей традиционно

знакомят с различными изобретениями и техническими новшествами. Так, в 1862 году в Лондоне была представлена первая швейная машинка, в 1876 году в Филадельфии — первый телефонный аппарат, в 1893 году в Чикаго — система электрического освещения. Строительство Эйфелевой башни — символа столицы Франции — было приурочено к проведению Всемирной выставки в 1889 году. Первый Международный литературный конгресс был также организован в Париже в рамках EXPO-1878. В 1900 году на Всемирной выставке во французской столице в обиход вошло слово «телевидение», которое впервые прозвучало в отчете русского инженера Константина Перского. 37 лет спустя в советском павильоне на парижской EXPO-1937 публике была представлена созданная специально для выставки знаменитая композиция «Рабочий и колхозница», которую высоко оценила французская пресса, назвав ее «величайшим скульптурным произведением XX века».

В дальнейшем внимание организаторов выставки вышло за пределы достижений науки и техники: участники стали переходить к обсуждению глобальных вопросов, стоящих перед человечеством, например, человек и его место на Земле, экология, урбанизация.



В соответствии с этими вопросами для каждой выставки определяется конкретная тема, которой страны-участницы посвящают свои экспозиции.

## ЧЕТВЕРТАЯ ИТАЛЬЯНСКАЯ

Всемирная выставка EXPO-2015 развернется в пригородных районах Милана — Ро и Перо — на площади примерно 200 гектаров. Ее павильоны будут непосредственно примыкать к Миланской Ярмарке и разместятся на острове, окруженном искусственными каналами. Сам остров разделит на четыре части двумя главными перпендикулярными улицами, по образцу планировки древнеримских городов. Фонд Fondazione Fiera Milano (FFM) уже передал земли, предназначенные для EXPO-2015, сторонам, которым поручено довести проект до завершения. Экспозицию составят более 60 павильонов и тематических площадок, посвященных культурным и кулинарным традициям мира. Выставочное пространство предусматривает залы для встреч и развлечений, каналы и бассейны, ботанические сады и детские образовательные площадки, а также интерактивные мультисенсорные маршруты, охватывающие различные темы.

Для выставки выбрано стратегически важное место с развитой инфраструктурой: две автомагистрали, два аэропорта — Мальпенса и Линате, линия высокоскоростного железнодорожного сообщения и метро, обеспечивающие связь с Миланом и близлежащими территориями.

## ЗА ОДНИМ БОЛЬШИМ СТОЛОМ

На повестке дня миланской выставки — тема продовольствия как острейшая проблема современности. Эксперты со всего мира будут совместно разрабатывать данную тему в экономическом, научном, культурном и социальном аспекте. EXPO-2015 будет разделена на пять тематических площадок. Павильон «Зеро» познакомит посетителей с основной тематикой выставки. Площадка «Еда в искусстве» проиллюстрирует историческое отношение человека к еде. «Будущее питания» — это символическое представление трендов распределения, покупки и потребления продуктов питания. «Детский парк» — специально оборудованное место для детей и семей, позволяющее играть и учиться. Площадка «Биоразнообразие» — выставочное пространство, где наглядно продемонстрируют разнообразие жизни и богатство планеты.

На выставке будут представлены девять кластеров: Биосредиземноморье — Здоровье, красота и гармония, Какао — Еда богов, Специи — Мир специй, Кофе — Двигатель идей, Фрукты и бобовые — Идеальная диета, Рис — Богатство и безопасность, Засушливая зона — Сельское хозяйство и питание, Острова — Море и еда, Злаки и клубни — Старые и новые культуры.

«EXPO-2015 станет универсальным событием, отображающим традиции, творчество и инновации в продуктах питания, — уверяют организаторы. — На



>>> Масштабный проект EXPO in the city обещает немало сюрпризов гостям Милана. Их вниманию будут предложены многочисленные выставки в городских музеях, ежедневные представления в театре Ла Скала, выступления цирка «Дю Солей», дружеские футбольные матчи, дегустации и кулинарные шоу ресторанов, отмеченных мишленовскими звездами.

## Миллион россиян в Италии

16 сентября в Москве состоялась презентация Всемирной выставки EXPO-2015, которая пройдет в Милане, и тематического проекта Road to EXPO-2015

Организаторы мероприятия предложили весьма красноречивый и символический формат — пригласили гостей за большой праздничный стол в зале «Московский» гостиницы «Националь». Хозяевами встречи выступили директор московского офиса Агентства по продвижению внешнеэкономической деятельности итальянских компаний-ICE Маурицио Форте (на фото), первый советник по торговым вопросам посольства Италии в Москве Никколо Фонтана, директор по маркетингу и торговым вопросам павильона Италии на Всемирной выставке EXPO-2015 Марина

Джерри, директор выставочного комплекса г. Лонгароне Паоло Роса и руководитель зарубежного маркетинга выставочного комплекса г. Чезена Валентина Пираччини. Открывая встречу, Маурицио Форте заявил, что в преддверии миланской выставки испытывает радость и надежду на расширение сотрудничества между Италией и Россией. В рамках проведения Всемирной выставки в Милане Министерство экономического развития страны реализует проект Road to EXPO-2015, цель которого — популяризация итальянского агропромышленного комплекса.

Программа, разработанная Агентством по продвижению внешнеэкономической деятельности итальянских компаний ICE и Ассоциацией итальянских выставок и ярмарок AEFI, предусматривает организацию посещения итальянских выставок импортерами, представителями СМИ и специалистами, а также обеспечение приема многочисленных посетителей международных отраслевых экспозиций в 2014 и 2015 годах. В Италии действуют 34 выставочных центра. Ежегодно в стране проводится почти тысяча выставочных мероприятий, на которых около 200 тысяч участни-



ков представляют свою продукцию 22 млн посетителей. По словам Никколо Фонтана в 2013 году всеми консульствами Италии в России было оформлено 800 тысяч виз, и есть все основания ожидать, что в 2015 году итальянскую визу получит миллион россиян.



выставке будут раскрыты многие темы, которые уже освещались здесь в прошлом, но представленные заново в свете новых глобальных возможностей. Основной является идея, что все люди на планете должны иметь доступ к продуктам питания, здоровым, безопасным и в достаточном количестве».

Страны-участники выступят с конкретными предложениями по решению важных задач: как гарантировать каждому человеку право на безопасное, надежное и достаточное питание, как обеспечить экологическую, экономическую и социальную устойчивость пищевой цепи, как сохранить исконный вкус продуктов и культуру питания. «Цель Всемирной выставки в Милане — наметить для всего мира общие руководящие принципы, которые помогут решить эти задачи», — подчеркивают организаторы мероприятия.

EXPO-2015 оставит после себя существенное материальное наследие: площадка выставки впоследствии превратится в «умный» город — место, где современные технологии и энергия будут использоваться максимально разумно и с соблюдением принципов сохранности окружающей среды.

### НАПРЯМУЮ И ЧЕРЕЗ ТУРФИРМЫ

Многие международные компании уже сделали ставку на этот проект, став его партнерами. Как показывают результаты социологических опросов, интерес к теме EXPO-2015 «Накормим планету: энергия для жизни» весьма высок. Заинтересованность в посещении выставки выразили 58% респондентов-итальянцев, 38% французов, 35% испанцев и швейцарцев, 26% немцев, 56% китайцев, 36% американцев и 40% опрошенных россиян. Ожидается, что за шесть месяцев 2015 года около 20 млн посетителей и участников (12–14 млн итальянцев и 6 млн зарубежных гостей, всего с учетом повторных визитов — 24 млн человек) приедут в Милан и его пригороды, чтобы принять участие в EXPO и в ее насыщенной программе, включающей тысячи культурных мероприятий и концертов. На сегодняшний день в числе официальных участников EXPO-2015 представлено более ста сорока стран и международных организаций. 60% билетов на Всемирную выставку будет реализовываться напрямую — через интернет, официальные пункты и киоски продаж, call-центр, 40% — через посредников, в том числе через турфирмы. Туроператоры, сотрудничающие с EXPO как официальные распространители, получают право на использование специального логотипа и билетов в качестве инструмента для продажи пакетов дополнительных услуг, например, организации кулинарных мероприятий, посещений достопримечательностей, шоп-туров. По своему виду билеты делятся на две категории: традиционные (бумажные билеты с QR-кодом, распечатка на принтере) и электронные (E-Ticket на смартфоне, бес-

контактные смарт-карты и банковские карты, мобильные SIM-карты). Стоимость посещения выставки зависит от целого ряда параметров. В частности, можно приобрести билет для посещения выставки на один или несколько дней, а также специальный билет для вечернего визита на EXPO. Даты посещения могут быть фиксированными или открытыми. В последнем случае билет должен быть выкуплен как минимум за 30 дней до использования, на него допускается скидка в 10%. Предусмотрены тарифы для взрослых, детей, семей, людей пожилого возраста (старше 65 лет), инвалидов. Дети до 4 лет и сопровождающие людей с ограниченными возможностями проходят на выставку бесплатно. Цена также зависит от того, когда куплен билет — до открытия EXPO или после.

Самый дорогой вариант — билет с открытой датой, приобретенный после начала выставки. Самый бюджетный — купленный до открытия EXPO билет с фиксированной датой, предполагающий посещение мероприятия в дни наименьшего интереса: по понедельникам и вторникам (за исключением первой и двух последних недель проведения EXPO, а также 2 июня, когда Италия отмечает День провозглашения Республики). В качестве дополнения к стандартному турпакету туристы могут заказать обеды и ужины, индивидуальные экскурсии, предпочтительное бронирование и вход на выставку без очереди, участие в культурных мероприятиях, в том числе за пределами выставочного комплекса.

### ПИЩА ДУХОВНАЯ

В период проведения EXPO-2015 вниманию гостей будут предложены выступления цирка «Дю Солей», дружеские футбольные матчи, дегустации и кулинарные шоу ресторанов, отмеченных мишленовскими звездами, разнообразные выставки, концерты, спектакли. Этот масштабный проект получил название EXPO in the city. За несколько месяцев до открытия Всемирной выставки в Милане появится новый Музей культуры, спроектированный известным британским архитектором Дэвидом Чипперфильдом. В замке Каstellо Сфорцеско, который является столь же знаковым символом столицы Ломбардии, как и Кафедральный собор, будут работать интереснейшие выставки, где представят творения Микеланджело и Леонардо да Винчи. Четыре художественные экспозиции предложит вниманию посетителей королевский дворец Палаццо Реале. Здесь, в частности, можно будет увидеть работы Леонардо да Винчи и Джотто. Специальную программу, приуроченную к проведению EXPO, подготовил Пикколо театро ди Милано. Не остался в стороне от грандиозного события и легендарный театр Ла Скала. Он будет работать ежедневно, зрители ждут семь балетов, семнадцать опер, концерты, сольные вечера, детские и специальные спектакли



»»» По понедельникам и вторникам выставка EXPO-2015 будет работать с 9.00 до 20.30, в остальные дни — 9.00 до 23.30. Со 2 июня стартует проект «Ночной EXPO», в рамках которого вход для посетителей по специальным билетам открывается с 18.30.



low cost. Большинство миланских музеев в период проведения EXPO-2015 изменило график работы — они будут открыты до 23.30.

## ДОРОГА К EXPO

В рамках проведения Всемирной выставки в Милане Министерство экономического развития страны реализует проект Road to EXPO 2015, — цель которого — популяризация итальянского агропромышленного комплекса. Программа, разработанная Агентством по продвижению внешнеэкономической деятельности итальянских компаний ICE и Ассоциацией итальянских выставок и ярмарок AEFI, предусматривает организацию посещения итальянских выставок импортерами, представителями СМИ и специалистами, а также обеспечение

приема многочисленных посетителей международных отраслевых экспозиций в 2014 и 2015 годах. Ежегодно в Италии проводится почти тысяча выставочных мероприятий, на которых около 200 тысяч участников представляют свою продукцию 22 млн посетителей. В частности, осенью-зимой 2014 года в стране пройдут Международная выставка крупного рогатого скота молочных пород (Кремона, 22–25 октября), Cibustec-Foodpack: технологии упаковки и расфасовки продуктов питания (Парма, 28–31 октября), Ecomondo: переработка энергии и технологии защиты окружающей среды (Римини, 5–8 ноября), Key Energy: возобновляемые источники энергии и их использование (Римини, 5–8 ноября), EIMA International: сельскохозяйственная и садоводческая техника (Болонья, 12–16 ноября), MIG: непромышленное мороженое (Лонгароне, 30 ноября — 3 декабря).

## По Кардо и Декуманусу

Павильон Италии на EXPO-2015 расположится в районе Кардо, на одной из двух перпендикулярных осей, наряду с Декуманусом составляющей основу генерального плана выставки

В то время как на Декуманусе будут представлены страны-участницы выставки, Кардо станет местом, где гости смогут осмотреть целый ряд различных экспозиций, принять участие в тематических и культурных мероприятиях.

Павильон Италии спроектирован в двух направлениях, которые соответствуют районам вблизи Кардо и Дворца Италии. В помещениях и на открытых площадках, выходящих на ось Кардо — мощеную улицу шириной 35 метров и длиной 325 метров, закрытую тентами (она соединяет Водную площадь на севере с площадью Водного пути на юге) — будут проходить многочисленные мероприятия, представляющие разнообразие и богатство Италии, ее легко узнаваемых уникальных территорий, местных учреждений, природных ландшафтов, продуктов питания и культурных традиций.

На северо-западе Кардо находится Дворец Италии. Этот объект имеет особое значение для всего



выставочного центра, поскольку он является организационным и представительским центром государства и правительства страны. Дворец выходит на Водную площадь, своеобразную сцену, предназначенную для проведения мероприятий, а также место встречи и отдыха посетителей. В северо-восточной части Кардо будут представлены достижения итальянского виноделия и производства оливкового масла. В северной части Кардо, обращенной к Водной площади, оборудо-

ваны площадки для экспозиций и представительских организаций Европы. По замыслу организаторов, их расположение напротив Дворца Италии, в непосредственной близости от Кардо, символизирует тесные отношения между Италией и Европой. Точка пересечения двух осей, виртуальный центр всей территории — площадь Италии, то символическое место, где мир встречается с Италией. Размеры площади (почти 5,5 тысячи квадратных метров 74 м x 74 м) и ее

местоположение позволяют проводить здесь мероприятия, организованные в рамках EXPO-2015 странами-участницами и итальянскими учреждениями. Проект Дворца Италии был разработан компанией Expo 2015 S.p.A. в апреле 2013 года. Творческое объединение архитектурных студий Nemesi & Partners S.r.l., Proger S.p.A., BMS Progetti S.r.l., Милан и профессор Ливьо Де Сантоли предложили воплотить идею «городского леса» — архитектура своими объемами и структурой напоминает лес, в который посетитель может углубиться, чтобы открыть для себя романтический архитектурный ландшафт. Дворец Италии является символическим центром всего проекта, он останется здесь и после окончания выставки в качестве центра инновационных технологий для жителей города. Выставочные помещения на улице Кардо, напротив, представляют собой временные постройки, выполненные с применением сборных технологий.



# Французский вояж

Нынешнее лето для отечественного турбизнеса было непростым, особенно для тех компаний, которые отправляли туристов в Европу

**ТЕКСТ**  
СВЕТЛАНА КОНОПЛЕВА

«**Л**етом, как правило, большинство туристов предпочитает отдых на морском побережье, поэтому спрос на экскурсионные туры снижается. А вот осенью, наоборот, особенно в период школьных каникул — спрос растет, люди бронируют туры с разным набором экскурсий — от 4 до 10», — говорит руководитель отдела Франции и Швейцарии BSI Group Наталья Бродская. «Высокий сезон для экскурсионных туров — весна и осень. В эти периоды путешествовать по Европе комфортно, — развивает мысль коллеги руко-

водитель отдела рекламы компании Ras Group Надежда Найдис. — Летом туристы выбирают в основном туры в Париж с ненасыщенной программой или туры на Лазурный берег, совмещенные с пляжным отдыхом».

«Летом многие туристы предпочитают туры на Лазурный берег или путешествия по стране с посещением юга Франции, осенью основной объем турпотока идет в Париж и северные провинции», — соглашается менеджер отдела маркетинга и рекламы ООО «Меридиан Экспресс Холидэйз» Маргарита Зеленина.



«В 2013 году Францию посетило 876 тысяч российских туристов — на 8% больше, чем годом ранее. Это очень хороший результат. Даже если его не удастся превзойти по итогам сезона 2014 года, российский туристический рынок остается одним из приоритетных для Франции, — резюмирует директор московского офиса Atout France Инесса Короткова. — Как показывает наш опыт, россияне по-прежнему стремятся открыть для себя все новые французские регионы».

## РЕКЛАМА – ДВИГАТЕЛЬ ПРОДАЖ

В борьбе за клиента туроператоры пошли разными путями. Кто-то максимально снизил цены еще на этапе раннего бронирования, кто-то держал цены, снижая их лишь в последний момент. Хотя «горящие туры» на французском направлении представляют интерес лишь для обладателей действующих шенгенских виз.

Визовая политика консульства Франции пока остается неизменной — срок выдачи виз максимален для стран Шенгена и составляет две недели. Хотя сейчас большинство консульств стараются чаще выдавать длительные визы, в том числе и двухлетние. Французское консульство — не исключение. Об этом рассказала руководитель компании «Натали Турс» Наталья Воробьева. «Мы сделали ставку на рекламу «Диснейленда» в Париже и не прогадали. Мы убедились, что нужно заранее вкладываться в рекламу по направлению, а не рассчитывать на демпинг в последний момент. Поэтому с мая мы усилили рекламу на телевидении», — отметила эксперт.

Большинство туроператоров на французском направлении делают ставку на экскурсионные программы. «Конечно, без экскурсионных туров сложно себе представить этот рынок. Франция — страна для тех туристов, кто любит путешествовать. На экскурсионные туры здесь приходится основной объем продаж, и мы предлагаем широкий ассортимент экскурсионных туров, в том числе программы с большим количеством свободного времени. Есть туры, насыщенные экскурсиями по провинциям», — говорит Надежда Найдис.

«Наибольшей популярностью пользуются именно экскурсионные туры в Париж и по провинциям страны, суммарно они составляют порядка 90% от всех программ по Франции, — подтверждает Маргарита Зеленина. — Если интерес к экскурсионным турам в Париж всегда был устойчиво высоким, то интерес к турам по французским провинциям увеличивается с каждым годом». Немного другая статистика у BSI Group. «В нашей

компании соотношение экскурсионных и индивидуальных туров по Франции составляет 40% к 60%. Безусловно, туристы, отправляющиеся во Францию в первый раз, предпочитают присоединиться к группе, ну а потом бронируют с нашей помощью индивидуальные программы по французским провинциям», — отмечает Наталья Бродская.

## ЛЕТНИЕ ГОРКИ

Весенне-летний сезон начался непросто, и вряд ли кто-то рассчитывал на рост турпотока. Тем не менее сохранить продажи на уровне прошлого года несмотря на скачки спроса большинству операторов удалось. «Безусловно, нынешний летний сезон непростой, причины всем известны. Спад продаж был особенно ощутим в мае, но к июлю ситуация выправилась, а в августе наблюдался даже рост продаж по сравнению с прошлым годом», — говорит Наталья Бродская.

«Начало сезона было очень успешным для Франции, но с конца июля покупательский спрос стал падать в связи с общей нестабильной ситуацией на рынке. Впрочем, сейчас мы наблюдаем возврат интереса к направлению, ситуация стабилизируется», — поясняет Надежда Найдис.

По свидетельству руководителя отдела аналитики, маркетинга и рекламы «Данко Трэвел Компани» Нины Акимовой, в их компании турпоток и интерес клиентов к экскурсионным турам сохранился на уровне прошлого года.

Маргарита Зеленина подчеркивает, что снижение турпотока было предсказуемо, и компания изначально рассчитывала на меньший объем продаж. Вместе с тем вырос интерес туристов к «горящим турам» и коротким поездкам выходного дня.

## ОСЕНЬ – ВРЕМЯ ЭКСКУРСИЙ

В последнее время туроператоры отмечают возрастающий интерес к комбинированным турам по Франции. «Популярностью пользуются такие программы, как «Париж и очарование Прованса», «Париж и мифы средневековой Бретани», «Париж и вино-гастрономический тур в Бургундию», а также туры с проживанием в Париже и «Диснейленде», — рассказывает Наталья Бродская. — Очень часто, особенно в дни осенних каникул, клиенты выбирают комбинированные программы с проживанием в Париже от 3 до 5 ночей и парижском «Диснейленде» от 2 до 4 ночей. В этот период действуют различные спецпредложения на проживание в «Диснейленде», например, снижение цены до 15%, бесплатное



>>> На таком популярном направлении, как Франция, падение спроса на экскурсионные туры составило 26% — об этом свидетельствуют результаты интернет-исследования EXDEX.

»»» Визовая политика консульства Франции пока остается неизменной — срок выдачи виз максимален для стран Шенгена и составляет две недели.

проживание для детей до 12 лет, бесплатный полный пансион для детей до 12 лет».

«Особое внимание рынка привлек наш тур «Знакомство с Францией» с проживанием в комфортабельных апартаментах 4\*, — говорит Надежда Найдис. — Мы делаем акцент на наши фирменные туры по Франции — это сбалансированные программы, предназначенные для туристов разных категорий, с разным уровнем знания страны. Для новичков подойдут «Знакомство с Францией», «Знакомство с Парижем», для более опытных — «И вновь Париж», а для тех, кто ищет чего-то особенного — комбинированный тур «Лазурный берег и Прованс».

«Новинка осеннего сезона — экскурсионный тур «Пейзажи Прованса», который стартовал 14 сентября. Именно в этом путешествии туристы смогут открыть для себя настоящий Прованс. Это отличная возможность увидеть провансальскую Венецию — город Мартиг, древний Арль, запо-

ведник Камарг, побывать в провинции Люберон и живописных деревеньках Горд и Руссийон, отведать прованских сладостей и оливок и отдохнуть в приморском городе Ля Сиота. Наш специальный подарок — дегустация прованских вин», — рассказывает Наталья Бродская.

«Меридиан Экспресс Холидэйз» предлагает уникальную коллекцию экскурсионных туров по Франции продолжительностью от 1 до 16 ночей. «Посетить несколько городов, к примеру, Париж и Лион или Париж и Ниццу, или же отправиться в путешествие по всей стране с посещением северных, восточных и южных провинций — теперь каждый турист сможет найти для себя вариант, максимально соответствующий его пожеланиям», — подчеркивает Маргарита Зеленина. По ее словам, в компании рассчитывают на увеличение доли автобусных туров с учетом разнообразия предложений и их сравнительно низкой стоимости.

## Франция с неизменным шармом

Более двадцати представителей французского туристического бизнеса, представляющие самые популярные направления и горнолыжные курорты, совершили осенний десант в Москву

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Формально темой встречи была объявлена «Культура и гастрономия», однако масштаб презентаций оказался шире: французы стремились показать, что их не смущает ни общеевропейский спад туристического бизнеса в минувшем сезоне, ни зарегистрированное снижение интереса российских туристов к европейским направлениям. Директор московского офиса Atout France Инесса Короткова (на фото) подчеркнула, что французские коллеги продолжают делать ставку на российский рынок, считая его важным и значимым. Менеджер по маркетингу регионального комитета по туризму Нормандии Эмилия Урсюль сообщила, что в будущем году завершится реконструкция

одного из самых посещаемых мест Франции — замка и острова Мон-Сан-Мишель, которому вернут его «морскую природу», а в здании архиепископства Руана откроется музейный центр — или, как его еще называют, «историал» — Жанны д'Арк. Говоря о динамике туризма из России, Эмилия Урсюль привела данные, что российские туристы, занимавшие в 2012 году 12-е место по числу прибытий в Нормандию зарубежных гостей, в прошлом году вышли на 9-ю позицию. Тесно было у столика Беатрисы Ди Вита, заведующей пресс-службой офиса по туризму и конгрессам Антибы — Жуан-ле-Пен. Директор по маркетингу туристического офиса департамента Эро (регион Ланге-

док-Руссильон) Жан-Франсуа Пуже указал на успех гастрономических туров, привлекающих растущее число туристов из России. Представители ведущих горнолыжных курортов Франции привезли свои новинки, демонстрируя намерение не упустить завоеванных на российском рынке позиций. Инесса Короткова рассказала корреспонденту «ТБ», что применительно к французскому направлению снижение турпотока из России оценивается примерно в 20%. Такое проседание, по ее словам, сравнимо с ситуацией 2009 года, последовавшей после общего экономического кризиса. Тогда рынок восстановился достаточно быстро. «Сейчас французские партнеры, несмотря ни на что, продолжают испы-



тывать доверие к российскому рынку — это выражается в их активизации здесь во втором полугодии, которую мы наблюдаем», — прокомментировала она.

В качестве возможной сквозной темы французского туризма на 2015 год, которая еще не выбрана, Инесса Короткова назвала велнес: «Имеется в виду не медицинский туризм, а спа, талассотерапия и бальнеологические курорты, посещение которых может дополнять более широкие туристические программы».



# Индийский океан — новые звезды

Престижные гостиницы открываются на островах Индийского океана — на Сейшелах, Маврикии и Шри-Ланке

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

**В** конце 2014 года на Сейшельских островах начнет работу новый отель бренда Avani под управлением Minor Hotel Group (MHG). Компания проводит ребрендинг и реновацию уже существующего отеля, который получит название Avani Seychelles Barbarons Resort & Spa. Объем инвестиций составляет \$8 млн.

Гостиница расположена на западном побережье живописного острова Маэ, рядом с заливом и пляжем Барбаронс. В отеле 124 номера и апартаменты, каждый из которых имеет балкон или террасу с панорамным видом на океан. К услугам гостей — прямой выход на 600-метровый пляж, ресторан и бар, бесплатный беспроводной интернет, библиотека, бассейн с морской водой и тренажерный зал, открытая терраса для загара на крыше, спа-центр, а также разнообразные водные виды спорта.

В феврале 2015 года на полуострове Ле-Морн острова Маврикий примет гостей новый курортный комплекс под управлением сети RIU Hotels & Resorts. Комплекс состоит из трех отелей категории 4 звезды, находящихся непосредственно возле пляжа: Riu Le Morne (Adults Only by RIU), Riu Creole и Riu Coral. Сейчас в отелях идет реновация и внедряются стандарты обслуживания сети RIU. Общая сумма инвестиций составит 80 млн евро.

В столице Шри-Ланки Коломбо начал работу отель бренда OZO. Гостиница OZO Colombo расположена на берегу океана в районе Marine Drive, в получасе езды от международного аэропорта. В отеле 158 номеров различных категорий. К услугам гостей — бесплатный беспроводной доступ в интернет, интерактивная информационная стойка Spot, где туристы могут получить максимально полную информацию о городе, кафе, два бара, фитнес-центр, два конференц-зала, а также служба консьержей. OZO Colombo — первый из трех отелей бренда, которые планируется открыть в стране.

В июле в Коломбо начал работу первый отель гостиничной группы Best Western — Best Western Elyon Hotel Colombo. Отель расположен примерно в четверти часа езды на автомобиле от международного аэропорта на Marine Drive. В отеле 60 номеров, оснащенных 32-дюймовыми телевизорами, док-станциями для медиаплееров iPod, а также бесплатным беспроводным интернетом. К услугам постояльцев — фитнес-центр, круглосуточный ресторан, в котором подают блюда местной традиционной кухни, а также интернациональные блюда. На крыше отеля располагается уютный бар, из которого открываются виды на город и океан.

## ART TOUR

Туроператор с 1992 года

# Острова Индийского океана

**СЕЙШЕЛЫ** CONSTANCE EPHELIA RESORT 5\* от 129 900 руб./чел.

Скидка 15% на проживание с 01 октября по 31 декабря 2014 года при бронировании не менее 5 ночей!

**МАВРИКИЙ**

THE WESTIN TURTLE BAY RESORT & SPA MAURITIUS 5\* от 107 900 руб./чел.

Скидка 50% на проживание в честь открытия!

**МАЛЬДИВЫ**

NIYAMA MALDIVES BY PER AQUUM 5\* от 161 900 руб./чел.

Бесплатные ночи 7=5 и ужины в подарок!

**В СТОИМОСТЬ ВКЛЮЧЕНО:** проживание 7 ночей, питание (завтрак–ужин), перелёт, групповой трансфер, мед. страховка.

**(495) 232-31-13** [exotic@arttour.ru](mailto:exotic@arttour.ru)





# Лапландия в лучшем исполнении

Финская Лапландия очаровывает неповторимой северной природой и привлекает гостей многообразием активных развлечений. В регионе работают современные горнолыжные курорты с первоклассной инфраструктурой, гарантированным снегом и продолжительным сезоном. Но Лапландия — это, прежде всего, родина Санта-Клауса, которого в Финляндии зовут Йоулупукки, а значит, это край волшебства и незабываемых впечатлений.

**ТЕКСТ**  
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

## ИСПОЛНИТЬ МЕЧТУ ДЕТСТВА

Рованиеми — столица Лапландии, без сомнений, самый сказочный город Финляндии. Именно в этом регионе находится деревня Санта-Клауса, где можно встретиться со знаменитым волшебником, поведать ему о сокровенных мечтах и сфотографироваться на память.

После этого стоит зайти на почту Санта-Клауса и отправить оттуда письмо со специальной маркой. Каждую зиму в деревне Санты возводят ледяной мир «Арктис», где можно целый день кататься на «ватрушках» с горки. Эта забава очень нравится юным туристам. Пока дети резвятся, родители могут перекусить в теплом ресторане или выпить коктейль в ледяном баре.

Также в резиденции Йоулупукки находится небольшая оленья ферма, где можно научиться управлять оленьей упряжкой и даже получить специальное водительское удостоверение, действительное в течение пяти лет.

Сафари на оленях с последующей выдачей «оленьих прав» — одно из самых популярных развлечений лапландских курортов. Как правило, после сафари туристов угощают горячим чаем и рассказывают им о жизненном укладе саамов — коренного населения Лапландии. Позади деревни Санты расположен парк снегоходов. Всего в километре от деревни финского Деда Мороза находится тематический парк развлечений Санта-парк.

Здесь можно прокатиться на волшебном поезде «Времена года» и познакомиться с эльфами, зайти в гости к Ледяной королеве или угоститься имбирным печеньем в пекарне миссис Санты. В 2012 году в Санта-парке открылась детская игровая площадка Angry Birds. Еще одна интересная достопримечательность Рованиеми — музей «Арктикум», знакомящий посетителей с арктической природой, а также с историей, культурой и традициями народов Заполярья. В музее есть специальная экспозиция, воспроизводящая северное сияние. Семьям с детьми, желающим подольше задержаться в Рованиеми, прекрасно подойдет размещение в уютных коттеджах Santa Claus Holiday Village, в двух шагах от деревни Санты. Также можно остановиться в центре города, в отеле Santa Claus Hotel или в гостинице Santa Sport Institute, которую по достоинству оценят любители спорта: здесь есть горнолыжный центр, бассейн, тренажерный зал, крытый каток и многое другое.

## ВСТАТЬ НА ГОРНЫЕ ЛЫЖИ

Леви — самый большой и наиболее развитый горнолыжный центр Финляндии. Одно из его преимуществ — удобное расположение: дорога от международного аэропорта Киттиля до центра города занимает не более десяти минут на машине. Леви не раз признавался лучшим горнолыжным курор-





том в стране. Здесь 45 лыжных трасс — одна «зеленая», 18 «синих», 23 «красных» и три «черных». Большинство трасс освещаются в темное время суток. На курорте 27 подъемников, в том числе два подъемника гондольного типа. Для сноубордистов в Леви есть хафпайп, суперпайп и два стрита. На курорте проложены разветвленные трассы для снегоходов и равнинных лыж. В Леви работает крупнейшая русскоязычная школа лыжных инструкторов. Некоторые из них специализируются на обучении катанию детей. Лыжный сезон в Леви — самый продолжительный в Финляндии: он начинается в середине ноября, а заканчивается лишь в начале мая. Помимо лыж, здесь предлагаются традиционные финские развлечения: желающие могут отправиться на двухчасовое сафари на снегоходах по лесу или замерзшему озеру, покататься на собачьих или оленьих упряжках, попариться в бане по-черному. Гостиничная база Леви очень разнообразна. К услугам туристов — сотни комфортабельных коттеджей, апартаментов и уютных гостиных. Очень популярны Sokos Hotel Levi, бутик-отель K5, а также роскошная гостиница Levi Panorama, расположенная на склонах курорта, с прямым доступом на трассы. В Леви есть куда сходить и чем заняться: более 60 ресторанов и кафе, ночные клубы, магазины, сувенирные лавки, спа-центры, салоны красоты — все это для того, чтобы досуг туристов всегда был насыщенным и интересным. Можно посетить музей при отеле Levi Panorama, повествующий об истории и обычаях саамов.

## ПОБЫВАТЬ НА ДАЧЕ У САНТЫ

На самом юге Лапландии, в регионе Куусамо расположен горнолыжный курорт Рука. Туристов здесь ждут 34 склона различной сложности, 21 подъемник, 360 километров беговых трасс, фристайл-центр, суперпайп Вуоссели и сноупарк Battery Park. Около 230 дней катания в году делают Руку одним из самых надежных и снегоустойчивых горнолыжных курортов Европы. Рука, как и Леви, прекрасно подходит для тех, кто хочет впервые встать на горные лыжи. На курорте работает старейшая в Финляндии горнолыжная школа. Большинство туристов, приезжающих в Руку, останавливаются в коттеджах или апартаментах Ruka Suites, Ruka Village и отдельных коттеджах, сделанных из лапландской сухостойной сосны. К услугам туристов также первоклассная гостиница Rantasipi Rukahovi, расположенная в самом центре курорта. В зимний сезон в Руке ежедневно организуются интересные экскурсии на русском языке, такие как посещение оленьей и собачьей ферм, катание на снегоходах или подледная рыбалка. Прогулки на снегоступах, зимний картинг, купание в проруби — эти развлечения также популярны в Руке. Всего в 35 км к северо-востоку от Куусамо, в деревне Вуотунки находится дача Йоулупукки, где он живет со своей женой. Посещение загородного дома Санты сопровождается катанием на санках с горки, приготовлением сосисок на костре, созданием рождественских открыток и выпечкой имбирного печенья.



## ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ РОВАНИЕМИ

- 1 Деревня Санта-Клауса
- 2 Санта-парк
- 3 Музей «Арктикум»
- 4 Зоопарк Рануа
- 5 Научный центр «Пильке»

## Финский продукт высокого качества

Директор по туризму компании «Викинг» **АЛЕКСАНДР ГЛАЗОВ**: «У нас есть отличный зимний ассортимент»

**Н**аша компания имеет статус надежного и проверенного партнера, нишевого оператора, который никогда не заявлял длинные цепочки, не выкупал отельные сети под рискованные продажи, а всегда работал точно и вел взвешенную политику. Этого курса мы продолжаем придерживаться. Ориентируемся не на амбиции, а на клиентов и агентства, предлагая хорошо подготовленный продукт по оптимальным ценам. Для нас важны качество услуг и удовлетворенность клиента. Север Европы — это не массовое направление пляжного отдыха,

здесь необходим принципиально иной подход. Никаких существенных изменений по турпродукту на предстоящую зиму мы не планируем. Несколько расширим ассортимент, дополнив его пакетированными турами на новогодние даты в лучшие места Скандинавии: на норвежский горнолыжный курорт Норфьель, в Исландию, в снежные отели Швеции и Норвегии. Основной зимний продукт для нашей компании — это Финляндия, где мы уже который год предлагаем лучшие курорты и лучшее размещение. Размер гарантированных блоков у нас традиционно

один из крупнейших в Финляндии даже по меркам местных принимающих компаний. Сложно придумать лучшее место, где можно поставить детей на лыжи. К услугам туристов — десятки первоклассных русскоговорящих инструкторов, идеально ровные учебные склоны, гарантированный снег. И, конечно, после первых попыток встать на лыжи каждому ребенку будет интересно побывать в резиденции финского Деда Мороза, сфотографироваться с ним на память, приготовить имбирное печенье, отправить бабушке открытку с волшебной почты Санты. У нас есть отличный продукт, а



вы — отличные партнеры. Несмотря на то, что год будет сложным, вместе мы сможем сделать все, чтобы наши клиенты хорошо провели праздники и получили только положительные эмоции. Мы всегда будем рады помочь вам, обращайтесь. Удачного сезона!



# В Швеции будет интересно

75% москвичей и петербуржцев хотели бы провести отпуск в Швеции. Такой результат получила GfK — одна из крупнейших компаний в сфере маркетинговых исследований в мире, которая провела опрос по заказу Совета по туризму Швеции VisitSweden.

**ТЕКСТ**  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Этим настроением определялась атмосфера состоявшихся в первые дни октября в двух российских столицах традиционных рабочих встреч для профессионалов индустрии. На них были представлены не только шведские принимающие компании, региональные и городские туристические офисы, но также курорты, отели и музеи. Как утверждают эксперты VisitSweden, помимо классического экскурсионного туризма с посещением Стокгольма, Гётеборга и других популярных мест, у россиян появился высокий интерес к горнолыжному отдыху, корпоративному и luxury туризму, яхтингу и рыбалке. Однако в этом году VisitSweden в России работает, прежде всего, над активным развитием туризма в самой южной провинции страны — Сконе, которую еще называют Скандинавской ривьерой. Сюда удобно добираться из Копенгагена.

По утверждению маркетолога Лены Андерсон, сочетание безупречных пляжей, озер, лесов и исторических объектов, прежде всего замков, является прекрасным материалом для создания привлекательных турпродуктов. По ее словам, посещаемость региона россиянами неуклонно росла до тех пор, пока минувшее лето

не создало проблемы для большинства дестинаций в Европе, но есть надежда, что интерес к региону возобновится. Другими приоритетными направлениями для развития на российском рынке являются Западная Швеция с ее замечательным Гётеборгом, горнолыжный курорт Оре и, разумеется, Стокгольм.

Глава VisitSweden в России Александр Панько отметил в беседе с корреспондентом «ТБ», что план продвижения юга Швеции можно считать стратегическим — он охватывает период до 2020 года. Подобная долгосрочная программа будет разработана и для Западной Швеции. Интересно, что два обозначенных региона VisitSweden будет продвигать сразу в нескольких ключевых для себя странах, включая помимо государств Северной Европы Германию, США и Китай.

«В нынешнем году мы провели успешную рекламную кампанию совместно с фирмой Viking Travel, в результате которой только с середины июля было продано 65 уикендов в южном городе Мальмё — такой результат для малоизвестного в России туристического места можно считать достижением», — рассказал Александр Панько.

»» В 2013 году россияне провели в Швеции 220 тысяч ночевоч (+6%). Потери текущего года (с января по июль) для Швеции в целом составили 8%, а для Стокгольма — 5% ночевоч.



# Природа возвращает мне силы

Народный артист России **АНДРЕЙ МАКАРЕВИЧ** — человек разносторонний. Помимо музыки он занимается живописью, литературой, фотографией, дайвингом... Нередко его увлечения прекрасно дополняют друг друга. Недавно издательство ЭКСМО представило красочную книгу музыканта, посвященную дайвингу.

БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ



**Андрей, ваша книга по дайвингу получилась очень эффектной. Наверняка вы и дальше будете уходить под воду, делать фотографии.** К сожалению, сегодня с такой скоростью с планеты исчезает все живое, что, приехав через пять лет на те же Галапагосские острова, можно не увидеть и половины того, что видел там раньше. Хотя на наш век красоты хватит — еще есть что увидеть и сфотографировать.

**Куда вы советуете отправиться начинающим дайверам?** Хургада для них — лучшее место. Во-первых, самое близкое к России. Во-вторых, там великое множество дайвер-центров, есть русскоговорящие ребята-инструкторы. Наконец, там очень красивый подводный мир. Красное море — огромный аквариум. А дальше можно помечтать и о Таити. Хотя это дорогое удовольствие, ведь лететь туда двадцать часов в один конец. Но дайверы любят отдыхать хорошей теплой компанией.

**Каким было ваше самое глубокое погружение?** На 65 метров. Такое погружение грозит азотным опьянением — азот может раствориться в крови. Слава богу, об этом я знаю только в теории, а не на практике. Всплывать надо медленно, с остановками, а потом довольно долго проходить декомпрессию.

Хотя интерес не возрастает пропорционально глубине. В тропических водах вся красота находится на глубине от 10 до 30 метров.

**Вы любите путешествовать. Что вас влечет в далекие края: возможность познакомиться с народами, населяющими нашу землю, с их культурой или желание окунуться в мир дикой природы?** Несомненно, интересно все, но для меня на первом месте все-таки природа. Мне приходится общаться с людьми несколько больше, чем хочется — а природа возвращает силы. Причем это в равной степени относится к рыбалке на берегу подмосковного пруда и к далеким странствиям по экзотическим местам. Когда летишь в самолете над нашей страной, от Урала до Дальнего Востока, очень хорошо видно, какая незначительная часть земли исхожена и обжита. Путешествия, как и музыка, интересовали меня с раннего детства. В свое время я прочитал массу книжек Перси Фосетта, Джеральда Даррелла, Сетона-Томпсона. Я прекрасно понимал, что дальние странствия — всего лишь неосуществимые мечты, но это лишь усиливало мой интерес. Здорово, что позднее многое все же осуществилось.

**Какой способ передвижения в путешествиях вы предпочитаете?** Это зависит от того, где ты находишься и какие задачи перед тобой стоят. Все способы передвижения хороши — от длинных пеших пере-

>>> Если я еду к морю, например, погружаться с аквалангом, то глупо, конечно, брать с собой человека, который этим не занимается. Он же все время просидит на берегу... Сегодня я в состоянии поехать куда угодно, когда и с кем мне хочется, но у меня просто нет на это времени. Раньше время было, но не было средств...



»» Я не хочу превращаться в старого ворчуна, который твердит, что в наше время все было хорошо, а сейчас все плохо. Нет, во все времена ужасного хватало. Просто когда этика и эстетика на твоих глазах меняются, а ты в свое время защищал совсем другие ценности, такие перемены естественным образом тяготят. Но я стараюсь к ним относиться философски, это нормально, мир постоянно через что-то подобное проходит.

ходов до коротких авиаперелетов. А самые неприятные впечатления оставили поездки по русским северным дорогам в кузове грузовика.

### Гитара входит в число ваших спутников?

Нет. Это же не пикник с девочками у костра... Стараюсь брать с собой только самое необходимое. Не люблю таскать на себе тяжелую, и, главное, бесполезную поклажу. Гитара мне нужна в студии. А в путешествии нужны спиннинг, ружье, хорошие сапоги или надувная лодка. Это гораздо важнее.

### Случалось ли вам во время странствий попадать в ситуации, связанные с риском для жизни?

Так, по мелочи. Однажды в Карелии в одном из первых походов к нам забрел медведь, правда, как мне показалось, он испугался гораздо больше, чем мы... Несколько раз были проблемы под водой. Я начал заниматься дайвингом сам по себе, мое оборудование для погружения было настолько чудовищно, что годилось разве что для самоубийц.

А лет пятнадцать назад на Онежском озере мы на стареньком баржевом буксире попали в неожиданный и очень сильный шторм. И все бы ничего, если бы не оказалось, что вся эта акватория уставлена рыболовными сетями, которые были растянуты буквально через каждые сто метров. Дело происходило ночью, и мы понимали, что если сейчас на винт намотаем сеть и потеряем ход, то дело кончится очень плохо. Берега там скалистые. В результате один из нас, пристегнувшись карабином, с фонарем в руках висел на носу и смотрел вперед. Если он замечал сеть, то начинал орать нечеловеческим голосом, поскольку из-за ветра ничего не было слышно, и мы давали полный назад. Лишь чудом все закончилось благополучно.

### Наверняка происходило и что-то забавное, смешное?

Здесь все зависит от точки зрения. Взять хотя бы ситуацию, когда у самолета мотор отказал, и посмотреть, кто и как на это реагировал. Ужасно смешно. Да и с буксиром во время шторма тоже... Вообще смешного обычно бывает гораздо больше, чем грустного, и это правильно. Никогда не забуду, когда мы пришли в одну из брошенных деревень в Карелии, там жил всего один человек — пастух. Ему на полуостров свозили стадо с разных деревень. Такой ковбой в шляпе, с трубкой. А у нас с собой было ружье и снасти, мы вообще старались находиться исключительно на подножном корму. Как-то под вечер увидели низко пролетающего гуся. Не удержались — шлепнули, приготовили его с грибами и моментально слопали... А я когда ел, все думал: должен же здесь быть егеря, ну не может такого быть, чтоб здесь егеря не было. Вечером пришел пастух, а он каждый день заходил на станчик, и говорит: «Стреляли здесь неподалеку».

— Да не слышали мы ничего. А скажи, — спрашиваю я, — егеря тут есть?

Он так задумался и говорит: «А как не быть, есть, конечно».

— А кто?

Он еще немного подумал.

— А я, наверное, и буду... Вы что ли стреляли? Да стреляйте на здоровье...

Так он попугал нас.

### Думаю, в семидесятых годах Андрея Макаревича не пугали ни пешие переходы, ни подножный корм, ни палатка посреди дремучего леса. А сегодня вы предпочтете всему этому беспроблемный комфорт пятизвездного отеля?

Одно другого совершенно не исключает. Почему либо одно, либо другое? Все зависит от места. А что касается палатки, то действительно, даже в диких местах, я стараюсь ею не пользоваться. Обычно мне достаточно гамака.

### Окружающий мир весьма далек от совершенства. Удастся ли вам сохранять в себе гармонию и любить человечество?

С большим трудом. Когда мне было 19 лет, человечество я любил совершенно бескорыстно. Годы шли, и в какой-то момент я понял, что без 50 грамм я уже не могу полюбить его. Сейчас требуется грамм 170. Но все-таки мне удастся ввести себя в такое состояние, когда я человечество люблю. Хотя, между нами говоря, любить его абсолютно не за что.

### Помню, вы говорили, что сейчас с самым большим удовольствием вы слушаете джазовые стандарты сороковых — пятидесятих годов.

Это действительно так, я очень люблю 1940–1950-е годы. Это была эпоха, когда в моде были красивые мелодии, талантливые аранжировки. В те годы написано большое количество джазовых шедевров. Обратите внимание, что почти все стандарты, исполняемые сейчас, — это сочинения тех лет. Я сильно сомневаюсь, что сегодня найдутся песни, которые через 40 лет будут исполняться как джазовый, эстрадный или рок-стандарт. Вряд ли.

### Не свидетельствуют ли ваши слова о разочаровании в рок-музыке?

Нет, никакого разочарования в роке у меня нет. Это совершенно разные пласты культуры. Есть музыка этническая, есть джаз, есть симфоническая музыка. Одно другому никак не мешает. Дело в том, что я всегда себя ощущал человеком на свой возраст. У меня очень большое недоверие вызывают артисты, которые удаляют морщинки, подкрашивают волосы и корчат из себя 20-летних, хотя им уже под 50. Выглядит это жалобно. И в чем-то интонации джазовой музыки мне сегодня ближе, когда я хочу рассказать ту или иную историю. Так что, возможно, это явление возрастное.



Проект Destinations — тематические выпуски издательского дома «Турбизнес» — появился в 2001 г. В наших изданиях подробно рассказывается о туристических возможностях тех или иных стран, городов, курортов, о видах туризма; они служат хорошим подспорьем российским туристическим компаниям в их повседневной работе. В течение года у нас выходит до 40 наименований в печатных и онлайн-версиях. Такие выпуски, как «Путешествие за здоровьем», «Летняя карта путешествий», «Зимняя карта путешествий», «Технологии», посвящены туристическим и техническим продуктам российских туроператоров и технологических компаний, работающих в сфере туризма. Мы тесно сотрудничаем с туристическими организациями других стран. В числе наших партнеров Великобритания, Венгрия, Германия,

# ПРОЕКТ Des TiN ATI ONS

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту. За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 170 печатных изданий, около 120 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF-версиями можно познакомиться на нашем сайте [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru) под кнопкой «Архив тематических выпусков». Проект представлен и в социальных сетях, на наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта. Мы готовы к сотрудничеству.



«Татарстан, Казань и многое другое»

Партнер: Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан  
Объем: 16 страниц



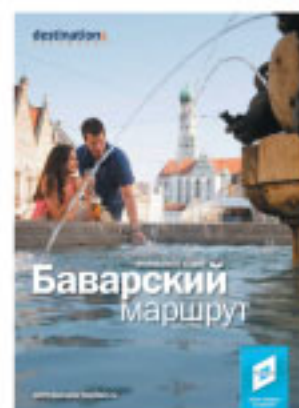
«Шведский край Сконе — скандинавская Ривьера»

Партнер: Российское представительство туристической организации VisitSweden  
Объем: 34 страницы



«Технологии»

Возможности применения информационных технологий в туризме с акцентом на традиционные разработки и другие актуальные темы.  
Объем: 24 страницы



«Баварский маршрут»

Партнер: Баварская туристическая организация Bavaria Tourism  
Объем: 20 страниц

Дополнительная информация: +7 (495) 723-72-72 • [reclama@tourbus.ru](mailto:reclama@tourbus.ru) • [o.grishina@tourbus.ru](mailto:o.grishina@tourbus.ru) Ольга Гришина



## Тебе все труднее одному бороться с изменениями рынка?

Трудности наступают, создавая все больше рисков для твоего агентства:

- ✓ Перевозчики сокращают комиссии. Они ожидают стремительного роста продаж
- ✓ Специалисты оценивают свои умения и знания все дороже. Они становятся все более подвижными, легко меняя работодателей
- ✓ Клиенты уходят в другие, более технологичные каналы продаж. Они хотят больше хорошего сервиса за меньшие деньги

Сильный партнер облегчает борьбу с трудностями:

- ✓ Открываются новые технологические возможности
- ✓ Сокращаются издержки на персонал
- ✓ Увеличивается качество и скорость обслуживания клиентов
- ✓ Расширяется список услуг без дополнительных затрат

Более 10 000 игроков туристического рынка России предпочли Випсервис в качестве партнера по бизнесу. У тебя есть выбор – бороться в одиночку или позвонить в Випсервис!

*Випсервис – крупнейший российский консолидатор, лидер рынка бронирования и продажи авиационных и железнодорожных билетов с 1995 года.*

Москва,  
Переведеновский переулок,  
д. 17, к. 1

+7 (495) 626-50-12  
portbilet@vipservice.ru

Санкт-Петербург  
Екатеринбург  
Новосибирск  
Ростов-на-Дону  
Тюмень  
Иркутск  
Краснодар  
Пермь



**Випсервис**

*Мы работаем так, чтобы нас  
выбирали сердцем*