

# Турбизнес

Travel Trade Russia

главная тема

## ЦЕНА НОВОЙ ЖИЗНИ

ЧТО СУЛИТ РЫНКУ ЗАКОН О ТУРИЗМЕ



**ПРОЩАЙ,  
2016**

ВСПОМИНАЕМ  
ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ  
УХОДЯЩЕГО ГОДА

**ПОЛЕТ В  
ЗАВТРА**

ЧТО ЖДЕТ  
АВИАОТРАСЛЬ В  
БУДУЩЕМ

**ГДЕ ОТДЫХАЕТ  
НИКОЛАС КЕЙДЖ**

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ  
ИНТЕРВЬЮ СО  
ЗНАМЕНЫТЫМ АКТЕРОМ

12+



ФЕСТИВАЛЬ  
КРУИЗОВ

ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

**МОСКВА**

4 АПРЕЛЯ 2017 г.

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

6 АПРЕЛЯ 2017 г.

- ▼ **МОРСКИЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ ПО РОССИИ**
- ▼ **РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ ПО ЕВРОПЕ**
- ▼ **КРУИЗЫ НА ПАРОМАХ**
- ▼ **ЛЮКСОВЫЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **ЭКЗОТИЧЕСКИЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **БРОНИРОВАНИЕ КРУИЗОВ**



[WWW.FESTIVAL-CRUISE.RU](http://WWW.FESTIVAL-CRUISE.RU)

ОРГАНИЗАТОР

**to event**  
ТУРБИЗНЕС

ПАРТНЕР:



Главный редактор Софья Константинова  
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Георгий Осипов  
Владимир Сергачев  
Анна Юрьева  
Наталья Якубова

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

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 017214 от 20.02.1998.

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»  
www.idtourbus.ru

## Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

Заместитель генерального директора Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

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  
L.sivova@tourbus.ru  
Елена Архипова  
Кристина Сивова  
workshop@tourbus.ru

Отдел TB-Events Руководитель Ирина Ильина  
i.ilina@tourbus.ru

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

Михаил Шугаев  
m.shugaev@tourbus.ru  
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

### BUSINESS TRAVEL

ВЕЩАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

### Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

### Пять звезд

ОТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Главный редактор Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

### Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### 2 ИТОГИ ГОДА

### 6 СОБЫТИЯ

- Иногда они возвращаются
- И снова перемена
- Единым фронтом
- Лицом друг к другу
- Двойная поддержка
- «Букинг» пошел в народ

- Израиль приглашает
- TUI отправляется в плавание
- Куба завербовала агентов
- От Москвы до самых до окраин
- К зиме готовы!
- На высоком старте

### 18 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Особый курортный район

### ТЕМА НОМЕРА

### 20 НОВЫЙ ЗАКОН

Что нужно знать о грядущих изменениях?

### 26 В КЛУБКЕ ПРОТИВОРЕЧИЙ

Как рынок готовится к новой жизни

### 30 ПРОФЕССИОНАЛ

Будни и праздники «Отдыха»

### 34 ТРАНСПОРТ

Полет в будущее

### 36 ГОСТИНИЦЫ

Непростой выбор инвестора

### 38 ТЕХНОЛОГИИ

Больше чем GDS

### РЕГИОНЫ РОССИИ

- 40 Новый год в Югре
- 42 Вятская эклектика



### РЫНКИ

- 44 Что спрятано в Пиренеях?
- 46 Посреди Средиземного моря
- 48 Потянулись к солнцу
- 52 Замки на песке

### 55 VIP-КЛИЕНТ

«Я прожил больше, чем одну жизнь»



## 1 ОЖИДАНИЕ ГОДА



## ЗАПРЕТНЫЙ ПЛОД

Уходящий год российская туристическая отрасль прожила без Египта, но с надеждой на его возвращение.

Запрет на полеты в Египет Россия ввела в конце 2015 года после страшной трагедии в небе над Синаем. В течение долгих месяцев российские специалисты вели расследование катастрофы и неоднократно проверяли готовность египетских аэропортов к приему туристов. Было много заявлений — и каждый раз рынок замирал в ожидании, что авиасообщение с Египтом будет восстановлено. Однако на момент подписания номера Страна пирамид по-прежнему оставалась «закрытой» для наших граждан. Все это время интерес к направлению не угасал, а к началу зимнего сезона он заметно активизировался. По словам Ларисы Ахановой, PR-директора компании TEZ Tour, «не проходит ни дня, чтобы несколько десятков клиентов не позвонили с вопросом, когда откроют Египет». Самая популярная точка зрения на ситуацию такова: Египет держат «под запретом» специально, дабы простимулировать развитие внутреннего туризма.

## 2 ОТКРЫТИЕ ГОДА



## ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ ДОМОЙ!

Таковыми словами представители турецких DMC-компаний встретили российских туристов, прибывших на первом после долгого перерыва чартере.

Турция возвращалась на российский рынок постепенно. Летом стартовали продажи турпакетов на базе регулярной перевозки, а 2 сентября в страну полетели первые чартеры. Ажиотажный спрос на направлении побудил ряд игроков, например,

Coral Travel, продлить полетные программы на зиму. В то же время эксперты констатируют: былой уровень турпотока вернуть в короткие сроки нереально. За девятимесячное отсутствие Турция недосчиталась 90% российских путешественников и порядка \$3 млрд. Чтобы наши соотечественники действительно чувствовали себя в Турции как дома, власти страны вновь заговорили о возможности разрешить россиянам въезд по внутренним паспортам.

# 2016-й

## Чем он нам запомнился

Российский турбизнес ждал открытия Турции и Египта, отправлял туристов в Сочи и Крым, боролся с китайскими гидами-нелегалами, пытался разобрататься в тонкостях отраслевого закона и просто жил все эти двенадцать месяцев. Вспоминаем самые волнующие темы уходящего года.

# 40%

от общего объема продаж в сентябре этого года, по статистике центра бронирования объединенной сети «Горячие туры» и «ТБГ», пришлось на Турцию.

# 452 ТЫС.

россиян посетили Анталию за 11 месяцев 2016 года, в то время как год назад там отдохнуло 2,8 млн наших туристов



**ВИКТОР ТОПОЛКАРАЕВ**

Генеральный директор «НТК Интурист»

Замены Египту среди других направлений пляжного отдыха российский рынок так и не нашел. Это редкое сочетание климатических условий и ценовых параметров, такого соотношения, особенно для зимы, на рынке больше нет. Отсутствие Египта сильно влияло и влияет на туроператорский рынок, ведь это второе по популярности направление после Турции у россиян.

### 3 ТЕМА ГОДА



#### ЭТО — РОДИНА МОЯ!

Россия стала одним из лидеров летнего сезона, однако сможет ли она удержать популярность — большой вопрос.

В этом году с высоких трибун звучало много красивых заявлений о внутреннем туризме. «Отдых в России должен стать комфортным, интересным и недорогим», — слова президента цитировали чиновники всех уровней. В реальности популярность отечественных курортов «обеспечили» отсутствие конкуренции со стороны Турции и Египта и пресловутая экономическая ситуация. Власти Краснодарского края отрапортовали о 4,7 млн туристов, посетивших регион с января по август. Туроператоры статистику подтвердили, признав Сочи, Адлер, Анапу одними из самых продаваемых курортов лета. Минкурортов Крыма сообщило о 5,2 млн россиян, отдохнувших на полуострове с начала года по октябрь, однако представители местного турбизнеса считают цифру преувеличенной. Как бы то ни было, можно констатировать: за этот год заметно выросли объемы внутреннего туризма, позитивные изменения коснулись туристической инфраструктуры и качества предоставляемых услуг. Между тем одной из тенденций на рынке стало неэтичное отношение ряда российских отелей по отношению к туроператорам, яркий тому пример — конфликт компании «Кандагар» с отелем «Ялта-Интурист».

### 4 ОБСУЖДЕНИЕ ГОДА

#### УРАВНЕНИЕ С НЕИЗВЕСТНЫМИ

Новая редакция отраслевого закона вот-вот вступит в силу.

Общая цена турпродукта, фонд персональной ответственности, резервный фонд — туристический рынок готовится жить по новым правилам. Отраслевой закон был изменен с целью повысить ответственность турфирм и уровень правовой защиты туристов, однако ряд его положений создает непростую ситуацию для бизнеса. Речь в первую очередь о поправке «от имени и по поручению» туроператора. Еще одна волнующая тема — «добровольно-обязательный» реестр турагентств.

### 5 ПРОБЛЕМА ГОДА



#### КРАСНОЙ НИТЬЮ

Китайские гиды-нелегалы и «серый» турпоток из Поднебесной — одни из самых обсуждаемых тем уходящего года.

На первый взгляд невинная новость о планируемом введении в классификатор профессий Минтруда новой специальности — «сопровождающий туристической группы» — вызвала волну протеста со стороны отечественных гидов-переводчиков. Они считают, что это решение в случае с турпотоком из Китая узаконит рынок «нелегальных» гидов и приведет к переделу рынка в пользу зарубежных или аффилированных с ними компаний.

Колоссальный рост турпотока из Поднебесной — только в рамках безвизового обмена за 9 месяцев 2016 года Москву и Санкт-Петербург посетило около 320 тысяч туристов из Китая — уже привел к ряду серьезных проблем, и гиды-нелегалы лишь одна из них. Представители отечественного турбизнеса не скрывают, что большой турпоток из Китая нередко проходит, что называется, «мимо кассы». По самым скромным оценкам, не менее трети китайского турпотока сейчас обслуживается «в серую», в результате чего российские туроператоры теряют существенные доходы.



«Нет никаких оснований для введения новой должности сопровождающего! Это явная попытка обязать турфирмы привлекать иностранную рабочую силу для уничтожения существующей профессии гида-переводчика. Кому понадобилось оставить квалифицированных гидов — граждан РФ без работы?», — рассуждали читатели нашего портала [tourbus.ru](http://tourbus.ru).

### 6 ПОТЕРЯ ГОДА

#### ПОСТУЧИМ ТРИ РАЗА

Рынок выстоял, а BRISCO не смог.

Положительным итогом года можно считать отсутствие крупных банкротств. Небольшие операторы уходили с рынка незаметно, исключение — BRISCO. В течение долгих месяцев компания пыталась преодолеть последствия крушения над Синаем лайнера А321, а также перенастроить деятельность в условиях запрета

полетов в Египет и Турцию. В конце июня 2016 года туроператор начал продавать динамические турпакеты, но это ему не помогло. «Подкосил» BRISCO, по официальной версии, и отзыв лицензий у двух страховых компаний, обеспечивавших финансовое обеспечение деятельности оператора. При этом до сих пор BRISCO не выплатил деньги туристам за несостоявшиеся туры в Турцию и Египет и в счет погашения долга предлагает именные сертификаты на проживание в одном из турецких отелей.

## 7 ПРЕДЛОЖЕНИЕ ГОДА

### ПАРТИЯ СКАЗАЛА — НАДО

Курортный сбор «дошел» и до России.

До 1 марта правительство, по указу президента, должно внести изменения в законодательство, предусматривающие введение курортного сбора. Направлен он будет на развитие санаторно-курортного комплекса. «Туристический налог» появится в пяти регионах страны, наиболее популярных среди туристов: Алтайском крае, Краснодарском крае, Крыму, Севастополе и на Ставрополье. По словам председателя комитета Совета Федерации по социальной политике Валерия Рязанского, размер курортного сбора может составить порядка 100 рублей с человека и будет, скорее всего, фиксированным. К слову, сегодня подобная плата взимается в 14 странах Евросоюза, а также в США.



**СЕРГЕЙ РОМАШКИН**  
Генеральный директор компании «Дельфин»

Я всегда был противником различных сборов. Они оказывают негативный психологический эффект на туристов, которые чувствуют, что на них хотят заработать. Деньги можно и нужно привлекать другими способами — необходимо развивать территории, повышать их инвестиционную привлекательность, заинтересовать малый и средний бизнес, а не вводить сборы и налоги.

## 8 ВЫБОР ГОДА

### ОБРЕСТИ СВОЕ ЛИЦО

История с продолжением: туристический логотип России до сих пор не определен.

Туристический логотип России разрабатывается с 2015 года. Сначала в конкурсе, инициатором которого выступил Ростуризм, участвовали все желающие, было собрано 10 тысяч идей. На втором этапе над созданием узнаваемого «лица» России трудились сотрудники 30 брендинговых агентств. В заключительный этап конкурса вышли 18 концепций. Финальные работы оценит экспертное

жюри, куда вошли пресс-секретарь президента Дмитрий Песков, министр культуры Владимир Мединский, генеральный секретарь Всемирной туристской организации Талеб Рифаи. Окончательный вариант будет выбран с помощью народного голосования. Итоги обещают подвести в марте 2017 года.

## 9 ИГРА ГОДА

### ПОЙМАЙ МЕНЯ, ЕСЛИ СМОЖЕШЬ

Покемоны покорили весь мир, но российские туристы остались к ним равнодушны.

«Культура и покемоны не имеют ничего общего», — считает министр культуры Владимир Мединский. Между тем суперпопулярность мобильной игры с элементами дополненной реальности Pokemon Go привела к созданию специальных туров в Европе и Америке. «Покемонттуризм» увлеклись и в России: «Инна тур» стала первопроходцем, организовав автобусный тур для охотников за карманными монстрами. Но дальше дело не пошло, да и официальная версия игры в нашей стране так и не появилась.

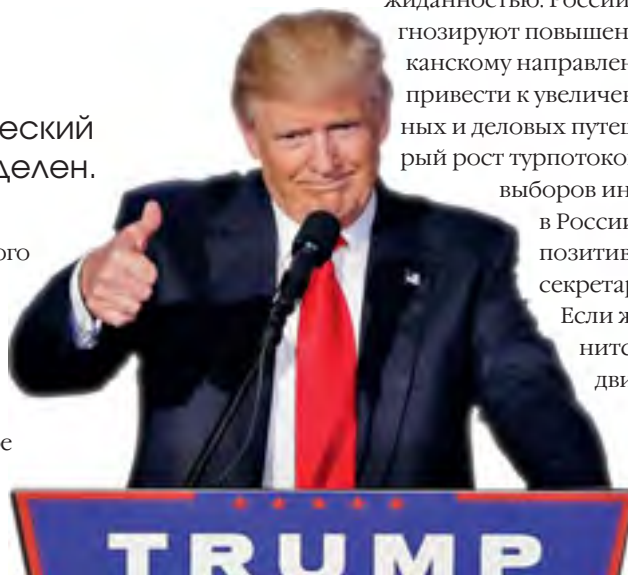


## 10 ШОК ГОДА

### «БРЕКЗИТ» И «ТРАМПЗИТ»

Мировая политика все заметнее влияет на туризм.

Многие СМИ и аналитики сравнивают победу Дональда Трампа на президентских выборах с британским Brexit — еще бы, оба события стали для мировой общественности настоящей неожиданностью. Российские туроператоры прогнозируют повышение интереса к американскому направлению, который может привести к увеличению числа индивидуальных и деловых путешественников. «Некоторый рост турпотоков возможен, если после выборов информационный фон в России по поводу США будет позитивным, — считает пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина. — Если же напряженность сохранится, возможно и обратное движение». **ТЕ**



# МАРОККО

## КРАСОЧНЫЙ ПРИЁМ

Путешествия для вдохновения,  
исторических открытий  
и первоклассного пляжного  
отдыха всей семьёй



МАРОККО

На фото мыс Малабата, откуда открывается потрясающий вид на Гибралтарский пролив. Расположен в окрестностях г. Танжер – крупный портовый город Марокко с древней мединой, красивым пляжем и множеством уютных ресторанчиков.

Более 180 туров различного формата. Выберите свой!



SPACE TRAVEL

+7(495) 989-2000 | SPACE-TRAVEL.RU

Space Travel – туроператор по Марокко, ОАЭ, Иордании, Шри-Ланке, Китаю, Мальдивам и ещё 30 странам мира

\*При бронировании до 28.02.2017



## Иногда они возвращаются

«Трансаэро» может возобновить полеты весной 2017 года.



Более года авиакомпания «Трансаэро» отсутствовала на российском рынке. В середине ноября она начала рассылку официального предложения кредиторам по плану возобновления своей деятельности. Начальные инвестиции на запуск новой компании на базе обанкротившейся генеральный

директор «Трансаэро» Александр Бурдин оценил в \$20 млн. «Желательно начать полеты с летнего расписания 2017 года. На получение нового сертификата перевозчика нужно 60 дней. Но можно объединиться с небольшой компанией, имеющей сертификат, и летать под брендом «Трансаэро», — рассказал он. Добавим, что 11 ноября на сайте Арбитражного суда Москвы было опубликовано решение по иску «Трансаэро» к «Натали Турс». Арбитраж удовлетворил заявление авиакомпании о взыскании \$5,8 млн с туроператора, который, в свою очередь, готовит апелляцию. Еще через две недели «Трансаэро» подала иск к российскому туроператору Tez Tour на сумму более 379,8 млн рублей.

## По Москве — по делам и со вкусом

Подготовлена новая серия изданий по Москве: путеводитель «Москва гастрономическая», справочник «Деловая Москва», тематический лифлет «ТОП-30 столичных событий» и туристская карта-схема Москвы.



Все издания выпущены на трех языках — русском, английском и китайском. В справочнике «Деловая Москва» представлены более ста ведущих столичных бизнес- и конференц-отелей, конгрессно-выставочных центров, тематических площадок для проведения различных по направленности и масштабу деловых мероприятий. Помимо привычных площадок дается информация об уникальных местах столицы, которые также могут принимать МICE-мероприятия, — Кремле в Измайлово, Дарвиновском музее, Центральном доме художника, спорткомплексе

«Олимпийский», музеях-заповедниках «Коломенское» и «Царицыно», Останкинской телебашне и многих других.

В путеводителе «Москва гастрономическая» можно будет найти исчерпывающую информацию о русских кулинарных праздниках. Изучить глоссарий русской кухни и узнать, из чего делается гурьевская каша, с чем бывают расстегаи и когда подавать сбитень. Глоссарий снабжен и несколькими простыми рецептами описанных в нем блюд. Помимо ресторанов с русской кухней в путеводителе представлены рестораны грузинской, итальянской, немецкой, французской, испанской, сербской, греческой, китайской, японской, узбекской, австралийской, вьетнамской, мексиканской кухонь. В путеводителе представлены также рестораны в советском стиле, верные лучшим кулинарным традициям недавнего прошлого.



## Вопрос месяца

Довольны ли вы ходом продаж новогодних туров в этом сезоне?

21,1 % Да, продажи идут активнее, чем год назад

42,1 % Да, но продаются только туры по России

5,3 % Пока что спрашивают лишь поездки за рубеж

31,6 % В этом году новогодние туры спросом не пользуются

Источник: опрос на сайте [tourbus.ru](http://tourbus.ru)



## И снова перемены...

Эта осень ознаменовалась новыми «туристическими» назначениями во властных структурах.

Информация об объединении Министерства спорта, Ростуризма и Росмолодежи в новое правительство оказалось слухами, а назначение Виталия Мутко на пост вице-премьера, курирующего вопросы спорта, туризма и молодежной политики, — правдой. Помогать Виталию Мутко будет известная в туротрасли Надежда Назина.

Изменения коснулись и столичного туризма. В московском правительстве создан новый Департамент спорта и туризма. Его возглавил олимпийский чемпион Николай Гуляев, который с 2012 года занимал должность первого заместителя руководителя Департамента физической культуры и спорта Москвы.



## Единым фронтом

В России впервые состоялся Всероссийский конгресс туроператоров.

С 21 по 24 ноября в Сочи на одной площадке собрались более 350 представителей турбизнеса, готовых обсуждать с властью актуальные проблемы отрасли. Проведение Первого Всероссийского конгресса туроператоров было инициировано Ростуризмом, РСТ и Ассоциацией «Турпомощь». В рамках мероприятия, организаторами которого выступили курорт «Роза Хутор» и компания «Роза ветров», состоялось пленарное заседание, посвященное перспективам развития туризма в России, а также тематические секции.

Глава Ростуризма Олег Сафонов отметил успехи на рынке внутреннего туризма, которые, по его словам, нельзя списывать лишь на снижение курса доллара или запреты на продажу туров в Турцию или Египет. Достижением отрасли

он считает формирование пакетных туров по России, а одной из приоритетных задач — развитие въездного туризма.

«За последние два года существенно изменилась структура туризма. Рост внутреннего туризма составил более 18%. Остановился спад выездного туризма. Это говорит о том, что, пережив ряд кризисов, банкротства туроператоров, отрасль стабилизировалась», — заявил Олег Сафонов.

На тему грядущих изменений в законодательстве выступил директор «Турпомощи» Александр Осауленко. Он порекомендовал туроператорам пополнить фонды персональной ответственности на 100 тысяч рублей до 30 января 2017 года и сообщил, что свыше 6 тысяч агентств подали заявки на вступление в реестр, который ведет ассоциация. А что туроператоры? В делах внутреннего



**ВСЕРОССИЙСКИЙ  
КОНГРЕСС  
ТУРОПЕРАТОРОВ**

туризма «больная тема» — взаимоотношения с российскими отелями, которые ведут антирыночную политику, предлагая прямому клиенту цены ниже, чем турфирмам. Волновала операторов и перспектива работы с 1 января 2017 года. В частности, игроки рынка были едины в необходимости исключить из отраслевого закона норму о работе агентов только от имени и по поручению оператора.

По словам представителей турбизнеса, конгресс дал возможность сверить свое личное понимание и ощущение тенденций развития рынка с мнением коллег. Большое значение имело именно кулуарное общение. Многие операторы предложили сделать данное профессиональное мероприятие ежегодным. По итогам конгресса была сформулирована резолюция, направленная в Правительство России.

**Уважаемые коллеги и партнёры! Дорогие друзья!**

В преддверии новогодних праздников принято подводить итоги. Да, уходящий год был непростым для туристической отрасли, но тем не менее мы все смогли стойко преодолеть существующие трудности, продемонстрировать надёжность, проявить гибкость и оперативность в реагировании на вызовы времени.

Мы хотели бы поблагодарить вас за проделанную работу, которая вносит неоценимый вклад в развитие отрасли, и пожелать, чтобы наступающий год был добрым для туристического бизнеса.

Пусть вам сопутствует удача и успех в осуществлении намеченных планов. Счастья, благополучия и всего самого доброго вам и вашим близким!

**С наступающим Новым годом!**  
 Департамент туристических выставок ООО «Евроэкспо»  
 До встречи на Форуме ОТДЫХ 20–25 сентября 2017!

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

## Двойная поддержка

Определены партнеры весенней серии workshop «Турбизнес».

Отдел туризма посольства Испании в Москве станет генеральным партнером весенней серии workshop «Турбизнес». «Испания выступает в этой роли уже пять лет, и мы довольны профессионализмом команды организаторов рабочих встреч, их результативностью», — говорит руководитель испанского туристического офиса Луис Бовес Мартин.

Также страной-партнером workshop «Турбизнес» в 2017 году впервые станет Министерство туризма Доминиканской Республики.

Новые встречи российского турбизнеса стартуют 1 марта. Мероприятия пройдут в 35 городах России, Беларуси, Азербайджана, Грузии и Армении.



## Лицом друг к другу

В Марокко состоялись рабочие встречи и workshop представителей регионального турбизнеса и крупной делегации РСТ.



Мероприятие было организовано Национальным Марокканским офисом по туризму (MNTO) и региональными Советами по туризму Агадира, Марракеша и Касабланки. По словам руководителя MNTO в России Самира Сусси Риаха, в 2013 году Марокко посетило рекордное число наших граждан — 55 тысяч человек. Но настоящий бум на направлении начался в этом году — с января по сентябрь рост прибытий из России составил 330%!

В РСТ считают, что для дальнейшего развития турбизнесу Марокко необходимы несколько «драйверов». Один из важнейших — улучшение транспортной логистики, ведь пока авиасообщение с Марокко ограничивается только

рейсами в Агадир и Касабланку компании Royal Air Maroc и сезонными чартерами ANEX Tour и Coral Travel. В будущем есть необходимость в прямых перелетах в Марракеш, Фес, Танжер и другие города. Также необходимо еще активнее работать с российскими туроператорами и более «точно» продвигать направление среди путешественников. По мнению Сергея Зенкина, генерального директора компании «Роза ветров», Марокко стоит перенять успешный опыт продвижения Израиля, основанный на значительном расширении круга вовлеченных в программу туроператоров, увеличении объема авиаперевозки, издании качественных каталогов на русском языке и создании системы каскадных туров.

## «Букинг» пошел в народ

Компания запустила пилотную версию платформы для туристической розницы.

Сервис представляет собой набор простых инструментов, с помощью которых агенты могут бронировать услуги для клиентов на Booking.com. Новая платформа — это расширенная версия уже существующей программы для партнеров-аффилиатов. «Booking.com для турагентов не только позволит просматривать бронирования клиентов и управлять ими, но и настроит систему

отчетности», — отмечают в компании. «Не думаю, что в агентской среде b2b-предложение Booking.com будет востребовано», — говорит Мария Конабеева, директор по маркетингу TBS. Эксперт объясняет, что проблема работы с Booking.com как с поставщиком услуг заключается в непрозрачности механизма комиссионного вознаграждения, а также в отсрочке его получения.

## 317 млн рублей

находится сегодня в резервном фонде ассоциации «Турпомощь». По словам ее руководителя Александра Осауленко, в уходящем году обанкротились 11 туроператоров, но средства фонда объединения задействованы не были.



## Поздравляем победителя!

Отдел туризма посольства Испании выбрал победителя второго семестра онлайн-академии.

**З**авершился второй семестр онлайн-академии по испанскому направлению, продлившийся с 1 июля по 15 ноября 2016 года. За это время студентами стали более 300 представителей туристической индустрии. Выпускники онлайн-академии получили сертификат «Дипломированного турагента по Испании» и приняли участие в розыгрыше главного приза — двух билетов в Мадрид. Победителем стала Анастасия Нурумова, сотрудник московской компании «Карлсон Туризм». Поздравляем Анастасию и желаем ей незабываемого пребывания в испанской столице!

Всем тем, кто не успел стать студентом онлайн-академии Испании, не стоит расстраиваться — проект продолжает работу. Чтобы поступить в академию, достаточно зайти на сайт [www.spain-e-learning.ru](http://www.spain-e-learning.ru). Скоро откроется третий семестр проекта. Следите за новостями!



## Израиль приглашает

Департамент Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ представляет новый проект — онлайн-академию.

**Ц**ель проекта — помочь подробнее познакомиться с самыми интересными направлениями этой бесконечно интересной страны, ее новыми туристическими продуктами, проверить свои знания и закрепить их.

Учебные материалы в академии разбиты на шесть тематических разделов. Изучив каждый и успешно пройдя тестирование, вы сможете назвать себя дипломированным специалистом по Израилю и распечатать соответствующий сертификат. Для троих самых удачливых выпускников Министерство туризма Израиля подготовило специальные призы — ваучеры на проживание в первоклассных гостиницах. А главный приз — незабываемая поездка в эту удивительную страну! Итак, вас ждет Израиль! Зарегистрироваться и начать обучение можно по ссылке [www.israel-learning.ru](http://www.israel-learning.ru).

## Вместе — эффективнее

Регионы Центрального федерального округа объединятся на выставке «Интурмаркет».

**В**первые 18 регионов Центрального федерального округа, включая Москву и Московскую область, решили выступить единой экспозицией под общим брендом «Центральный федеральный округ» во время туристической выставки «Интурмаркет-2017».

«Выступая единой площадкой на «Интурмаркете», мы делаем еще один очень важный шаг к интеграции», — прокомментировала решение директор «Областного Центра событийного туризма» Липецкой области Марина Кирсанова. «Мы рады, что регионы округа впервые объединятся именно на нашей площадке, — заявила директор выставки «Интурмаркет» Ольга Хоточкина. — 18 регионов округа представят всю линейку туристических маршрутов, всю палитру эмоций — от исторических маршрутов до детского туризма, от русских усадеб до национальных парков».

### ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА ВЫСТАВКИ «ИНТУРМАРКЕТ-2017» ДЛЯ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ УЧАСТНИКОВ

Программа находится в процессе формирования, но уже известны ключевые мероприятия:

- Конференция по вопросам развития детского туризма.
- Семинар Ростуризма и UNWTO по развитию межрегиональных маршрутов «Шелкового пути».
- День онлайн-выставки «Знай наше!»
- Заседание Правления и Регионального совета РСТ.
- Презентации туристических возможностей города Москвы.
- Конференция по малым историческим городам «Настоящая Россия».
- Мастер-класс «Правовое обеспечение различных видов туризма».

- Круглый стол «Основные тенденции современного развития туристической сувенирной продукции».
- Всероссийское совещание по актуальным вопросам развития туризма.
- Круглый стол по событийному туризму во время ЧМ-2018 совместно с маркетинговым агентством Visit Russia.
- Практический курс Академии оздоровительного и спа-туризма.

Более подробная информация на сайте [www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru)

Место проведения выставки: МВЦ «Крокус Экспо», Павильон № 1, метро «Мякинино»

До встречи 11–13 марта 2017 года!

## Новый глава китайского турафиса



**Р**уководителем российского представительства Государственного управления по туризму КНР стал Чжао

Хунцин, ранее занимавший должность помощника главы представительства ГУТ КНР. Новой точкой для двухстороннего сотрудничества в сфере туризма между Китаем и Россией, по его словам, становится «красный туризм», а также поездки по маршрутам «Великий шелковый путь» и «Великий чайный путь». «Китай и Россия — граничащие друг с другом страны, добрые соседи, надежные партнеры и хорошие друзья. Мы верим, что наша дружба будет только укрепляться», — заявил Чжао Хунцин.

## TUI отправляется в плавание

Туроператор начал продавать круизы, как это скажется на рынке — пока неясно.



**К**омпания «TUI Россия» запустила продажу морских круизов и предлагает клиентам организацию путешествия «под ключ», включая авиаперелет до места круиза, страховку, визовую поддержку и трансфер. Для бронирования доступны круизы таких компаний, как Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, TUI Cruises, TUI Thomson и другие.

Несколько лет назад туроператор уже предпринимал подобные попытки. «Круизный рынок не перенасыщен, и оператор может занять свою нишу. У холдинга

TUI есть свои лайнеры, но они ориентированы прежде всего на немецкий рынок, это весьма специфический продукт. Как они будут адаптированы под российских туристов? Интересно также, каким образом компания будет предлагать Royal Caribbean International. И главный вопрос: «TUI Россия» ставит круизы для ассортимента или же у игрока разработана стратегия продвижения этого продукта на рынке?», — спрашивает Михаил Фельдман, руководитель департамента круизов компании PAC GROUP.

## В Сербию — с путеводителем



**В**ышел в свет первый путеводитель по Сербии на русском языке серии «Русский гид. Полиглот» российского издательства «Аякс-Пресс». Он выпущен по заказу и при поддержке Национальной туристической организации

Сербии. Авторы путеводителя — российские travel-журналисты Владислав и Юлия Петровичи. Помимо самой актуальной и полезной информации о стране издание содержит девять специально разработанных авторских маршрутов для самостоятельных путешествий, которые нельзя найти в других справочниках.

# 49,5%

туристического проекта Bookinna купил бывший IT-директор компании «ЮКОС» Сергей Шашурин. «Сергей Шашурин, который в начале года вошел в проект, не просто инвестировал деньги, он эксперт по информационным технологиям. Мы в одном флаконе и деньги, и эксперта приобрели», — прокомментировала Инна Бельтюкова, председатель совета директоров компании «Инна Тур».



# За 60 суток

до отправления можно будет покупать билеты на внутрироссийские поезда дальнего следования. Новый порядок продажи проездных документов вступит в силу 11 декабря. Сейчас правило продажи билета за 60 суток действует для популярных направлений международного сообщения и скоростных поездов, отправляющихся из Москвы в Санкт-Петербург, Казань, Нижний Новгород и Самару.

## ТОП-10 лучших городов для путешествия в 2017 году

1. Бордо, Франция
2. Кейптаун, ЮАР
3. Лос-Анджелес, США
4. Мерида, Мексика
5. Охрид, Македония
6. Пистойя, Италия
7. Сеул, Южная Корея
8. Лиссабон, Португалия
9. Москва, Россия
10. Портленд, США

Источник: путеводитель Lonely Planet



## Куба завербовала агентов

Представителей туристической розницы Красноярска, Иркутска и Владивостока не оставили равнодушными многообразные туристические возможности острова Свободы, представленные в рамках традиционного Roadshow Autentica Cuba.

«**В**о всех городах мы встретили агентов, которые стремятся продвигать путешествия на Кубу, — признался директор представительства Министерства туризма Кубы в России Эдильберто Риверон Леон. — Мы были рады представить востребованные направления за пределами Гаваны и Варадеро. Большой интерес у посетителей вызвала презентация провинции Вилья-Клара и острова Кайо-Коко. Я думаю, что мы достигли цели продемонстрировать многогранность Кубы, все ее преимущества».

Roadshow было организовано представительством Министерства туризма Кубы в России при поддержке ИД «Турбизнес». В мероприятии приняли участие представители гостиничных цепочек Barcelo Hotel Group, Blue Diamond Hotels & Resorts, Melia Hotels International Cuba, туристических компаний ICS Travel Group, «Гаванатур Интернешнл» и рекламного агентства Main Target Group.

«Это был интересный, положительный опыт, и, как показывает практика, туристы из Сибири и Дальнего Востока

тоже едут на Карибы, несмотря на то что имеют широкий спектр хороших предложений для отдыха в азиатских странах», — рассказала Галина Чельшкина, менеджер по продажам в Латинской Америке, России и СНГ Barcelo Hotel Group. Высокую заинтересованность в кубинском турпродукте отметила Анна Филатовская, директор департамента прямых продаж, рекламы и PR компании ICS Travel Group. «Надеюсь, что после мероприятия мы увидим повышение спроса на туры на Кубу от туристов и агентств из этого региона», — прокомментировала она.

- 1 Об особенностях кубинского направления рассказывает Карлос Гонсалес, коммерческий руководитель карибского и латиноамериканского отделов ICS Travel Group.
- 2 Самый долгожданный момент — розыгрыш призов! На фото — Эдильберто Риверон Леон и Дунай Прието Гонсалес, менеджер Melia Hotels International Cuba.



# От Москвы до самых до окраин

Широкая география и масштабный охват рынка уже стали визитной карточкой workshop «Турбизнес». Этой осенью рабочие встречи профессионалов туризма прошли в 38 городах России и стран ближнего зарубежья. Еще одна отличительная черта workshop — неизменно высокая явка агентств и их живой интерес к предложениям и продуктам участников.



**В** этом году число городов, принимавших осеннюю сессию workshop, увеличилось сразу на одиннадцать. «Новичками» стали Москва, Владикавказ, Улан-Удэ, Чита, Южно-Сахалинск, Орел, Курск, Тамбов, Оренбург, а также зарубежные Караганда и Ташкент. Традиционно в таких городах, как Краснодар, Самара, Казань, Нижний Новгород, пообщаться с участниками workshop пришли более 200 турагентств.

Все это говорит о востребованности и актуальности очных рабочих встреч: как никакие другие, они дают возможность наладить и закрепить деловые связи между туроператорами, отелями, курортами, офисами по туризму и региональными турагентствами.

В этом году в рамках workshop состоялось более трехсот мастер-классов и бизнес-завтраков. Свои новинки и бестселлеры продаж представили туроператоры PAC GROUP, «Пегас Туристик», «Ривьера-Сочи», «Веди Тур Групп», «Робинзон Турс», «Профкурорт», «Мир». Также участниками рабочих встреч стали курорт «Роза Хутор», компания «Телетрейн», представительство Министерства туризма Доминиканской Республики в России и многие другие. Партнерскую поддержку осенней сессии workshop оказали

Отдел туризма посольства Испании в Москве (Turopaña) и туроператор «Натали Турс».

«По итогам 2015 года турпоток из России в Испанию снизился более чем на 30%. Однако в этом году падение спроса замедлилось, и в этом есть немалая заслуга и профессионалов российского туризма», — считает руководитель испанского туристического офиса Луис Бовес Мартин.

По словам заместителя директора компании «Ривьера-Сочи» Ольги Субботиной, участие в workshop позволяет встретиться с агентами в регионах напрямую и четко понять, каковы запросы их клиентов. «Для нас главное в таких встречах — возможность получить свежую информацию из первых рук, а также обсудить нюансы сотрудничества с конкретным оператором или системой бронирования», — отмечает генеральный директор агентства Leon Elit Travel Жанна Ямпольская.

«Сейчас ситуация на рынке довольно сложная, возможны быстрые перемены, — констатирует генеральный директор туристической компании «Аврора-БГ» Любомир Христов. — Поэтому надо постоянно держать руку на пульсе. А без участия во встречах с коллегами и «живого» общения сделать это бывает сложно».

Весенняя серия workshop «Турбизнес» уже не за горами. До встречи! **ТБ**

**Workshop**  
ТУРБИЗНЕС

Всю информацию о региональных workshop «Турбизнес» можно найти на сайте:

[tb-workshop.ru](http://tb-workshop.ru)

- 1 Куда, зачем и с кем отправлять туристов этой зимой? Представители регионального турбизнеса знакомятся с новыми продуктами столичных операторов.
- 2 Отдых с пользой: лучшие здравницы России рекомендует Анна Леонова, ведущий специалист отдела внутреннего туризма компании «Профкурорт».
- 3 Workshop жив и будет жить: активная работа на стенде сочинского отеля «Имеретинский».
- 4 «Золотую» коллекцию предложений туроператора презентует Татьяна Короткова, директор представительства «Натали Турс» в Казани.
- 5 Олеся Кудинова, руководитель корпоративного отдела компании «ВИА МАРИС», точно знает, что круиз — это бесприкрытый вариант как для отдыха, так и для проведения делового мероприятия.
- 6 Из Самары — на Гоа? Почему бы и нет! Презентация туроператора «Пегас Туристик» заинтересовала многих турагентов Поволжья.
- 7 Ксения Грудкина, представляющая Turesrafa, приглашает на испанские курорты Ирину Швечкову, менеджера по продажам курорта «Роза Хутор».



# antormice 2017

## MICE

12-ая международная рабочая встреча по организации конференций, деловых встреч и корпоративных поездок

# 26

января  
четверг  
2017

Гостиница

The  
Ritz-Carlton  
Moscow

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для мероприятий



Destination  
Management  
Company  
(DMC)

Конгрессы

Корпоративный  
туризм

Meeting Industry

Поощрительный  
туризм

Team  
building

Corporate  
Buyers



### К участию в мероприятии приглашаются:

Компании по организации деловых, событийных и корпоративных поездок;  
Гостиницы и гостиничные сети; Авиакомпании;  
Бизнес и конференц-центры; Круизные компании;  
Национальные туристические представительства;  
А также другие компании, работающие в области делового туризма.

### Организаторы:

тел.: +7 499 5005628  
[ws@antormice.com](mailto:ws@antormice.com)  
[www.antormice.com](http://www.antormice.com)

### На посещение мероприятия приглашаются:

Корпоративные клиенты;  
Организаторы деловых и корпоративных мероприятий;  
Туристические компании из Москвы и регионов.





# К зиме готовы!

В преддверии сезона ИД «Турбизнес», заручившись поддержкой Ростуризма, организовал первый профессиональный B2B-фестиваль «Снежный калейдоскоп», посвященный разнообразным видам «настоящего» зимнего отдыха.

**М**ероприятие прошло 20 октября в столичном отеле «Меркюр Москва Павелецкая», его участниками стали PAC GROUP, «Время-тур», 7 Tour, курорт «Роза Хутор», ATOUT France — Агентство по развитию туризма во Франции, Словацкое управление по туризму, «Национальный туроператор АLEAN», ClickVoyage, «Туристическая компания Солвекс», «Роза ветров», AATravel, Avis Budget Russia GSA, GO2ALPS, TOUR A VENT — туроператор по Азербайджану, туристический центр «Шахдаг» и другие компании.

Как правильно выбрать альпийский курорт, могут ли индивидуальные горнолыжные туры быть доступными, какую «экскурсионку» стоит рекомендовать семьям с детьми этой зимой — на эти и другие вопросы отвечали туроператоры, выступая с презентациями и мастер-классами. Турагенты не только из первых рук узнали о новинках сезона и бестселлерах продаж, но и получили массу полезных лайфхаков.

Особый интерес у представителей туристической розницы вызвала панельная дискуссия. Владимир Борисов, заместитель руководителя департамента индивидуального туризма компании PAC Group, рассказал, что нынешний кризис затронул горнолыжный сегмент в меньшей степени, чем другие направления отдыха. Традиционные лидеры продаж — Италия, Франция, Австрия, Швейцария. Эксперт также отметил, что туристы, даже если сокращают расходы на путешествия, по-прежнему стараются выбирать курорты и отели, отличающиеся высоким качеством сервиса.

Игорь Козлов, генеральный директор компании ClickVoyage, констатировал, что для этого года характерно сокращение количества чартерных программ в Европу, рост спроса на отдых в России и активизация интереса к зимним курортам стран СНГ.

По словам Нели Огурцовой, коммерческого директора компании «Время-тур», в этом году очень активно шли продажи по акциям раннего бронирования. Эксперт объясняет это желанием туристов сэкономить. Одновременно в компании растет число состоятельных клиентов.

Светлана Цветкова, начальник отдела бронирования компании «Солвекс», прироста в горнолыжном сегменте не заметила. Однако ключевое направление компании — Болгария — пользуется стабильным спросом. Алла Осина, менеджер по продукту компании AATravel, рассказала о продажах зимних туров в Финляндию, назвав их достаточно активными.

«Роза Хутор» в этом году на пике популярности. По словам Александры Баталовой, начальника управления продаж комплекса, курорт пользуется высоким спросом у «денежных» гостей, которые заранее забронировали места в дорогих отелях на Новый год. Турпоток на курорт однозначно возрастет благодаря увеличению числа рейсов в Сочи, в частности, из Уфы, Казани, Волгограда и других городов.

«Мы были рады участвовать в «Снежном калейдоскопе». Агенты проявили повышенный интерес к нашему горнолыжному курорту Шахдаг, — отметил Александр Патрикац, специалист отдела продаж компании TOUR A VENT. — Подобные мероприятия позволяют наладить новые контакты и заявить о себе». **TE**



Владимир Борисов, заместитель руководителя департамента индивидуального туризма компании PAC Group, презентует хиты продаж компании



Представители ATOUT France рассказывают о преимуществах катания и отдыха во Французских Альпах

# На высоком старте

Куда поедет российский турист этой зимой? Какие направления сегодня «в цене»? Как удовлетворить путешественников с разными запросами и предпочтениями? Участники фестиваля «Снежный калейдоскоп» знают ответы на эти вопросы. Они хорошо подготовились к сезону, расширив свой ассортимент интересными и актуальными предложениями. Специально для читателей «ТБ» они рассказывают о своих новинках и проверенных временем турпродуктах.



**ЕЛЕНА ДОБРОВОЛЬСКАЯ**  
Генеральный директор компании 7 Tour

В зимнем сезоне 2016/2017 мы продолжаем предлагать полюбившуюся уже многим горнолыжную и экскурсионную Сербию, отличающуюся как всегда хорошими ценами и при этом великолепным сервисом, а также бальнеологические курорты в этой дружественной нам стране. Горнолыжный Копаоник давно зарекомендовал себя как один из лучших курортов данного вида отдыха, куда едут наши соотечественники зимой, поэтому мы именно там расширили количество отелей в своих предложениях. Интереснейший экскурсионный тур мы предлагаем на Новый год и Рождество в Абхазии, где есть возможность окунуться в атмосферу тепла, уюта и гостеприимства. В «Стране души» можно и просто отдохнуть в новогодние каникулы.



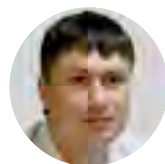
**СВЕТЛАНА ЕРМОЛАЕВА**  
Заместитель генерального директора компании «Роза ветров»

Этой зимой мы предлагаем гарантированные номера во всех отелях курорта «Роза Хутор», в том числе в гостинице «Приют Панды» — это самый экономичный вариант размещения на курорте. Мы имеем гарантированные квоты мест на курорте «Газпром» («Пик Отель», «Гранд Отель Поляна», «Поляна 1389»), на Домбае («Снежный барс», «Домбай» и «Снежинка») и в Приэльбрусье (пансионат «Вольфрам» и коттедж «Адамас»). Также в нашем ассортименте — лучшие резиденции и отели Франции: Pierre & Vacances, Montagnettes, CGH Residences & Spas, Village Montana и другие. Новинки сезона — Chalet Scadi 5\* и Hotel Taj-I Mah 5\*. Помимо наземного обслуживания мы реализуем пакетные туры, включающие перелет, трансфер и страховку.



**АНДРЕЙ ПРИЩЕПОВ**  
Специалист отдела продаж Budget Russia GSA

Компания AVIS представляет обновленный парк автомобилей класса «люкс» во Франции. Коллекция AVIS Prestige на треть состоит из гибридных автомобилей, среди которых, например, Mercedes S Class 500 Hybrid или Porsche Cayenne S. Основные преимущества гибридных автомобилей — невысокий расход топлива и экологичность. Также клиенты AVIS могут взять в аренду Tesla Model S — одну из самых популярных моделей электромобиля компании Tesla Motors.



**ДМИТРИЙ ПОПОВ**  
Директор по продукту  
Национального туроператора  
«АЛЕАН»

Традиционно в период зимнего сезона мы предлагаем нашим туристам широкий ассортимент предложений по санаторно-курортному лечению. Здравницы Кавказских Минеральных Вод, Сочи, Беларуси и Белокурихи примут гостей, желающих получить качественные услуги по оздоровлению в комфортных условиях именитых курортов. Любителей активного отдыха мы приглашаем на горнолыжные склоны России — в Красную Поляну, Домбай, Приэльбрусье и Абзаково-Банное, где более 50 средств размещения уже сейчас открыты к бронированию. Кроме того, горнолыжные курорты ближнего зарубежья ждут лыжников и сноубордистов: это Гудаури и Бакуриани в Грузии, Цахкадзор в Армении, Каракол в Киргизии. Наряду с классическими появился большой выбор новых экскурсионных программ и маршрутов в Великий Устюг, по Санкт-Петербургу и Москве.



**НАДЕЖДА НАЙДИС**  
Руководитель отдела рекламы  
и PR компании PAC GROUP

Для туристов решающим фактором по-прежнему является цена, однако экономить за счет сервиса — не наш вариант. Поэтому зимой 2016/2017 предлагаем качественные отели на курортах-сателлитах: они находятся близко к основным зонам катания и располагают всей необходимой инфраструктурой, но при этом выгоднее по ценам, чем их раскрученные «соседи». В «Трех Долинах» во Франции мы рекомендуем курорты Моттаре, Ла-Танья и Брид-ле-Бэн. Тем, кто отправляется в Италию, предлагаем отели в Вигодди-Фасса и Поцца-ди-Фасса вблизи Селла-Ронда или курорт Пинцоло с зоной катания Skirama. Большой фокус при этом все равно остается на популярных альпийских курортах Австрии, Италии, Франции, предлагаем Андорру и новинку сезона — горнолыжные курорты Красной Поляны («Роза Хутор», «Горки Город», «Газпром»).



**ОЛЬГА ФИЛИПЕНКОВА**

Директор по маркетингу и продажам курорта «Роза Хутор»

В этом году у нас откроется еще 17 км новых трасс и заработают новые подъемники, что позволит разгрузить «узкие» места и сократить очереди. Появился новый AYS Hotel, который по праву называет себя самой позитивной гостиницей на курорте и идеально подходит для молодежного отдыха. Что касается турпродуктов, то наш главный пакет — «Зима на «Роза Хутор», в прошлом сезоне на него пришлось более 70% собственных онлайн-продаж. Он включает в себя проживание в отелях курорта, ски-пасс. В этом году также будет возможность приобрести проживание в отелях Красной Поляны и ски-пасс «Роза Хутор». Это предложение для тех, кто привык или хочет кататься именно у нас.



**НЕЛЯ ОГУРЦОВА**

Коммерческий директор туристической компании «Время-тур»

Туристическая компания «Время-тур» в 2017 году отмечает 25 лет стабильной и безупречной работы на туристическом рынке. В зимнем сезоне мы по-прежнему предлагаем Испанию и Андорру: отдых на Канарских островах, экскурсионные и индивидуальные туры, горнолыжные туры. У нас самые лучшие позиции и цены на широкий выбор индивидуальных продуктов: спа- и бальнеологические отели, отдых на виллах, билеты на спортивные мероприятия, в том числе важнейшие футбольные матчи, на концерты и выставки, ски-пассы, медицинские обследования и лечение, обучение, организация корпоративных мероприятий.



**ДИМИТЪР ЦОНЕВ**

Генеральный директор туристической компании «Солвекс»

Туристическая компания «Солвекс» предлагает зимнюю Болгарию. На знаменитые курорты Банско, Боровец и Пампорово с декабря по март полетная программа «Солвекс» до Софии будет выполняться на регулярных рейсах «Аэрофлота» и Bulgaria Air, а до Пловдива — на рейсах S7 Airlines. В продаже новогодние и рождественские туры. Горы Болгарии занимают большую часть страны. Некоторые массивы являются природными заповедниками. Учитывая наличие шикарных, уютных и комфортных отелей и спа-комплексов, курорты Болгарии можно отнести к самым передовым и востребованным! По уровню оснащения трасс и развитию туристической инфраструктуры курорты не уступают ведущим мировым горнолыжным центрам. Кататься в горах Болгарии можно с декабря по апрель. Туристов привлекают мягкий климат, прекрасные спа-возможности, разнообразие предложений для занятий активными видами спорта.



**ИРИНА ГОЛУБЕВА**

Директор по маркетингу и продажам компании ClickVoyage

ClickVoyage — туроператор по индивидуальным турам. Ключевые направления в Европе — это Испания, Италия, Чехия и Андорра, где у ClickVoyage есть свои принимающие компании, а значит, и супертарифы на популярные на российском рынке отели и любые дополнительные услуги. Из дальнемагистральных направлений у туроператора сильные позиции в Индонезии, Таиланде, на Маврикий, Сейшелах, Мальдивах и в ОАЭ, где за счет прямых контрактов с отелями и туроператорских тарифов на перелеты ClickVoyage предлагает индивидуальные пакеты по выгодным ценам. В горах кроме Андорры мы специализируемся на Франции, Австрии, Италии и Швейцарии. В текущем сезоне ClickVoyage делает серьезный акцент на развитие технологий. Мы внедрили авиAPERелеты в онлайн-системе по отличным ценам, открыли возможность добавлять дополнительные сервисы в Личном кабинете и запустили динамические пакеты «Перелет + отель».



**ЕГОР САФРЫГИН**

Директор департамента маркетинга «Медицина» СГ «АльфаСтрахование»

Недавно «АльфаСтрахование» обновила программы страхования путешественников. Клиенты туристических компаний и самостоятельные путешественники могут застраховаться от отмены поездки: им компенсируют затраты при отмене или изменении сроков пребывания за пределами постоянного места жительства по причине отказа в выдаче визы, неожиданной травмы, болезни или болезни родственников, повреждения имущества при пожаре, затоплении или стихийном бедствии, призыва в армию или по причине участия в судебном процессе, и даже при смерти клиента. Компенсация покроет расходы на билет, отель, консульский сбор и стоимость оформления въездной визы. Для путешественников по России «АльфаСтрахование» создала специальный продукт, позволяющий застрахованным при возникновении экстренных случаев оперативно найти всю необходимую квалифицированную медицинскую помощь в самые быстрые сроки в любом городе или местности страны. С начала текущего года более 60% продаж всех полисов через партнеров «АльфаСтрахование» пришлось на путешественников по России. При покупке через сайт «АльфаСтрахование» тарифы начинаются от 24 рублей в сутки.

СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР ФЕСТИВАЛЯ



# Особый курортный район

Село Завидово, история которого началась почти пять столетий назад, в 20-х годах прошлого века обрело известность как место отдыха «сильных мира сего». Но через несколько лет оно, по мнению президента «Завидово Девелопмент» ДМИТРИЯ ОКОРОКОВА, должно превратиться в российский курорт нового типа, доступный для людей самого разного достатка.

**К**огда знакомишься с публикациями о Завидове, поражает, как говорил поэт, «планов громадье». Что уже осуществилось, что — нет? Работы идут уже десятый год. К 2008 году был подготовлен генеральный план развития, и с теми или иными правками мы этот план реализуем и сегодня. Завидовский проект — это проект комплексного развития территории в первую очередь. Есть такое понятие — «сила места», и здесь эта сила достаточно очевидна.

## Каковы основные составляющие этой силы?

Прежде всего — экологическая обстановка. Это большие лесные массивы — рядом находится национальный парк «Завидово» площадью 125 тыс. га, где запрещена любая хозяйственная деятельность. Это большая вода: именно здесь наименьшее расстояние между Москвой и Волгой.

Природно-экологическая составляющая сочетается с хорошей транспортной доступностью. Это, во-первых, федеральная трасса М10 Москва — Санкт-Петербург. Во-вторых, строящаяся скоростная трасса М11 — тоже до Питера. В-третьих, рядом Николаевская, она же Октябрьская, железная дорога: на скоростном поезде из Москвы до Завидово можно добраться за час с небольшим. Это очень удобно как для туристов, так и для нашего персонала.

Экономической основой развития территории был избран именно ее туристический потенциал. Вся территория была изначально разделена на несколько функциональных зон. И главная — с экономической точки зрения — территория туристско-рекреационная. Она включает отели, рестораны, места активного отдыха, словом, все те атрибуты, которые связаны с курортами.

Но Завидово — это и строительство жилья разных цено-



вых категорий: от экономкласса до более престижных, скажем так, мест обитания. Это капитальная реконструкция существующих и строительство новых социальных учреждений: школ, детских садов, досуговых центров, учреждений культуры, спортивных объектов. Короче, всего того, что необходимо для развития предприятий и бизнеса на территории Завидова.

Вместе с тем мы понимаем, что просто построить — мало. Надо привлечь не только гостей, которые будут оставлять там свои деньги, но и персонал, для которого надо создать условия — как для эффективной работы, так и для развития и отдыха.

#### **И всё же — в какой мере ваши планы уже осуществились?**

Полагаю, что сделано уже достаточно много, но это — только часть всего намеченного пути.

#### **Вы позиционируете себя как курорт нового типа. В чем его новизна?**

Мы не открываем америк, не стремимся изобретать велосипед. Применяя системный подход, мы строим классический курорт, возводим его по тщательно разработанному единому плану, со всей современной инженерной инфраструктурой. Это у нас пока не очень практикуется — и, возможно, именно в этом состоит определенная новизна.

#### **Какие виды туризма будут развиваться в Завидове? И на какой контингент туристов вы рассчитываете?**

Да почти все, за исключением совсем уж экзотических, у нас ведь все-таки классическая русская природа средней полосы, нет водопадов и высоких гор. Наш клиент — это преимущественно семейный человек из Москвы. Молодым и не очень семьям необходимо регулярно вырваться из «каменных джунглей» современного города, вдохнуть воздух в прямом смысле слова полной грудью.

Но это вовсе не означает невнимания к деловому туризму. В 2014 году мы построили отель Radisson Resort, Zavidovo, а в Центральном федеральном округе, исключая Москву и Петербург, загородных конференц-отелей высокого класса не слишком много.

Наши партнеры, с которыми мы давно сотрудничаем, построили, например, замечательную станцию активных видов отдыха на воде; она работает уже два года. Будем развивать и туризм, связанный с активным отдыхом на природе, в частности, зимой.

#### **А в ценовом плане? Не превратится ли Завидово в этукую «волжскую Рублевку»?**

Первый отель относится к категории 5\*. Но наш генеральный план мультиформатен. Например, мы уже разработали проект кемпинга, который будет построен в будущем году; есть проекты нескольких гостиниц экономкласса. Это то, что в советское время называлось турбазами. Реализуем и проект детского оздоровительного лагеря. Форматы будут разнообразными, в том числе и по доступности.

#### **Как складывается ваше сотрудничество с туристическими фирмами?**

Этот потенциал используется явно недостаточно. Отчасти, возможно, потому, что нас еще не очень хорошо знают. Но я надеюсь, что по мере нашего развития это сотрудничество будет крепнуть.

#### **Имели ли вы перед глазами при разработке генплана некий образец?**

Вы знаете, в России чрезвычайно сложно сделать кальку с какого-то западного или восточного туробъекта. Все нужно адаптировать к нашей природе, к нашей ментальности, к нашим традициям, к нашей культуре, наконец. Безусловно, западный и мировой опыт мы изучали, но наш объект чисто российского формата.

#### **Завидово заявлялось как особая экономическая зона.**

#### **Но подобные объекты развиваются не слишком успешно.**

#### **Почему вы не предпочли модные сейчас кластеры?**

Причина неэффективности ОЭЗ — в менеджменте и неудачном выборе места. Но мы-то как раз считаем, что экономический механизм этих зон может работать. Он, скажем так, не порочен изначально.

В чем разница между ОЭЗ и кластером? Концепцию первой курирует Минэкономразвития, второго — Ростуризм. ОЭЗ — это некая земельная территория, на которой развивающиеся компании могут получить статус резидента и вместе с ним ряд налоговых преференций. Возможно также выделение бюджетных средств на развитие этой территории — инженерную, транспортную, ряд других инфраструктур. В случае с кластерами речь идет только о помощи в развитии инфраструктуры, налоговой составляющей там нет. В плане инфраструктуры есть перекликающиеся моменты. И мы, между прочим, входим в состав кластера «Верхневолжский». Он развивается по линии Ростуризма, и мы также получаем оттуда поддержку.

#### **Как, на ваш взгляд, меняется отношение частных инвесторов к туристической отрасли?**

Строго говоря, частные инвесторы — это и есть туристическая отрасль. Последние годы — время интенсивного развития внутреннего туризма, и мы ощущаем это на себе: турпотоки отчетливо перенаправляются внутрь страны. Мы предугадали и рассчитали подобное развитие ситуации.

У нас целый портфель предложений от компаний, которые с нами хотят сотрудничать. В частности, реализуются проекты банного комплекса на берегу Иваньковского водохранилища и аэротуристического комплекса. Спрос растет, и за ним следует увеличение предложения, а не наоборот.

#### **Как вы, физик по образованию, пришли в туризм?**

Я бы не сказал, что пришел именно в туризм, это скорее инвестиционно-девелоперский бизнес. У нашего проекта есть и нетуристическая составляющая — территория промышленного назначения, которую мы предполагаем использовать как технопарковую площадку. Так что не туризмом единым... Я окончил университет в 1987-м, а многие выпускники той поры работают совсем не по той специальности, которую получили.

#### **А где вы провели свой отпуск — не в Завидово ли?**

Я был на южных Балканах и в Португалии. В Завидове я живу и работаю, а отпуск подразумевает «смену картинок». **ТБ**

# Что нужно ЗНАТЬ О НОВОМ законе?



В первый день наступающего 2017 года вступают в силу изменения в закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». О том, чем они грозят туррынку, как операторы будут реформатировать свою деятельность и почему самая неоднозначная и критикуемая поправка «от имени и по поручению» на поверку оказывается не такой новой, рассказывает учредитель юридического агентства «Персона Грата» ГЕОРГИЙ МОХОВ.

## ОСНОВА ОСНОВ

В законе появляется определение общей цены турпродукта, исходя из которой будут рассчитываться обязательные взносы для туроператоров.

Раньше туроператоры рассчитывали размер финобеспечения не от своего реального оборота, а только от своей маржи, поскольку закон давал неоднозначную формулировку. Тем самым они сильно занижали размер фингарантий, что, как известно, приводило к дефектному обеспечению их обязательств перед туристами. Законодатели решили исправить эту ситуацию, обозначив общую цену турпродукта за предыдущий год как расчетную цену для определения размера страхового покрытия и отчислений в фонд персональной ответственности.

Из закона следует, что турпродуктом является комплекс услуг, состоящий из перевозки и размещения, поэтому общей ценой турпродукта предполагается считать стоимость всех услуг по перевозке и размещению в составе комплексных туров за прошлый год. Это не чистый оборот, и туроператору крайне сложно вывести эти цифры, если заранее не велся отдельный учет. В масштабах деятельности большой компании — это колоссальная работа.

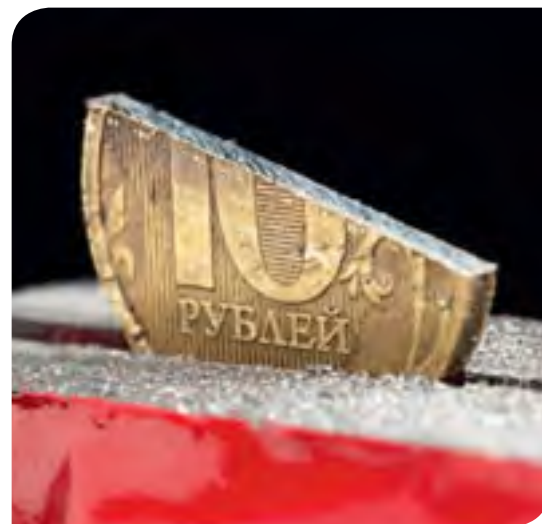
И перепроверить это тоже практически невозможно, поэтому в законе ничего не говорится о подтверждении суммы произведенных расчетов. По сути, туроператор будет просто декларировать некую сумму, сообщая ее размер в Ростуризм, «Турпомощь» и страховщику. Однако контрольно-надзорный орган — Роспотребнадзор, Минкультуры, ФНС или Прокуратура, в зависимости от ситуации, может проверить расчет, и в случае его недостоверности туроператор может быть привлечен к административной ответственности и исключен из реестра.

## САМ СЕБЕ «СТРАХОВЩИК»

Создается фонд персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма для возмещения ущерба, возникшего в результате неисполнения туроператором обязательств по договору о реализации турпродукта.



Ежегодный внос в новый фонд рассчитывается как 1% от общей цены турпродукта, заявленной за прошлый год. Для новых туроператоров и для тех, у кого не было оборота, — 100 тысяч рублей. Если туроператор сразу сформирует фонд персональной ответственности в размере 7%, то он получит освобождение от финобеспечения, но не моментально, а по согласованию «Турпомощи»



## РАЗДЕЛЯЙ И ВЫЖИВАЙ

Многие туроператоры четко выстраивают схему будущей жизнедеятельности по разделению турпродукта на составляющие — причем не просто по разным счетам, а по разным юридическим лицам. Другими словами, туроператоры перевозку и размещение будут продавать отдельно, что закону не противоречит. Но дальше это будет транслироваться турагенту, который, соответственно, тоже должен турпродукт разделить. Сделать он это сможет с помощью платежных терминалов. Терминалы, после того как прошли все чистки Цетробанка, приобрели легальный статус платежных агентов, и они могут непосредственно при оплате заявки осуществить два отдельных платежа в две разные кассы.

Таким образом, турист, получая от турагента информацию о платежных реквизитах заявки, сам как физическое лицо совершает платеж через терминал в пользу туроператора. Эта схема сейчас активно обсуждается. Она позволит продолжить наличные расчеты, при этом уйти от признаков турпродукта. Однако турист в случае возникновения проблем защищен не будет.

Туроператоры должны взвешивать, что для них важнее — экономия денег или репутация? На мой взгляд, баланса достичь вполне реально. Например, туроператор, реализующий индивидуальные туры, в части своего оборота может выделить направления, которые будут по существу прямой продажей туристу через отдельные бронирования.



Деньги, которые лежат в фонде персональной ответственности, возвратные: оператор их получает, если прекращает деятельность цивилизованно, то есть не имея неисполненных обязательств перед клиентами.



Согласно новой редакции закона, страховой случай наступает только вследствие прекращения деятельности туроператора, после соответствующего публичного заявления. Формулировка «ненадлежащее исполнение договора» была исключена. Таким образом, у страховщиков уменьшатся риски, и теоретически они могут понизить стоимость страхования.



Если с туроператором заключен отдельный договор на перевозку туриста и отдельный договор на размещение, но на одно лицо и на одни даты, то такая сделка будет приравниваться к договору о реализации турпродукта. Это сделано для того, чтобы туристы в любом случае попали под защиту закона и получили страховые выплаты, даже если им продали турпродукт отдельно.

с Ростуризмом. В законе указано освобождение от фингарантий (ФИГи) на следующий календарный год, то есть если туроператор сформировал фонд в 2017 году, то ФИГи сможет не платить только с 2018 года. Но сейчас Минкультуры вносит поправку, согласно которой освобождение будет даваться со следующего квартала, но также по разрешению Ростуризма.

Фонд персональной ответственности — это некая копилка, она «вскрывается», если для возмещения ущерба туристам не хватает средств страхования туроператора. Причем по закону следует, что определением реального ущерба будет заниматься «Турпомощь», она и определит сумму выплаты туристу исходя из представленных документов. Выплаты будут ограничиваться взносом каждого конкретного туроператора, поскольку фонд не является солидарным, а персонифицирован по каждому члену ассоциации. Через пару лет, возможно, большинство операторов прекратят страхование гражданской ответственности и полностью перейдут на формирование фонда персональной ответственности, что для них, безусловно, экономически выгоднее.

## ФИГИ: ЦЕНА ВОПРОСА

Меняется размер финансового обеспечения ответственности туроператоров в сфере выездного туризма.



Если раньше минимальный размер финобеспечения для туроператоров по выездному туризму составлял 30 млн рублей, то в новой редакции закона он снижен до 10 млн. Застраховаться на 10 млн рублей могут туроператоры, которые за год отправили не более 10 тысяч туристов, а общая цена их турпродукта не превысила 40 млн рублей.

Для остальных туроператоров размер финобеспечения будет рассчитываться как 5% от общей цены турпродукта, но не менее 50 млн рублей. При этом в законе изначально был обозначен переходный период на 2016 год и, соответственно, размер ФИГов должен был рассчитываться как 3% от общей цены турпродукта в этом году, 5% — с 2017 года. Но из-за того, что закон принимали долго, переходный период «съелся». Согласно одной из поправок, которую готовит Минкультуры, размер финобеспечения будет определяться исходя из 3% годового оборота оператора в 2017 году и 5% на 2018 год. Новые туроператоры должны иметь фингарантии в размере не менее 50 млн рублей.

Могу предположить, что значительная часть туроператоров будут стараться попасть в минимальную цифру — это те, кто сегодня работает по упрощенной системе налогообложения и имеет фингарантии в 30 млн рублей. Сделать это будет непросто, оборот в 40 млн — это незначительная сумма для микро-туроператоров. Причем размер страховой суммы от 10 млн переходит сразу на 50 млн, в законе нет промежуточного варианта.



## КАК ФОНД НАЗОВЕШЬ

Компенсационный фонд «Турпомощи» становится резервным.



Компенсационный фонд, предназначенный для финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам, был переименован в резервный для того, чтобы попасть в льготу по налогам. При этом своей правовой природы он не изменил и, как и раньше, формируется из ежегодных взносов туроператоров и является солидарным.

Взнос для туроператоров с оборотом до 40 млн рублей в год и количеством отправленных туристов до 10 тысяч человек составит 50 тысяч рублей. Если оператор отправляет до 100 тысяч туристов в год, то взнос соответственно увеличивается до 100 тысяч рублей, и в эту категорию попадает большинство игроков на рынке.

## ПО ВСЕЙ СТРОГОСТИ

Введены требования к должностным лицам туроператора.

Новая редакция закона, в частности, содержит ограничение на деятельность должностных лиц туроператоров (директоров, заместителей директоров и главных бухгалтеров), если туроператорская компания, в которой они работали, была исключена из Единого федерального реестра в течение предыдущего года. Получается, что все туроператоры, которые по той или иной причине были исключены из реестра, должны будут на следующий год менять свое руководство. Как известно, исключение из реестра может быть связано, например, с лишением лицензии страховой компании, в которой оператор получил фингарантии, либо по добровольному решению туроператора, не продлившего финансовое обеспечение. Таким образом, налицо юридическая ошибка, так как в законе должен быть прописан только «негативный» характер исключения. Указанная норма будет применяться со следующего года, соответственно, речь идет об исключении туроператора, которое может произойти в 2017 году.

Что касается требования об отсутствии судимости и административных правонарушений должностных лиц туроператора — это заявительная процедура, справок об отсутствии судимости не требуется, Ростуризм получит необходимую информацию по межведомственному обмену.

## КОГДА НУЖНО ПЕРЕОФОРМИТЬ ФИНГАРАНТИИ, ВНЕСТИ ДЕНЬГИ В РЕЗЕРВНЫЙ ФОНД И ФОНД ПЕРСОНАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ?

Закон предусматривает внесение новых взносов в резервный фонд и фонд персональной ответственности в течение 30 дней, начиная с 1 января 2017 года. Однако общую цену турпродукта за предыдущий год туроператоры к этому моменту не подсчитывают. Фонд персональной ответственности будет сформирован для каждого туроператора и, скорее всего, операторы внесут туда некую фиксированную сумму, утвержденную регламентом «Турпомощи», которая после формирования годовой отчетности будет пересчитана.

Привести в соответствие действующие договоры страхования ответственности, по информации Ростуризма, туроператоры также должны до 30 января 2017 года. Но здесь есть нюансы. Если туроператор был застрахован на 30 млн рублей, а по новому закону должен лишь на 10 млн — вернут ли ему страховую премию? А если ситуация противоположная, то туроператор должен «достраховаться»? Вопрос пока открытый, мы ждем новых правил страхования ответственности туроператоров.



## И ТЕБЯ ПОСЧИТАЮТ

Туроператоры в сфере выездного туризма должны предоставлять в «Турпомощь» сведения о турагентах.

В законе сказано, что туроператоры по выездному туризму обязаны предоставлять в «Турпомощь» сведения о турагентах, с которыми у них заключен договор. «Турпомощь», в свою очередь, должна публиковать на своем сайте сведения о турагентах в установленном ею порядке. К слову, туроператоры и раньше должны были размещать на своем сайте список агентов, с которыми они работают.

Информационный реестр «Турпомощи» создается для того, чтобы в случае банкротства туроператора можно было оперативно «поднять» информацию о его агентах и продажах. Это попытка посчитать агентский рынок, в конечном итоге в реестре, по моим оценкам, наберется 10–12 тысяч турагентств. Вполне вероятно, что реестр турагентств со временем станет обязательным, по аналогии с реестром туроператоров, но для этого следует внести в закон соответствующие изменения, не думаю, что это произойдет в ближайшее время. В любом случае никакой реестр не обеспечивает добропорядочность его участников, это просто система учета информации для определения круга субъектов рынка.



## ДОВЕРЕННЫЕ ЛИЦА

С нового года турагент должен будет осуществлять продвижение и реализацию туристского продукта по поручению туроператора.



Эта тема излишне перегрета в СМИ, в реальности такой вариант взаимоотношений был возможен и ранее, в прежней редакции закона уже была формулировка: «Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора», но далее шло уточнение: «а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, — от своего имени». Теперь фразу упростили: «по поручению туроператора». Все было бы хорошо, однако далее по тексту закона следует указание на полномочия турагента действовать от имени туроператора и совершать от его имени сделки. Юридическая конструкция «действовать от имени принципала» существует много лет. Да, эта поправка — обязывающая для участников рынка, она изменяет структуру договорных взаимоотношений и приводит к мыслям об ответственности, к обсуждениям вопросов деловой этики и доверия между игроками рынка. Но следует учитывать, что и сейчас туроператор отвечает за все составляющие турпродукта.

Если говорить о депозитах, то очевидно, что ни один турагент не в состоянии платить депозит полусотне туроператоров, с которыми он работает, тем более по разовым заявкам. Могут предположить лишь появление дисциплинирующих депозитов, гарантий, либо поручительств, которые не будут иметь отношения к текущим расчетам по конкретным заявкам. С большой долей вероятности туроператоры предложат несколько схем взаимоотношений с турагентом, с разным уровнем полномочий, включая вариант, где турагент по существу будет выступать заказчиком в интересах туриста.

Наиболее вероятно, что все преобразуется в итоге в предоставление доверенности туроператором турагенту, в которой будут прописаны полномочия агента на продвижение и реализацию турпродукта оператора. Характер юридических взаимоотношений между игроками рынка имеет множество вариантов: это может быть доверенность с ограничением по сроку действия, с ограничением полномочий, без участия в расчетах, с ограничением на момент совершения сделки, с одобрением каждой сделки — можно прописать различные виды и степень ответственности. В любом случае доверенность — это лишь «выписка» из агентского договора, отражение части полномочий в отдельном документе, кстати сказать, совершенно бессмысленном для данного вида правоотношений, самостоятельно она не выдается. Полагаю, что при очередных поправках к закону доверенность уберут как избыточный документ. **ТБ**

# РОССИЯ. КОНГРЕСС-УСЛУГИ 2017



ДАТА ВЫХОДА: МАРТ 2017

ТИРАЖ: 10 000 ЭКЗ.

В КАТАЛОГЕ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ:

- Выставочные комплексы
- Бизнес- и конференц-отели
- Конгрессно-выставочные и деловые центры
- Тематические площадки
- MICE-компании
- Business travel-агентства
- Поставщики оборудования для конференций



РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгресс-услуг, TMC- и PCO-компаний (5000 адресов)
- на выставках ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), «Интурмаркет» (Москва), МИТТ (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона)
- на специализированных workshop АНТОР-MICE, MICE Forum и др.
- на региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ
- на конференциях ИД «Турбизнес», на деловых мероприятиях для MICE-компаний
- на церемонии вручения наград Russian Business Travel & MICE Award



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

conference.ru

КОРПОРАТИВНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ  
**BUSINESS TRAVEL**

**Турбизнес**  
МАССОВЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

Дополнительная информация: Анастасия Пшеничная, [catalog@tourbus.ru](mailto:catalog@tourbus.ru), [a.pshenichnaya@tourbus.ru](mailto:a.pshenichnaya@tourbus.ru), +7 (495) 723 7272  
Электронную версию каталога 2016 г. можно посмотреть по ссылке [http://www.bt-magazine.ru/application\\_archive/list.html](http://www.bt-magazine.ru/application_archive/list.html)

# В клубке противоречий

Новая редакция закона продолжает нервировать российский турбизнес, ведь до «часа икс» остается меньше месяца. Операторы и агенты готовятся к перезагрузке партнерских отношений, одновременно надеясь, что менять устоявшиеся схемы работы не придется.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



**ЗУЛЬФИЯ РЫКОВА**  
Директор турагентства  
«Тур Этикет»

Все, что происходит накануне вступления в силу нового закона, напоминает мне свадьбу со всеми положенными атрибутами — кто поведет невесту к венцу, кого включать в список приглашенных, что будем дарить и так далее. Моя почта полна предложений от разных компаний срочно подписывать договоры, потому что в «новый туризм» можно будет зайти только под руку с оператором, а они пугают, что не всех поведут к «алтарю»... На самом деле среди агентств паники нет, все спокойно работают и просто ждут. Никто, надеюсь, не думает, что с принятием нового закона жизнь в туризме остановится, ведь главные составляющие этого процесса неизменны: туристы хотят отдохнуть — агенты помогают им в этом; одни готовы платить, другие — зарабатывать.

**С**овсем скоро турагенты должны будут работать от имени и по поручению туроператоров... Или все-таки туристической рознице разрешат действовать от своего имени?

Вокруг этой темы уже сломано немало копий, но отсутствие четкой картины будущего порождает новые обсуждения. Эксперты отрасли, между тем, единодушны: панические настроения деструктивны, а рынок в любом случае сумеет приспособиться к новым реалиям.

«Поправка «от имени и по поручению» предполагает, что туроператоры несут полную ответственность за все договоры, которые заключают турагенты от их имени, — говорит Александр Сирченко, заместитель генерального директора компании «TUI Россия и СНГ». — Но туроператоры и сейчас несут ответственность за действия турагентов, работающих от своего имени». Эту же мысль пытается донести юрист Георгий Мохов, подчеркивая, что принципиально на рынке даже в случае принятия законодательной нормы об обязательности работы агентства от имени оператора ничего не изменится.

В законе на момент подписания номера значится требование о том, что туры агенты смогут продавать лишь от имени туроператоров на основании выданной операторами доверенности. Опасений с этим пунктом связано немало. В частности, бытует мнение, что после Нового

года агенты, принимая деньги у туристов, не будут являться субъектами сделки, а станут выполнять функции платежных агентов. «Пока законодательная база находится в процессе доработки и обсуждения, есть шанс, что многие моменты будут устранены», — говорит Ольга Иванова, PR-директор УК объединенной сети «Горячие туры» и «ТБГ».

Действительно, в середине ноября Минкультуры подготовило проект поправок к закону о туризме, которые исключают необходимость выдачи турагентству доверенности туроператора. Экспертный совет по туризму при Совете Федерации поддержал эту, а также некоторые другие поправки, осталось лишь, чтобы окончательный, «правильный», вариант закона был принят в Госдуме. По словам вице-президента РСТ Юрия Барзыкина, мнение отрасли услышано, и с 1 января агентства смогут работать и от своего имени.

Между тем турбизнес готовится к жизни по новым правилам. Сергей Самохвалов, директор по развитию сети «Глобал Трэвел», считает, что поправка «от имени и по поручению» только нервнрует участников рынка, но никак не влияет на его функционирование. «Большая часть операторов определилась, как будет действовать. Наиболее кардинальный вариант предлагает «Пегас Туристик», остальные, скорее всего, будут выдавать доверенности с правом передоверия», — полагает эксперт.

«Пегас Туристик» «принял удар», первым озвучив рынку свои условия сотрудничества. Вариант с обеспечительным платежом или банковской гарантией вызвал волну негодования со стороны туристической розницы, что вынудило оператора анонсировать еще один возможный вариант работы. Он предложил агентам открыть расчетный счет в «Альфа-Банке» и привязать его к системе бронирования «Пегаса». Еще через некоторое время туроператор решил «заманить» агентов в свою розничную сеть, предложив будущим франчайзи льготные условия сотрудничества, без всяких депозитов. А после информации о вероятной отмене доверенностей оператор пообещал, что изменения в работе с агентами будут небольшими.

Другие крупные операторы предпочли дождаться официальных подтверждений и лишь потом озвучить свою позицию. Некоторые игроки, впрочем, планами поделились. Например, в TUI рассматривают несколько форматов взаимодействия с розничным рынком, но, вероятнее всего, с агентствами будут работать на бездепозитной основе. «С некоторыми крупными консолидаторами мы сотрудничали на условиях депозита или обеспечительного платежа, с ними схема работы, скорее всего, не изменится. Своим франчайзинговым агентствам мы планируем однозначно без депозитов выдавать доверенность», — рассказывает Александр Сирченко. «Депозиты наша компания вводить не планирует, схема дальнейшей работы будет принята в зависимости от дополнительных поправок и трактования закона», — говорит директор по развитию агентской сети туроператора BSI group Татьяна Белова.

Максим Приставко, заместитель генерального директора компании «Джет Тревел», говорит о готовности — если это будет необходимо — выдавать доверенности своим постоянным, проверенным агентам. Показательный пример — Click Voyage. Еще в конце октября туроператор первым на рынке начал выдавать доверенности, причем от ключевых партнеров никакие поручительства для ее получения не требовались.

Тема депозитов — еще один «большой» вопрос для рынка. Очевидно, что вариант с депозитом выгоден поставщикам услуг, а их желание подстраховаться, чтобы не отвечать кошельком за поступки недобросовестных агентств, понятно и естественно.



**ТАТЬЯНА БЕЛОВА**  
Директор по развитию агентской сети туроператора BSI group

То, что рынок адаптируется к новым условиям, сомнений не вызывает. Единственное, есть вероятность, что в новых законодательных реалиях не смогут остаться на рынке те компании, которые числятся в числе туристических лишь номинально и оказывают услуги изредка или не в полной мере. Возможно, они передадут своих клиентов в руки более устойчивых игроков, что в конечном итоге приведет к некому укрупнению турбизнеса, но в то же время и к оздоровлению рынка.



**Дорогие друзья!**

**Выставка «Интурмаркет» желает вам здоровья, благополучия и счастья в Новом 2017 году!**

**До встречи 11-13 марта 2017 в МВЦ «Крокус Экспо» (Москва)**



**АЛЕКСАН МКРТЧЯН**

Директор сети турагентств  
«Розовый слон»

Что касается поправки «от имени и по поручению», то я считаю ее абсолютно неприемлемой. У агентов должна быть вариативность: хотя бы они работают от своего имени — пусть работают от своего имени, хотя бы работать от имени туроператора — пусть следуют этой схеме, но ограничивать их не стоит. Это моя твердая позиция. Если говорить об ответственности туроператоров и турагентов, то я рад, что обязанности первых четко прописаны. Почему туристы всегда обвиняют агентство, почему оно должно нести ответственность за туроператора? Напомню, что в обязанности агентов входит предоставление клиенту достоверной информации о продукте и своевременное перечисление денег за тур на счет оператора, но за качество самого турпродукта несет ответственность туроператор.

С другой стороны, агенты не готовы просто так «замораживать» на счетах операторов деньги, причем без всяких гарантий на их возвращение, да и финансовые возможности у них очень ограничены.

«Если туроператоры обяжут вносить депозиты, это приведет к переходу большого количества агентств в сетевые структуры, — констатирует Алексан Мкртчян, директор сети турагентств «Розовый слон». — Вообще складывается впечатление, что туроператоры очень плохо информированы о финансовом положении агентов, особенно региональных. Среднестатистическое агентство сотрудничает с десятью операторами, таким образом, необходимая сумма депозитов — 500 тысяч (из расчета 50 тысяч за одного туроператора). Для небольших региональных агентств — это запредельная сумма».

«Вполне вероятно, что новый закон о туризме приведет к сокращению количества агентств, работающих по прямому договору с туроператорами, — соглашается Мария Конабеева, директор по маркетингу TBS Group. В текущей интерпретации закона у небольших розничных компаний просто не хватит свободных средств для размещения депозитов у всех крупных туроператоров. Логично, что турагентства будут стремиться работать через крупных реселлеров и центры бронирования».

Есть еще один важный нюанс, касающийся влияния депозитов на рынок. «Вместо того, чтобы упрочить работу операторов, депозиты ослабят ее, — считает Максим Приставка. — Ситуация на рынке непростая, и любой негатив, направленный на какого-либо туроператора, вызовет недоверие к нему со стороны агентов. Как следствие, агенты перестанут бронировать его туры и начнут забирать свои деньги. К тому же депозиты могут находиться в обороте компании, и одновременное их изъятие сильно пошатнет ее финансовую устойчивость и в конечном счете приведет к банкротству оператора».

## К СЛОВУ О БАНКРОТСТВАХ

Поправки в закон в первую очередь призваны усилить ответственность туркомпаний и повысить уровень защиты туристов. Выполняют ли они свою миссию? Эксперты сомневаются. «Планируемые новые фонды туроператорской ответственности, как и уже имеющиеся, не смогут полностью защитить туристов в случае новых кризисов и краха массовых крупных туроператоров, во-вторых, это дополнительная нагрузка на бюджет компаний, которая вряд ли сможет компенсировать туристам

их потери, например, при полном банкротстве туроператора», — считает Татьяна Белова.

Рост финансовой нагрузки волнует многих игроков. По мнению Оксаны Лазаревой, директора краснодарского туроператора «ЛА-ТУР», с учетом низкой маржинальности операторов дополнительные поборы могут привести к росту цен на туры, укрупнению бизнеса и, возможно, всплеску новых банкротств. «Изменения в новом отраслевом законе не решают главных проблем, ради которых они вносились, а только ставят новые препоны на пути развития туротрасли России, увеличивают и без того огромный документооборот», — сетует она.

Действительно, сейчас подавляющее большинство операторов заняты «вычленением» турпродукта из общей доли продаж для того, чтобы впоследствии правильно рассчитать финобеспечение и все взносы. «Несладко» придется «тяжеловесам» рынка: у них турпродукт составляет около 90% продаж, поэтому их финансовые затраты вырастут значительно. При этом средним и малым операторам, напротив, новые правила могут быть выгодны. «У нас, например, менее 50% продаж услуг можно квалифицировать как турпродукт. Поэтому мы надеемся, что сможем уложиться в 10 млн фингарантий, и тогда для нас дополнительная финансовая нагрузка в виде отчислений в известные фонды нивелируется», — делится своим мнением Максим Приставка.

Эксперты обращают внимание и на то, что для внутреннего и въездного туризма с вступлением в силу поправок в отраслевой закон практически ничего не меняется. Хотя очевидно, что за последние пару лет турпотоки на внутрироссийских направлениях заметно выросли, и, соответственно, увеличились риски. «Что будет с туристами, если, скажем, обанкротится туроператор, работающий на внутреннем рынке? Как туристы, находящиеся в момент банкротства на отдыхе, будут возвращаться домой?» — задается вопросами Ольга Иванова. Получается, что закон вроде бы и обновили, но он снова безнадежно отстает от реалий турбизнеса.

И напоследок два примера прогнозов на 2017 год. «После 1 января нас ждет «очень веселая и интересная» жизнь. Проверяющие органы усилят работу по наполнению своих карманов за счет штрафов, количество операторов и агентств сократится, усилятся общая неразбериха», — пишет один представитель рынка. «Панику подняли те, у кого мало работы. В новом году в отрасли все останется ровным счетом так, как есть сейчас», — заочно возражает ему другой. А какой точки зрения придерживаетесь вы? **ТБ**



# Шалом, дорогие коллеги!

Департамент Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ с удовольствием представляет новый проект, разработанный совместно с издательским домом «Турбизнес», — онлайн-академию «Израиль».

Его цель — помочь вам подробнее познакомиться с самыми интересными направлениями Израиля, новыми туристическими продуктами, проверить свои знания и закрепить их. Учебные материалы в академии разбиты на шесть разделов. Изучив каждый и успешно пройдя тестирование, вы сможете с гордостью назвать себя дипломированным специалистом по Израилю и распечатать соответствующий сертификат.

Для троих самых успешных и удачливых выпускников подготовлены специальные призы — ваучеры на проживание в первоклассных израильских гостиницах. А первый приз будет включать также и перелет.

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться по адресу [www.israel-learning.ru](http://www.israel-learning.ru). Доступ к ней также открыт из раздела «Онлайн-обучение» на сайте ИД «Турбизнес» [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru).



**Итак, вас ждет Израиль!  
Потому что учиться никогда не поздно!**  
**Первый приз – поездка в Израиль!**

# Будни и праздники «Отдыха»

Выставка «Отдых» — одна из «священных коров» российской туриндустрии с 22-летней историей. И 22-й год ею руководит ВИОЛЕТТА ТУЛИЧ, успешно воплощающая свои задумки и реализующая свои способности на ниве выставочного дела.

«**Т**уристическая выставка» — не совсем точное выражение, хотя к нему и привыкли; английское

fair, «ярмарка», звучит адекватнее, не так ли? Не хотите сделать ребрендинг своего детища, чтобы подсветить его суть?

И да, и нет. В понятии «ярмарка» я вижу что-то гоголевское, сорочинское. Выставка может напоминать ярмарку, потому что она такая же говорливая, но атмосфера при этом более деловая. Сейчас возникает формат выставки-ярмарки. Сначала экспоненты хотят работать в режиме B2B, в комфортной и спокойной обстановке. А последние день-два они хотят пообщаться с прямым клиентом.

**Как определяется рентабельность вложений для участников выставок? Чем еще измеряют эффективность мероприятия сами организаторы, кроме финансовых показателей?**

Когда пишут, что на выставке заключено столько-то контрактов на такую-то сумму, и оценивают тем самым ее эффективность — это лукавство. Например, есть такие уловки. Компания-организатор предлагает анкету, которая содержит вопросы наподобие следующих: кто вы по должности? на какую сумму собираетесь заключить контракты? Я, может, вовсе не имею права их заключать, но галочку поставлю. А потом эти цифры складываются в столбик. Мы, конечно, так не делаем.

Один из основных показателей, безусловно, количество посетителей. Мы их получаем из трех источников: от «Экспоцентра», службы регистрации и от компании-аудитора, которая все это проверяет. Важен пока-





затель концентрации посетителей на выставочный квадратный метр. Кстати, по этому показателю у Отдыха на один квадратный метр приходится больше людей, чем на других мероприятиях. В результате становится видна наша реальная активность. Эту арифметику может проверить любой, цифры находятся в открытом доступе. А насчет суммарной стоимости контрактов — это скорее проекция.

Как оценивают выставку сами организаторы? В столь непростое время мы приветствуем, например, консолидацию экспонентов: если пять наших традиционных команд-участниц собрались на одном стенде, это значит, что количество участников по сравнению с прошлым годом не сокращается — они аккумулируются. Отмечаем высокий градус конгрессной программы, каждое мероприятие которой собирает до 200 человек. Это говорит о том, что люди из отрасли хотят учиться, знать больше, хотят работать, общаться, обмениваться мнениями и опытом.

Одновременно с этим надо признать, что рынок сейчас в некотором ожидании. Принимаются новые законы, вносятся изменения, появляются новые условия работы и так далее. Поэтому отрасль находится в некотором напряжении, а это отражается в целом на рынке и отраслевых мероприятиях. Это, будем говорить, глобальные проблемы. Но есть и не менее важный вопрос: кто стоит на стенде. По большому счету именно от персонала зависит интерес к компании и его продукту. Есть люди, которые страну либо регион любят, они захлеб рассказывают, ты слушаешь — и все, готов ехать. А есть те, которым все равно! Результат не заставит себя ждать — и интереса нет, и «выставка плохо прошла». Кроме того, всегда надо учитывать и геополитическую, и экономическую ситуацию. Есть страны, которые на данный момент могут быть не так востребованы, а это значит, что надо продолжать еще активнее работать и не уходить с рынка. Это действительно объективные реалии. Ну и, конечно, надо плотно работать с организаторами: использовать наши маркетинговые наработки. Ведь мы также заинтересованы в успешном участии компаний на выставке.

#### **Как глубокий инсайдер, способны ли вы дать объективную оценку состояния туристических выставок в России?**

##### **Что их ждет в ближайшем будущем?**

Те времена, как в 95-м году, когда все окупалось на следующий день, давно прошли. Возрастает конкуренция и на внутреннем рынке, и на выездном. В этом смысле у туристических выставок должно быть нормальное будущее. Компании пробуют новые формы продвижения, ищут себя. Но, к сожалению, от огромного числа мероприятий размывается их ценность, региональные агентства лишаются широты представления об участниках рынка, стран и регионов. В этом плане, конечно, хочется консолидации рынка и интересных предложений от крупных операторов, среднего звена и региональных игроков.

#### **Используется ли демпинг или черный пиар в попытке привлечь экспонентов?**

И то, и другое имеет, как говорится, место... Наши коллеги любят делать вбросы с неверной информацией, проводить всякого рода «аналитику», тем самым вводя в заблуждение отрасль.

Наша компания не пользуется такими средствами принципиально. Нам есть чем гордиться! Мы работаем для участников рынка, всегда стараемся делать хорошо свое дело и рассказывать именно об этом. В угоду своим коммерческим интересам ряд отраслевых изданий публикуют искаженную информацию.

Про демпинг. У нас есть рабочие места: три квадратных метра, хорошо оборудованная площадь — бюджетный вариант. С 1995 года поддерживаем внутренний туризм 20-процентной скидкой. Есть специальные скидки постоянным участникам, тоже объявленные. Но приходит некий экспонент и говорит: там мне дали 50%, а вы сколько дадите? Вот вам, пожалуйста!

#### **Какие маркетинговые приемы вы используете для того, чтобы Отдых не оставался в тени онлайн-технологий?**

Что касается онлайн-выставок, можете меня считать консервативной, я сравниваю это с заочным обучением, при всех его плюсах. Как дополнительная форма продвижения — возможно, но не основная. Во время таких мероприятий можно сделать много дел: сходить к руководству, пообщаться с коллегами и вернуться к монитору. Сергей Лавров, когда приветствовал первокурсников, в своем выступлении сказал, что «политика и бизнес делаются только глаза в глаза. И это было, и будет не одно поколение».

Что касается наших технологий. Года три назад мы провели ребрендинг. Полностью изменили сайт, сделали его удобным, многогранным, глубоким, а главное — информативным. Мы одними из первых в России внедрили систему назначения встреч на сайте выставки и постоянно модернизируем и усовершенствуем ее. Также стали пионерами по работе с сервисом знакомств делегатов наших конференций. Но в онлайн мы не внедряемся. У нас проходят уникальные «живые» конференции, каждый спикер там — лучший в своем роде, но мы никогда не выкладываем тезисы или доклады. Приезжайте и участвуйте в обсуждении! В интернете, безусловно, продвигаем выставку. Реклама, контекстная реклама — отдельно на B2B и B2C.

#### **Что вы усилили в офлайне, какие свежие идеи реализовали?**

Отдых — это массовые направления. А есть компании, которые видят себя конкретно в лечебно-оздоровительном или музейном сегменте. Мы выделяем тематику, делаем экспозицию, разрабатываем дизайн стендов.

Кстати, о музеях и туроператорах. Второй год проводится круглый стол «Музей и турбизнес: путь к взаимопониманию». В прошлом году его инициировал Государственный музей изобразительных искусств имени Пушкина. Ни много ни мало. Выяснилось, что друг к другу есть вопросы. И только выставочная площадка помогла начать продуктивный диалог.

Прошел год. На выставке этого года тема совместного круглого стола «Музей и турбизнес: путь к взаимопониманию» была продолжена. Встречу модерировала Ольга Ярилова, директор Департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ. На круглом столе было поднято много проблем. Я знаю, что после выставки в Минкультуры прошел ряд встреч с музеями и туроператорами для поиска путей совместной работы. Это ли не результат?

### Как вами воспринимается и используется опыт западных туристических выставок?

Регулярно ездим, смотрим, что делают наши коллеги. Многому учимся. По примеру увиденного в Лондоне создали раздел «Карьера и образование», уже третий год проводим конференцию для студентов под названием «Вы — наше будущее». Начинаем с азов — как составить резюме, выбрать для себя направление туризма, правильно прийти на работу. Приглашаем психологов, приходят гуру индустрии — например, Дмитрий Арутюнов, Эллада Пескова. Хотим, чтобы у наших студентов глаза горели.

### У выставок есть еще одно свойство — отражать то, что происходит на туристическом рынке. Какие выводы о состоянии отечественного рынка можно сделать сегодня? Обозначьте три основные тенденции, характерные для российского турбизнеса, по вашей версии.

Первая — это, несомненно, приоритет внутреннего туризма. Все компании, крупные туроператоры, которые раньше и не смотрели в сторону внутреннего туризма, — все поставили российские направления. Причем развивают не только пляжный отдых. Вторая: несмотря на положительные тенденции, есть экономические проблемы в стране, и это сказывается на покупательской способности. Люди экономят на отдыхе, а это заставляет туроператоров искать новые и интересные предложения. А третья... Полагаю, что должна расти конкурентоспособность. Операторы улучшают свой продукт и расширяют линейку предложений. Хочу привести пример. В этом году на выставке компания Golden Ring презентовала свой новый каталог. Туроператор улучшил качественные характеристики турпакетов, но при этом не поднял цены. Мне кажется, будущее именно за качеством предоставляемых услуг.

### Как по-вашему, услышан ли сегодня властями голос российского турбизнеса? Может быть, выставкам для выживания нужна господдержка?

Выставка — это как раз и есть рабочая и дискуссионная площадка для открытого диалога первых лиц отрасли с туристическим бизнесом. У нас проходит много мероприятий Минкультуры РФ, Ростуризма, подписываются межправительственные соглашения, организуются двусторонние встречи с зарубежными партне-

рами, а также многосторонние встречи-обсуждения с руководителями регионов страны. В этом году маркетинговый центр Visit Russia собрал свои зарубежные офисы на выставке. Кстати, на базе нашей компании «Евроэкспо» 16 декабря в Вене будет открыто представительство Visit Russia Austria, которое станет работать на продвижение России за рубежом.

### Несколько вопросов профессионально-личного плана. Что удерживает вас столь долго в выставочной сфере?

Выставка — это не статичное мероприятие. Надо постоянно следить за тенденциями, изучать рынок, общаться с профессионалами. Отрасль меняется, и ты вместе с ней. Несколько лет назад появился новый тренд — гастрономический туризм! Мы этот проект заложили еще в 2012 году, но тогда его еще было не сдвинуть, поскольку рынок был в зачаточном состоянии, а двумя годами позже мы его запустили. Когда мы вводим что-то новое, то и сами учимся.

### Расскажите о ваших собственных туристических пристрастиях.

Самая приятная точка на земном шаре для меня — Сербия, потому что это родина моего мужа. Мы туда ездим к родственникам и просто отдохнуть. Очень люблю Англию — спасибо истории и Диккенсу. И Германию, поскольку там провела детские годы до школы.

### Что из планов, касающихся путешествий, до сих пор не осуществилось?

Мало ездим по России. Не хватает времени. А очень хочется. Сын принес путеводитель по Байкалу со словами, что хочет посмотреть эти места. Теперь надо думать, как найти время и исполнить мечту ребенка.

### Творческие планы?

Главная забота — хорошо сделать выставку. И не просто выставку, а форум, потому что сейчас сюда включается все. Мероприятие завершено — и мы думаем уже о следующем проекте. Новые мысли ложатся на бумагу, чтобы нашим участникам было интересно и комфортно. **ТБ**

Беседовал Геннадий Габриэлян





## Совершенство в деталях

Откройте новый уровень сервиса, окунувшись в неповторимую атмосферу Celestial Bar. Здесь мир вращается вокруг вас.



[www.koreanair.com](http://www.koreanair.com)

Excellence in Flight  
**KOREAN AIR** 

# Полет в завтра

Бионические конструкции самолетов, цифровые заводы, ультралоукостеры и мобильные пассажиры со смартфонами в зубах — примерно такую картину мы увидим в аэропортах будущего. Во всяком случае, участники 14-го евразийского форума «Крылья будущего» были достаточно смелы в своих прогнозах об авиатранспортной отрасли.

ТЕКСТ АННА НАЗАРОВА

**П**редвосхищать будущее самолетостроения взялся современный гигант Airbus. По мнению Нейла Харриса, вице-президента по развитию бизнеса компании, в ближайшие 20 лет в мире будет поставлено 32 500 самолетов. Улучшенные летно-технические характеристики и облегченная конструкция лайнеров будущего позволят увеличивать их внутреннее пространство. Примечательно, что воздушный транспорт будет «зеленым» — на 75% сократятся выбросы углекислого газа и на 90% — оксида азота. Более того, произойдет эволюция в области двигателестроения — от продвинутых сейчас турбовентиляторных силовых установок к гибридным двигателям. Правда, пока не совсем ясно, по какому направлению будут развиваться «гибриды»: разработчики ломают голову как над электрическими двигателями, так и над силовыми установками на биотопливе.

«Произойдет прорыв и в области конструкции самолетов, — добавляет Нейл Харрис, — в краткосрочной перспективе будут широко применяться композитные технологии, потом термические материалы, а в долгосрочной перспективе появится бионическая структура самолета».

В Airbus уже разработана бионическая конструкция перегородки самолета, которая на 55% легче, чем используемые сейчас.

При проектировании каркаса перегородки использовался алгоритм, генерирующий сложные решения, сходные с теми, что появляются в процессе роста микроорганизма, способного формировать прочные соединения между двумя фиксированными точками. Структура каркаса напоминает структуру костей млекопитающих. Изменятся и сами заводы, на которых будут производиться бионические самолеты завтрашнего дня, они станут цифровыми; это будет возможным благодаря распространяющемуся сейчас виртуальному 3D-моделированию.

Перемены затронут и авиакомпании, их формат построения бизнеса. Свообразным локомотивом развития рынка станут лоукостеры — низкобюджетные авиакомпании, активно растущие во всем мире. Именно благодаря таким операторам, как RyanAir и Wizz Air, отрасль авиaperевозок впервые стала реально прибыльной: за последние пять лет рост прибыли этих компаний составлял 6–7,5% в год против 2,5–3% среднего миро-

вого ВВП в год, а в 2016 году EBITDA может показать рост в 9,5%. Такие данные привел Сергей Колтович, генеральный директор Horizon Bizjet Leasing.

«Больше не надо быть миллиардером, чтобы стать миллионером в авиации, достаточно нескольких тысяч, — перефразировал известную шутку Сергей Колтович. — Доля кресел лоукостеров от общего числа кресел мировых авиакомпаний уже составляет 27%». Наибольший рост популярности дешевых перевозчиков наблюдается в Юго-Восточной Азии (53%) и Европе (38%). «Только благодаря лоукостерам средняя цена билета туда — обратно составляет \$366, что на 62% ниже уровня 1995 года», — заключает глава Horizon Bizjet Leasing.

Число перевезенных пассажиров к концу 2016 года может составить 3,8 млрд человек — фантастическая цифра. Это происходит благодаря доступности билетов: все больше путешественников, в первую очередь никогда не летавших, вовлекаются в авиaperевозки. Меняется и структура доходов авиакомпаний: всего 45% прибыли с перевозки идет непосредственно от самого перелета, а остальные 55% — от сопутствующих услуг, предлагаемых авиакомпаниями. Таким образом, в скором времени бюджетные перевозчики превратятся в ультралоукостеров, предлагающих огромный спектр туристических услуг: бронь отеля, аренду автомобиля, вариации провоза багажа, заказ кейтеринга — и только в последнюю очередь саму авиaperевозку.

Огромное влияние на авиaperевозки будущего будут оказывать цифровые технологии. Около 80% владельцев смартфонов используют их круглосуточно. Эта привычка распространяется и на авиакомпании, которые, по ожиданиям пассажиров, должны быть на связи с ними на протяжении всего пути: от покупки билета до посадки. Однако перевозчики уже отстают от ожиданий пассажиров. Например, в App Store мобильные приложения крупнейших авиакомпаний, таких как Emirates, имеют низшие рейтинги и не отвечают требованиям путешественников. Проводя параллель с бронированием отелей через международные онлайн-площадки, представитель Bain & Company отмечает, что путешественники никогда не выберут отель, имеющий слабый рейтинг и плохие рекомендации. Кроме того, подобное технологическое отставание имеет дополнительные риски: перевозчики могут оказаться в роли таксопарка

**7,2 млрд**  
человек будут путешествовать по миру самолетами в 2035 году, что почти в два раза больше показателей 2016 года (3,8 млрд человек).

Источник: Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA)

«Яндекс. Такси» или Uber, которым не принадлежит сам парк. Возможно, в скором времени на рынке появится новый игрок, который перетянет «гуляющих» по сети пассажиров в свое интегрированное туристическое приложение и сам будет давать рейтинг авиакомпаниям. Андрей Панов не исключает, что им может оказаться Google Trip.

На развитие авиатранспортной отрасли в будущем, помимо мобильных приложений, серьезное влияние окажет потребительский опыт. Эти выводы озвучил Вадим Бесперстов, руководитель отдела по работе с авиакомпаниями в России, СНГ и Израиле компании Amadeus. Потребители используют большое количество каналов продаж, в том числе социальные сети, сравнивают отзывы на тот или иной продукт и переносят этот опыт на взаимоотношения с авиакомпаниями.

«В отрасли складывается реальность, в которой необходимо ориентироваться на клиента, при этом важно понимать, что один и тот же пассажир на разных этапах может вести себя абсо-

лютно по-разному, — рассказывает представитель Amadeus. — Например, сегодня он летит по делам, завтра с семьей в отпуск, послезавтра — с друзьями на уикенд. Задача авиакомпании — отследить путешественника на любом этапе и с учетом цели его поездки персонифицировать свое предложение».

Примечательно, что сами пассажиры готовы идти на контакт с авиакомпанией: по данным исследования Global Passenger Survey, 85% опрошенных готовы предоставить персональные данные в обмен на индивидуальное обслуживание. Потребитель заинтересован в прозрачности и ценит возможность сравнивать предложения. Возможно, в скором времени перевозчики возьмут на вооружение слова главы лоукостера Ryanair Майкла О’Лири, известного до недавнего времени вызывающим желанием нажиться на любой дополнительной услуге, в том числе на платном туалете на борту: «Если бы я знал, насколько прибыльным окажется положительное отношение к пассажиру, я бы давно изменил свое отношение к нему». **ТБ**

## ПО ДОРОГЕ С ОБЛАКАМИ

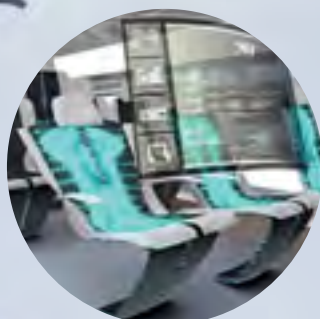
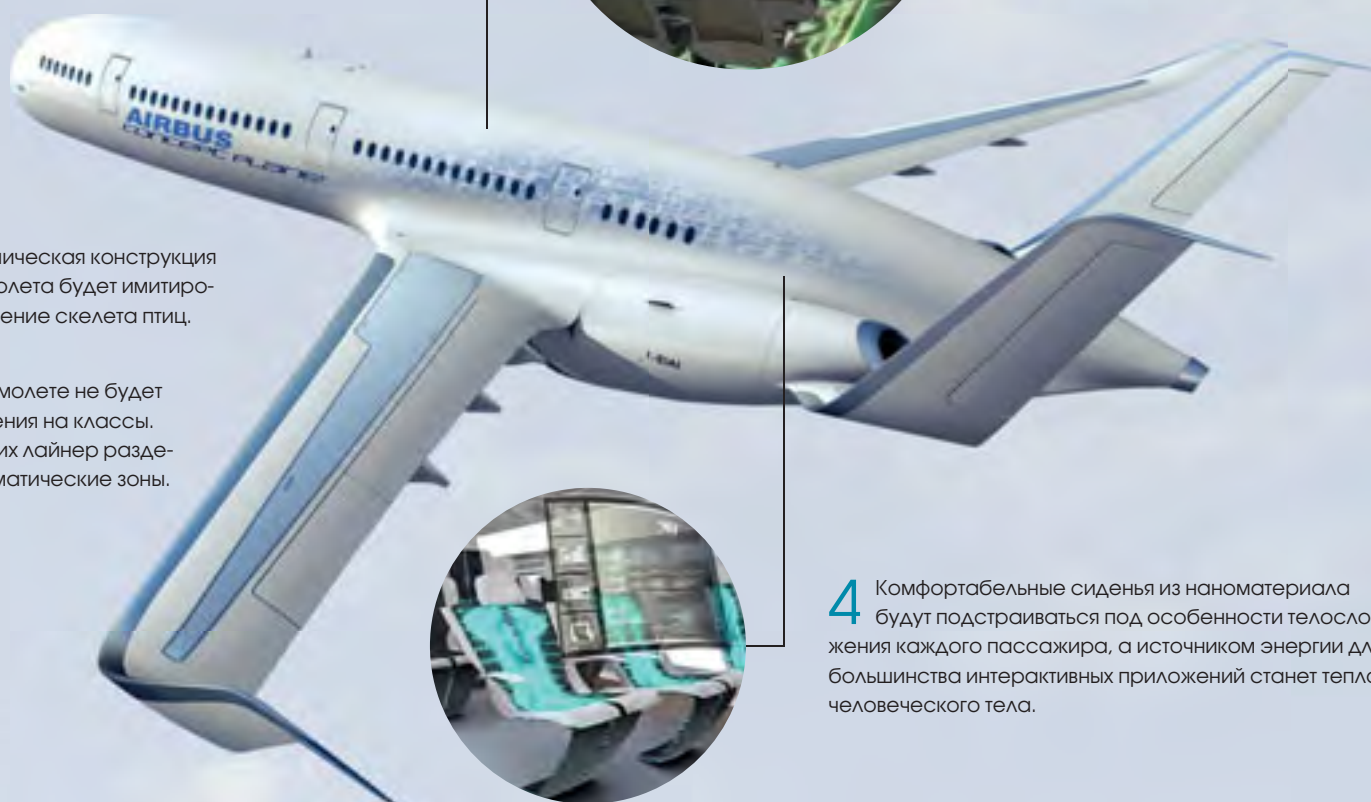
Корпорация Airbus представила в Лондоне проект самолета будущего — Airbus Concept Plane. Суперлайнер, по прогнозам экспертов, появится не раньше 2050 года. Приводим краткие характеристики футуристического судна.

**1** Бионическая конструкция самолета будет имитировать строение скелета птиц.

**2** В самолете не будет деления на классы. Вместо них лайнер разделят на тематические зоны.



**3** Стены лайнера будут представлять собой особую мембрану, способную становиться прозрачной. В прозрачном режиме пассажиры смогут насладиться потрясающими панорамными видами неба и земли.



**4** Комфортабельные сиденья из наноматериала будут подстраиваться под особенности телосложения каждого пассажира, а источником энергии для большинства интерактивных приложений станет тепло человеческого тела.

# Нелегкий выбор инвестора



Для инвестора, который планирует вложиться в гостиничный проект, одним из самых непростых становится вопрос выбора управляющей компании. Международные бренды престижны и, с точки зрения клиента, гарантируют качество, но дороже стоят. Российские операторы могут предложить более комфортный тип соглашений и зачастую требуют меньше инвестиций, но обеспечат ли они аналогичные стандарты качества? На эти и другие вопросы попытались ответить участники панельной дискуссии, которая состоялась в рамках Hotel Business Forum. Вопросы задавала Марина Усенко, партнер департамента гостиничного бизнеса и туризма Cushman&Wakefield.

*Начиная реконструкцию или строительство отеля с нуля, вероятно, первое, что хочет знать инвестор, это размеры своих будущих затрат. Что на это ему могут ответить операторы?*

## **СЕРГЕЙ КОЛЕСНИКОВ**

*Вице-президент Федерации рестораторов и отельеров*

Механизм взаимодействия в этом случае прописан. Он состоит в том, что консалтинговые компании проводят маркетинговый анализ и, исходя из запроса инвестора и его возможностей, рекомендуют ему оператора. Однако ответственности консультанты за свои прогнозы не несут.

## **НИКОЛАЙ МОРОЗ**

*Первый вице-президент «ВАО Интурист»*

Априори любая брендированная гостиница будет дороже. Есть набор требований, от которых с точки зрения бизнеса можно отказаться, но которые прописаны в условиях компании-оператора, например, какая-нибудь особенная суперкровать. Если закупить более дешевые кровати, то клиент даже не почувствует разницу.

## **ВАДИМ ПРАСОВ**

*Управляющий партнер компании «Альянс Отель Менеджмент»*

Как правило, в таких прогнозах оперируют мифическими «затратами на номер», но часто ли они совпадают с реальностью?

## **АЛЕКСЕЙ КОРОБКИН**

*Директор по развитию в России, СНГ и Скандинавии компании IHG*

Чем выше сегмент, к которому принадлежит отель, тем труднее предсказать стоимость в расчете на номер. Но в любом случае затраты на бренд составят 50–60% от общих вложений. Кроме того, часто собственник начинает стройку с одними мыслями, а потом заканчиваются деньги и многое меняется. Мы в рамках своих брендов знаем, что сколько будет стоить, но точных цифр никто не назовет.

*Действительно, сотрудничество с международными операторами зачастую предполагает, что инвестору навязывают зарубежных поставщиков, работа с которыми становится условием контракта. Идут ли операторы на компромисс? Актуальна ли в целом проблема «лишних» инвестиций?*

## **АНТОН ПРОЦЕНТОВ**

*Генеральный директор УК «ГОСТ Отель Менеджмент»*

Иностранные бренды привлекают своих поставщиков и дизай-

неров, которые выставляют цены в долларах и евро. Вполне возможно, что российские компании сэкономили бы средства инвесторов, привлекая поставщиков из РФ.

**МИХАИЛ КОЛЕСНИК**

Старший директор по развитию в России и странах СНГ Marriott International Inc

Для нас важны стандарты оборудования и наличие сертификатов. Если стандарты на уровне и имеются подтверждающие сертификаты, мы соглашаемся на местных поставщиков.

**АЛЕКСЕЙ КОРОБКИН**

То, что может предоставить международный бренд, и то, чего почти всегда не хватает у нас, — это проект-менеджмент. Без него инвестор в результате тратит больше денег и времени.

**МАРИЯ ЗНОВА**

Директор по развитию бизнеса Carlson Rezidor

Есть две области, в которых мы не идем на сотрудничество с российскими поставщиками — это противопожарные системы, а также системы вентиляции. Действительно, системы зарубежного производства существенно дороже, однако существующие в России не предназначены для отелей. Также мы не идем на компромисс по кухонным технологиям. Все это делает проект дороже на начальном этапе, однако в перспективе оказывается выгоднее за счет более экономичной работы зарубежного оборудования.

*Еще один камень преткновения между российскими инвесторами и собственниками — оформление договорных отношений. Какие типы соглашений более комфортны? Какие существуют проблемы при подписании договора с иностранной компанией?*

**СЕРГЕЙ КОЛЕСНИКОВ**

Надо понимать, что непосредственно операционная деятельность проводится собственником отеля. Преимущество российских операторов в том, что они слышат владельца, они принимают схему, при которой, к примеру, компанию делят на несколько юридических лиц, что связано со схемами налогообложения. Кроме того, новые проекты реализуются, как правило, на заемные средства. Банки часто «не пропускают» международного оператора как слишком дорогое удовольствие.

**МИХАИЛ КОЛЕСНИК**

Со стандартным договором управления всегда одна проблема — это желание собственника иметь больше контрольных функций. Это основной вопрос, потому что по деньгам и по процентам договориться проще. Но тут все происходит по принципу «аппетит приходит во время еды»: и то хочу контролировать, и это, и должности назначать. Тогда мы говорим: «Почему тогда не франшиза? Берите российскую управляющую компанию или создавайте свою». Думаю, что в целом рынок движется в этом направлении.

**МАРИЯ ЗНОВА**

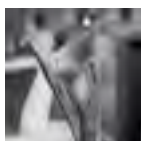
У международных операторов нет ничего, кроме репутации их брендов. Безусловно, контракты на управление слож-

ные и не всех устроят, но у нас есть удачный опыт франшизы. Мы заинтересованы в том, чтобы появлялось как можно больше российских управляющих компаний, с которыми мы сможем работать. Однако то, чего мы, в отличие от российских операторов, никогда принять не сможем, — это откровенно «серые» схемы налоговой оптимизации. Или, к примеру, разделение 8-этажного здания гостиницы на восемь юрлиц. Были и такие откровенно наглые прецеденты. Если договор франчайзинговый, мы можем выделить на оптимизацию ресторан, но если мы берем в управление номера — все должно быть чисто и прозрачно.

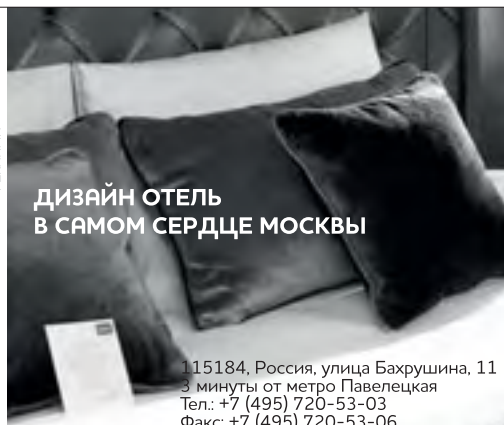
**ВАДИМ ПРАСОВ**

Имея дело с международным оператором, собственник может столкнуться с такой позицией: «В нашем в офисе в Бельгии бюджет уже утвердили, так что ваше мнение нас уже не беспокоит». Что касается форматов договоров, то они бывают разные, но на операционной деятельности отеля все это не отражается. Зато отразится на доходах инвестора, который их не получит, если не будет оптимизации налогообложения. Я не говорю о каких-то «серых» схемах, сейчас так никто не работает, поскольку это ловится очень легко и приводит к довольно печальным последствиям.

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:



И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ:



**ДИЗАЙН ОТЕЛЬ  
В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ**

115184, Россия, улица Бахрушина, 11  
3 минуты от метро Павелецкая  
Тел.: +7 (495) 720-53-03  
Факс: +7 (495) 720-53-06  
h8223@accor.com, [www.accorhotels.com](http://www.accorhotels.com)

**MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA**

Дизайн-отель с неповторимым стилем.  
Ресторан Townhouse, бар,  
Wellness центр, 8 конференц-залов,  
подземная парковка

MERCURE является частью  
комплекса отелей:

**ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA**  
Апартотель

**IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA**  
Современные номера, ресторан и бар.

DISCOVER  
MERCURE



MERCURE.COM  
MORE THAN 750 HOTELS  
AROUND THE WORLD





# Больше чем GDS

В Берлине прошел традиционный форум Amadeus Online Connect 2016 для компаний-партнеров, в котором приняли участие около 400 человек. «Мир стремительно меняется, фактически речь идет уже об информационной революции, и мы активно участвуем в этом процессе, выступая с новыми идеями и предложениями», — рассказывает директор по дистрибуции Amadeus в регионе Центральной, Восточной и Южной Европы ЛУТЦ ФОРНЕВЕГ.

**А**madeus создана как GDS-система для продажи авиабилетов и обеспечения других сервисов, связанных с этим сектором. Сейчас вы начали работать в неавиационном поле туристического рынка. Почему?

Неавиационный сегмент менее упорядочен, чем сегмент авиоперевозок, поэтому открывает впечатляющие возможности для более продуктивного взаимодействия между поставщиками, дистрибьюторами и потребителями. При этом мы понимаем, что дистрибуция неавиационных продуктов не столь эффективна сегодня. Самое важное заключается в том, что все больше наших заказчиков хотят иметь доступ к так называемому мультимодальному контенту и бронировать его. К примеру, при поездке из Санкт-Петербурга в Бангкок или на Пхукет вам придется воспользоваться различными видами транспорта: автобусом или ж/д-экспрессом до аэропорта, потом перелет в одно, два или даже три плеча, по прибытии потребуются такси или трансфер, далее размещение в отеле, возможно, понадобится экскурсия и так далее. Дистрибутивные системы покрывают лишь часть потребностей путешественников. Поэтому GDS, изначально нацеленные на авиаконтент, добавляют в свой сервис отели, автобусное сообщение, железнодорожный транспорт, такси, постепенно становясь мультимодальными.

**За более чем 20 лет работы в России Amadeus завоевала здесь хорошие позиции. В чем главное отличие между вашей работой в России и в других странах? Что вы можете сказать о перспективах российского туристического рынка в целом и про Amadeus на этом рынке в частности?**

Благодаря своим масштабам и активному развитию новых технологий Россия — один из наиболее интересных рынков для Amadeus. С точки зрения дистрибуции локального авиакон-

тента здесь представлены очень сильные игроки. Они работают, как правило, по своим стандартам в области технологий, маркетинга и бизнес-моделей — этим российский рынок сильно отличается от других стран. Онлайн-сегмент также развивается иначе, чем в Европе или Америке. В России представлено множество местных онлайн-турагентств, работают поисковые и метапоисковые системы, такие как Yandex и Aviasales. Хорошо развит внутренний и выездной туризм.

Наш бизнес здесь в основном сосредоточен на обеспечении доступа к системам дистрибуции для туристических агентств, чтобы они могли бронировать международный контент.

На наш взгляд, мы можем многое перенять от упомянутых мною российских компаний, а также от Ozon Travel, Anywayanyday, OneTwoTrip, «Випсервиса», «Авиа Центра» и других игроков, занимающихся инновациями. В ближайшее время мы предложим вашему рынку новейшие технологии, которые внедряются по всей Европе, и в частности в Германии. Мы активно предлагаем российским авиакомпаниям комплексные IT-решения, позволяющие продавать не только билеты, но и дополнительные услуги, в том числе обеспечивать динамическое онлайн-пакетирование.

**Важная часть бизнеса Amadeus сегодня — система бронирования отелей Content Inn. Сколько подключено отелей и агентств? Что их привлекает?**

Content Inn — это ядро нашей модульной платформы Amadeus Merchant Content, функционирующей отдельно от Amadeus GDS. Один из модулей платформы, как раз Content Inn, производит агрегирование ресурсов отелей. Сегодня у нас представлено около 380 тысяч гостиниц от различных поставщиков и консолидаторов, и это только начало. Пользователей больше шести тысяч, включая российских агентов; среди них агентства делового туризма, индивидуального отдыха, ТМС, ОТА. Расширяя



нашу платформу, мы добавляем новые виды контента, к примеру, железнодорожные билеты. В модуле Content Rail уже доступны предложения 25 ж/д-компаний, включая SNCF, Deutsche Bahn, РЖД. Работаем над подключением операторов автобусных перевозок, сначала в Турции, а потом в России. Мы добавляем в платформу лоукост-перевозчиков, кстати, билеты авиакомпании «Победа» в ней уже доступны; чартерные рейсы, услуги такси, трансферы. Основное преимущество платформы в том, что мы избавляем как турагентства, так и поставщиков услуг от целого ряда неудобств. Ведь, как правило, агентствам приходится подписывать соглашения не только с Amadeus, но и с другими дистрибутивными системами, отелями, агрегаторами и сетями отелей, железнодорожными системами, автобусными перевозчиками, что увеличивает финансовые и административные расходы. Именно эту проблему мы и решаем с помощью Merchant Content Platform. Вы заключаете только один договор с Amadeus, получаете доступ к 30–40 различным поставщикам контента от отелей и к 10 железнодорожным системам, число которых в будущем увеличится, а также к ряду операторов автобусных перевозок, при этом производите расчеты только с одним контрагентом, все переговоры с поставщиками услуг лежат на нас. В данном случае Amadeus выступает в роли поставщика и контента, и технологии.

#### Каковы планы по развитию платформы в нашей стране? Планируете ли вы подключать больше российских отелей в связи с резким ростом внутреннего туризма?

В России платформа находится на стадии запуска, что предполагает проведение детального маркетингового исследо-

вания, проработку запросов рынка, отзывов первых пользователей. На мой взгляд, Content могла бы стать прекрасным дополнением к традиционным продуктам для дистрибуции авиабилетов.

Сейчас мы работаем над подключением первых российских агрегаторов гостиничных предложений к Content Inn. Ведем переговоры с российскими железнодорожными и автобусными компаниями. Сегодня обсуждается возможность использования наших решений по цифровому маркетингу и рекламе, чтобы помочь Ростуризму привлекать гостей из-за рубежа. У Amadeus есть решения, позволяющие увеличить туристический поток в Россию, и сейчас мы готовимся к реализации конкретного проекта, который откроет иностранцам удобные возможности для путешествий по стране, перелетов местными авиалиниями, размещения в отелях.

В России вообще интересно работать. Мы пилируем здесь инновационные онлайн-разработки, успешно применяем инструменты для таргетированной рекламы Travel Audience, Media Solutions и другие передовые решения. В нашем российском офисе работает очень профессиональная команда. Плодотворное сотрудничество ведется с партнерами по отрасли, включая «Аэрофлот», «Уральские авиалинии», «ЮТэйр», S7, РЖД, Ростуризм. Мы видим это взаимодействие как своего рода экосистему, в которой играем все более важную роль, создавая возможности для роста и развития туротрасли в России. **ТБ**

Беседовал Александр Попов

## Какой он, путешественник 3.0?

Эксперты конференции Online Travel 3.0 поделились своим видением туристического будущего.

Согласно исследованию IATA, в котором приняли участие 49 ведущих авиакомпаний и 17 вендоров, в ближайшие пять лет будет расти количество уникальных путешественников, то есть тех, кто еще ни разу не летал на самолете. Убедительные цифры: сегодня авиакомпании всего мира перевозят 3,5 млрд пассажиров в год, а это всего лишь 10% населения Земли.

По словам Владимира Проскурина, начальника отдела программ по пассажирским перевозкам IATA, грядет эпоха тотальной мобилизации, и уже сегодня многие туристы и бизнес-путешественники отказываются от ноутбуков в пользу планшетов и смартфонов. «Чего хотят пассажиры будущего? Они хотят, чтобы покупать авиабилеты было проще, а сегодня, по данным Google, нужно совершить не менее 22 кликов для приобретения билета. Также на первый план выходит персонализация, и ради персонализированного предложения путешественник будет готов отказаться от услуг привычной ему авиакомпании в пользу другой», — рассказал эксперт.



По мнению Байрама Аннакова, CEO компании App in the Air, путешественник 3.0 — это человек, которому не нужен full service. Он будет покупать базовый тариф, а потом «добирать» необходимые ему услуги. Эксперт согласен, что настает время мобильных технологий. По данным Expedia, 12% пользователей совершают бронирование через мобильный канал, и в основном это те, у кого никогда не было компьютера, и смартфон — их первое устройство. Еще интересный нюанс: в авиаотрасли существует некое неравенство — только 19% пассажиров совершают 66% всех полетов в мире. Логично, что именно эти 19% являются для авиакомпаний самыми желанными, и именно их потребности перевозчики будут стремиться удовлетворить в первую очередь. **ТБ**



## Новый год в Югре

Уже три года в Ханты-Мансийском автономном округе реализуется событийный проект «Ханты-Мансийск — Новогодняя столица Югры». В 2016 году Минкультуры России приняло решение: административный центр Югры станет главной новогодней площадкой нашей страны на рубеже 2017 и 2018 годов. Но и в этом году туристов ждет незабываемый праздник!

**С** 10 декабря в аэропорту Ханты-Мансийска гостей будут встречать Дед Мороз и Снегурочка. Гости Новогодней столицы получают афишу городских событий, сувениры, приглашения и, конечно же, фото на память с Югорским Дедом Морозом.

Столица Югры приготовила насыщенную культурно-развлекательную программу: все каникулы здесь будут работать пять основных и более 20 дополнительных площадок, создающих особую

сказочную атмосферу. Креативные, жизнерадостные и морозоустойчивые Снегурочки и Деды Морозы со всей страны соберутся 10 декабря на Центральной площади Ханты-Мансийска на Всероссийский съезд. В ночь с 31 декабря на 1 января здесь выступят артисты, пройдут игры и конкурсы. Праздничные гулянья в Новогодней столице Югры продлятся до рассвета.

Для любителей острых ощущений и экстрима в столице Югры — фестиваль экстремальных технических видов спорта

«Экстремальная зима» — это открытые соревнования по зимнему маунтинбайку и снегоходный кросс, выставка и тест-драйв снегоходной техники, лазертаг и фаер-шоу.

Только в Ханты-Мансийске к Новому году построят Чумовую улицу: вместо домов поставят чумы, вместо дорог проложат трассы для катания на собачьих и оленьих упряжках. Опытные инструкторы по традиционным видам спорта коренных малочисленных народов Севера подготовили целую программу мастер-классов. Любой желающий сможет попробовать свои силы в прыжках через нарты, метании тынзына на хорей, перетягивании палки, стрельбе из лука, а также ходьбе на лыжах с подволокой.

Много сюрпризов ждет и детей, например, фестиваль ростовых кукол «Новогодние игрушки», детские спектакли и театрализованные концерты.

В конгрессно-выставочном центре «Югра-Экспо» откроется единственная в России Резиденция Елки. Здесь и гастрономическая ярмарка, и мастер-классы, и детские развлекательные площадки, площадки для фотосессий, а также развлекательные программы для детей взрослых.

Добро пожаловать в Югру!

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

## Лучшее — детям

Правительство Югры в рамках проекта «Моя новогодняя Югра» организует социальные туры для детей — поездки в Ханты-Мансийск с посещением площадок событийного проекта «Ханты-Мансийск — Новогодняя столица Югры».

**П**ервые группы детей посетят столицу Югры 24 декабря 2016 года. Юные путешественники побываю в Резиденции Елки, прогуляются по Чумовой улице. В чумах их встретят приветливые хозяйки, которые расскажут об истории и традициях Югорского края, угостят свежесдобитым хлебом и теплым чаем.



Программа туров также включает катание на оленьих и собачьих упряжках, дегустацию блюд национальной кухни, снежные забавы. Не оставят детей равнодушными и разнообразные состязания по этноспорту: прыжки через нарты, метание тынзына на хорей, перетягивание палки. В Резиденции Елки ребят будут ждать мастер-классы, дет-

ские интерактивные и спортивные площадки, а также новогодние представления.

Детские новогодние туры станут завершающими мероприятиями объявленного губернатором Югры Натальей Комаровой Годом детства в Югре!

[www.tourism.admhmao.ru](http://www.tourism.admhmao.ru)

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫХ КРУПНЫХ, ПОПУЛЯРНЫХ, УСПЕШНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ В РЕГИОНАХ РОССИИ

### КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ВЕСНА 2017:

МАРТ	01–03	БЕЛГОРОД → ВОРОНЕЖ → ЛИПЕЦК
МАРТ	06	МИНСК
МАРТ	20–24	ВЛАДИКАВКАЗ → ПЯТИГОРСК → КРАСНОДАР → РОСТОВ-НА-ДОНУ → ВОЛГОГРАД
МАРТ	27–31	УФА → САМАРА → КАЗАНЬ → ЧЕБОКСАРЫ → Н.НОВГОРОД
	03–07 АПРЕЛЬ	ТЮМЕНЬ → ЧЕЛЯБИНСК → ЕКАТЕРИНБУРГ → ПЕРМЬ → ИЖЕВСК
	04–06 АПРЕЛЬ	ИРКУТСК → КРАСНОЯРСК → НОВОСИБИРСК
	10–14 АПРЕЛЬ	НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → ТОЛЬЯТТИ → УЛЬЯНОВСК → ПЕНЗА → САРАТОВ
	17 АПРЕЛЬ	МОСКВА в формате бизнес-завтрака
	18–21 АПРЕЛЬ	ПЕТРОЗАВОДСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → АРХАНГЕЛЬСК → МУРМАНСК
	24 АПРЕЛЬ	БАКУ
	26–28 АПРЕЛЬ	ЕРЕВАН → ТБИЛИСИ

#### СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

**РЕГИОНЫ РФ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:** 17 000₽ (1 город)  
**СНГ:** 25 000₽ (1 город)  
**МОСКВА:** 30 000₽  
 для российских компаний.

#### В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

- предоставление рабочего места (с табличкой и бейджками),
- рекламная кампания в журнале «Турбизнес»,
- приглашение профессиональных посетителей,
- организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах),
- размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте [tb-workshop.ru](http://tb-workshop.ru),
- предоставление базы посетителей после окончания мероприятий.

ИСПАНИЯ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ДОМИНИКАНА — СТРАНА-ПАРТНЕР



#### ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

<b>Россия:</b>	<b>СНГ, Москва:</b>
20 мин. — 6 000 руб.,	20 мин. — 8 000 руб.,
30 мин. — 8 000 руб.,	30 мин. — 10 000 руб.,
40 мин. — 10 000 руб.	40 мин. — 12 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop — от 14 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 49 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 8 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 13 000 руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 8 000 руб.)
- заочное участие в workshop (Россия 8 500 руб., СНГ 12 500 руб.)
- организацию индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций для компаний в городах России и СНГ различной сложности.

#### БОНУС УЧАСТНИКАМ:

бесплатное размещение текстовой информации о компании в журнале «Турбизнес» 1/6 полосы с логотипом компании.

- Возможно незначительное изменение в порядке городов и датах проведения.
- Скидки на участие предоставляются индивидуально, в зависимости от количества забронированных городов.
- Новая платная услуга — участие в бизнес-завтраках (презентация в особом формате для ограниченного круга лиц, неформальное общение между представителями туроператоров и директорами, ведущими менеджерами турагентств).
- При самостоятельной доставке каталогов в города проведения workshop разгрузка и погрузка к рабочему месту оплачивается дополнительно!

#### ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

(495) 723-72-72,  
[www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru), [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru),  
[www.idtourbus.ru](http://www.idtourbus.ru), [wshotels@tourbus.ru](mailto:wshotels@tourbus.ru)

**Руководитель отдела:**  
**Заместитель руководителя отдела:**  
**Координатор отдела:**  
**Менеджеры отдела:**

Людмила Сивова / [k.sivova@tourbus.ru](mailto:k.sivova@tourbus.ru)  
 Кристина Сивова / [perova@tourbus.ru](mailto:perova@tourbus.ru)  
 Виктория Кудряшова / [perova@tourbus.ru](mailto:perova@tourbus.ru)  
 Елена Архипова / [e.arhipova@tourbus.ru](mailto:e.arhipova@tourbus.ru)  
 Илья Плясунов / [i.plyasunov@tourbus.ru](mailto:i.plyasunov@tourbus.ru)



С 1998 г. ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 520 МЕРОПРИЯТИЙ В 64 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ И ЕВРОПЫ

# Вятская эkleктика

По площади — свыше 120 тыс. кв. км — Кировская область сравнима с Австрией и Швейцарией, вместе взятыми.

А какой интерес она представляет для туристов?

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



Скульптурная композиция «Место встречи» на вятском «Арбате» выполнена в стиле дымковской игрушки

**Г**ород Киров до переименования в 1934 году был Вяткой, а еще раньше — Хлыновым (до 1781 и в 1915–1923 годах). Предыдущие названия не забыты:

Вятка и Вятский край по-прежнему на слуху, особенно в туристическом или историческом контексте. От Москвы до Кирова около 950 км, через область проходят две крупнейшие транспортные артерии России: Транссибирская магистраль и федеральная автотрасса Санкт-Петербург — Екатеринбург.

## ВЯТСКИЕ — ХВАТСКИЕ

На государственной охране в области стоит около девяти сот объектов культурного наследия, из них 269 — федерального значения. Работают пять центров национальной культуры (русской, татарской, марийской, удмуртской). Более полусотни музеев рассказывают об истории края и знаменитых земляках, самыми известными из которых являются художники братья Васнецовы. Вятским мужиком был по корням и величайший оперный артист XX века — Федор Шаляпин (недавно в Вятке открыт памятник ему), в городке Слободском родился знаменитый писатель-романтик Александр Грин, в Вятке несколько лет жил Михаил Салтыков-Щедрин.

Свой и очень узнаваемый «бренд» был у края и до революции: Вятская губерния считалась общероссийской «столицей» народных промыслов — их в ней насчитывалось около трехсот. Символом Вятского края давно стала знаменитая на весь мир дымковская расписная игрушка, существующая уже более 400 лет. Хорошо известны и изделия из капкорня — нароста на стволах деревьев, по красоте текстуры не уступающего карельской березе. Славится Вятка мастерами кружевных дел и лозоплетения.

## ВАСНЕЦОВЫ ИЗ «МЕДВЕЖЬЕГО УГЛА»

Стремительное развитие туризма в регионе началось с прошедших в 2012 году в Вятке и ставших с тех пор ежегодными Всемирных сказочных игр, организованных по инициативе Центра активного отдыха «Летучий корабль».

Тогда же начал реализовываться задуманный более четверти века назад проект «Васнецовского кольца»: в селе Рябово (150 км от Вятки), на родине Аполлинария Васнецова, появился историко-мемориальный и ландшафтный запо-

ведник, способный принимать до 60 тысяч туристов в год. В его состав входят дом-музей, сказочная тропа персонажей Виктора Васнецова и другие объекты. Для создания васнецовского культурно-исторического центра была принята даже специальная областная целевая программа — случай для российской глубинки весьма редкий.

Маршрут проходит через родину Виктора Васнецова — село Лопьял близ Уржума, а также через Ошеть (76 км на юг от Вятки, в переводе — «медвежий угол») — «корень» шести поколений Васнецовых, где с 1661 года в местной церкви служил Дмитрий Игнатъевич, прапрапрапрадед художников.

В ошетский мемориал входят Спасская церковь, памятник роду Васнецовых, место, где до последней четверти прошлого века стоял дом Васнецовых (в перспективе намечается его восстановление), трехсотлетняя липа, посаженная, по преданию, Дмитрием Васнецовым, святой Исааковский источник, музей крестьянского быта. Недавно в Ошети был открыт гостевой дом на 20 мест, его постояльцам предлагают многочисленные экскурсионные и фольклорные программы.

## «МЕСТО ВСТРЕЧИ» — У МУЗЕЯ ШОКОЛАДА

В самой Вятке созданы Центр развития туризма, сеть туристско-информационных центров и ряд новых, быстро ставших популярными объектов показа.

В 2015 году на выезде из города был открыт «Юркин парк» площадью около 5 га. Ядро все-сезонного парка развлечений нового поколения — 43 «живых» динозавра из мягкой резины в натуральную величину: ящеры «дышат», «рычат», сверкают глазами, двигают корпусом, лапами и хвостом. Широкий набор и других развлечений: «лебединое озеро», бассейн с горками, тарзанка, кукольный театр, театр теней, предлагается порыбачить и попрактиковаться в раскопках окаменелостей.

Летом прошлого года в центре Вятки в составе музейно-гостиничного комплекса «Постоялый



## СЛАДКАЯ ВЯТКА

В декабре 2015 года в Кирове открылся интерактивный музей мороженого «Артико» — третий в мире (после Болоньи и Таллина) музей такого рода. Коллекция уникальных экспонатов, в числе которых, например, американская ручная мороженица конца позапрошлого века, раскрывает историю и особенности приготовления сладкого лакомства, которое, кстати, здесь можно и попробовать.

по одному из лучших сортов какао-бобов. Одна из «изюминок» музея — экспозиция, посвященная истории шоколадного производства в Вятке: деликатес, изготавливаемый бывшим ссыльным Станиславом Якубовским, славился по всей России.

«Росту турпотока в нашу область очень помогают новые музеи, а также многочисленные событийные мероприятия — помимо Всемирных сказочных игр, это Васнецовские пленэры, праздник «Вятская свистунья», фестиваль ремесел «Вятский лапотъ», праздник истобенского огурца», — считает менеджер туристической компании «Вездеход» Елена Подлевских. «Я бы не сказала, что есть конкретные трудности, тормозящие развитие туризма у нас в регионе, — говорит Валерия Бровцына, директор областного Центра развития туризма. — Проблема — в головах людей, в архаике мышления. Им бы брать пример с жителей маленьких европейских городов, гордящихся местом, где они родились и живут». **ТБ**

## ЗДЕСЬ БЫЛ ЯЩЕР

Палеонтологические музеи и парки динозавров открыты в Кирове и в Котельниче, где были обнаружены доказательства существования палеозойских травоядных ящеров — парейазавров.

## НЕ ПРОПУСТИТЬ

### 1 «ВАСНЕЦОВСКОЕ КОЛЬЦО»

Вятская земля — родина знаменитых русских художников братьев Васнецовых. Посвященный им маршрут начинается в Кирове, с художественного музея и включает в себя села Ошеть, Лопьял и Рябово. На фото — родительский дом Васнецовых в музее-заповеднике «Рябово».

### 2 МУЗЕЙНЫЙ КВАРТАЛ В ВЯТКЕ

Комплекс исторических зданий в пешеходной части Спасской улицы.

### 3 СЛОБОДСКОЙ

Известный с начала XVI века город, «вятский Суздаль» — родина писателя Александра Грина и хирурга Александра Бакулева. Город сохранил характерную застройку позапрошлого века с многочисленными храмами и купеческими особняками.

### 4 ВЕЛИКОРЕЦКОЕ

Духовная столица Вятской земли. Ежегодно с XIV века — в советское время нелегально — в начале июня из Вятки в Великорецкое совершается один из самых протяженных в России (150 км) крестных ходов.





# Что спрятано в Пиренеях?

Андорра — карликовое княжество, уютно укрытое в Пиренейских горах. Особая курортная атмосфера, широкий выбор качественных объектов размещения, доброжелательные местные жители и превосходные условия для горнолыжного отдыха — все это обязательно порадует гостей. ANEX Tour знает, как убедить туриста выбрать отдых именно в Андорре этой зимой.

Княжество, основанное Карлом Великим в 805 году, расположено в Пиренеях между Францией и Испанией. Государственность Андорра обрела в 1278 году. Андоррой правят епископ Уржеля (Испания) и президент Французской Республики. Ныне действующая конституция княжества принята в 1993 году, в год вступления государства в ООН.

**К**омпания не первый год работает с этим направлением. На курортах Андорры туристов принимает собственная DMC туроператора «ANEX Tour Испания», которая обеспечивает контракты с лучшими отелями и широкий выбор экскурсионных программ. В 2016 году отели Андорры включены в бонусную программу ANEX Tour.

## ИДЕИ ДЛЯ ОТДЫХА В АНДОРРЕ

**1 Сравнить многочисленные трассы Вальнорда и Грандвалиры.** Горнолыжные зоны Андорры насчитывают более 300 километров трасс!

**2 Расслабиться в уникальном термальном центре «Кальдеа».** Он находится в Эскальдесе, занимает площадь 12 400 кв. м и предлагает широкий спектр услуг: от комплексных программ до индивидуальной диагностики.

**3 Прокатиться на тобогане Tobotron.** Его трасса проложена в парке Натурландия и является самой длинной в Европе (5,3 км). Сани-тобоган развивают скорость до 40 км/ч. Парк находится на высоте 1600–2000 м на 800 га леса Ла-Рабасса.

**4 Отправиться на выгодный шопинг.** Андорра — зона сниженных товарных пошлин, поэтому стоит заглянуть в местные торговые центры! Большинство таких заведений расположено в Андорра-ла-Велья, Эскальдес-Энгордань и в Пас-де-ла-Каса. Более 1000 магазинов в стране работает без выходных дней. Магазины закрыты только четыре дня в году: 1 января, 14 марта (День Конституции), 8 сентября (Национальный День) и 25 декабря.

**5 Познакомиться с культурным наследием Андорры.** Рекомендуем посетить столицу, местные музеи и ресторанчики. Усадьба д'Арени-Пландолит 1633 года постройки и Музей миниатюр в Ордино, Музей парфюмерии и Музей репродукции романского искусства или здание старого парламента Каса-де-ла-Валь. Это лишь малая часть интересных мест страны.

**6 Переночевать в самом необычном месте Андорры — ледяном отеле IGLOO HOTEL.** Гости могут прочувствовать целую гамму непередаваемых ощущений в окружении ледяных скульптур. Снежных отелей не так много в мире, и один из них находится в Андорре! **ТБ**



Великолепные природные богатства — визитная карточка крошечной Андорры!

 Андорра — здесь всё по-другому

[www.visitandorra.com](http://www.visitandorra.com)



Pictures loaned by Andorra Tourism, SAU  
Фотографии предоставлены компанией «Андорра Туризме, САУ»

**anex**  
tour

**20** ЛЕТ

“МЫ ЗАВОЕВАЛИ МИЛЛИОНЫ СЕРДЕЦ”



# Посреди Средиземного моря

Ежегодно Мальта принимает около двух миллионов гостей, что в пять раз больше населения всех островов архипелага. Многие едут сюда за морем и солнцем. Среди средиземноморских курортов Мальту выделяет долгий пляжный сезон: он начнется уже в марте и продлится до ноября.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

## СЕНТ-ДЖУЛИАНС — ПАЧЕВИЛЬ

Это самый веселый курорт на Мальте. Улицы двух городов так переплетены, что часто даже мальтийцы не могут показать границу между ними. Города расположены вверх по побережью от Валлетты у заливов Спинола (Spinola Bay) и Сент-Джорджс. Здесь есть три песчаных пляжа.

На улице St. George's Road длиной всего около 150 м и в ее окрестностях разместились до 500 ресторанов, баров, дискотек и ночных клубов. Неподалеку — кинокомплекс Eden Century Cinemas и развлекательно-торговый центр Bay Street Shopping Complex. В одном здании с ним Hard Rock Cafe, где представлены сценические костюмы, инструменты и золотые диски звезд рок- и поп-музыки.

В Сент-Джулиансе расположены более половины мальтийских отелей класса 5\*, а также много гостиниц класса 3–4\*. В гостиницах The Westin Dragonara Resort и Hilton находятся два из трех мальтийских казино.

## СЛИМА

Одно из самых фешенебельных мест Мальты. Курортная зона начинается на мысе Тинье (Tigne Point), откуда набережная Tower Road тянется до Сент-Джулианса. Пляжи каменистые, что открывает хорошие возможности для дайвинга. В Слиме около двух десятков отелей, а благодаря наличию крупных торговых комплексов ее именуют «мальтийским универсамом».

## АУРА — БУДЖИББА

Это крупнейший курортный район острова. Его образуют слившиеся на побережье залива Сент-Полс (St. Paul's Bay) города Аура и Буджибба (Qawra — Bugibba) на северо-западе Мальты.

Пляжи здесь каменистые, но есть и насыпной песчаный пляж в Буджиббе. Везде безукоризненно чистая вода, удобные входы в воду и разнообразный сервис. Район предпочитают туристы со средним доходом.

По числу мест развлечений Аура — Буджибба лишь немного уступает району Сент-Джулианс — Пачевиль.

## СЕНТ-ПОЛС-БЕЙ

Пляжный морской курорт, который за время 1960–1980-х годов вырос из рыбацкой деревушки St. Paul's Bay. С пляжа открываются прекрасные виды на остров Св. Павла. Согласно Библии здесь в 60 г. н. э. сел на мель корабль, на котором везли на суд в Рим апостола Павла. Об этом событии напоминает Фонтан Апостола на въезде в город.

## МЕЛЛИХА-БЕЙ

Курорт состоит из двух частей: «город Меллиха» и «залив Меллиха». Это одно из наиболее престижных и спокойных мест Мальты, с хорошими отелями, ресторанами и барами. Здесь крупнейший песчаный пляж на острове. Мягкий красноватый песок





и пологое дно делают его удобным местом для отдыха с детьми. Несколько отелей есть и в городе Меллиха, стоящем на холме.

## БИРЗЕББУДЖА

Некогда рыбацкий поселок, со временем превратившийся в популярный курорт. Главная достопримечательность — расположенная примерно в километре пещера «Ар Далам» (Ghar Dalam, «Пещера тьмы»), где найдены ископаемые останки, датируемые пятым тысячелетием до н.э. Пещера уходит в глубину на 150 м. Гордость курорта — искусственный пляж Прити-Бей.

## ГОЛДЕН-БЕЙ

Типичный пляжный курорт в западной части Мальты. Здесь лучший песчаный пляж на острове, точнее, три пляжа внутри большой бухты: Golden Bay (Голден-Бей), Ghajn Tuffieha (Айн-Туффиха) и Гнепна (Джнейна). В Голден-Бей любят отдыхать семьи с детьми. На берегу стоят несколько отелей.

## УИД-ИЗ-ЗУРРИК

В этот поселок недалеко от Бирзеббуджи туристы приезжают, чтобы полюбоваться замечательным Голубым гротом. Здесь белый песок, бирюзовая вода, по которой мечутся лиловые, оранжевые и розовые блики. Она немного фосфоресцирует, отчего рука, опущенная за борт лодки, отсвечивает голубым цветом. На водную прогулку лучше отправляться примерно до часу дня.

## ГОЗО

Здесь свой мир, свои туристические районы. В самом крупном курортном городке Марсальфоне стоит не больше пяти отелей. Тем не менее это настоящий курорт со своей инфраструктурой. Менее застроен, но куда более

живописен городок Шленди (Xlendi), что на юго-западе острова. На берегу гавани разместились ресторанчики, пара отелей и множество домов и апартаментов.

## КОМИНО

Из других районов архипелага можно выделить остров Комино и одноименный четырехзвездный отель на нем. Здесь главный туристический магнит — роскошная Голубая лагуна с необыкновенно прозрачной водой и песчаным пляжем. **ТБ**



БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

- \* Легко добраться
- \* Исключительный выбор мест размещения
- \* Солнце 300 дней в году
- \* Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- \* о. Гозо - неизведанный рай
- \* Безопасный отдых
- \* Кристально чистое Средиземное море

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

**ANEX TOUR** МТ3 016189  
М «АРБАТСКАЯ»  
8-800-77-55-000  
www.anextour.com

**ДИАЛОГ** МТ3 016829  
М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ»  
(495) 730-2022 (мн.)  
www.maltaresort.ru

**РУССКИЙ ЭКСПРЕСС** МТ3 000822  
М «ТАГАНСКАЯ»  
(495) 925-6699  
www.r-express.ru

**ICS TRAVEL GROUP** МВ3 000786  
М «ТУЛЬСКАЯ»  
(495) 748-4847 (мн.)  
www.icstrvl.ru

**ИНСАЙТ-ЛИНГВА** МТ3 009842  
М «НОВОСЛОБОДСКАЯ»  
(495) 795-0922  
www.i-l.ru

**СТБ ТУРС** МТ3 006955  
М «ДОСТОЕВСКАЯ»  
(495) 783-8779  
www.stbtours.ru

**БИБЛИО ГЛОБУС** МТ3 011710  
М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ»  
(495) 504-2555  
www.bgoperator.ru

**ТК МЕЛИТА** МТ3 011106  
М «АРБАТСКАЯ»  
(495) 419-1902  
www.maltatour.ru

**ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС** МТ3 000756  
М «АРБАТСКАЯ»  
(495) 509-8542  
www.travel-express.ru

**ВАНД ВОЯЖ** МТ3 011881  
М «ТВЕРСКАЯ»  
(495) 780-3661  
www.vand.ru

**НАТАЛИ ТУРС** МТ1 000867  
М «МАЯКОВСКАЯ»  
(495) 792-56-09  
www.natalie-tours.ru

**ТРЭВЕЛМАРТ** МТ3 011890  
М «ТАГАНСКАЯ»  
(495) 935-8330  
www.mymalta.ru



Мальта - не просто отдых!  
**MALTA IS MORE**  
www.visitmalta.com




Валлетта - европейская столица туризма 2018




# Потянулись к солнцу

ТЕКСТ  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

## ТУРПОТОК В СТРАНЫ КАРИБСКОГО БАССЕЙНА

 Доминиканская  
Республика  
**5,6 млн**  
(71,5 тыс. из России)

 Республика Куба  
**3,5 млн**  
(43 тыс. из России)

 Мексика  
**32 млн**  
(32 тыс. из России)

Источник: данные Минтуризма  
указанных стран за 2015 год

В нынешнем зимнем сезоне количество отдыхающих в странах Карибского бассейна россиян может увеличиться, на некоторых направлениях приблизившись к докризисным показателям. Но произойдет это лишь при наличии условий, в той или иной мере поддерживающих спрос со стороны клиентов.

**Б**ольшая часть экспертов уверена: популярность Кубы, Мексики, Доминиканы и других карибских направлений будет зависеть как от платежеспособности россиян, так и от общей ситуации на зимнем выездном рынке. И если, к примеру, по ходу сезона туры в Таиланд и Вьетнам станут предлагать по демпинговым ценам, это скажется на уровне «карибского» спроса. А вот «открытия» Египта они практически не опасаются.

«У направлений слишком разный турист: связь между турпотоками в страны Карибского бассейна и в Египет маловероятна», — уверена Алена Хитрова, старший специалист по связям с общественностью ANEX Tour. «Они никак не связаны — у них абсолютно разный турист», — согласен Карлос Гонсалес, коммерческий руко-

водитель карибского и латиноамериканского отделов ICS Travel Group.

Вместе с тем с такой точкой зрения солидарны не все. «Возможно, что туристы, отдохавшие в дорогих отелях курортов Египта, частично переориентировались на Доминиканскую Республику», — полагает Анна Подгорная, генеральный директор компании «Пегас Туристик». Не исключает этого и директор представительства Министерства туризма Кубы в России Эдильберто Риверон Леон: по его мнению, «закрытие» Египта отчасти переориентировало россиян на отдых в регионе.

Неслучайно на карибское в частности и латиноамериканское направление в целом выходят и новые игроки. Например, Ambotis Holidays. После прихода в компанию Аллы Филимоновой, в свое время работавшей дирек-

тором по развитию «Карибского клуба», компания начала активно осваивать этот рынок: уже сейчас Ambotis Holidays предлагает Мексику, а в планах и расширение линейки туров.

## «СУХИЕ» ЦИФРЫ

Статистика неумолима: большая часть карибских направлений в ходе затяжного кризиса, начавшегося с зимы 2014/2015 годов, сильно пострадала.

Так, по оценке Эдильберто Риверона Леона, в 2015 году Кубу посетило только 43,4 тысячи российских туристов — на 37% меньше, чем

не со столь впечатляющей динамикой и разницей по годам, наблюдалась и по другим карибским направлениям.

Что происходит в 2016-м? Дела идут лучше. Эдильберто Риверон Леон уверяет, что падение турпотока на кубинском направлении остановилось. И он даже начал расти. «Турпоток из России начинает восстанавливаться, и есть надежда на то, что постепенно мы вернемся к докризисным показателям, — говорит он. — Наша цель — достичь уровня 2012 года, когда на Кубу приехало около 87 тысяч россиян».

Сходны и планы мексиканского туризма. В частности, министр туризма Мексики



годом ранее. По данным представителя по туризму Доминиканской Республики, в 2015-м в стране побывало 71,5 тысячи россиян — на 61% меньше, чем в 2014 году. А Мексика в том же 2015-м, по оценке ее министра туризма Энрике де ла Мадрид Кордеро, приняла всего 32 тысячи туристов из России (на 68% меньше прежнего).

Размер потерь на карибском туристическом «фронте» впечатляет: если еще в 2014-м по этим трем направлениям из России приняли более 230 тысяч туристов (69 — Куба, 183 — Доминикана, 80 — Мексика), то год спустя — менее 150 тысяч человек. А о постановке «на крыло» чартеров на Ямайку, к примеру, которые выполнялись зимой 2014 года, речь вообще не идет.

Динамику процесса наглядно демонстрирует Мексика. С 2008-го по 2013-й турпоток в нее из России непрерывно рос — за 6 лет он увеличился более чем в 8 раз (с 12-ти до 100 тысяч человек). Причем в 2013-м случился «взрывной» рост показателей — за год турпоток из РФ в Мексику «поднялся» сразу на 40%. А потом в течение всего пары сезонов упал до 32 тысяч. Примерно такая же картина, хотя

Энрике де ла Мадрид Кордеро полагает, что уже в этом сезоне количество российских туристов в стране значительно (до 70%) возрастет. «Надеемся принять около 55 тысяч россиян», — заявляет он.

А Доминикана вообще оказалась «в тренде»: за 9 месяцев 2016 года направление выбрали для отдыха более 74 тысяч россиян. Это уже больше, чем за весь 2015-й. С учетом того, что значительная часть бронирований приходится на осень, не исключено, что к концу года в объемах направление перевалит за отметку в 100 тысяч и вернется к докризисным показателям уже в 2017-м. Рост спроса эксперты объясняют не только отсутствием виз и проблем с безопасностью, высоким уровнем сервиса по системе all inclusive и отличными условиями для отдыха, но и с приемлемыми для клиентов ценами, которые отчасти стали следствием расширения объемов перевозок.

Впрочем, тот факт, что российский турист начал возвращаться на пляжи Канкуна, Варadero и Пунта-Каны, вовсе не означает полного восстановления карибского направления и превращения его, как когда-то мечталось,



**АЛЛА ФИЛИМОНОВА**  
Руководитель отдела маркетинга и департамента Латинской Америки Ambotis Holidays

В сезоне 2017 можно говорить о «возвращении туриста» на Карибы: пик спада спроса пришелся на 2015 год. Те путешественники, которые выбирают такие «экзотические» поездки, как правило, весьма требовательны к уровню сервиса. И поэтому если и уместно говорить об экономии, то она может выражаться в том, что на экскурсионном маршруте (таком как «Города Богов» или «5 Цивилизаций» в Мексике), где в отелях туристы бывают с вечера до следующего утра, чаще выбирается пакет с размещением в отеле уровня 4\*, а не 5\*. Но прибыв в Канкун для отдыха, они чаще всего выбирают пятизвездочный отель: выбор здесь, как правило, идет между 5\* и 5\* deluxe.





Археологический комплекс Теотиуакан в Мексике



Доминикана: жизнь в ритме танца



#### ЮЛИЯ СТУДЕНИКИНА

Специалист по экзотике Центра продаж Северо-Запад компании «Русский экспресс»

Не могу сказать, что спрос на Доминикану из Петербурга в этом сезоне, по сравнению с предыдущим, как-то серьезно вырос. Положительные изменения есть, но желание клиентов отдыхать на Карибах ограничивают их финансовые возможности. При этом, безусловно, направление предпочитают требовательные к сервису туристы, желающие отдохнуть с высоким качеством обслуживания в формате all inclusive. Возможности для этого там есть, и для семейного отдыха высокого уровня направление подходит как никакое другое. Жаль, что в Петербурге несколько лет назад сняли чартер на Кубу, а затем отказались от аналогичного и в Мексику: на мой взгляд, хотя бы на «высокие» даты они могли бы заполняться.

в массовое. Ведь до объемных показателей стран Юго-Восточной Азии (в частности, Таиланда и Вьетнама) Кубе, Мексике и Доминикане еще далеко. Не говоря уже про то, что число туристов из РФ в государствах Карибского бассейна, по сравнению с лидерами въезда, остается на уровне статистической погрешности. Ведь Мексика, к примеру, в 2015-м приняла 32 млн туристов, из которых на россиян приходится... 0,1%. А на Кубе и в Доминикане доля «наших» хотя и побольше, но по итогам прошлого года не превысила уровня в 1,5%.

Если же говорить о других странах региона, таких как, например, Ямайка или Барбадос, мнение экспертов однозначно: для россиян они являются исключительно «индивидуальными». «Другие страны Карибского региона не могут быть массовыми в связи с рядом причин, — считает Карлос Гонсалес. — Они не пользуются известностью на российском рынке, туры в них связаны с осуществлением еще более дальнего (соответственно, более дорогого) перелета, а уровень обслуживания там не так высок, как на Кубе, в Мексике и Доминикане».

Согласна с этим и Алла Филимонова, руководитель отдела маркетинга и департамента Латинской Америки Ambotis Holidays. «Иные карибские направления к массовым в принципе отнесены быть не могут, — уверена она. — Если говорить о том, по каким направлениям можно и нужно предлагать пакетные, а не только индивидуальные туры, то это Бразилия и Аргентина».

## ПЕРСПЕКТИВЫ СЕЗОНА

Как и следовало ожидать, основным направлением «удара» российского турбизнеса в стартовавшем на Карибах сезоне стала Доминикан-

ская Республика. Именно на нем ожидаются такие традиционные для турбизнеса рыночные неприятности, как избыток перевозок и, как следствие, демпинг со стороны части игроков рынка.

«Наибольшая конкуренция ожидается по Доминикане, — констатирует Карлос Гонсалес. — Это связано с тем, что на рынке присутствует как регулярная авиаперевозка, так и чартерные программы». С ним согласны и Алена Хитрова, и Алла Филимонова. При этом первая, отмечая усиление конкуренции на направлении, считает, что это вполне может привести к общему повышению качества турпродукта. А вторая, говоря о том, что «максимальная конкуренция бывает там, где есть «целевая перевозка», уверена: она традиционно приводит к снижению цен как в явном виде, так и в формате бонусов и дополнительных бесплатных опций.

Значительный подъем спроса на направлении заставил операторов идти ва-банк. В результате объемы перевозок в Доминикану резко выросли. Кроме «Библио Глобуса», который дважды в неделю «летает» из Москвы в Пунта-Кану на Boeing-747 авиакомпании «Россия», аналогичная частота имеется у Nordwind («Пегас Туристик»), а AZUR air в интересах ANEX Tour отправляет рейсы ежедневно. Этот же перевозчик дважды в неделю осуществляет полеты в Доминикану и из Петербурга. К чему это приводит? 10-дневный тур на двоих в Доминикану по системе «все включено» (во всяком случае, с размещением в отеле уровня 3\*) уже можно купить по цене менее 100 тысяч рублей.

Что касается Кубы, тут ситуация другая: значительная часть игроков рынка, включая и «Библио Глобус», предпочитает использовать регулярную перевозку в Гавану («Аэрофлот» или Air France). Вместе с тем «Пегас Тури-

Кубинский город  
Сьенфуэгос



стик» и ANEX Tour на вылетах из Москвы идут своим путем, используя рейсы соответственно Nordwind и AZUR air. Последний, к примеру, летает в Варadero дважды в неделю.

С Мексикой «перевозочная» ситуация еще более сложная. Даже такие гранды российского туризма, как «Библио Глобус», ставить чартеры на направление не решаются: предлагается либо наземное обслуживание, либо туры с использованием регулярной перевозки Air France, Lufthansa или Air Europa. У других компаний ситуация та же: в ассортименте туры в Мексику есть, однако они, как правило, идут в «пакете» с регулярной перевозкой.

«Чартеры и столь недешевые направления — вещи несовместные по ряду причин, — говорит по этому поводу Алла Филимонова. — Во-первых, клиенты, выбирающие такие туры, требовательны и к уровню авиакомпании, включая как обслуживание и питание на борту, так и состояние авиалайнеров. Во-вторых, такие «печальки», как совмещение рейсов (которые возможны в чартерном формате), для таких направлений недопустимы. А мы помним «мексиканско-доминиканскую маршрутку» «Трансаэро». Поддерживает эту точку зрения и Карлос Гонсалес. «В формировании турпакетов ICS Travel Group использует только регулярную авиaperезовку: мы отказались от чартерных программ более 3 лет назад. Сотрудничество с регулярными перевозчиками позволяет предложить клиентам качество и четкость в работе, а большой выбор рейсов и стыковок позволяет в режиме онлайн найти тот вариант, который больше всего им подходит».

Впрочем, есть и другая точка зрения. «Чартерная перевозка позволяет снизить общую стоимость пакета, что в нынешней ситуации для туриста крайне важно, — замечает



Барбадос — самый восточный остров  
Карибского региона

Алена Хитрова. — Поэтому, если рассматривать карибские страны с точки зрения массового туризма, чартерное авиасообщение предпочтительнее».

Что касается изменений в предпочтениях клиентов, они понятны. Эксперты констатируют: значительная часть туристов старается экономить. «Сейчас зачастую, выбирая для отдыха даже такие дальнемагистральные направления, как Куба и Доминикана, они пытаются уложиться в определенный бюджет, выделенный на отдых», — считает Карлос Гонсалес. «Даже при более благоприятном курсе валют туристы всё равно пытаются экономить», — солидарна и Лариса Аханова, PR-директор Tez Tour. Лада Попело, директор по туризму туроператора «Карибский Клуб», подтверждает, что финансовые возможности клиентов сейчас ограничены.

О чем все это говорит? Что положительные тенденции на карибском направлении в операторских компаниях оценивают с осторожностью. Увы, но пока экономическая ситуация в России остается сложной и с доходами у многих граждан не все в порядке, рассчитывать на быстрое восстановление турпотока на Карибы не приходится. И если в нынешнем сезоне случится конкуренция за туриста, то она затронет только Доминикану: Куба и особенно Мексика будут «заполняться» россиянами исключительно по мере потребности, под заказ. **ТБ**



**ИРИНА МАНУИЛЬСКАЯ**  
Начальник отдела продаж  
компании «Содис»

Для нас как компании, ориентированной на индивидуальный туризм, в качестве по-настоящему интересного направления на Карибах можно называть только Мексику: Доминикана и Куба скорее подходят для среднего «группового» туриста. Для наших клиентов важен не только очень высокий уровень сервиса, но и возможность получить новые впечатления, эмоции. И Мексика с ее огромным туристическим потенциалом для этого вполне подходит. Из других карибских направлений спросом у части наших клиентов пользуется остров Сен-Барт, нередко именуемый «островом миллионеров».



# Защити на нескве

Объединенные Арабские Эмираты, как родные братья — общие по крови, но разные по характеру. Это страна контрастов — культуры, времени и пространства.

ТЕКСТ НАТАЛЬЯ ЯКУБОВА

## ДУБАЙ

Во многих мировых рейтингах Дубай числится в верхних строчках списка мест, обязательных для посещения. Причем те, кто был здесь два-три года назад, сегодня вряд ли узнают этот город. Только недавно символом Дубая был взметнувшийся над заливом отель-парус Burj Al Arab. Но его быстро сменили рукотворные острова Пальм с роскошными виллами, отелями и ресторанами. А теперь новый туристический бренд Дубая — самый высокий в мире 828-метровый небоскреб Burj Khalifa, который уже успели окрестить новой Вавилонской башней. Дубай стремится удивлять всех и на каждом шагу. По его отелям водят экскурсии как по дворцам восточных владык. И где еще можно покататься на горных лыжах посреди жарких песков пустыни, а в шопинг-молле увидеть самый большой в мире аквариум высотой с трехэтажный дом и с тысячами обитателей морских глубин. При этом никто не скажет, что строительство Дубая уже завершено. Судя по планам, все его, в прямом смысле, заоблачные рекорды скоро будут побиты.



## АБУ-ДАБИ

Это самый большой и богатый из эмиратов, в нем сосредоточено 85% нефтяных запасов ОАЭ и все месторождения газа. Такое же название носит и его столица — блистательный «Нью-Йорк Востока» с ультрасовременными небоскребами, вилами, похожими на дворцы, пальмовыми аллеями, фонтанами и белоснежной Большой мечетью шейха Зайда — наглядной иллюстрацией к сказкам Шахерезады. Несмотря на почетный статус столицы всех ОАЭ, Абу-Даби предлагает более спокойный и респектабельный отдых, чем Дубай. Здесь меньше пляжных отелей и шумных развлечений, многое рассчитано на солидных бизнесменов, приезжающих заключать миллионные сделки. Один из новых символов Абу-Даби — «падающий» небоскреб Capital Gate, вошедший в Книгу рекордов Гиннеса как здание с самым большим наклоном в мире. Его занимает отель Hyatt Capital Gate Abu Dhabi, постояльцы которого могут любоваться видами Абу-Даби из открытого панорамного бассейна или из собственной ванной комнаты со стеклянными стенами. Еще одна икона стиля — отель Yas Viceroy Abu Dhabi, похожий на корабль инопланетян, приземлившийся на берегу Персидского залива. Футуристический отель построен над гоночной трассой «Формулы-1» так, что одна его часть находится на суше, а другая над водой. Особенно фантастически он выглядит с наступлением темноты при включенной LED-подсветке. Когда в Абу-Даби проходит очередной этап «Формулы-1», в барах, ресторанах и ночном клубе Rush отеля собирается вся мировая тусовка. Туристов привлекают тематический парк Ferrari World — целый мир развлечений, посвященный культуру автомобилю, и аквапарк Yas Waterworld с 43 аттракционами площадью в 15 футбольных полей.

## ШАРДЖА

Ощетинившаяся небоскребами Шарджа — по сути пригород Дубая, символическая граница между ними проходит по дорожной развязке. С легкой руки ЮНЕСКО ее еще называют культурной столицей Эмиратов за бережное отношение к историческому наследию. Здесь действительно очень много музеев, в том числе уникальный Музей оружия, к которому арабы питают особую слабость. Среди главных достопримечательностей Шарджи — Пятничная мечеть, построенная саудовским королем Фейсалом, монумент Священному Корану, Парк пустыни и старинный форт Аль-Хисн. Есть даже Музей полиции, но избави вас Аллах от знакомства с местными стражами порядка в каком-либо другом месте. Законы шариата в Шардже самые бескомпромиссные. Никаких вольностей в одежде и никакого алкоголя в барах и ресторанах. Даже наличие спиртного рассматривается как уголовное преступление. Но, несмотря на консерватизм, здесь отлично развита туристическая инфраструктура и отдых в Шардже ничуть не уступает дубайскому. Пляжные отели гораздо дешевле, чем у блистательного соседа, и славятся своей безмятежной атмосферой. По вечерам в них более чем спокойно, но желающие развлечься в ночных клубах и дискотеках могут сделать это в Дубае.

Тематический парк  
Ferrari World в Абу-Даби

## АДЖМАН

Крохотный Аджман — самый маленький в ОАЭ. Увы, в нем так и не нашли нефти, зато здесь есть единственный в Эмиратах магазин спиртных напитков. Исключительно для туристов, разумеется. Аджман хорош для спокойного семейного отдыха. Как курорт он начал развиваться сравнительно недавно, но уже успел обзавестись несколькими пятизвездочными отелями. Но в целом это довольно демократичный курорт с гуманными ценами. Из развлечений в тихом, почти провинциальном Аджмане следует отметить морские прогулки. Из достопримечательностей — старый форт с Национальным историческим музеем и судостроительную верфь, где по традиционной технологии строят деревянные лодки-доу и моторные катера.

## РАС-ЭЛЬ-ХАЙМА

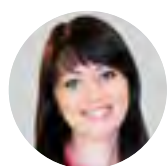
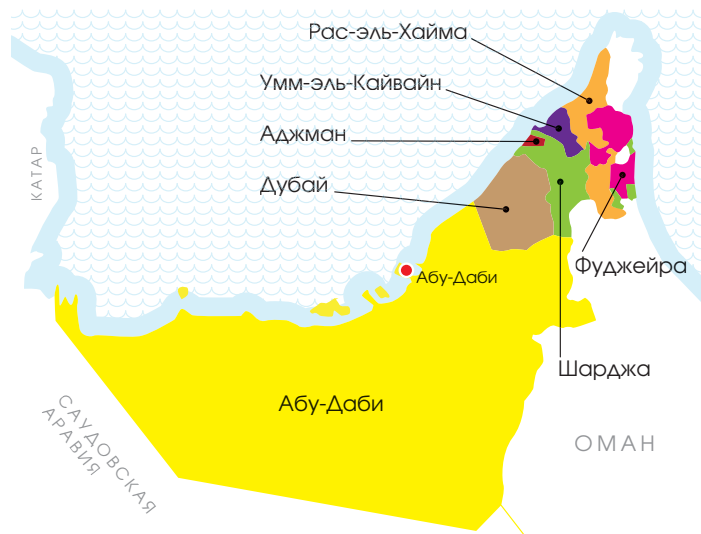
Горы вплотную подступают к Рас-эль-Хайме — самому северному и плодородному из эмиратов. Его столица Джумхур — древнейший город региона, жители которого с VII века промышляли мореплаванием и пиратством. В его западной части сохранилась старая мечеть, сложенная из коралловых блоков, и форт со сторожевыми башнями. На противоположной стороне залива, который делит город на две части, — дворец эмира и колоритный восточный рынок. Самый мягкий в ОАЭ климат, пологий заход в море и мягкий белый песок делают Рас-эль-Хайму прекрасным местом для отдыха с детьми. Его отельную базу нельзя назвать большой, но здесь есть все — от дорогих пятизвездочных отелей, работающих по редкой в ОАЭ системе all inclusive, до по-настоящему дешевых апарт-отелей.

## ФУДЖЕЙРА

Самый восточный по расположению и колориту эмират Фуджейра разительно отличается от своих братьев. Он расположен не в Персидском заливе, а на берегу Индийского океана. Здесь нет толп туристов и подпирющих небо архитектурных шедевров.



Главное достоинство Фуджейры — природа, нетипичные для ОАЭ зеленые долины, живописные горы Ходжар, горячие источники, единственные в Эмиратах водопады и бесконечные песчаные пляжи. Отелей в Фуджейре немного, те, что расположены на берегу можно пересчитать по пальцам. Зато цены — одни из самых конкурентных в Эмиратах. Фуджейра популярна среди любителей дайвинга. Большинство сайтов находится в пределах 15-минутной прогулки на лодке от отеля Oceanic Khorfakkan. Среди надземных достопримечательностей Фуджейры выделяются древнейшая мечеть Эмиратов Аль-Бидия, средневековая крепость Аль-Битна и бывший дворец эмира Фуджейры Аль-Хейль. Морской клуб Фуджейры знаменит своими гонками, самая престижная из которых — соревнования скоростных катеров «Формулы-1». Колоритное, самобытное и бесплатное зрелище — бои быков-гигантов особой породы брахма, вес которых достигает одной тонны. Они проводятся по пятницам за исключением летних месяцев. **ТБ**



#### ОЛЬГА БАЛАНДИНА

Заместитель генерального директора по продажам компании «Спейс Трэвел»

Бронирования туров в ОАЭ превышают прошлогодние показатели на 40%. К повышенному спросу на

Новый год мы готовы: взяли блоки мест на рейсах Emirates и Air Arabia, прогарантировали места в самых популярных отелях. Глубина продаж растет, сейчас она составляет три недели. Максимальное количество бронирований традиционно приходится на 2–3 января. Наиболее популярны праздничные туры продолжительностью 10–11 ночей. Как и летом, большим спросом пользуются дальние эмираты, в особенности Рас-эль-Хайма с максимально лояльной ценовой политикой и любимой системой all inclusive. С началом основного сезона набирают обороты Дубай и Шарджа. Возвратные клиенты бронируют

5\* в Дубае, любители комфортного пляжного отдыха рассматривают Шарджу как наиболее бюджетный вариант отдыха всей семьей. В этом году ассортимент предлагаемых нами отелей был расширен на 30%. Уже пользуются спросом гостиницы, открывающиеся в конце 2016 — начале 2017 года. Это Al Naseem 5\* — новый отель комплекса Madinat Jumeirah, гостиница Lapita 5\*, которая откроется на территории Dubai Parks & Resorts, Niki Beach 5\* на острове Perle Jumeirah. Наши новинки — комбинированные туры с посещением двух стран: ОАЭ и Шри-Ланки, ОАЭ и Мальдив, в ближайших планах создание программы, сочетающей посещение Эмиратов с Сейшелами и Маврикием. Прогнозы на сезон? Если брать в расчет пиковые даты и месяцы с хорошей загрузкой, то можно констатировать, что объем перевозок достаточный. При этом в январе — феврале, с учетом чартерных цепочек, «воздух» на направлении будет избыточным. Мы же рассчитываем на успешный сезон и при сохраняющейся динамике прогнозируем рост объемов продаж на 30–40%.



## ТОП-5 ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ ДУБАЯ

- 1 The Dubai Mall. Огромный комплекс для отдыха и развлечений с множеством бутиков, ресторанов, катком, детским развлекательным городком, крупнейшим на планете магазином сладостей и самым большим в мире аквариумом.
- 2 Mall of the Emirates. 80 люксовых магазинов, 95 кафе и ресторанов, детские аттракционы, центр искусств и уникальный комплекс Sky Dubai с 400-метровым горнолыжным спуском. Жители Эмиратов приезжают сюда поиграть в снежки.
- 3 Mercato. Полностью кондиционированная тосканская деревня с булыжными мостовыми и очаровательными площадями. Здесь проводится ежегодная выставка шляп в преддверии Дубайского Кубка мира по конному спорту.
- 4 Ibn Battuta. Комплекс, спроектированный по мотивам путешествий известного арабского искателя приключений Ибн-Баттуты. Торговые галереи оформлены в стиле тех стран, в которых он побывал.
- 5 Duty Free. Самый большой в мире магазин беспошлинной торговли в международном аэропорту Дубая.



# Я прожил больше, чем одну жизнь

Этой осенью знаменитый актер, обладатель нескольких «Оскаров» Николас Кейдж впервые приехал в Москву, чтобы представить свой новый фильм «Крейсер», где он сыграл главную роль. 52-летний артист остановился в столичном отеле «Балчуг Кемпински», где и давал интервью.

**К**лан Коппола, к которому вы принадлежите, имеет довольно длинную «очередь родственников». Поддерживаете ли вы отношения?

Я бы не стал называть нашу семью кланом или династией. Но мы, конечно, дружим, поддерживаем теплые отношения и пару раз в месяц обязательно стараемся вырваться куда-нибудь все вместе. Конечно, все мы заняты своими делами, проектами, и остается только мечтать о дружных застольях со спагетти и вином на фоне оперной музыки. Надо сказать, что с возрастом я стал больше интересоваться историей своей страны и историей своей семьи. Мой дедушка — композитор Кармайн Коппола — патриарх нашей артистической семьи. Он приехал в Америку из Италии с оркестром Тосканини, да так и остался здесь. Женился на моей бабушке Италии Пеннино, и понеслось: Фрэнсис, Талия, София и все остальные...

**Вы говорили, что в детстве хотели стать моряком. Но потом гены все-таки «сделали свое творческое дело»?**

Нельзя сказать, что перспектива стать актером меня в детстве радовала. Но, несмотря на бунтарский характер, я все-таки увлекся кино. Для начала — сменил фамилию с Коппола на Кейдж, чтобы репутацию и успехи не связывали со знаменитыми членами моей семьи, и в 1981 году дебютировал в телесериале «Лучшие времена». Моей второй страстью после кино остаются океан и связанные с ним путешествия. Я люблю ходить на яхте в районе Большого Барьерного рифа, в Средиземном море, в водах Мексики, в Индийском океане недалеко от берегов Южной Африки. Океан привлекает меня, и возможно, когда актерство поможет мне поставить обоих сыновей на ноги, я переселюсь на берег и стану рыбаком...



На пресс-конференции в Москве Николас Кейдж признался, что очень хотел посмотреть собор Василия Блаженного, но из-за плотного графика так и не успел

**Вас можно назвать человеком мира. Вы даже коллекционировали замки в Европе.**

Покупать замки — да, это затягивает. Став богатым и знаменитым, я купил себе множество замков, и даже остров на Багамах. Но бешеные налоги превзошли все ожидания, и мне пришлось многое продать. Мне удобно везде, но постоянные разъезды, новые города и отели... Это усложняет некоторые семейные моменты. Я редко вижу с любимыми. А перед началом съемок новых проектов в голове вообще беспорядок. Трудно настроиться. Но стоит только прийти на площадку, все сразу же встает на свои места. Время от времени я люблю жить в Англии, в Гластонбери. Все удивляются — я же не англичанин, у моей матери немецкие корни, отец — итальянец. Но я с детства привык везде быть аутсайдером, не чувствовать себя своим. Меня всегда завораживала английская мифология и история, легенды о короле Артуре.

**Ваш актерский метод одновременно и прост, и сложен: полное вживание в персонажа,**

**буквально физическое, телесное знакомство с новой ролью. Это происходит до сих пор?**

Честно сказать, если бы я увидел себя нынешнего в детстве, то удивился, что я до сих пор жив. Я всегда был «сорвиголова», жил как каскадер: прыгал на велосипеде через горячие кольца, делал массу опасных и жестких трюков. Но мне 52 года и я еще жив. Я уверен, что актерство — очень позитивный процесс, который благоприятно действует на человека. Я никогда не играл по правилам. Уверен: поступай я наоборот, делай то, чего от меня хотели продюсеры и зрители, мог бы стать намного большей звездой, чем сейчас. Но мне это было неинтересно! В начале карьеры, чтобы проникнуться атмосферой, я полностью «вживался в персонажа»: просил врача вырвать у меня пару

здоровых зубов без наркоза, откусывал головы тараканам, готовясь к роли гангстера, участвовал в реальных уличных драках, а также просидел не один час в морге, готовясь к съемкам «Воскрешая мертвецов». Однако и признания за эти «страдания» ждать пришлось совсем недолго: за роль в картине «Покидая Лас-Вегас» я получил «Оскара».

**Действие нового фильма, повествующего о гибели американского тяжелого крейсера «Индианаполис», разворачивается в 1945 году, незадолго до окончания Второй мировой войны.**

**Как вы считаете, насколько этот сюжет будет интересен российскому зрителю?**

Думаю, что катастрофа, которая вошла в историю, как наиболее массовая гибель личного состава (883 человека) в результате одного затопления, не оставит равнодушным ни одного зрителя. За четыре дня, проведенных в воде, выжившие столкнулись с обезвоживанием, гипотермией, нападениями акул и сильными галлюцинациями. Спасателям удалось найти только 321 человека, из которых четверо вскоре скончались. Нам всем пришлось открыть свое воображение, чтобы представить, что происходило с моряками судна.

**Вы впервые в Москве? Что вас привлекает в нашей стране?**

Я мечтал посетить Россию. Признаться, давно очарован русским балетом и очень люблю вашу русскую классику. Особенно

мне близок Достоевский. Я читал «Братьев Карамазовых» в переводе на английский язык, но понимаю, что истинную поэтику его слов можно увидеть только в подлиннике. Только так, в оригинале, можно проникнуться миром Достоевского, понять до конца мысли, чувства и переживания его героев, особенно Дмитрия Карамазова, с которым я всегда соотносил себя.

**Сегодня, кроме кино, чем заняты ваши мысли и свободное время?**

Мои дети. Это, пожалуй, самое дорогое, что есть в моей жизни. И самое главное. Мне нравится проводить время с ними, учить их чему-то новому. Я ни о чем не жалею. Я словно жил жизнями множества людей и прожил больше, чем одну жизнь. Я менялся, продолжаю меняться и это прекрасно. Я постоянно путешествую, бываю в разных странах и городах, я вижу мир, каков он есть. И как актеру мне безумно интересно попробовать все типы характеров, все стили кино. Я причисляю себя к всеядным исполнителям, но для меня важнее не количество фильмов, в которых я снялся, а их жанровое разнообразие. Мне интересно сниматься в кино по всему миру и сотрудничать с лучшими режиссерами разных стран, например России или Японии. И я надеюсь, что в будущем я еще раз приеду в Россию. **ТЕ**

Беседовала Татьяна Белоножкина

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

**Продолжается подписка на 2017 год**



Подписной купон

Фирма \_\_\_\_\_  
 Профиль деятельности \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 ФИО и должность получателя \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Индекс \_\_\_\_\_ Факт. адрес \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Тел./факс \_\_\_\_\_  
 e-mail \_\_\_\_\_  
 www \_\_\_\_\_  
 ИНН \_\_\_\_\_  
 КПП \_\_\_\_\_

**Альтернативные агентства подписки**

- Урал-Пресс  
тел.: (495) 789-86-36/37/38  
www.ural-press.ru
- Роспечать «Офис Москва»  
тел.: (495) 921-25-55  
www.rosp.ru
- Информ-система  
тел.: (499) 789-45-55/69  
www.informsystema.ru
- Каталогный номер  
АПР «Почта России» —  
26098

**Стоимость подписки**

12 номеров — 8 выпусков: — 2720 руб.  
Январь — декабрь

**Подписчикам журнала гарантируется**

Доставка журнала по Москве — курьерской службой, доставка журнала по регионам — почтой, бесплатное получение тематических приложений, пригласительных билетов и путеводителей по туристическим выставкам, информационных материалов ведущих туроператоров.

**Отдел распространения ИД «Турбизнес»**

тел.: (495) 723-72-72,

e-mail: L.Tarasjuk@tourbus.ru, L.Lavrova@tourbus.ru

ЛЮБОВЬ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА!

RODGERS + HAMMERSTEIN'S

# ЗОЛУШКА

МЮЗИКЛ



ЕЖЕДНЕВНО НА СЦЕНЕ «РОССИЯ»

«СТЕЙДЖ ЭНТЕРТЕЙНМЕНТ»

АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ С КРУПНЕЙШИМИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ:  
ОРГАНИЗУЕТ ГРУППОВЫЕ ПОСЕЩЕНИЯ ШОУ, ПРОВОДИТ ЦЕЛЕВЫЕ СПЕКТАКЛИ,  
ВКЛЮЧАЮЩИЕ В СЕБЯ АРЕНДУ ЗАЛА И ТЕМАТИЧЕСКИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ФОЙЕ ТЕАТРА.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ С ГИДАМИ, ТУРИСТИЧЕСКИМИ И MICE-АГЕНТСТВАМИ:

- ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК И КОМИССИЙ – ОТ 5 ДО 20%
- БОНУСНЫЕ ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЕ БИЛЕТЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРОВ ГРУПП ОТ 20 ЧЕЛОВЕК
- ВОЗМОЖНОСТЬ БРОНИРОВАНИЯ ЛУЧШИХ БИЛЕТОВ ЗА НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ДО МЕРОПРИЯТИЯ
  - БЕСПЛАТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
  - ВОЗМОЖНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИЙ ЗА КУЛИСЫ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАКАЗАТЬ ДЛЯ ИНОГОРОДНИХ ТУРИСТОВ ЛАНЧ-БОКСЫ ИЛИ ЛЕГКИЙ ФУРШЕТ В АНТРАКТЕ
  - ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ БАНКЕТОВ И ПРАЗДНИКОВ.

#### ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ МДМ:

- Летняя открытая веранда(4этаж) – 200 человек (фуршет, тренинги, банкеты и тд.);
- зрительный зал на 1780 мест;
- фойе – банкет до 800 человек, фуршет до 1800 человек;
- VIP-подиум – легкий фуршет для компании до 70 человек;
- VIP-комната для особо важных гостей;
- ложа в зрительном зале на 30 персон;
- парковка до 80 мест.

#### ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ РОССИЯ:

- Зрительный зал на 1753 места, с экраном для проведения конференций и презентаций;
- фойе – банкет до 900 человек;
- VIP-зона фойе – фуршет для компаний до 150 человек;
- впервые в Москве: 2 барные зоны прямо в зрительном зале;
  - 2 VIP-комнаты вместимостью до 20 человек;
- VIP-ложа с отдельным входом на 10 персон.

Подробности по телефону: +7 (495) 780-35-54. Контактное лицо Алиса Библова



## Портбилет 2.0 – новый подход к Новому году

Привычно, что Новый год наступает в ночь на 1 января, на праздничных столах обязательный оливье, а в центре стоит красавица-елка...

Но ведь красавица-елка не обязательно должна стоять, она может также красиво свисать с потолка!

Привычно, что бесплатные онлайн-системы берут со своих пользователей не менее 100 рублей сбора за возврат или обмен каждого билета

А с 2017 года для всех пользователей Портбилет 2.0 возврат и обмен билета будет производиться абсолютно бесплатно

**Елка на потолке, бесплатные обмены и возвраты билетов – новый подход к Новому году**

Портбилет – онлайн-решение для продажи билетов и дополнительных услуг

В системе для вас:  
Дополнительные билеты  
Железнодорожные билеты  
Билеты на автоэкспресс  
Гостиницы  
Полисы страхования  
Трансферы

Москва,  
Провладинский пер.,  
д. 17, стр. 1, оф. 217  
+7 (495) 626-50-12  
portbil@vipservice.ru



**Випсервис**

Мы работаем так, чтобы нас  
выбирали сердцем