

# Турбизнес

Travel Trade Russia



главная тема

## КОМУ БОЯТЬСЯ ОНЛАЙНА

КАКИЕ УГРОЗЫ СТОЯТ  
ПЕРЕД КЛАССИЧЕСКОЙ РОЗНИЦЕЙ

### ВСПОМНИТЬ ВСЕ

ЧЕМ ЖИЛ  
ТУРИСТИЧЕСКИЙ  
РЫНОК В 2017 ГОДУ

### ПАЛЬМА ПЕРВЕНСТВА

ТОП-7 ВЫЕЗДНЫХ  
НАПРАВЛЕНИЙ ЭТОЙ  
ЗИМЫ

### ПОД ЗНАКОМ «ЦИФРЫ»

ЗАРАБОТАЕТ ЛИ  
В ЯНВАРЕ ЭЛЕКТРОННАЯ  
ПУТЕВКА?

12+



16 марта 2018 г.

Отель «AZIMUT Отель Смоленская»,  
г. Москва, ул. Смоленская, 8

### УЧАСТНИКИ WORKSHOP «ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»

- Российские и зарубежные туроператоры, специализирующиеся на лечебно-оздоровительном, медицинском туризме
- Санатории, SPA и Wellness курорты, отели
- Оздоровительные центры, клиники
- Национальные офисы по туризму
- Системы бронирования санаториев, пансионатов, отелей

### ПРОГРАММА «ПУТЕШЕСТВИЯ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»

- Пресс-конференция
- Workshop для специалистов
- Презентации туроператоров по лечебно-оздоровительному туризму
- Презентации российских и зарубежных санаториев, клиник
- Панельная дискуссия «Российские курорты vs Зарубежные курорты»
- Лотерея для посетителей

ОРГАНИЗАТОР:   
ТУРБИЗНЕС

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ФЕДЕРАЛЬНОГО  
АГЕНТСТВА  
ПО ТУРИЗМУ

ПАРТНЕР:



ПРОЕКТЫ TB-EVENTS  
ИЗДАТЕЛЬСКОГО  
ДОМА «ТУРБИЗНЕС»



**RUSSIAN**  
BUSINESS TRAVEL &  
**MICE**  
AWARD



*Снежный*  
**КАЛЕЙДОСКОП**  
Настоящая зима – там, где снег!



Дополнительная информация:

Ольга Гришина  
o.grishina@tourbus.ru  
(495) 723-72-72

№4, декабрь 2017

# ЗИМА В САКСОНИИ

## ТУРИСТИЧЕСКИЕ ВЕСТИ



### КОМУ НРАВИТСЯ РОЖДЕСТВО, ТОМУ НРАВИТСЯ И ДРЕЗДЕН

Двенадцать рождественских рынков разместились в Дрездене на праздничном пути, который ведет от Главного железнодорожного вокзала по Прагерштрассе к площади Альтмаркт, проходит мимо Фрауенкирхе на площади Ноймаркт, затем по мосту через Эльбу и, пересекая площадь Аугустмаркт, заканчивается на рождественском рынке у Богоявленской церкви.

Кульминационная точка сверкающей «рождественской мили» — старейший рождественский рынок Германии Штрицельмаркт на площади Альтмаркт, открывшийся в 583-й раз. Это настоящая страна чудес: пряники из «города пряников» Пульсница, кружева из Плауэна, рождественские звезды из городка Херрхут, игрушки, сувениры, резьба по дереву, жареные колбаски, каштаны, телянок на вертеле (съедается за день), ароматный запах глювайна и рождественские кексы «Дрезднер Кристштоллен» (Dresdner Christstollen), или просто «Штоллен», самых разных размеров. В числе излюбленных фотомотивов на Штрицельмаркт — самая большая в мире рождественская ступенчатая пирамида из Рудных гор рекордной высоты 14,61 м.

Ежегодно на рынке проходит Фестиваль штолленов. Его главный герой — огромный кекс, который специальная конная процессия доставляет на базар через исторический Старый город.

В то время как на Рождественском рынке Дрездена варят глинтвейн и вкушают рождественский штоллен, в церквях города звучит красивая музыка и раздается мелодичное пение. А во дворе отеля Kempinski Taschenbergpalais устроен каток.

Dresden Marketing GmbH, Messering 7, 01067 Dresden  
Тел.: +49 0351-501730, факс: +49 0351-50173111  
info@marketing.dresden.de, www.dresden.de

### ТРИ ОРЕШКА ДЛЯ ЗОЛУШКИ В МОРИЦБУРГЕ

Замок Морицбург — место съемок и действия популярного сказочного фильма «Три орешка для Золушки», снятого кинематографистами Чехословакии и ГДР в 1973 г. Традиционно в зимнее время замок превращается в сказочный дом. До 25 февраля здесь проходит выставка, посвященная этому культовому фильму, который ежегодно показывают под Рождество. В башне замка можно встретиться с принцессой и принцем, главными героями фильма.

По окончании зимы настанет время «Весеннего пробуждения», а с ним 11 марта 2018 г. на Пасху участники выставки, ремесленники и флористы Старого замка дадут гостям возможность почувствовать всю прелесть одного из самых красивых времен года. Дети смогут применить свои разнообразные творческие способности и приготовить пасхальные куличи, смастерить деревянные фигуры или что-то нарисовать. Кульминацией праздника в этот день станет демонстрация раскрашенных пасхальных яиц. Созданное на выставке можно купить для домашней пасхальной композиции.



Staatliche Schlösser,  
Burgen und Gärten Sachsen  
gemeinnützige GmbH  
Stauffenbergallee 2a  
01099 Dresden  
+ 49 0351-563911312  
presse@schloesserland-sachsen.de  
www.schloss-moritzburg.de  
www.barockgarten-zabeltitz.de





## ЗИМНИЕ ЧУДЕСА В ДОЛИНЕ ЭЛЬБЫ

В саксонской долине Эльбы предрождественский период — это время романтики, сказочных событий и особой атмосферы. Городская Ратуша Мейсена превращена в огромный рождественский календарь. Каждое утро здесь открывается окно, за которым демонстрируется новая праздничная картина.

А на знаменитой фарфоровой фабрике Мейсена молодые таланты делают искусственные елки для пирамиды и мастерят моравские (хернхутские) звезды.

[www.meissner-weihnacht.de](http://www.meissner-weihnacht.de), [www.meissen.com](http://www.meissen.com)

В декабре 1834 г. Август Рауграф фон Ваккербарт в своем замке в Радебойле первым в Германии применил рецепт варки горячего пряного вина. Под названием «Вайс унд Хайс из Ваккербарта» (Wackerbarths Weiß & Heiß) напиток подавали в замке Ваккербарт в преддверии Рождества. Теперь этот напиток сопутствует и фестивалю света, и продаже мануфактурных изделий, проходящих в историческом антураже.

Замок Провиц приветствует своих гостей уникальным пирогом с ликером, изготовленным на собственном винзаводе.

[www.schlosswackerbarth.de](http://www.schlosswackerbarth.de), [www.schloss-proschwitz.de](http://www.schloss-proschwitz.de)

Рождественский рынок Радебойля в районе Альткоценброда манит «искрящимся светом и шумным весельем». Бабушкины истории, выпечка печенья в ведьминском доме и горка с трамплином для санок приготовлены для гостей Рождественского праздника в Гроссенхайнере. На фестивале света в Вилсдруффе звучат хоровые рождественские гимны, а во дворце Забелтитц на Рождество Санта-Клаус обходит с факелом сад, разбитый в барочном стиле.

В Торгау под Рождество показывают праздничный мюзикл, кукольный театр, проводят сказочную выставку фантастических миров.

[www.radebeul.de](http://www.radebeul.de), [www.grossenhain.de](http://www.grossenhain.de), [www.wilsdruff.de](http://www.wilsdruff.de)  
[www.barockgarten-zabeltitz.de](http://www.barockgarten-zabeltitz.de), [www.tic-torgau.de](http://www.tic-torgau.de)

**Tourismusverband Sächsisches Elbland e. V., Fabrikstraße 16, 01662 Meißen**  
**Тел.:** + 49 03521-76350, [info@elbland.de](mailto:info@elbland.de), [www.elbland.de](http://www.elbland.de)



## РОЖДЕСТВЕНСКИЙ ЛЕЙПЦИГ

Лейпцигский рождественский базар проводится с 1458 г. Он располагается традиционно на рыночной площади города. Здесь выстят 20-метровая ель и установлена сцена, где разворачиваются представления обширной Рождественской программы. На Аугустплац смонтировано колесо обозрения высотой 38 метров с уникальным обзором второй столицы Саксонии. На Зальцгэшене манит к себе забавная захватывающая карусель в ретро-стиле. Маленькие гости, приезжающие в Лейпциг, отправляются в сказочный лес на Аугустплац (Опернбруннен), сулящий многочисленные приключения или встречу с Санта-Клаусом в его приемные часы в ярмарочном театре. Мастерская гномов в городском бюро на Катаринен-штрассе, 2 — замечательное место для изготовления поделок.

**Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, Andreas Schmidt**  
**Augustplatz 9, 04019 Leipzig**  
**Тел.:** + 49 0341-7104310, факс: + 49 0341-7104301  
[presse@ltm-leipzig.de](mailto:presse@ltm-leipzig.de), [www.leipzig.travel](http://www.leipzig.travel)



## ПРАЗДНИЧНЫЕ ОГНИ В ЭРЦГЕБИРГЕ

В Аннаберг-Буххольце традиционно установлена Рождественская пирамида. Дугообразные подсвечники (швиббогэн), гномы и ангелы украшают окна. Вся область Эрцгебирге кажется сияющим морем теплых огней. Клубы шахтеров проводят многочисленные парады, репертуар хоров и оркестров созвучен этому прекрасному времени. Все не закончится даже с наступлением Нового года. Рождественские огни, праздничные шоу и концерты продолжатся и в январе в тихой спокойной атмосфере. Впрочем, январь — это также время для активного отдыха. В дополнение к классическим зимним видам спорта, по горам и долинам Рудных гор можно прогуляться на снегоступах. Со снегом или без, гостям края открывается немало возможностей для знакомства с красотой природы, ушедшей в зимнюю спячку.

С 13 по 21 января 2018 г. в Эрцгебирге пройдет зимняя пешеходная неделя. В сопровождении гидов группы отправятся по 31 круговому маршруту по природному парку. Протяженность маршрутов варьируется от 3 до 15 километров. В том числе будут романтические походы с факелами. После прогулок на свежем воздухе хорошо посидеть за уютным столом. Немало местных деликатесов есть в меню местных ресторанов. Дружеские застолья — типичное времяпрепровождение зимой в Эрцгебирге. Даже 2 февраля 2018 г. гости этой области смогут присоединиться к романтическим экскурсиям. Новый выпуск журнала о досуге «Домашние удовольствия Эрцгебирге» (Erlebnisheimat Erzgebirge) увлекательно рассказывает об истории Рождества и местных зимних традициях. Читатели узнают, например, почему снежные совы — торговая марка местных головных уборов или где теперь вызревает первый виски Эрцгебирге.

В журнале также размещен новый каталог предложений «Зимнее время в Эрцгебирге» (Winterzeit im Erzgebirge) с советами и идеями по активному зимнему отдыху и рождественским развлечениям. Конечно, есть советы и для тех, кто равнодушен к спорту, а также предложения, чем заняться, когда нет снега.

**Tourismusverband Erzgebirge  
e. V., Adam-Ries-Straße 16  
09456 Annaberg-Buchholz  
Тел.: + 49 03733-188000  
info@erzgebirge-tourismus.de  
www.erzgebirgetourismus.de**



## СТОЛИЦА ПРЯНИКОВ

Вкусные пряники круглый год — в этом весь Пульсниц. Здесь пекут бесподобную выпечку, начиная аж с 1558 г. В местном Музее пряников, который расположен в центре Haus des Gastes, воссоздана атмосфера пряничной пекарни 1900 г. Здесь можно многое узнать о рождественских лакомствах из Вестлаузица. В изобилии представлены формы для выпечки пряников, ароматные коробки, ностальгические жестианные банки и другие раритеты, иллюстрирующие искусство мастеров пряничных дел.



Посетители могут осмотреть пекарню, испечь и украсить собственные пряники. Рынок ремесел расположен вокруг церкви Св. Николая. Мастера предлагают здесь керамику, гравировку по стеклу, резьбу по дереву и другие традиционные ремесленные изделия.



**Haus des Gastes, Am Markt 3, 01896 Pulsnitz  
Тел.: + 49 035955-44246  
info@kultur-tourismus-pulsnitz.de, www.kultur-tourismus-pulsnitz.de  
www.kultur-tourismus-pulsnitz.de**



## ПРЕМЬЕРА. ЛЫЖНЫЕ ГОНКИ В ДРЕЗДЕНЕ

Захватывающие лыжные гонки пройдут прямо на фоне знаменитых силуэтов Старого

города в Дрездене. Лучшие лыжники мира поспорят 13 и 14 января 2018 г. за победу в гонках на берегах Эльбы. Этап Кубка мира FIS станет первой лыжной гонкой элитного уровня в Дрездене.

Старт и финиш находятся на естественной открытой площадке — наблюдать за ними смогут более 3000 зрителей. Соревнования пройдут на дистанции длиной в 1,4 км, часть трассы при этом будет открыта для бесплатного доступа дрезденцев и гостей города. Здесь будет организовано питание, а также возможность заказать место в VIP-зоне высокого уровня.

Благодаря этапу Кубка мира в 2018 г. международный лыжный спорт возвращается в Дрезден впервые с 1991 г. Кубок мира — прелюдия к декаде лыжного спорта в Дрездене. Школьники будут неделю тренироваться под руководством чемпионов мира, олимпийских чемпионов, членов сборной Германии и тренеров Саксонской лыжной ассоциации в школьных секциях. Затем в выходные пройдет Чемпионат Саксонии среди молодежи с международным участием.



CitySki GmbH, Viktoria Franke, PR, Große Meißner Straße 15, 01097 Dresden  
viktoria.franke@skiweltcup-dresden.de, www.skiweltcup-dresden.de



## СНЕЖНЫЕ МАРШРУТЫ. ПО САКСОНИИ НА ЛЫЖАХ

О Саксонии не так часто говорят как о направлении горнолыжного отдыха. Но здешние горные вершины Миттельгебирге (Mittelgebirge) пользуются авторитетом как у местных жителей, так и у гостей, которые «знают места» уже давно. Знающим людям пароль «Обервизенталь» говорит о том, что лучшее место здесь — это область у гор Фихтель (Fichtelberg, 1215 м) и Кляйнер-Фихтель (Kleiner Fichtelberg, 1206 м). Обервизенталь — единственный горнолыжный курорт в Восточной Германии. Он расположен примерно на равных расстояниях (140 км) от Дрездена, Лейпцига и Праги на высоте 914 м вблизи горы Fichtelberg. В ее верхней части с 1924 г. действует одна из старейших канатных дорог Германии.

На горных склонах проложено пять трасс общей протяженностью до 30 км. Склоны обслуживают около десяти подъемников и 120 снежных пушек. Есть освещенная трасса для ночного катания, хафпайп для сноуборда, фанпарк, зона для катания на тюбингах. Но все-таки зимняя Саксония для любителей зимнего отдыха — это прежде всего обширная сеть беговой лыжни, которая простирается между центрами зимнего спорта. Очень хороша беговая лыжня Kammlöwe в природном парке Рудные горы — Фогтланд. В Альтенберге гостей привлекают трассы для саней и бобслея, протяженные трассы в регионе Житавских гор предназначены для любителей спокойного и неторопливого катания. Разнообразные трассы и спуски, туры по индивидуальным запросам и возможности размещения, а также текущая информация по состоянию снежного покрова и трасс представлены на сайте Туристическая организация Саксонии [www.sachsen-tourismus.de](http://www.sachsen-tourismus.de) в разделе Reisetemen / Aktiv / Winterurlaub.

Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen

Тел.: + 49 0351 491-70-25

info@sachsen-tour.de, www.sachsen-tourismus.de

САКСОНИЯ – ЖЕМЧУЖИНА МИРА

Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

T | M | G | S

Bautzner Str. 45-47, 01099 Dresden

Тел.: 0351-491700, факс: 0351-4969306

presse.tmg@sachsen-tour.de, www.sachsen-tourismus.de

www.go2saxony.ru, go2saxony.livejournal.com, www.saxony-learning.ru

Главный редактор Софья Константинова  
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Георгий Осипов  
Владимир Сергачев

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: ИД «Турбизнес»  
www.idtourbus.ru

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор Иван Калашников  
ИД «Турбизнес» 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

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

Отдел workshop  
Руководитель Людмила Сивова  
L.sivova@tourbus.ru  
Елена Архипова  
Виктория Перова  
Илья Плясунов  
Кристина Сивова  
workshop@tourbus.ru

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

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)  
Михаил Шугаев  
m.shugaev@tourbus.ru

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

**BUSINESS TRAVEL**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

Главный редактор Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

**Пять звезд**

Главный редактор Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### 2 СОБЫТИЯ

- 2017. Вспомнить все
- «Вэст-Лайн Тревел» не сдюжил
- Кто поедет в Мадрид?
- В Албанию — charterом

### АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

12 Что было, что будет

14 Пальма первенства

### ТЕМА НОМЕРА

### 18 КОМУ БОЯТЬСЯ ОНЛАЙНА

Пакетные туры уходят в интернет: что делать агентам?

### 20 ПОД ЗНАКОМ «ЦИФРЫ»

Электронная путевка вышла на финишную прямую

### 22 ПРОФЕССИОНАЛ

Что там, на «Хуторе»?

### 26 ТРАНСПОРТ

Новости

### ГОСТИНИЦЫ

28 Ключ к успеху

30 Дом для звезд на Риджент-стрит

### 34 СТРАХОВАНИЕ

Важный посредник

### 36 ТЕХНОЛОГИИ

Язык доведет

### КРУИЗЫ

38 Турист на горизонте

40 Новости

- Перемены в АНТОР
- В сухом остатке
- Территория притяжения
- Объединяющее начало



### РЕГИОНЫ РОССИИ

42 На Урале вкусно и интересно

44 Лучше меньше, да лучше

### РЫНКИ

46 Культурная столица Европы

48 Для тех, кому скучно

50 Две большие разницы

52 В гостях у карибских пиратов

54 Счастливые числа

### VIP-КЛИЕНТ

Самое большое счастье — лететь налегке



## 2017

ВСПОМНИТЬ  
ВСЕ1  
ТЕМА  
ГОДАБОРЮТСЯ  
ЗА ВЫЖИВАНИЕ

Против промо: турагенты не оставляют попыток найти взаимопонимание с туроператорами.

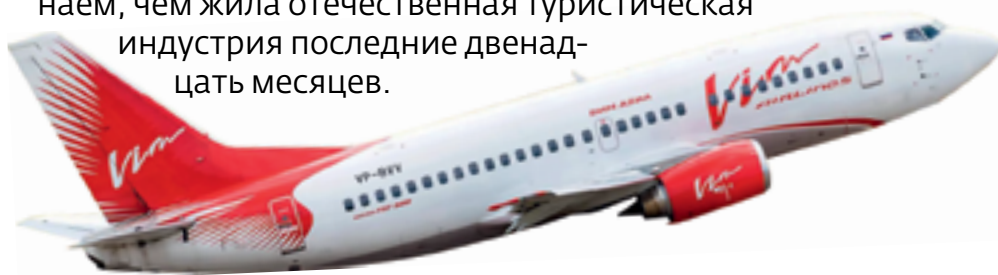
В конце ноября в Альянсе туристических агентств (АТА) прямо заявили: «Снижение агентской комиссии и промотарифы ведут к коллапсу всей туротрасли». В открытом письме организации говорится, что такие инструменты делают бизнес турагентств нерентабельным, разрушают проверенные временем связи между игроками рынка, дают простор для деятельности «временщиков, фрилансеров, фирм без офисов и бухгалтерии». «В условиях сегодняшних реалий минимальный размер агентского вознаграждения не может составлять менее 10% от цены турпакета», — заявляют в АТА.

Большинство турагентов согласны с таким требованием. В то же время крупные туроператоры, а основная претензия у розницы именно к ним, объясняют, что промопрайсы помогают бороться с демпингом на рынке, а сокращение вознаграждения — вынужденная в нынешней экономической ситуации мера.

В частности, «Библио Глобус» аргументировал свое решение возросшими финансовыми затратами из-за нового закона о туризме. Но попытки возложить «свои проблемы» на агентства вызвали у последних острую реакцию.

Пока «в товарищах согласья нет», а эксперты рынка прогнозируют, что, несмотря на возмущение розницы, агентская комиссия будет год от года сокращаться.

Уходящий год представители турбизнеса в целом оценивают положительно: россияне снова путешествуют, и рынок медленно, но верно выходит из кризиса. Но проблем и «ложек дегтя» хватает: чего стоит один скандал с «ВИМ-Авиа». По традиции мы вспоминаем, чем жила отечественная туристическая индустрия последние двенадцать месяцев.

2  
СКАНДАЛ  
ГОДА

## МАХНУЛА КРЫЛОМ

Коллапс компании «ВИМ-Авиа» привел к миллионным убыткам у туроператоров и к «закручиванию гаек» в авиаотрасли.

Сначала — массовые задержки рейсов, потом — скандальное банкротство. В конце сентября авиакомпания «ВИМ-Авиа» объявила о прекращении всех чартерных программ, объяснив это нехваткой оборотных средств и долгами перед контрагентами. «Значительное увеличение парка самолетов и расширение маршрутной сети оказались перевозчику не по силам», — считает исполнительный директор агентства «Авиапорт» Олег Пантелеев.

Туриндустрия «бурлила»: проблемы перевозчика были прогнозируемы, он уже «отметился» серией задержек в 2016 году, но из-за дефицита чартерной перевозки на рынке крупные операторы подписали контракт с «ВИМ-Авиа». В итоге их потери составили порядка 800 миллионов рублей. Летом 2018-го при продолжающемся росте рынка опять остро встанет вопрос нехватки бортов, в связи с чем НТК «Интурист» и «TUI Россия» уже заявили о планах по созданию собственных авиакомпаний. Скандал с «ВИМ-Авиа» также привел к новым инициативам «сверху». В частности, в России может появиться фонд для вывоза пассажиров проблемных авиакомпаний, аналог «Турпомощи», только «скидываться» туда будут перевозчики.





# 3

## БАНКРОТСТВО ГОДА

### БЫЛ ДА СПЛЫЛ

Уход с рынка туроператора TED Travel вскрыл несколько «старых» проблем в отрасли.

TED Travel не был крупным туроператором и не успел обрести широкую известность на рынке, но его банкротство активно обсуждалось в профессиональной среде. Почему? Дело в том, что история «Теда» — яркий показатель того, как не надо вести операторский бизнес.

Компания, чтобы закрепиться на рынке, активно демпинговала, а политика скидок, по мнению экспертов, это всегда путь в никуда. И дело вовсе не в вирусе коксаки и якобы падении спроса на турецком направлении, которого не фиксировали другие игроки.

Второй «урок» от TED Travel: турагентствам не стоит доверять новичкам на рынке, тем, о ком мало что известно, но чья ценовая политика вызывает вполне определенные вопросы.

Интересно, что после банкротства туроператора глава Ростуризма Олег Сафонов и чрезвычайный и полномочный посол Турции в России Хюсейн Лазип Дириоз договорились о совместной выработке мер по противодействию демпингу на туристическом рынке. Но пока никаких конкретных планов озвучено не было.

# 5

## НАПРАВЛЕНИЕ ГОДА

### ЛЮБИТЬ ПО-РУССКИ

Российский турпоток в Турцию уже превысил показатели докризисного 2015 года.

Статистика говорит сама за себя: Турцию, по данным министерства культуры и туризма страны, с января по сентябрь 2017 года посетили 4,1 млн россиян. Для сравнения, даже в 2015 году за аналогичный период на турецких курортах отдохнуло 3,3 млн наших соотечественников.

Направление настолько востребовано россиянами, что крупные операторы, в частности Coral Travel и TEZ Tour, продлили свои полетные программы до конца осени, а ANEX Tour — на весь зимний сезон.

Турецкие власти делали все, чтобы вернуть россиян, в частности субсидировали чартеры из России, и обещают продолжить эту практику в следующем году. Максимально лояльными были отельеры страны, однако не исключено, что в 2018 году цены на размещение подрастут на 10–15%. Тем не менее очевидно, что «лидер спроса», «бестселлер продаж» — эти характеристики будут относиться к Турции и в следующем году.

# 4

## РАЗОЧАРОВАНИЕ ГОДА

### СТАЛ САМ ПО СЕБЕ

Надежды турбизнеса, касающиеся возвращения

на рынок египетского направления, не оправдались.

С момента трагической гибели пассажиров рейса авиакомпании «Когалымавиа» прошло два года, но на политическом уровне договоренности о возобновлении авиаперевозки не достигнуты. В начале декабря глава Минтранса Максим Соколов сообщил, что направление может быть открыто в феврале 2018 года.

Между тем туристический рынок приспособился к новым реалиям, и «место» Египта заняли Турция, ОАЭ, Доминикана, страны Юго-Восточной Азии.

Египет же изменил свой «статус» и из направления организованного туризма стал страной, куда россияне путешествуют самостоятельно. «Если туристам запрещают летать в Египет из Москвы, они летят туда из Белоруссии — есть несколько рейсов из Могилева; жители Белгорода летят из Харькова. Как говорится, «свято место пусто не бывает», — констатирует Алексан Мкртчян, генеральный директор сети турагентств «Розовый слон».

### В КОЛЬЦЕ ПРОБЛЕМ

Золотое кольцо, главный российский туристический маршрут, отметил 50-летний юбилей. По мнению туроператоров, знаменитый бренд срочно нуждается в перезагрузке. В частности, эксперты советуют отойти от формата проведения туров «галопом по европам» и, например, выделять для знакомства с каждым городом целый выходной.





## 6 ОБСУЖДЕНИЕ ГОДА

### ПОШЛИ НА ПОПЯТНУЮ

Курортный сбор все же ввели в России, но теперь регионы хотят его минимизировать.

Уже с 1 мая 2018 года в экспериментальном режиме курортный сбор будет введен в Крыму, Алтайском, Краснодарском и Ставропольском краях. Максимум размера сбора установлен в 50 рублей в сутки. Уже известно, что Краснодарский край не стал рисковать турпоток и установил минимальный налог — всего 10 рублей. Ставропольский край остановился на отметке в 50 рублей. Алтайский край назначил 30 рублей с человека в сутки.

«То, что в регионах решили ввести на первом этапе минимальные суммы сбора, можно оценивать положительно, — считает Сергей Ромашкин, генеральный директор туроператора «Дельфин». — Другое дело, что при введении нового налогового механизма заработают определенные бюрократические процедуры, ведь этот сбор должен кто-то собирать, администрировать, вести учет поступлений и так далее. Не вышло бы так, что при ставке в 10 рублей в том же Сочи турист заплатит за 10 дней своего отдыха 100 рублей курортного сбора, однако регион на взимание этих средств потратит в совокупности гораздо большую сумму».

## 7 ОЖИДАНИЕ ГОДА

### ОТФУТБОЛИЛИ ТУРИСТОВ

Кубок конфедераций не вызвал интереса у иностранных путешественников, а чемпионат мира, вероятно, не принесет прибыли гостиницам.

Туроператоры, работающие на рынке въездного туризма, признали: Кубок не вызвал ажиотажа среди иностранцев. Гораздо перспективнее выглядит грядущий чемпионат мира по футболу. «Если приехавшие болельщики и их семьи увидят, что все было организовано грамотно, что не возникло проблем, то мундиаль может создать условия для роста въездного турпотока уже в 2019 году», — считает Александр Курносов, заместитель генерального директора туроператора «Академсервис». При этом «простые» туристы, скорее всего, воздержатся от поездок в города, где будут проходить матчи.

Более того, есть вероятность, что отели могут остаться без части запланированных клиентов в дни чемпионата мира по футболу. «Несмотря на гораздо больший масштаб будущего события, его значение для гостиничной отрасли надо оценивать трезво и быть готовыми к тому, что клиентов придется искать вне

публики, приехавшей смотреть матчи», — считает Вадим

Прасов, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров.



### ОБЛАЧНО, БЕЗ ПРОЯСНЕНИЙ

Электронная путевка должна заработать на туристическом рынке уже в январе 2018 года. Новый механизм до сих пор непонятен участникам бизнеса как с технической точки зрения, так и с практической. Агенты переживают из-за возможной необходимости указания в путевке размера агентской комиссии. Подробнее о перспективах ее внедрения — на стр. 20–21.



ПО ФИЛЬМУ С ПАТРИКОМ СУЭЙЗИ,  
ДЕМИ МУР И ВУПИ ГОЛДБЕРГ

# ПРИВИДЕНИЕ

## МЮЗИКЛ

ГЛАВНАЯ ПРЕМЬЕРА ГОДА

MUSICAL-GHOST.RU 495 739 37 37

★ **parter.ru** ★

12+

Stage  
ENTERTAINMENT



## «Россия — это целый мир»

У нашей страны появился свой туристический бренд.

Выступая на VI Санкт-Петербургском международном культурном форуме, глава Ростуризма Олег Сафонов заявил о том, что большая часть голосовавших в рамках конкурса «Туристический бренд России» поддержала логотип под названием «Россия — это целый мир».

Как подчеркнул руководитель ведомства, появление туристического бренда страны — итог интенсивной работы «сборной России по брендингу», подкрепленный народным голосованием, в котором участвовало около 50 тысяч человек.

Ранее из более чем 30 вариантов было отобрано 10 работ. К концу лета 2017 года были определены три наиболее популярные концепции туристического бренда России, а теперь авторитетное жюри под председательством заместителя председателя правительства РФ по вопросам спорта, туризма и молодежной политики Виталия Мутко окончательно определит победителя и примет решение о будущем бренда.

После официального утверждения бренд будет использован для презентации туристического потенциала страны на международном рынке, а также в рекламной и сувенирной продукции.

## «Вэст-Лайн Тревел» не сдюжил

Работавший на рынке более 20 лет туроператор обанкротился.

Компания объявила о прекращении своей деятельности, объяснив это «сильным падением спроса на туристский продукт». «Вэст-Лайн Тревел» была создана в 1996 году и первоначально работала в качестве агента по продаже авиабилетов, в 2004 году начала развивать туроператорское направление. Компания занималась такими направлениями, как ОАЭ, Вьетнам, Шри-Ланка, Мальдивы, Сейшелы, Индия, Маврикий, Филиппины. В 2016 году она отправила за рубеж 1,7 тысячи человек, выручка от реализации туристского продукта составила 143,29 млн руб.

На момент банкротства компании за рубежом находилось 15 туристов. При этом еще 89 человек приобрели туры, воспользоваться которыми уже не смогут. По мнению экспертов, скорее всего, к краху туроператора привела ужесточившаяся конкуренция на эмиратском направлении.



## ПОДГОТОВИЛИ «САНИ»

17 октября в столичном отеле «Азимут Москва Смоленская» впервые на одной площадке прошли сразу два крупных профессиональных мероприятия — второй фестиваль «Снежный калейдоскоп» и традиционный осенний workshop «Турбизнес». В них приняли участие ведущие туроператоры, представители российских и зарубежных курортов, национальных турофисов, региональных администраций по туризму, гостиничных комплексов. Турагентства высоко оценили возможность напрямую пообщаться с партнерами и получить актуальную информацию о новых продуктах из первых рук.

## Кто поедет в Мадрид?

Определен победитель третьего семестра онлайн-академии Испании.

В середине ноября завершился очередной семестр образовательного проекта, реализованного ИД «Турбизнес» совместно с Отделом туризма посольства Испании в Москве. По итогам этого учебного «марафона» выпускниками стали 135 представителей туристической индустрии из России и ближнего зарубежья.

Число студентов значительно увеличилось, приблизившись к тысяче человек. Этому поспособствовала усовершенствованная «начинка» проекта: были обновлены как фото-, так и текстовые материалы.

Среди выпускников академии, получивших сертификат «Дипломированного турагента по Испании», был выбран победитель, получивший два авиабилета в Мадрид. Им стала Виктория Леусенко, менеджер туристической компании «Ван Гог» из Краснодара. Поздравляем!

Проект продолжает свою работу на сайте [www.spain-e-learning.ru](http://www.spain-e-learning.ru).

## В Албанию — чартером

Следующим летом стартует первая программа чартерных рейсов на курорты албанской Адриатики.

По словам генерального директора компании «Спейс Тревел» Артура Мурадяна, в июне следующего года его компания впервые в истории отечественного турбизнеса планирует начать программу чартерных полетов в Албанию.

По мнению эксперта, поездки в Албанию будут интересны туристам, которые уже объездили много стран и хотят «чего-то нового при прежнем бюджете». «При удачной конъюнктуре рынка мы планируем выйти на два рейса в неделю из Москвы в Тирану. Возможно, подключим и регионы — Казань и Самару», — говорит он.

Другие игроки рынка пока не спешат давать прогнозы относительно нового чартера. По свидетельству Елены Бондаренко, руководителя отдела балканских стран компании «Ванд», на направлении остается нерешенным визовый вопрос. Если граждане Украины и Белоруссии имеют безвизовый въезд в Албанию круглый год, то для россиян он возможен только летом. Причем о введении безвизового въезда никогда не известно заранее.



## Новый глава турафиса Туниса

Российское представительство возглавил Нежи Гуидер.



С 11 ноября руководителем турафиса в Москве стал Нежи Гуидер. Он работал в Тунисском национальном представительстве по туризму с 2002 года, а с 2007 по 2013 год руководил офисом в Канаде. Вернувшись, занял одну из ведущих должностей в дирекции по вопросам бюджета и продвижению Туниса на туристических рынках. Его заместителем в Москве назначен Абдеразак Азузи, который до 2012 года занимал должность руководителя представительства в России, а Межид Кахлауи возвратился на родину для работы в главном офисе.



### 48 часов

за такой срок генеральное консульство Франции в Москве стало оформлять визы. Правило вступило в силу 1 ноября. По данным Агентства по развитию туризма во Франции Atout France, турпоток из России во Францию в 2017 году вырос на 30% по сравнению с прошлым годом, когда страна приняла 800 тысяч человек.

## Перемены в АНТОР

Новым председателем объединения стала Кристина Ионицкая.



Ассоциацию представителей национальных турафисов в России возглавила заместитель директора представительства по туризму Каталонии Catalonia Tourist Board Кристина Ионицкая. «Эстафету» ей передал директор по продаже и маркетингу Управления по развитию туризма Шарджи Сергей Канаев, который руководил АНТОР с 2013 года.

«Мы продолжим традиции АНТОР, заложенные еще 18 лет назад, — развивать и поддерживать не только профессиональные отношения, но и дружеские. Также на ближайших встречах мы будем поднимать вопросы, касающиеся усиления позиций АНТОР в онлайн, и продолжим работать над увеличением числа новых интересных турпродуктов», — поделилась планами Кристина Ионицкая.

## Costa Cruises закрепились в России

Менеджером по развитию бизнеса в нашей стране стала Екатерина Илюшина.



Крупнейший оператор круизных судов в Европе Costa Cruises спустя 14 лет работы на российском рынке вводит позицию координатора. С ноября в Москве работает представитель компании — Екатерина Илюшина. Получив диплом по специальности «внешнеэкономическая деятельность», в 2003 году Екатерина заняла позицию руководителя направления морских круизов в компании «Натали Турс». В 2012 году она перешла на должность коммерческого директора Круизного Дома «МК».

Costa Cruises стала первой на рынке круизных компаний, назначивших менеджера по развитию бизнеса в нашей стране, что отражает серьезные намерения круизного оператора по отношению к российскому рынку.



## ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНГРЕСС ТУРОПЕРАТОРОВ

### В сухом остатке

#### О чем говорили на конгрессе туроператоров?

Самые острые вопросы развития туристического рынка обсудили на Втором Всероссийском конгрессе туроператоров, который проходил с 21 по 24 ноября в Сочи. Мероприятие состоялось при поддержке Ростуризма, РСТ и ассоциации «Турпомощь» и собрало более 300 профессионалов туротрасли из 40 регионов России.

Конгресс стал площадкой, где были озвучены основные требования туристической розницы. Консолидированную позицию агентств, касающуюся фиксирования агентских комиссий на уровне 10% и отказа от промотарифов, озвучил руководитель «Сети магазинов горящих путевок», председатель правления СТА Сергей Агафонов.

Доклад Виктора Тополкараева, генерального директора НТК «Интурист», был посвящен проблемам развития рынка внутреннего туризма. По его словам, начиная с 2014 года, когда были возобновлены внутренние чартерные перевозки, их объем составил более 1 млн человек в год. И все же в этом вопросе остаются три крупные проблемы — низкая транспортная доступность отдыха в России для жителей из дальних регионов и малых городов, высокая стоимость перевозки и неравенство в правах авиапассажиров регулярных и чартерных рейсов.

Острой теме туристических авиаперевозок посвятил основную часть своего выступления Дмитрий Горин, генеральный директор компании «Випсервис», советник руководителя Ростуризма. По его словам, сейчас разрабатывается комплекс мер по нормализации работы авиаперевозчиков. Необходимость их принятия была продиктована банкротством «ВИМ-Авиа», из-за которого туроператоры потеряли около 800 млн рублей, находившихся на депозите у перевозчика. Среди предлагаемых мер — создание фонда «Авиапомощь» объемом не менее двух миллиардов рублей. По его словам, в случае прекращения работы авиаперевозчика помощь пассажирам из средств фонда будет оказываться в течение 24 часов.

#### ТУРОПЕРАТОРАМ РЕКОМЕНДОВАТЬ:

- активнее проводить тестирование «Электронной путевки» в целях корректного создания действующей информационной системы в отношении всех видов турпродуктов;
- консолидировать деятельность туроператоров и турагентств для проработки размера комиссионного вознаграждения с целью определения условий промотарифов с предоставлением информации в первую очередь профессиональному сообществу;
- при возникновении ситуации блокировки счетов турагентств в банковских системах содействовать восстановлению репутации добросовестных турагентских компаний.

**Выдержка из резолюции II Всероссийского конгресса туроператоров**



### Вопрос месяца

КАКОЕ СОБЫТИЕ 2017 ГОДА ОКАЗАЛО НАИБОЛЬШЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РОССИЙСКИЙ ТУРБИЗНЕС?

Банкротство «ВИМ-Авиа»	37%
Возвращение «летней» Турции	25%
Стабилизация курса рубля	19%
Отсутствие туров в Египет	6%
Теракты в Западной Европе	13%

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



## 20%

организованных туристов отправятся на отечественные курорты на Новый год, свидетельствуют данные Onlinetours. Турпакеты на «наши» курорты занимают 19,8% всех продаж с заездами с 30 декабря по 8 января 2018 года. На втором месте по популярности — Таиланд, на третьем — Индия. Также в пятерку лидеров вошли ОАЭ и Чехия.

### Назначение в «Випсервис»



Крупнейший российский билетный консолидатор объявил о кадровых перестановках.

Ирина Соловьева была назначена исполнительным директором холдинга «Випсервис». Она работает в компании с 2011 года, а в 2015 году возглавила крупнейший блок холдинга, став управляющим директором субагентского бизнеса.

«Много лет компания «Випсервис» считает своей миссией работать так, чтобы ее выбирали сердцем клиенты, сотрудники, партнеры по бизнесу. Свою задачу я вижу в еще более тесном сплочении всей организации вокруг этой цели, — отметила Ирина Соловьева. — Мою стратегию можно уместить в четыре ключевых пункта: развитие людей путем эффективного обмена знаниями и установления горизонтальных связей, повышение эффективности значимых процессов, укрепление лояльности не только клиентов, но всех заинтересованных групп, высокий финансовый результат».

## Территория притяжения

«Комплексное управление туристскими территориями» — так звучала тема IV «Kazan Tourism Forum. Ориентиры будущего», состоявшегося в столице Татарстана в начале ноября.



Форум собрал 1200 участников из 35 регионов России: руководителей министерств федерального и регионального уровней, крупнейших туроператоров, СМИ, аналитиков, экспертов, работающих в сфере туризма. В течение двух дней 25 спикер

ров из России, Греции, Португалии, Чехии, Венгрии, Финляндии, Италии и других стран обсуждали мировые тренды в области туризма и технологии успешного комплексного управления туристскими территориями. Речь шла о стратегии работы в отрасли, межведомственном и межотраслевом взаимодействии, грамотной системе инвестирования и маркетинга, а также развитии человеческого капитала.

Kazan Tourism Forum 2017 организован при поддержке Федерального агентства по туризму и Правительства Республики Татарстан. По словам Олега Сафонова, руководителя Ростуризма, в преддверии чемпионата мира по футболу 2018 Татарстан представляет особый интерес как место проведения матчей мирового уровня. «Летом в России успешно прошел Кубок конфедераций, и значительное число туристов посетило Казань. Это способствует более активному продвижению республики за рубежом», — пояснил он.

Как отметил Сергей Иванов, председатель Государственного комитета Республики Татарстан по туризму, в прошлом году турпоток в регион составил 2,9 млн человек, в этом году власти ожидают свыше 3 млн гостей.

**ОТДЫХ** МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
РОССИЙСКИЙ  
ТУРИСТИЧЕСКИЙ  
ФОРУМ  
Home of Tourism

Уважаемые коллеги и партнёры! Дорогие друзья!

Примите наши искренние поздравления с наступающим Новым годом и Рождеством! В этот волшебный праздник хочется пожелать, прежде всего, исполнения желаний, ведь именно в Новый год мы так искренне верим в чудо.

Пусть весь грядущий год будет полон приятных событий, радостных встреч, новых открытий!

Пусть новости будут хорошими, знакомства – приятными, а дела – удачными! Пусть все задуманное Вами свершится, здоровье не подведет, а близкие всегда будут рядом!

Мы благодарим наших партнеров и коллег за оказанное нам доверие и надеемся, что и в будущем году наше сотрудничество будет еще более успешным и плодотворным!

**С наступающим Новым 2018-м годом!**  
Департамент туристических выставок ООО «Евроэкспо»

До встречи в 2018 году на 24-м Международном  
форуме-выставке по туризму ОТДЫХ  
11 - 13 сентября, Москва, Экспоцентр!

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



# Объединяющее начало

В ноябре завершилась традиционная серия workshop «Турбизнес», которая вновь стала крупнейшим профессиональным туристическим мероприятием нашей страны. Участники роуд-шоу посетили осенью 31 город России и ближнего зарубежья.

**Workshop**  
ТУРБИЗНЕС

## 34 города

охватит весенняя серия workshop «Турбизнес», которая стартует 6 марта и завершится 15 мая. Профессиональные встречи впервые пройдут в Махачкале, Иваново, Костроме, Вологде, Калуге, Брянске, Смоленске и Бишкеке. По традиции мероприятия состоятся в странах ближнего зарубежья — Белоруссии, Казахстане, Азербайджане, Киргизии. Еще одна важная новация workshop — в семи городах мероприятия впервые пройдут в формате назначенных встреч.

Осенняя серия получилась по-настоящему рекордной: в поездках по городам России, Казахстана и Азербайджана приняли участие более 70 компаний — российских и зарубежных операторов, представительств курортов и гостиничных цепочек, офисов по туризму, онлайн-сервисов. В этом году на карте workshop «Турбизнес» впервые появились Ярославль, Владимир, Рязань и Тула.

Генеральным партнером осенней серии workshop выступал Отдел туризма посольства Испании в России.

Всего в ходе роуд-шоу прошли 235 презентаций, мастер-классов и бизнес-завтраков, которые посетили более 3,5 тысяч профессионалов регионального туризма. Среди тем мастер-классов и презентаций, которые, по отзывам посетителей, вызвали их наибольший интерес, — программы пляжного отдыха на Канарских островах, в Юго-Восточной Азии, на Кубе и в Доминикане, программы оздоровительного туризма в странах Балтии и Западной Европы, экскурсионные и автобусные туры по Европе, горнолыж-

ные туры в Красную Поляну, в Скандинавию и альпийские страны, экскурсионные маршруты по России, морские круизы и новые системы онлайн-бронирования.

«Помимо высокой явки агентств участников привлекает продуманная организация мероприятий — их компактность по времени, с одной стороны, и высокая концентрация делового общения — с другой. В течение пяти часов мы успеваем провести и бизнес-завтрак, и более десятка мастер-классов, и сам workshop!» — говорит Людмила Сивова, директор отдела workshop ИД «Турбизнес».

«Бытует мнение, что рабочие встречи туроператоров с агентами в формате workshop теряют свою актуальность в связи с развитием интернет-технологий, — комментирует Мария Полонская, руководитель отдела маркетинга и развития компании «Амиго-С». — Но, на мой взгляд, ничто не сможет заменить живое общение с партнерами, и workshop «Турбизнес» это успешно доказывает, собирая на своих мероприятиях в регионах России сотни агентств, которые действительно настроены на серьезную и профессиональную работу». **TE**





**1** Иван Калашников, генеральный директор ИД «Турбизнес», вручает памятный диплом Виктории Соболевой, менеджеру агентского отдела «Музенидис Трэвел Ростов-на-Дону»

**2** Зимой — в горы! Представители горно-туристического центра ПАО «Газпром» знакомят региональные агентства с предложениями курорта

**3** Евгений Красноперов, специалист отдела продаж компании «Слетать.ру», предлагает посетителям workshop новые форматы сотрудничества

**4** Всегда в тренде: оздоровительные возможности словенских курортов презентует Светлана Ипатова, представитель компании «ТЕРМЕ КРКА» в России

**5** Новые знакомства, полезные контакты, актуальная информация из первых рук — ключевые преимущества workshop «Турбизнес»

**6** Дмитрий Пан, директор по развитию проектов СКО «РОСОГКУРОРТ», налаживает сотрудничество с розницей



# Что было, что будет

Конец года — традиционное время для подведения итогов. АЛЕКСАНДР БАЙБОРОДИН, руководитель компании «Юристы для турбизнеса Байбородин и партнеры», рассказывает, какие вопросы больше всего волновали туристические компании в 2017 году и о чем надо помнить в году наступающем.

## ОТ ИМЕНИ И ПО ПОРУЧЕНИЮ

В январе вступила в силу новая редакция ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». Отныне деятельность турагентов должна осуществляться от имени и по поручению туроператора и на основании доверенности. Высказывались мнения о том, что такие изменения приведут к росту мошеннических действий со стороны турагентов, а туроператоры введут обязательные депозиты. По итогам года можно сказать, что, к счастью, не произошло ни того, ни другого. Рынок перешел на новые договорные схемы и работает дальше.

Туроператорам мы рекомендуем проверить свои договоры на соответствие требованиям законодательства РФ 2017 года. Неправильно составленные документы могут привести к проигрышу в суде и финансовым потерям.

## ТИПОВОЙ ДОГОВОР С ТУРИСТОМ

В апреле Министерство культуры РФ утвердило обязательные для турфирм типовые договоры с туристом. Документ вызвал много споров на туристическом рынке, звучали мнения о невозможности его использования.

Однако постепенно градус напряжения снизился. Министерство культуры выпустило письмо от 25 мая, в котором указало, что турфирмы вправе дополнять типовой договор своими собственными условиями, не противоречащими его основным параметрам и не нарушающими права потребителей. В итоге большинство турфирм привело свои договоры в соответствие с новыми требованиями закона.

## ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

В июне вступила в силу новая статья КоАП РФ, предусматривающая наказание за нарушение обработки и хранения персональных данных. В итоге сумма возможного совокупного штрафа выросла с 5 тысяч до порядка 300 тысяч рублей. Большое количество турфирм приобрело или разработало самостоятельно необходимые документы по защите персональных данных.

Вместе с тем, по нашим наблюдениям, к концу года активность чиновников Роскомнадзора возросла, поэтому

мы рекомендуем компаниям иметь на руках все необходимые документы по защите персональных данных, чтобы не получить штраф «на ровном месте».

## КАК БЫТЬ С КОКСАКИ?

В августе вся страна узнала о существовании вируса коксаки. Роспотребнадзор объявил о наличии угрозы жизни и здоровью граждан на территории Турецкой Республики.

Стоит отметить, что статья 14 ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» предусматривает судебный порядок разрешения споров об отказе туриста от поездки в связи с угрозой безопасности в стране временного пребывания. Но имело место беспрецедентное давление со стороны органов власти, практически в ультимативном порядке предписавших турфирмам осуществить возврат туристам денежных средств, полученных за поездки в Турцию, — без всякого суда.

При этом откуда брать средства на возврат, если оплаты уже были перечислены партнерам, — не уточнялось. Судебная практика по данной категории дел еще только начинает формироваться.

Однако учитывая настроения государства и курс на защиту прав граждан, можно предположить, что суды по отказу от поездок в Турцию будут крайне тяжелыми.

## «ВИМ-АВИА»: ИСТОРИЯ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

В сентябре 2017 года прекратила свою деятельность авиакомпания «ВИМ-Авиа». По оценке АТОР, пострадало около 100 тысяч туристов. Большинство туроператоров приняло на себя финансовые риски.

Однако не все споры удалось урегулировать мирно: например, в ряде случаев туристы требовали не только возмещения стоимости перелета или возврата оплаты за путешествие, но и компенсации морального вреда, компенсации за испорченный отпуск и так далее. Опять же, суды по теме «ВИМ-Авиа» еще только начинаются. В связи с этим турагентам мы рекомендуем предусмотреть в своих договорах пункты об отсутствии ответственности агентства за действия (бездействие) перевозчика. **ТБ**

# Проще простого

В этом году многие иностранные государства сделали шаг навстречу российским гражданам, отменив или облегчив визовый режим. Вспоминаем, какие страны стали ближе и доступнее для наших соотечественников.



ОАЭ

С 1 февраля россияне получают визы в Объединенные Арабские Эмираты в аэропорту по прилете. Виза выдается бесплатно на 30 дней с возможностью продления еще на 30 дней. Нововведение привело к значительному росту турпотока из РФ: например, Дубай с января по сентябрь принял вдвое больше россиян, чем за аналогичный период 2016 года.



ЮАР

С 30 марта граждане России могут посещать Южно-Африканскую Республику без виз в рамках туристической поездки, транзита или частного визита. Срок безвизового пребывания не более 90 дней. Туроператоры называют решение долгожданным и рассчитывают, что оно простимулирует спрос на направлении, особенно из регионов.



Индия

С 1 апреля правительство Индии изменило визовый режим. Теперь туристы, прибывающие по электронной визе, могут оставаться в стране на срок до 60 дней, при этом у них есть возможность двукратного посещения страны. По электронным визам можно въехать в Индию через 24 аэропорта, а также через морские порты Кочин, Гоа и Мангалуру.



Катар

Катар упростил визовый режим для граждан России. С 22 июня туристическая виза сроком до одного месяца выдается россиянам по прибытии в страну, также предусмотрена возможность ее продления на 30 дней. Игроки рынка считают, что визовые послабления привлекут транзитных путешественников – их число может возрасти в два-три раза.



Япония

С 1 января для россиян был увеличен максимальный срок действия многократных виз до пяти лет для краткосрочных поездок с пребыванием до 90 дней и начали оформляться многократные визы на три года с пребыванием до 30 дней. Также отменено требование об обязательном наличии гаранта приема в Японии при самостоятельной организации поездки.



Оман

Оман облегчил визовый режим для россиян. Теперь визу в страну можно получить в аэропорту по прилете, однако новое правило не распространяется на обладателей гражданства, вида на жительство в Омане или владельцев действующих виз стран Шенгенского соглашения, Великобритании, США, Австралии или Канады.



Бруней

Туристы из России смогут посещать Бруней без визы: соответствующее соглашение было принято на встрече АТЭС. С российской стороны документ подписал министр иностранных дел РФ Сергей Лавров, со стороны Брунея – второй министр иностранных дел и торговли Лим Джок Сенг. Сроки вступления в силу решения пока не называются.



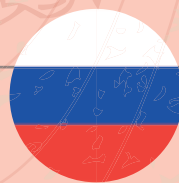
Самоа

С июля россияне получили возможность ездить без виз в островное государство Самоа, расположенное в южной части Тихого океана. Те, кто приезжает с целью туризма, могут находиться в стране не более 60 дней. Впрочем, ранее виза выдавалась на границе, поэтому ее получение не являлось проблемой для наших граждан.



**VISA UNITED STATES OF AMERICA**

1 сентября США по требованию МИД РФ сократили численность персонала в посольстве и консульствах на территории России. Работа консульств в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Владивостоке была временно приостановлена, а в Москве срок оформления визы вырос до 85 дней. Ситуация привела к тому, что россияне стали обращаться за американскими визами в консульства Латвии, Эстонии, Грузии и других стран.



## Виза в Россию

С 1 августа во Владивостоке заработал механизм выдачи электронных виз. За три месяца действия программы заявки на получение такой визы подали 4209 человек из 18 стран. Преференцией воспользовались почти 2,5 тысячи туристов, в том числе 1,5 тысячи туристов из Китая. Вторую позицию занимает Япония – оттуда в Приморье прибыло чуть более тысячи человек. С 1 января 2018 года с помощью электронной визы можно будет посетить Камчатку и Сахалинскую область.

# Пальма первенства

По итогам прошлого года планку свыше 100 тысяч гостей из России смогли взять всего шесть «зимних» стран. В объемах безусловным лидером оказался Таиланд, а по динамике роста — Доминикана. В этом зимнем сезоне тенденция в целом сохранится, однако от прошлогодней она отличается рядом нюансов.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

## 1. ТАИЛАНД

В российской туристической «зиме» это страна номер один: по предварительным оценкам, в 2017-м рост потока гостей из России в ней достигает 30% и по итогам года вполне можно ожидать пересечения заветной планки в миллион российских туристов.

Благодаря целому ряду привлекательных черт — отсутствие визы, наличие разных вариантов отдыха и огромного числа чартеров из многих регионов РФ — направление продолжает радовать продавцов возвращением к былым высотам. По статистике «РосСтур», Таиланд держит пальму первенства как по объемным показателям, так и по продол-

жительности отдыха россиян. Аналогичная информация и у сети «1001 тур».

Что касается полетных программ, в целом по России в сезон в Таиланд еженедельно вылетает более сотни чартерных авиарейсов, а о росте интереса к направлению свидетельствует и возвращение на маршрут Москва — Бангкок Thai Airways.



**ДМИТРИЙ ФЕСИК**

СОВЕТНИК ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ПО ПРОДАЖАМ «НАТАЛИ ТУРС»

Лидерами продаж «пляжных» туров в текущем зимнем сезоне у нас являются ОАЭ, Таиланд, Мальдивы, Куба, Израиль, Индонезия и Шри-Ланка.

Отдых в этих странах практически одинаково востребован как с вылетами из Москвы, так и из регионов. Если говорить о Таиланде, то это направление и переизбыток чартерной перевозки в зимнем сезоне, из года в год неотделимые друг от друга понятия.

## 2. ОАЭ

За девять месяцев 2017-го Дубай посетили 11,58 млн иностранных туристов — на 7,5% больше, чем за то же время год назад. По данным Департамента по туризму и маркетингу Дубая, ведущими въездными рынками являются Индия, Саудовская Аравия и Великобритания, но Россия демонстрирует небывалые ранее темпы роста в 95%. Об увеличении турпотока из РФ на уровне 50–70% заявляют и в других эмиратах.

И хотя российские операторы сомневаются в почти двукратном росте турпотока, они согласны с тем, что облегчение визового режима и ряд преимуществ ОАЭ вызвали значительный рост интереса к отдыху в Эмиратах. Он подкрепляется и соответствующим ростом объемов полетных программ из РФ — в 1,5–2 раза. В частности, ANEX Tour с середины авгу-

ста запустил чартер из Москвы в Дубай на бортах AZUR Air в ежедневном режиме, Coral Travel к полетам в Дубай из Москвы и восьми регионов РФ в этом сезоне добавил еще пять, а «Натали Турс» сформировал собственную полетную программу (с октября — пять еженедельных рейсов на лайнерах Red Wings). Кроме того, FlyDubai зимой будет совершать 40 рейсов в неделю в 10 городов РФ, а Emirates на рейсах из Москвы в Дубай заменили самолет на Airbus A380.

«ОАЭ — это, пожалуй, самое близкое для нас «зимнее солнце». Причем Эмираты готовы предложить разные вари-



анты отдыха как по содержанию, так и по цене, — считает Дмитрий Арутюнов, генеральный директор туроператора «АРТ-ТУР». — Но большинство из заявленных чартерных цепочек не продержатся долго — увы, во многих регионах пока нет

сильного среднего класса, способного обеспечить стабильную загрузку вне «пиковых» дат. К тому же превратить ОАЭ в «новый Египет» не удастся — даже в самых недорогих отелях там слишком высоки стандарты качества, которое всегда стоит денег».



#### АРТУР МУРАДЯН

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «СПЕЙС ТРЕВЕЛ»

Из ОАЭ, учитывая объемы перевозки не только из Москвы, но и из регионов, в этом году пытаются сделать массовое направление. Плюсы этого процесса очевидны, но есть и минусы: овербукинг в отелях, недовольство качеством чартерной перевозки, негатив от туристов, покупающих бюджетные туры. Многие отели стали поднимать цены, а в отелях уровня 2–3\* ощущается дефицит номеров в среднем и высоких сезонах. Есть и переизбыток перевозки.

### 3. ВЬЕТНАМ

По статистике Вьетнамского национального управления по туризму, за 10 месяцев 2017 года в этой стране уже побывало свыше 457 тысяч россиян, что на 38,3% больше показателя 2016-го. Вполне вероятен годовой рост в районе 40%.

И, скорее всего, будет взята высокая планка в полмиллиона гостей из РФ.

В этом сезоне на направлении продолжают работу его завсегдагаи, к ним добавятся и новички.

Впервые на рынок Вьетнама выходит российское подразделение TUI. Общая ситуация с перевозкой характеризуется тем, что растут объемы по Фукуоку и Нячангу, куда вновь полетели чартеры из регионов страны.

Вместе с тем на направлении наметился переизбыток перевозки. Дело в том, что из Москвы в этом сезоне у трех основных игроков — Pegas Touristik, Coral Travel и ANEX Tour — имеется по три частоты, то есть девять вместо семи в прошлом сезоне.

И если ANEX Tour число полетов наращивать не стал, то Coral Travel к двум рейсам в Нячанг добавил вылет на Фукуок, а Pegas Touristik к двум еженедельным вылетам в Нячанг добавил третий. Специалисты не исключают, что после новогоднего пика появится нужда в оптимизации полетных программ.

### 4. ИЗРАИЛЬ

На протяжении всего 2017 года Израиль наращивает поток гостей из России: по данным Министерства по туризму страны, за 10 месяцев он возрос на 47% и составил свыше 336 тысяч человек.

Причем в Израиле, в отличие от многих других «пляжных» направлений, Россия уверенно занимает место в

тройке лучших доноров, претендуя на первое место. Израиль как направление зимнего отдыха планомерно расширяет полетную программу из РФ. В настоящее время еженедельно выполняется 72 прямых рейса из Москвы и семи российских городов (Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Краснодар, Самара, Сочи и Минеральные Воды). А зимой операторы делают акцент на перелеты в Эйлат.

На направление постепенно обращает внимание все больше крупных игроков рынка. В частности, с начала ноября этого года TEZ Tour включил Израиль в свою продуктовую линейку.

#### СЕРГЕЙ ТОЛЧИН

ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «НТК ИНТУРИСТ»



Если говорить о «пляжных» направлениях зимы, то с Таиландом, безусловно, могут соперничать такие направления, как Вьетнам, ОАЭ и Доминикана. Хороший спрос на туры в Израиль: прирост по сравнению с прошлым годом составляет порядка 50%, а глубина продаж достигает февраля 2018 года. И если в целом по году у нас пользуются спросом туры в центр страны (Тель-Авив, Нетания, Мертвое море), то в зимний период он отчетливо смещается в сторону расположенного на Красном море Эйлата.

## 5. ИНДИЯ

Большая страна, предлагающая огромный выбор туров, наиболее интересна россиянам как «пляжное» зимнее направление: по статистике, 80–85% спроса приходится на программы в Гоа. Общий уровень роста спроса на направлении в зимнем сезоне оценивается в 40–50% и во многом объясняется приемлемым соотношением цены и качества отдыха. Полетные программы в этом

сезоне растут соответственно спросу. В частности, ANEX Tour «поднял» чартеры в Даболим из Москвы и 12 регионов РФ, а Pegas Touristik организовал полетные программы не менее чем из десятка городов страны. Характерно, что для части туров по Индии операторы активно задействуют и регулярную перевозку — рейсами «Аэрофлота» и других компаний. Например, «Библио Глобус» использует для доставки туристов в Даболим «крылья» авиакомпании «Россия», которая летает из Москвы четыре раза в неделю.



**АННА ПОДГОРНАЯ**

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ И PR КОМПАНИИ PEGAS TOURISTIK

По объему бронирований зимних туров лидируют Таиланд и Вьетнам. В этом сезоне очень хорошо продаются туры в Индию и страны Карибского бассейна, в первую очередь Доминикана. Многие популярные объекты размещения по этим направлениям в период новогодних праздников уже «встают на стоп». Очевидно, что на волне роста спроса на отдых именно эти направления по итогам сезона и покажут наиболее высокий результат.

## 6. ДОМИНИКАНА

Это карибское направление оказалось единственным в регионе, претендующим на подлинную массовость гостей из РФ зимой 2017–2018 годов. Турпоток россиян в Доминикану по-прежнему демонстрирует небывалый для других стран рост: с января по август, по данным Центробанка Доминиканы, страну посетили уже более 150 тысяч россиян (на 159% больше того же периода прошлого года).

Соответствующим тренду образом растут и объемы перевозки. В то время как ANEX Tour и «Библио Глобус» сохранили прежние объемы, с конца сентября собственные полетные программы в Доминикану поставили и другие крупные операторы. В частности, Pegas Touristik организовал рейсы из Москвы в Пунта-Кану и Пуэрто-Плату, а Tez Tour «полетел» в Пунта-Кану. Провозные емкости на направлении стремятся к удвоению объемов, что у некоторых экспертов вызывает опасения по части появления «горящих» предложений.

Пока ситуация остается под контролем, поскольку пик сезона еще впереди и не совсем понятно, каким окажется уровень покупательского спроса.



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

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

## КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ВЕСНА 2018

МАРТ	06	МАХАЧКАЛА
МАРТ	19–23	ПЯТИГОРСК → СТАВРОПОЛЬ → КРАСНОДАР → РОСТОВ-НА-ДОНУ → ВОЛГОГРАД
МАРТ	27–30	Н.НОВГОРОД → КАЗАНЬ → САМАРА → УФА → ИЖЕВСК
	02–06	АПРЕЛЬ ПЕРМЬ → ЕКАТЕРИНБУРГ → ЧЕЛЯБИНСК → ТЮМЕНЬ → ОМСК
	09–12	АПРЕЛЬ КУРСК → БЕЛГОРОД → ВОРОНЕЖ → ЛИПЕЦК
	12–13	АПРЕЛЬ КАРАГАНДА → АСТАНА
	16–20	АПРЕЛЬ ВЛАДИМИР → ИВАНОВО → КОСТРОМА → ЯРОСЛАВЛЬ → ВОЛОГДА
	23–26	АПРЕЛЬ ТУЛА → КАЛУГА → БРЯНСК → СМОЛЕНСК
	27	АПРЕЛЬ МИНСК
МАЙ	11	БАКУ
МАЙ	15	БИШКЕК

### СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ: 19 000 руб. (1 город)

СНГ: 30 000 руб. (1 город)

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,
- предоставление базы посетителей после окончания мероприятий.

ИСПАНИЯ —  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



### ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

Россия:	СНГ:
20 мин. — 6 000 руб.,	20 мин. — 10 000 руб.,
30 мин. — 9 000 руб.,	30 мин. — 12 000 руб.,
40 мин. — 12 000 руб.	40 мин. — 20 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop — от 15 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 56 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 9 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 15 000 руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 9 000 руб.)
- заочное участие в workshop (Россия 9 500 руб., СНГ 15 000 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.

- При самостоятельной доставке каталогов в города проведения workshop разгрузка и погрузка к рабочему месту оплачивается дополнительно!

### ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

(495) 723-72-72,  
wshotels@tourbus.ru,  
www.tb-workshop.ru,  
www.tourbus.ru,  
www.idtourbus.ru

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

Людмила Сивова  
Кристина Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru  
Виктория Перова / perova@tb-workshop.ru  
Валерия Лукутина / wshotels@tourbus.ru  
Илья Плясунов / i.plyasunov@tb-workshop.ru



ЗА 19 ЛЕТ ИД "ТУРБИЗНЕС" ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 600 WORKSHOP В 70 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ, ЕВРОПЫ И АЗИИ



# Кому бояться онлайн

Сегодня на онлайн приходится менее 10% продаж пакетных туров. Доля минимальная, но год от года она увеличивается, причем наращивают ее не только онлайн-агрегаторы, но и туроператоры. Представляет ли эта тенденция угрозу для классической розницы?

**ТЕКСТ**  
**СОФЬЯ**  
**КОНСТАНТИНОВА**

**280**  
**млрд рублей**

таков, по экспертным оценкам, объем российского рынка пакетных туров в 2017 году. Онлайн-продажи турпакетов составляют около 7% или примерно 20 млрд рублей.

**С**огласно глобальному исследованию, проведенному компанией Travelport, 51% россиян бронируют поездки через туроператоров, тогда как в Германии, Италии, Великобритании, Франции и Испании таким образом поступает лишь треть путешественников. По оценке российских экспертов, этот процент еще выше.

Доля наших соотечественников, покупающих турпакеты в интернете, по данным онлайн-трэвел-агентства OnlineTours, в этом году не превышает 7%, то есть 93% отдают предпочтение традиционным каналам покупки, обращаясь в офлайн-турагентства. Поэтому сколько бы ни говорили об «умирании» классической розницы, очевидно, что такие прогнозы сильно преувеличены.

В «деньгах», по оценке Константина Победкина, основателя OnlineTours, весь рынок пакетных туров составляет

280 млрд рублей. На онлайн-продажи приходится 20 млрд, причем большая часть из них реализуется собственно туроператорами — 13 млрд, а остальное продают ОТА. «Наиболее крупные сегменты на нашем рынке — Турция и Черноморское побережье, в основном Сочи. Вместе они занимают 50% рынка», — отмечает эксперт.

В этом году увеличение онлайн-продаж турпакетов частично простимулировала жесткая комиссионная политика туроператоров. Снижая вознаграждение, операторы делают бизнес турагентов, привлекающих или удерживающих клиентов скидками, нерентабельным. Соответственно, часть клиентов, которые не видят больше в агентах «ценности» в виде возможности купить более дешевый продукт, переходят в онлайн-сегмент.

Более того, сами туроператоры стимулируют развитие онлайн-канала, нередко



заманивая — в рамках акций — «прямых» клиентов скидками, чем, к слову, вызывают резкое осуждение у розницы. Такие онлайн-агентства, как OnlineTours, Travelata, Level Travel, в свою очередь, привлекательны широким выбором продуктов от разных поставщиков и возможностью их сравнить. Это вкуче с удобными и интуитивно понятными сайтами и высокой скоростью обработки помогает сервисам наращивать аудиторию.

Однако пока в России будет популярна модель ROPO (Research Online, Purchase Offline), то есть «ищем в интернете, а бронируем в турагентстве», «чистый» онлайн не получит широкого распространения. Кроме того, эксперты отмечают опасность конкуренции только по цене. Современным потребителям нужна «добавленная стоимость», которую могут дать офлайн-агентства.

Кроме того, Юрий Берченко, руководитель по работе с крупными клиентами Google, подчеркивает, что все люди хотят получать одинаковый user experience от любого взаимодействия с компанией. «Если вы сделали крутой сайт, но call-центр плохо работает, то клиент будет разочарован. И наоборот», — говорит эксперт.

Что касается крупных туроператоров, то они хотя и говорят о важности и перспективности интернет-продаж, но делают это крайне аккуратно. Что их тормозит? В первую очередь тот факт, что развитие этого канала требует немалых инвестиций, которые будут направлены как на привлечение клиента, так и на последующее его сопровождение. При этом ожидания могут сильно разойтись с реальными показателями.

Понимая специфику российского рынка, в частности неготовность наших граждан платить за туры в интернете и потребность как минимум в телефонной консультации даже при желании купить онлайн, туроператоры по-прежнему «ставят» на розничных партнеров.

«В каком-то смысле у ANEX Tour онлайн-канал пока искусственно «придерживается» в своем развитии. Мы могли бы продавать больше в онлайн, но пока не торопимся. И это сделано осознанно: наша основная модель — агентская, и мы не собираемся «замещать» агентский канал прямыми продажами с сайта», — подчеркнула Яна Муромова, заместитель генерального директора компании, в интервью АТОР. Сегодня туроператор продает напрямую с сайта только 1% туров. **ТЕ**



### ДМИТРИЙ МАЛЮТИН

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР СЕРВИСА  
ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ ТУРОВ LEVEL.TRAVEL

Существует определенное предубеждение касательно продаж туров. Поскольку это довольно дорогие покупки, люди предпочитают приходить в офлайн-агентство за личной консультацией специалиста. Также существуют технологические факторы, которые тормозят рынок. Например, есть проблемы с продуктом: бывает, что чартеры переносятся или отменяются, что крайне неприятно, особенно если турист едет с детьми. Еще одна особенность — туроператоры выкупают не все отели заранее, есть размещение только по запросу, и, соответственно, его могут не подтвердить. Отказы происходят примерно в 5–15% случаев. Все эти нюансы влияют на впечатления людей, которые решились приобрести поездку на сервисе онлайн-бронирования. Однако клиенты видят ценность в онлайн, понимают, как сравнивать и находить выгодные цены. Они осознают возможность приобрести быстро тур через интернет пока предложение наиболее выгодно. По нашей оценке, рост рынка онлайн-продаж турпакетов составит более 30%. Что касается туроператоров, то все стремятся увеличить долю прямых продаж. Мы прогнозируем, что через пять лет они будут реализовывать порядка 20–30% туров в интернете. Безусловно, в онлайн идет конкуренция за трафик и клиента. В ближайшем времени будет улучшаться качество сервисов ОТА, повышаться автоматизация. Офлайну станет тяжело соревноваться, потому что у них нет такого уровня экспертизы ни в интернет-маркетинге, ни в создании продукта и сервиса. Главное преимущество офлайна — это возможность для клиента лично получить консультацию, поговорить с менеджером. Но постепенно качество онлайн-сервисов сможет «закрыть» и эту функцию, пусть и немного в другом формате. Несомненно, останутся те, кому нравится приходить в офис, но их будет все меньше и меньше. Есть и еще одна тенденция: люди, которые раньше не покупали туры в офлайне, начинают покупать их в онлайн. Пока это не выглядит угрозой, но доля таких туристов устойчиво растет.



### МАРИЯ ЧУПИНА

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПРОДАЖ  
ТУРОВ СЕРВИСА ПУТЕШЕСТВИЙ «ТУТУ.РУ»

По нашим данным, примерно 15% туристов приобретают туры онлайн. Объем продаж распределяется примерно равномерно между ОТА и туроператорами.

В ближайшие пять лет рост рынка однозначно будет, потому что покупать туры онлайн — это как минимум удобно. К тому же по закону при оплате через интернет туристы защищены даже лучше, чем в офлайн-агентстве, так как вступает в силу ряд дополнительных законов и положений. Опыт других стран показывает: процесс перехода в онлайн неизбежен, и через недолгое время и у нас в стране до 50% всех туристических путевок может продаваться онлайн.

Сейчас мы наблюдаем процесс «мобилизации» всех без исключения отраслей. Хотя доля мобильных устройств будет расти, увеличится уровень автоматизации и количества самостоятельных покупок онлайн, потребность в поддержке и консультации живого человека никуда не исчезнет, а даже наоборот — возрастет.

Планирование путешествия требует индивидуального подхода, с чем успешно справляются менеджеры в офлайн-офисах. Они знают все подводные камни отелей, условия работы с туроператорами. Сложность автоматизации данного процесса заключается в большом количестве исключительных случаев, которые нужно предусмотреть.

Любое турагентство важно для туроператора как стабильный канал продаж, который решает большую часть проблем с клиентом, начиная от подбора тура и заканчивая послепродажным обслуживанием. Если сейчас весь онлайн перейдет на покупку туров только на сайте туроператоров, то их call-центры не выдержат нагрузки. Людям всегда нужна информация и поддержка на каждом из этапов путешествия.

# Под знаком «цифры»

Несмотря на ряд неурегулированных споров хозяйствующих субъектов и разного рода сложности с реализацией проекта, в Ростуризме пока не собираются отказываться от внедрения электронной путевки, которая должна начать работать с 1 января 2018 года. При этом скептики по-прежнему уверены: ввести в действие этот инструмент в полном объеме сразу точно не получится.

**ТЕКСТ** ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



**МАКСИМ ПРИСТАВКО**

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА  
КОМПАНИИ «ДЖЕТ ТРЕВЕЛ»

Введение электронной путевки без внесения существенных изменений в закон о туристической деятельности не только бесполезно и бессмысленно, но и вредно. По моему мнению, появление ИС «Электронная путевка» — это вовсе не решение проблем, а лишь имитация бурной деятельности, только отвлекающая от поисков действительно необходимого решения.

Можно много говорить о якобы имеющихся преимуществах системы, но на сегодняшний день у нее фактически нет «фундамента», поскольку правовая основа туристической деятельности

непродуманна, нелогична и непоследовательна. В связи с этим полагаю, что любые отдельно разрабатываемые нововведения не приведут к улучшению ситуации в целом, а только загонят «болезнь» внутрь. Чтобы добиться тех результатов, о которых идет речь, и достичь цели сделать рынок российского туризма прозрачным и контролируемым, крайне необходимо принятие кардинально нового закона о туристической деятельности. В который, вполне вероятно, следует включить и разрабатываемую сейчас электронную путевку.



**ИГОРЬ КОЗЛОВ**

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА АССОЦИАЦИИ  
«ТУРПОМОЩЬ» ПО ИННОВАЦИЯМ И ВНЕДРЕНИЮ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ,  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ CLICKVOYAGE

с уверенностью говорить о том, что исполнители госконтракта слышат представителей турбизнеса и готовы это делать. При этом основной технологической проблемой проекта является совмещение разнообразных внутренних программных комплексов туроператоров и ИС «Электронная путевка», а также техническая неготовность малых и региональных турфирм к соблюдению вводимых форматов работы. Увы, но пока не готов и комплекс нормативных документов. В частности, нет документа, однозначно обязывающего турбизнес начать работу в этой системе. Скорее всего, все агентства и операторы смогут начать полноценное сотрудничество в цифровом формате лишь через год-два, а с начала 2018-го ИС «Электронная путевка» станет работать в тестовом, то есть необя-

зательном для субъектов турбизнеса режиме. Вместе с тем уже с 1 января хотя бы часть ее функционала наверняка станет использоваться, и к постепенному внедрению как электронной путевки, так и электронного документооборота в целом надо быть готовым — их появление практически неизбежно.

При этом очевидно, что системе потребуются какие-то доработки, которые, скорее всего, будут реализованы по линии другого госконтракта. Это потребует, например, для придания электронной путевке статуса бланка строгой отчетности (БСО). Возможно, электронная путевка со временем и будет БСО, но для этого нужны серьезные изменения как по части законодательства, так и технологического обеспечения деятельности турфирм. А это — дело еще более отдаленной перспективы.

В настоящее время технически система готова примерно на 90%, а вот нормативно — на 70%. Изменения и дополнения, которые надо вносить в нее, появляются десятками, и можно

**Ч**то такое электронная путевка? Ее разработка ведется в рамках реализации федерального закона и, как предполагается, в идеале система получит статус государственной информационной (ГИС). Это означает, что в системе «Электронная путевка» должны будут регистрироваться все реализуемые в РФ туры (как внутренние, так и выездные), а контролирующие органы получат возможность отслеживать этапы их продажи, полную статистику и аналитику, а также оперативные данные о деталях реализации путевок. При этом операторы и агенты должны будут вносить в ИС «Электронная путевка» всю информацию о бронировании и оплате туров, а турист по уникальному номеру электронной путевки сможет получать информацию о поездке и сведения о ее продавцах.

Сторонники внедрения системы уверены, что появление электронной путевки позволит сделать российский туризм максимально «прозрачным» и предоставит клиенту еще один инструмент защиты его интересов, а вот ее противники убеждены — новая попытка систематизировать рынок никак не гарантирует туристу защиты от мошенников. Самое главное — полностью ввести с 1 января 2018 года электронный документооборот, частью которого и является электронная путевка, не получится по целому ряду технологических и законодательных причин. И если первые устранить можно достаточно оперативно, на ликвидацию вторых «тормозов» могут уйти даже не месяцы — законотворцы у нас, как известно, работают не спеша.



**ДМИТРИЙ МАЗАНИКОВ**

Руководитель представительства «РосСТур» в Северо-Западном федеральном округе

Пока трудно представить себе все тонкости работы системы «Электронная путевка»: на мой взгляд, в настоящее время с учетом самых разных аспектов она крайне «сырая». В целом есть ощущение приближения каких-то новых неизбежных неприятностей, которые ожидают агентский рынок. Понятно, что со временем система будет введена и постепенно вся отрасль станет «обеляться», но вот сроки ее ввода в действие вызывают имеющие все основания сомнения. Поскольку никакой точной информации о том, что она из себя будет пред-

ставлять, нет, большая часть агентов смутно представляет себе механизм ее работы. Скорее всего, ввод в эксплуатацию электронной путевки либо будет сдвинут, либо станет поэтапным. Задача усиления контроля в сфере туризма со временем будет выполнена, но какой ценой и за чей счет — пока ясности нет.

Что касается информации о тонкостях продаж (в частности, взаиморасчетов оператора и агента, величины агентской комиссии), не думаю, что она в этой системе должна находиться в открытом доступе.



**ГЕОРГИЙ МОХОВ**

Председатель правовой комиссии РСТ, основатель компании «Персона Грата»

С 1 января 2018 года вводится понятие электронного документооборота, заключения договора в электронной форме и отражение сведений о заключенных договорах в информационной системе. При этом заключение договора первоначально по отношению к оформлению

электронной путевки (ЭП): она является лишь отражением сделки и финальной версией электронного документа. Сама по себе ЭП договором не является и его не заменяет, но теперь закон допускает его заключение в электронной форме с проставлением электронной подписи заказчика.

Для функционирования системы принимается несколько подзаконных актов, которые должны вступить в силу синхронно со статьей закона. Причем из его текста следует добровольный порядок применения электронного документооборота: туроператор может, но не обязан вносить сведения в систему.

Готовность рынка к работе в ИС «Электронная путевка» пока я оцениваю как нулевую. По сути дела, это дополнительная надстройка к программ-

ным ресурсам туроператоров, которая не учитывает особенности их работы, уровень автоматизации и различия применяемых ими информационных систем. Введение такого объема дублирующих сведений в стороннюю систему — это значительные трудозатраты, и если не будет налажена автоматизация процесса, сведения придется вносить вручную. Для успешной интеграции новой информационной системы в рынок необходим не один год при условии, что туроператоры не будут саботировать ее применение и начнут вкладывать деньги в «доводку» данного программного ресурса под свои привычные механизмы бронирования и учета. Вполне допускаю, что после первого года тестирования будут разработаны необходимые решения для автоматизации процессов.

# Что там, на «Хуторе»?

Ореол пришельца из другого мира сохраняется вокруг горнолыжного гиганта «Роза Хутор» и после Олимпийских игр 2014 года. Директор по маркетингу и продажам курорта Ольга Филипенкова говорит чуть-чуть о себе, немного больше — о продвижении России на международной сцене, а в основном — о сегодняшнем и завтрашнем дне курорта «Роза Хутор».



**П**однявшись на олимпийской волне, «Роза Хутор» записался в семью европейских горных курортов. Держите марку?

Думаю, да. У нас на курорте 14 отелей, шесть из них — международные сетевые, со своими европейскими стандартами. И другие отели совсем не уступают им в качестве. Что касается трасс, то все они были спроектированы для Олимпиады европейскими гуру горнолыжной индустрии. Мы эти трассы сохранили. Мужской и женский скоростные спуски поддерживаем на том уровне, который был задан на Олимпиаде, и развиваемся дальше, добавляя новые трассы и новые подъемники.

«Роза Хутор» — самый молодой европейский курорт и самый крупный, который был построен в этой части света за последние тридцать лет. Оборудование канатной дороги, которую мы недавно открыли, выпущено в 2016 году. В Европе же всем дорогам по 10–15 лет, так что с качеством у нас всё в порядке.

**Горизонтальные связи с горнолыжными курортами в Европе существуют?**

И не только формальные: например, с австрийским Китцбюэлем на три сезона заключен sistership agreement, это аналог побратимства. Гости, которые отдыхали на «Роза Хутор» и покупали ски-пасс, имеют определенные привилегии в Китцбюэле, — и наоборот.

Происходит и традиционное изучение опыта: специалисты, которые отвечают за инфраструктуру горы, выезжают на разные курорты в течение сезона. Там смотрят, скажем, как строятся и функционируют сноупарки, как развивается индустрия сноубординга — она во всем мире идет вперед большими шагами.

**Что, на ваш взгляд, нужно сделать, чтобы опыт курорта можно было клонировать, и в России стали появляться современные, конкурентоспособные горнолыжные курорты? Если ставить вопрос шире — как перенести к нам европейские стандарты работы? Нужно ли к ним стремиться?**

Стремиться к лучшему надо всегда. Но те стандарты, которые действуют у нас на курорте, это скорее европейский микс, адаптированный к российским реалиям и к желаниям отечественного потребителя. Те, кто путешествовал, знают, что обобщенный европейский сервис не всегда

комфортен. На примере условного европейского ресторана: часто бывает заметно, что официант считает себя важнее посетителя. У нас такого нет, гость всегда самый главный человек на курорте.

Что касается клонирования опыта — можно, однако сложно. Ведь здесь важен не только уровень команды, обеспечивающей полный сервис. Дело еще и в инвестициях, в понимании, чего вы хотите достичь, в базовых установках. У нас всё гармонично сочетается. Вся инфраструктура — и отельная база, и гора — находится в одном управлении, существует единая цель. Там, где эти элементы разделены, рассеиваются и бюджеты, и внимание, в итоге страдает качество. Но мы с удовольствием делимся опытом.

**«Роза Хутор» позиционируется также как экокурорт. Что происходит на этом векторе?**

Экопрофиль в большей степени относится к летнему сезону. Пешие маршруты, велосипед, в этом году открылся парк водопадов, куда можно дойти самостоятельно. Уже второй год у нас летом гостит даже больше людей, чем в зимний сезон, — 900 тысяч против 800 тысяч. При емкости курорта в 3200 номеров примерно семь тысяч человек могут одновременно проживать при полной загрузке. В этот летний сезон загрузка составила порядка 65%.

**Как вы оцениваете сегодняшние попытки прорекламировать отдых в России? Ведь, скажем, иностранным туристам важно иметь представление о стране в целом, и о «Роза Хутор» в частности, а не наоборот. Или вы считаете иначе?**

Конечно, правильно продвигать Россию как туристическую дестинацию, безопасную, комфортную, доступную для иностранного рынка. Этому, надо сказать, мало способствует такая наша презентация на зарубежных выставках, когда идет продвижение только двух городов — Москвы и Санкт-Петербурга. Представление Сочи на едином стенде страны в качестве летней столицы России было бы эффективным и продуктивным шагом.

У «Роза Хутор» есть опыт продвижения на зарубежном рынке. Это очень кропотливая и долгая работа. В прошлом году мы поставили первые прямые рейсы Берлин — Сочи, заключив прямой контракт с перевозчиком — авиакомпанией «Кондор», выступили туроператором и составителем пакета. Это мелкие, но полезные шаги, точки, которые мы расставляем: есть Россия, в России есть новый олимпийский горнолыжный курорт, он находится в Сочи и называется «Роза Хутор», приезжайте кататься.

Мы не заработали, но и не потеряли на Берлине, получили опыт. Экспансию на зарубежные рынки продолжим именно в формате destination promotion: выберите «Роза Хутор», выбирайте удобный для вас перелет — через Москву, через Стамбул, и вот вам пакет — проживание, трансфер, ски-пасс.

**Вы хорошо ориентируетесь в туроператорской сфере, не один год проработав в «Санрайз тур». Есть у классических туроператоров будущее в России?**

Они будут жить, поскольку еще не все население нашей страны поселилось внутри своих телефонов. Останутся те туроператоры, которые смогут сочетать и интернет-технологии, и свою классическую розницу, и формирование пакетов. Будет такой здоровый микс как по продукту, так и по коммуникациям с клиентом. Пока туроператоров, которые стараются утвердить себя в подобном формате, немного, и больше их не становится.

**Вы продаете больше через туроператоров?**

Нет, больше b2c. То есть самостоятельного бронирования примерно 80%. Есть, во-первых, сайт «Роза Хутор». Это «онлайн-курорт», где все отели собраны, все продукты, все пакетные предложения. Можно зайти, купить пакет, можно отдельно отель, отдельно ски-пасс, кому что надо. Во-вторых, у отелей есть свои сайты. Но бывает и так, что гости приезжают на курорт, заходят в отель и бронируют номер на месте. 20% — туристические компании, которые совершают онлайн-бронирования для своих клиентов. Договор оферты, личный



**ДОСЬЕ**

Ольга Филипенкова окончила Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей экономики и права, экономический факультет, специальность — «Финансовый менеджмент». В 2006 году окончила факультет журналистики МГУ. Имеет степень MBA по специальности «Маркетинг». Более 17 лет работает в сфере рекламы и связей с общественностью. С 2006 по 2011 год

руководила отделом рекламы и связей с общественностью «Страхового общества ЖАСО» (РЖД). С 2011 по 2014 год занимала пост директора по маркетингу и рекламе группы компаний «Санрайз тур». В апреле 2014 года открыла собственную компанию Travel Consulting. В июле 2014 года назначена на должность директора по маркетингу и продажам горного курорта «Роза Хутор».

Постоянный участник и спикер профильных конференций (Российская неделя маркетинга, Евразийская неделя маркетинга, Dive in Marketing и др.). Лауреат премии «Медиаменеджер России — 2016», член экспертного совета Национальной премии бизнес-коммуникаций. Автор и ведущая программы «Развитие регионов» на телеканале «Пробизнес ТВ».



кабинет, агент заходит, бронирует, оплачивает уже за минувшим своей комиссией. Внутри этих 20% доля агентств растет, доля операторов сокращается.

**Заглянем в будущее. Каковы перспективы курортов, подобных вашему, например, по сравнению с крошечным болгарским Банско, который каждую зиму осаждают международные толпы лыжников — а лет десять назад его почти не замечали?**

Основное — это цена и то, что о курорте узнало много людей. Думаю, что у нас через десять лет объем иностранных гостей тоже будет достаточно большим. Пусть сейчас только 6–7% в зимний сезон, но потихоньку он все же растет.

**Как, когда и почему вы пришли в туризм?**

Случайно. Я давно занимаюсь маркетингом, пиаром, рекламой. Работала до этого в страховании, многого добилась. В какой-то момент поступило предложение... Я очень рада, что им воспользовалась. Тогда «Санрайз» был очень большой компанией, и на свой внутренний вызов — понять этот рынок — я ответила.

**Менеджмент, маркетинг и связи с общественностью. Что вам ближе и интересней и как одно дополняет другое?**

Сейчас происходит совмещение: менеджмент — это формирование команды и работа на результат. «Роза Хутор» сегодня, объем гостей — это заслуга не одного человека,

а коллектива профессионалов. Маркетинг присутствует в чистом виде, так как мы отвечаем за продвижение курорта. Коммуникации — они всегда вокруг нас.

**Позволяет ли вам нынешняя должность реализовать свой потенциал? Вы амбициозный человек?**

Да. Полагаю, что да. И то, что сделано за три года... В части маркетинга это был старт, чистый лист! И тот самый челлендж, амбиция достичь результатов.

**Кем вы видите себя через пять лет? Не появится ли у вас желание вернуться в операторскую зону?**

Я точно останусь в туризме. В какой сфере? Там, где возникнут новые для меня задачи, откроются новые горизонты, которые позволят профессионально развиваться.

**Ваши любимые страны, увлечения, катаетесь ли вы на горных лыжах?**

Я катаюсь на горных лыжах уже более 15 лет, не избегая «черных» трасс. Из других увлечений — самообразование, которое постоянно происходит, я надеюсь. Страны? Италия. Америка. Сейчас открыла для себя Баку — в каком-то смысле вызов Парижу! [TE](#)

Беседовал Геннадий Габриэлян



# Mitt 25

25-я Московская международная выставка  
**ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ**

Получите бесплатный  
электронный билет,  
указав промо-код

**mitt18iru**

**www.mitt.ru**

**13-15 марта 2018**

Москва, ЦВК «Экспоцентр»



**Весь мир. Одна выставка.**

**1 972** компании-участника

**187** стран и регионов мира

**23 047** посетителей

**40 000 м²** выставочной площади

**7** павильонов и залов



Организатор  
ITE Москва  
+ 7 (499) 750-08-28  
travel@ite-expo.ru

Официальная поддержка



Министерство  
культуры РФ



Федеральное  
агентство  
по туризму



Правительство  
Москвы



Российский  
Союз  
Туриндустрии



Альянс  
Туристических  
Агентств



## Небесный альянс

В России создается новая авиакомпания, которая будет перевозить 3,5 млн человек ежегодно.

Акционеры «Нордавиа» и Red Wings решили объединить авиакомпании в единый холдинг. В совместном пресс-релизе пояснили, что укрупнение бизнеса при объединении даст возможность повысить финансовую устойчивость компаний, провести полноценное обновление самолетного парка, создать единую маршрутную сеть и повысить эффективность работы.

Предполагается, что пассажирооборот авиационного холдинга в 2018 году может превысить 3,5 млн человек. Объединенная компания планирует использовать в том числе среднемагистральные самолеты МС-21.

«Нордавиа» и Red Wings уже работают в рамках авиационного альянса, используя маршрутную сеть друг друга, а также самолетный парк и агентскую сеть по продаже билетов.

По словам Дмитрия Горина, генерального директора холдинга «Випсервис», российский рынок авиаперевозок переживает процесс консолидации, и объединение перевозчиков — верный и актуальный шаг. Эксперт считает, что после объединения «Нордавиа» и Red Wings смогут предложить интересную сеть маршрутов, а также войти в топ-15 авиакомпаний России.

### RED WINGS

# 13-я

по пассажиропотоку российская авиакомпания, которая с января по август текущего года увеличила перевозки на 52% до 1 млн человек

### «НОРДАВИА»

# 17-я

по пассажиропотоку российская авиакомпания, которая за первые восемь месяцев 2017 года перевезла 799 тысяч человек, что на 28% больше, чем в 2016 году

## Хайнаню быть

Туроператоры «Матрешка-Тур» и «Жемчужная река» нашли замену «ВИМ-Авиа».

В начале ноября стартовала «многострадальная» полетная программа прямых перелетов на Хайнань из Санкт-Петербурга. Рейсы туроператора «Матрешка-Тур» выполнялись авиакомпанией IFly по понедельникам до 27 ноября, после чего перевозчик был изменен на Nord Star.

Начало сходной по параметрам программы китайского оператора «Жемчужная река» было сдвинуто с начала ноября на конец декабря. По словам коммерческого директора компании Евгения Косинкова, полеты на Хайнань из Москвы, Петербурга, Тюмени, Казани и Уфы начнутся 21 декабря, а осуществлять их будут лайнеры авиакомпании «Икар». При этом оператор рассчитывает расширить полетную программу за счет Ростова-на-Дону и Челябинска.

В то же время туроператор ANEX Tour решил отказаться от своих региональных цепочек на китайский остров. С ноября компания отменила программы из Новосибирска и Екатеринбурга. «Решение было принято исходя из показателей предварительного спроса. На региональном рынке Китай еще не стал массовым направлением», — объяснили в компании.



### ЧАРТЕРЫ — ПО ЧАСАМ

Министерство транспорта предлагает ограничивать частоту чартерных рейсов авиакомпаний, если за месяц более 20% из них были задержаны более чем на два часа или отменены вовсе. При расчете не будут учитываться задержки из-за плохих метеословий.

## Вторая Турция

Авиакомпания «Победа» расширила маршрутную сеть.

Российский лоукостер открыл продажу билетов из Москвы в Стамбул. Полеты по этому направлению начнутся 1 декабря и будут выполняться ежедневно из аэропорта Внуково. Минимальный тариф — 499 рублей с учетом всех аэропортовых сборов. Стамбул станет вторым турецким направлением в международной маршрутной сети «Победы». Сейчас перевозчик три раза в неделю летает в Аланью.







## Прямо к вулканам

В следующем году россияне смогут летать в Исландию без пересадок.

Авиакомпания S7 Airlines с 9 июня 2018 года начнет выполнять регулярные рейсы из Москвы в Рейкьявик. В настоящее время прямого авиасообщения между Россией и Исландией нет. Рейсы из аэропорта Домодедово в Рейкьявик будут выполняться еженедельно по субботам.

Российские туроператоры приветствуют появление прямой перевозки на направлении. По их словам, такая необходимость назрела давно. «Уверена, что рейсы будут пользоваться популярностью у российских туристов, которые активно посещают эту страну с мая по октябрь. Спрос на направлении массовым назвать нельзя, но он стабилен», — говорит Надежда Казанцева, представитель туристической компании «Открытие».

## Нет визы — нет денег

«Аэрофлот» изменил правила возврата авиабилетов.

С конца октября пассажиры «Аэрофлота» больше не могут сдать невозвратный билет, в случае если был получен отказ в визе любого государства. По новым правилам отказ в выдаче визы пассажиру больше не приравнивается к случаям вынужденного отказа от перевозки.

В АТОР отмечают, что массового использования механизма возврата невозвратных билетов из-за отказа в визе среди туристов до сих пор не наблюдалось. По мнению экспертов турбизнеса, вполне вероятно, что практику «Аэрофлота» решат перенять и другие перевозчики. Также нововведение может простимулировать продажи страховок от невъезда.



www.koreanair.com

### Совершенство уединения

Каюты первого класса Kosmo Suites 2.0: изысканный дизайн, раздвижные двери и увеличенный экран современной системы развлечений. Целый мир принадлежит только вам.

Билет	Принят	Рейс	Время вылета	Время прибытия	Расписание
Москва	Султ	KO324	18:55	09:40+1	Еженедельно
Петербург	Султ	KO350	23:00	13:50+1	ПН, СР, ПТ, СБ, ВС
Иркутск	Султ	KO384	23:55	04:45+1	ПН, СР, ПТ
Улан-Удэ	Султ	KO382	15:00	14:55	Еженедельно



Excellence In Flight  
**KOREAN AIR**

# Ключ к успеху

«Как технологии меняют гостиничный бизнес» — это название одной из панельных дискуссий Hotel Business Forum, в которой приняли участие представители компаний, предлагающих IT-решения для отелей. Ее участники не просто обсудили актуальные технологические решения, но и постарались заглянуть в будущее.

**ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА**

**В**роли модератора выступил организатор HBF, управляющий партнер Hotelite Group Алексей Волов. Открывая дискуссию, он перечислил те решения, которые уже прочно вошли в гостиничный обиход: онлайн-бронирование во всем многообразии возможностей и каналов, мобильные приложения, PMS-система, электронные замки. Последние, кстати, совершенствовались очень быстро: на смену картам с магнитной полосой, которые постоянно размагничивались, пришли контактные карты, а теперь и мобильные телефоны все чаще используются в качестве ключа.

Почти треть присутствовавших в зале (а это на 80% отельеры из российских регионов) подтвердили, что применяют большинство названных решений.

Актуальность введения тех или иных новшеств, вопрос возврата вложенных в них инвестиций, принципиальны для любого отеля — таков был поворот в дискуссии. Те же замки в мобильном телефоне — да, они делают регистрацию гостя быстрой и практически заочной (скан паспорта можно отправить по почте), да, это удобно, но выгодно ли для собственника отеля?

Слово взял Антон Сиротин, генеральный директор Hoist Hospitality Partner&CEAN. Он отметил, что пока еще огромное количество отелей в России работают с обычными механическими замками — их управляющим и владельцам непонятно, зачем такие замки нужно менять. Между тем безопасность — это краеугольный камень качественного сервиса, на котором нельзя экономить — с таким обоснованием вложений в инновации не поспоришь.

Тему продолжил Александр Леферов, руководитель направления гостиничных решений HRS. Он подчеркнул, что для отельеров очень многое упирается в процесс сбора данных: о конкурентном окружении и ценах конкурентов — чтобы лучше управлять доходностью; о госте — чтобы контактировать с ним и после его отъезда из отеля и иметь возможность добиться его лояльности и возвращения; об отзывах в интернете — чтобы не ходить «вручную» по всем сайтам, иметь возможность собирать их в автоматическом режиме и эффективнее управлять репутацией. «Поэтому все схемы, помогающие сбору данных, приходят в жизнь отеля», — заявил эксперт.

Взять тот же беспроводной интернет: все гости пользуются им в отелях, но не все отельеры пользуются тем, что он дает. Есть множество сервисов, которые можно предлагать через Wi-Fi: навигация, предложение услуг, которыми можно воспользоваться в отеле, таргетированный маркетинг. Рекомендует Александр Леферов и анализировать веб-сайты, которые посещает гость в отеле, — это даст ключ к новым возможностям взаимодействия с гостем и подскажет новые ходы для продвижения отеля.

Дмитрий Шабанов, руководитель направления аудиовизуального комплекса КРОК, посоветовал решение, используя которое, отельеры могут не только совершенствовать сервис, но и получить дополнительный доход. Это перепродажа рекламы с помощью экранов в лобби отеля, а также в других местах, через которые массово проходят гости. В ритейле уже применяют этот ход, оборудуя экраны над кассами. Часто компании, поставляющие видеосистемы, берут на себя и поиск

рекламодателей. Конечно, такой ход приемлем только для крупных гостиниц. Антон Сиротин, развивая тему, отметил, что главная задача отельеров — сделать так, чтобы гость как можно дольше оставался в гостинице и как можно больше денег именно в ней потратил, поэтому большой экран в холле, конечно, помогает гостям с навигацией, снимает с персонала часть нагрузки, повышает престиж отеля, но в первую очередь он должен транслировать гостю контент, побуждающий его остаться в отеле и купить те или иные услуги. «И тогда по эффективности с ним не сравнятся никакие заработки от рекламы», — подытожил генеральный директор Hoist Hospitality Partner&CEAN.

Эксперт онлайн-дистрибуции гостиничных услуг компании TravelLine Александр Ешметов порекомендовал отельерам, которые планируют все же заняться продажей рекламы гостям, воздержаться от таких действий на собственном сайте: «Не пускайте сторонние компании на сайт отеля, рекламируйте на нем только свои услуги и сервисы — загружать гостя «чужой» рекламой можно только тогда, когда он уже приехал в отель». Иногда избыток рекламы сторонних компаний наводит потенциального клиента на мысль, что он попал на сайт-клон. Он уходит, так и не став гостем.

Как сообщил генеральный директор компании Smarteq Николай Белошицкий, нередко гости не желают, скажем, устанавливать мобильное приложение на свой телефон. Это не значит, что от новых технологических решений нужно отказаться. Важно не забывать про возможности телевидения в отеле — уже давно это не просто телевизор. Внедрение системы «умный дом» через гостиничное ТВ — решение, которое может расположить гостя. Например, будильник



### ИДЕАЛЬНЫЙ ПОМОЩНИК

В прошлом году в отеле Hilton McLean в штате Вирджиния появился первый робот-консьерж. Он построен на базе суперкомпьютера IBM Watson и получил имя Конни в честь основателя гостиничной сети Конрада Хилтона. Конни умеет общаться с постояльцами и отвечать на часто задаваемые вопросы, рассказывать об услугах отеля и местных достопримечательностях. Другие отельные сети не отстают: например, гостей в отеле Marriott в Генте приветствует робот Mario, а с 2014 года в отеле Aloft из сети Starwood работает робот-дворецкий Botlr.

через телевизор: разве это не приятно, когда за пять минут до пробуждения в номере раздвигаются шторы и начинает играть нежная мелодия? Но при этом задача номер один: зарабатывать и зарабатывать! Обязателен собственный канал отеля, который побуждал бы гостя к главному: тратить деньги в гостинице и при этом тратить их с удовольствием.

Александр Ешметов напомнил, что люди стали более требовательны в быту и, приезжая в отель, ждут аналогичного «цифрового комфорта». Например, сервисы доставки фильмов онлайн вошли в обязательные стандарты глобальных гостиничных сетей. Гость может получить доступ к своей фильмотеке и возможности трансляции любимых фильмов со своих мобильных устройств на телевизор в отеле.

Представитель компании HRS Александр Леферов отметил важность технологии чат-ботов — это отличный инструмент для поддержания контакта с гостем после того, как он покидает отель.

Какие технологии будут приходить в гостиничный бизнес? Этот вопрос модератора спровоцировал участников дискуссии на размышления о роботизации гостиниц. По мнению Николая Белошицкого, в ближайшее время значительно сократится число сотрудников служб приема и размещения, хаускипинга.

При этом, по мнению эксперта, в luxury-отелях гость сможет получать тот канал коммуникации, который для него предпочтительнее: если важно человеческое общение (которого, строго говоря, ничто не заменит) — пожалуйста; если гость — социопат и хочет, чтобы все его желания выполнялись «в три клика» — нет проблем. Роботы, возможно, будут гостеприимнее людей. **TE**





# Дом для звезд на Риджент-стрит

Лондонский отель Hotel Café Royal, входящий в гостиничную группу The Set Hotels, ориентируется на гостей с утонченным вкусом. Архитекторы и дизайнеры, трудившиеся над реставрацией исторического здания на Риджент-стрит, смогли найти баланс между величественными резными холлами 1860-х годов и дорогим минимализмом, в котором выполнены почти все 160 номеров и люксов отеля.



## ИСТОРИЯ ОТЕЛЯ

Роскошные интерьеры бывшего ресторана The Café помнят блистательные ужины Оскара Уайльда (считается, что именно здесь произошла роковая встреча писателя с юным лордом Альфредом Дугласом) и безумные вечеринки Дэвида Боуи.

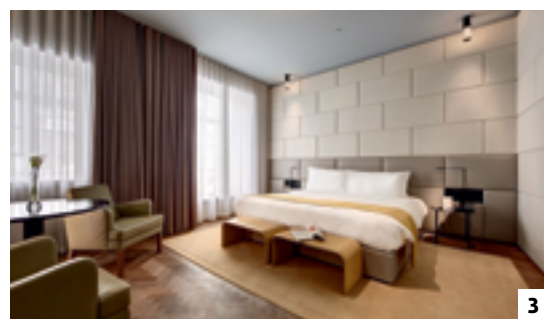
А началась история здания, в котором располагается отель, в 1863 году с прибытия в Лондон французского виноторговца Даниэля Николя Тевенона и его жены Селестин, бежавших из Парижа от кредиторов. Всего за пару лет француз Тевенон превратился в лондонца Дэниэля Николса, задумавшего и построившего на величавой Риджент-стрит ресторан The Café. Славилось заведение не только самым большим винным погре-



1



2



3

бом в мире, но и знаменитыми посетителями, в числе которых были Артур Конан Дойл, Уинстон Черчилль, Вирджиния Вульф, Принц Уэльский и Герцог Йоркский, в будущем короли Эдуард VIII и Георг VI.

В 1867 году в этом здании были приняты «Правила бокса маркиза Куинсберри», а в 1951-м здесь «прописался» Национальный спортивный клуб. На протяжении многих лет накануне боксерских боев в The Café часто проходили официальные ужины, звездой которых был тяжеловес Мухаммед Али. Сегодня гости отеля Café Royal могут заказать индивидуальные или групповые боксерские тренировки в «Бойцовском клубе» оздоровительного центра Akasha.



4

## ЖИЗНЬ ПОСЛЕ РЕСТАВРАЦИИ

Hotel Café Royal, верный духу богемного гламура, является жемчужиной коллекции The Set, в которую также входят один из лучших отелей Амстердама Conservatorium и готовящаяся к открытию в Париже весной 2018 года гостиница Lutetia.

Начальная категория комнат Hotel Café Royal — Superior Guestroom. Это уютные мансардные номера площадью от 32 кв. м, расположенные под крышей исторического здания и облицованные панелями из мореного английского дуба. Из окон открывается замечательный вид на крыши Лондона. В интерьере ванных комнат царит сахарный

каррарский мрамор, стены и пол — подогреваемые. Банную косметику поставляет знаменитый британский дом Floris, который ведет свою историю с 1730 года.

Любители роскоши оценят люкс Regent Suite площадью 90 кв. м с высокими французскими окнами, отдельной спальней, гостиной, кухней и гардеробной. Все комнаты в люксе отделаны теплым порглендским камнем и устланы наборным паркетом.

Один из самых уютных люксов в мансардном этаже — Oscar Suite площадью 108 кв. м. К спальне, в которую ведут двустворчатые двери в японском стиле, прилегает большая гардеробная с туалетным столиком и пуфом, обтянутым кожей нефритового оттенка.

1 Ресторан британской кухни Ten Room

2 Золотые интерьеры Oscar Wilde Bar

3 Номер Grand Deluxe

4 Гостиная тематического люкса Empire Suite



1



2

- 1 Огромная терраса Dome Penthouse
- 2 Один из самых уютных люксов Oscar Suite
- 3 Главное украшение Tudor Suite — камин в стиле тюдорской готики

## ИСКУШЕНИЕ ЛЮКСОМ

В Hotel Café Royal есть несколько тематических люксов. Tudor Suite площадью 106 кв. м с подлинным камином в стиле тюдорской готики переносит в насыщенное событиями прошлое Великобритании. Синие барельефы с изображениями Наполеона в разных возрастах, обрамленные пурпурными и позолоченными резными элементами, украшают Club Suite площадью 105 кв. м. Эти исторические детали напоминают о французском прошлом Café Royal и прекрасно гармонируют со столом из цельного куска золотистого сиенского мрамора и кожаной мягкой мебелью красного цвета.

Звезды нового тысячелетия, например Пэрис Хилтон, выбирают Dome Penthouse площадью 291 кв. м. Этот эффектный люкс с тремя спальнями, расположенный в ротонде с медным куполом, был создан для грандиозных вечеринок. Огромный зеркальный шар, впечатляющая система светодиодной подсветки, которая позволяет полностью менять стиль освещения, и диджейский пульт с концертными колонками превращают Dome Penthouse в модный ночной клуб. Изгиб этого нетривиального пространства повторяет гигантский розовый диван в форме круассана.



3



## ЕДА — ЛЕГКАЯ КАК БАБОЧКА

Летом этого года в отеле Café Royal открылся новый ресторан Pâteserie, название которого переводится с французского как бабочка.

Одно из фирменных блюд Pâteserie — кружевные домашние блинчики. Нужно непременно попробовать гречишные блины с лобстером, молодым шпинатом и соусом бешамель с трюфелем или классику французских завтраков — блины Сюзетт с цедрой лимона и апельсина. Просто невозможно уйти из Pâteserie без десерта от шеф-кондитера Сары Барбер. Для удобства гостей шесть классических десертов представлены в стеклянных баночках, которые можно забрать с собой.

## КЛАССИЧЕСКОЕ ЧАЕПИТИЕ

В золотых интерьерах Oscar Wilde Bar ностальгическая английская традиция выглядит особенно уместной. Гости могут выбрать одну из двух десятков чайных композиций в сопровождении традиционных сдобных сконов со взбитыми сливками, идеальных сэндвичей и пирожных.

В 2017 году Hotel Café Royal получил престижную награду «Лучшее традиционное чаепитие» на вручении премий Afternoon Tea Awards. Совместно с французским пар-

фюмерным домом diptyque был придуман необычный проект, и теперь гости отеля могут попробовать пирожные, вдохновленные самыми популярными ароматами — розы, ванили, фиалки и вербены. Например, бисквиты с малиново-розовым джемом или таитянской ванилью, лимонный крем, ароматизированный вербеной, или пирожное с фиалковым кремом и джемом из черной смородины. Чего еще можно пожелать?

## СПА-ПЕРЕЗАГРУЗКА

Знакомство с отелем Café Royal будет неполным без посещения оздоровительного центра Akasha площадью 1200 кв. м, в стенах которого можно расслабиться и привести в тонус не только тело, но и дух. К услугам гостей — 18-метровый бассейн, парная, сауна и джакузи. Работает девять процедурных кабинетов, в том числе Akasha Suite для пар. В хаммаме гости могут пройти очищающую процедуру с использованием натуральных скрабов.

Akasha располагает единственным в Лондоне бассейном Watsu, в котором проводятся чрезвычайно эффективные массажи. Гостю остается только, забыв обо всем, наслаждаться ощущением невесомости в теплой воде, в то время как специалист убаюкивает, разминает и растягивает его тело, комбинируя традиционные приемы с техникой точечного массажа. **ТБ**



# Важный посредник

Продажа страховых полисов может принести заметную прибыль турагентам, хотя многие розничные игроки относятся к этой перспективе скептически. Страховщики стремятся изменить это мнение, предлагая агентам интересные и качественные продукты, удобный формат работы и выгодные тарифы.

**ТЕКСТ** СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



**С**траховые компании давно и успешно работают с турбизнесом — как с операторами, так и с агентами. В наращивании числа партнеров среди туристической розницы они заинтересованы особенно. «Турагентства — это одни из наших приоритетных партнеров. Особенность этого важнейшего сегмента рынка состоит в отличном понимании агентами потребностей своих постоянных туристов, в том числе в страховой защите», — говорит Дмитрий Багдатьяев, начальник управления туристического страхования компании ПАО «Страховая акционерная компания «ЭНЕРГОГАРАНТ».

Заключая прямой договор со страховой компанией, турагент получает дополнительные преимущества —

и не только финансовые. Сегодня большинство агентов продают туристические пакеты, которые уже содержат стандартную медицинскую страховку — таковы условия российского законодательства. Но на этом невозможно ни заработать, ни «подстраховаться» от непредвиденных проблем, которые могут произойти с туристом. Страховщики советуют предлагать туристам расширенный полис с большим спектром рисков, которые либо не предусмотрены в полисе туроператора, либо включены в недостаточном объеме.

«В том, чтобы включить как можно больше рисков в страховое покрытие, есть важное преимущество — клиент турагентства максимально защищает себя от непредвиденных



расходов на случай, если что-то на отдыхе пойдет не так. Одновременно турагентство получает за реализацию таких полисов комиссионное вознаграждение, что является существенной мотивацией для сотрудников агентства, а также предоставляет возможность сделать клиенту скидку», — комментирует Светлана Шваб, директор Центра страхования ВЗР компании «Зетта Страхование».

«Прямой договор со страховой компанией дает возможность турагенту предлагать более широкий спектр страховых программ своим клиентам. Ну и конечно же, это заработок турагентств, не связанный с продажей турпакетов», — подтверждает Егор Сафрыгин, руководитель департамента маркетинга «Медицина» АО «АльфаСтрахование».

## ЧТО В АССОРТИМЕНТЕ?

Список продуктов, которые сегодня предлагают страховщики, очень широк. Но самый простой вариант — убедить туриста оформить медицинский полис с увеличенной страховой суммой. «Туристические агентства предлагают своим клиентам дополнительно страховать медицинские расходы на большую сумму, а также застраховать свою поездку от ее отмены и багаж от потери. Это сложно сделать оператору, так как у него нет личного контакта с туристом во время покупки тура», — подчеркивает Егор Сафрыгин.

«Посредник, зная особенности запросов конкретного туриста, может предложить ему расширенный полис, адаптированный под его потребности, например, включить занятия активными видами отдыха: горные лыжи, трекинг, велосипед, дайвинг, — отмечает Артем Искра, управляющий директор департамента массовых видов страхования Группы Ренессанс Страхование. — Также туристическим компаниям страховщик может предложить дополнительные программы, например страхование от невыезда — в результате неполучения визы, заболевания и других причин, страхование дополнительных опций, например квартиры на время отсутствия, страхование гражданской ответственности или несчастного случая».

Наиболее востребованные продукты в компании «Зетта Страхование» — это страхование медицинских расходов с высокой страховой суммой и включением в продукт дополнительных опций по вывозу несовершеннолетних детей.

«Также очень востребовано страхование расходов в случае отмены поездки, страхование багажа и защита недвижимого имущества на период отпуска. Туристы, предпочитающие активный отдых, обязательно включают опцию «от несчастного случая», а также страхуют собственную гражданскую ответственность (причинение неумышленного ущерба имуществу или здоровью третьих лиц). Это очень актуально при занятиях горными лыжами и сноубордом, когда при спуске спортсмен может повредить чье-то имущество», — рассказывает Светлана Шваб.

Дмитрий Багдатов акцентирует внимание и на индивидуальном подходе в работе с каждым партнером. «Для решения стоящих перед нами задач мы используем весь арсенал

имеющихся у нас средств, в том числе разрабатываем уникальные специальные программы», — говорит он.

## ВЫГОДА В ЦИФРАХ

На каких условиях страховщики готовы работать с турагентами? Стоит ли игра свеч для турагентов? «Для несетевых туристических агентств мы предлагаем ту же продуктовую линейку, что продается у нас на сайте и в офисах продаж. У туриста не возникает вопроса, почему одинаковые полисы в разных местах стоят по-разному. Комиссионное вознаграждение мы обсуждаем с агентствами индивидуально, все зависит от их объема продаж», — комментирует Егор Сафрыгин. Для каждого турагентства, которое сотрудничает с компанией, создается личный кабинет, где сотрудники агентства могут оформить полис, отправить его по электронной почте клиенту или повторно распечатать. Также агентству доступна статистика продаж по его компании.

Дмитрий Багдатов комментирует: «Мы внимательно следим за ситуацией на рынке. У нас гибкая тарифная политика, которая позволяет находить оптимальное решение для каждого партнера, предлагая ему конкурентоспособные справедливые тарифы с различным уровнем комиссионного вознаграждения. Разумеется, тарифы, которые предлагаются для профессиональных участников рынка, ниже, чем для розничных клиентов».

Артем Искра приводит конкретные цифры. «Вознаграждение посредников за оформление полиса страхования туристов в среднем составляет 20–40% в зависимости от убыточности и количества туристов, — говорит он. — Агентства и туроператоры работают с помощью b2b-системы и оформляют электронные полисы для туристов. Это собственная система, без использования аутсорсинга, гарантирующая быстрый отклик, отсутствие «зависаний». Документооборот с турагентствами и туроператорами у нас также полностью электронный, что очень удобно для наших партнеров».

«В среднем мы предлагаем турагентствам комиссионное вознаграждение 30%, но, если речь идет об эксклюзивных продуктах, оно может быть и выше, — констатирует Светлана Шваб. — Каждый партнер при заключении договора получает доступ в личный кабинет, где может оформлять страховые полисы, которые автоматически в режиме онлайн попадают в нашу информационную систему. Все договоры ежедневно мы передаем в нашу медицинскую сервисную службу, что позволяет без ошибок и задержек идентифицировать застрахованного и своевременно организовать для него медицинскую помощь».

Все опрошенные страховщики единодушно оценивают агентский канал продаж как перспективный и намерены его развивать. Они подчеркивают — именно сотрудники турагентств осуществляют личный контакт с потребителем. От профессионализма представителей туристической розницы, их умения грамотно объяснить клиенту возможные риски зависит, будет ли страховаться клиент, а от этого — прибыль страховщика и самого агентства. **ТБ**

# Язык доведет

Предприниматель Максим Илларионов — создатель IT-стартапа «Абракадабра». Это мобильное приложение, которое обеспечивает моментальную связь с переводчиком во время разговора с иностранцем. Создатель сервиса мечтает покорить мир, но признается, что «сначала надо разобраться с Россией».

«Идея сделать «Абракадабру» пришла, когда я захотел арендовать дом в Италии, — рассказывает Максим Илларионов. — Я стал переписываться с представителем итальянского агентства, который не говорил по-английски. Это ни к чему не привело, и для решения проблемы мне пришлось найти знакомую, которая говорила по-итальянски, а затем организовать групповой звонок через Skype».

Эта история положила начало стартапу. Сегодня «Абракадабра» установлена у 10 тысяч пользователей. Она работает по принципу Uber: по сути, это платформа, объединяющая переводчиков и людей, которым нужно срочно объяс-

ниться за границей или позвонить в другую страну. Сервис может соединить клиента, переводчика и до трех абонентов из любой страны мира.

«Переводчик включает на своем телефоне режим «готов к работе», система это видит и начинает отправлять на него заказчиков. В ожидании заказа переводчик занимается своими делами. От заказа переводчику достается 80%, а 20% получаем мы», — говорит Максим Илларионов.

Когда Максим не смог объясниться с таксистом в аэропорту Шанхая, в приложении появилась возможность заказать на смартфон звонок переводчика даже тогда, когда нет интернета. В этом случае приложение формирует СМС для заказа, а звонок от переводчика поступает на телефон.

С «Абракадаброй» сотрудничают более 70 переводчиков. Создатели сервиса находят их в интернете, многие связываются с компанией сами. В приложении пользователи оценивают качество работы переводчиков. Тех, кто работает плохо, отключают от заказов.

Средняя продолжительность звонка — 2–3 минуты. У сервиса поминутная тарификация с оплатой после получения услуги. Стоимость минуты — от 0,7 доллара, соответственно, средний чек — до 3 долларов. Финансовыми показателями сервис пока похвастаться не может, проект еще не вышел на окупаемость.

«Мы в последние месяцы улучшили стабильность работы приложения, исправили некоторые ошибки, выпустили Android-версию», — рассказывает предприниматель. Среди планов компании — уменьшить время ответа переводчика до 15 секунд (сейчас оно составляет менее минуты), увеличить количество языков до 30, привлечь новых пользователей.

«В перспективе мы намерены выходить на международные рынки. Наш сервис спроектирован с прицелом на весь мир, но сначала надо разобраться с Россией», — комментирует Максим Илларионов. **15**



## АНАСТАСИЯ ВИВАТЕНКО

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ КОМПАНИИ  
«ЭГО ТРАНСЛЕЙТИНГ»

Автоматизации процессов и использованию новых каналов коммуникации с потребителем уделяют все

больше внимания в каждой отрасли. Несмотря на то что услуга перевода сложная и имеет большое количество нюансов, мы тоже начали двигаться в этом направлении. Наличие собственного интернет-магазина или приложения позволяет сформировать постоянный входящий поток клиентов. Сейчас на рынке представлено два стартапа, которые позволяют клиенту оперативно воспользоваться услугами переводчиков через приложение. Пока достаточно много ограничений: небольшой выбор языковых пар и тематик, ограниченная ресурсная база и зависимость от стоимости мобильной связи и качества сигнала. Последнее значительно повышает стоимость услуги.

«Абракадабра» явно ориентирована на физических лиц, которым может понадобиться перевод во время их отпуска или в рамках деловой поездки. Аналогичное приложение speakUs, наоборот, ориентируется на бизнес, в частности на организаторов конференций, позволяя сэкономить на аренде дорогостоящего оборудования для синхронного перевода.



## ВИКТОРИНА

Новый проект Мальтийского управления по туризму

# «ЧТО ВЫ ЗНАЕТЕ О ВАЛLETTE — КУЛЬТУРНОЙ СТОЛИЦЕ ЕВРОПЫ 2018?»

СТАНЬТЕ УЧАСТНИКОМ  
ПРОЕКТА!

\* Зайдите на сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)  
и кликните на баннер конкурса

\* Или пройдите по адресу  
[www.tourbus.ru/valletta-2018](http://www.tourbus.ru/valletta-2018)

\* Главный приз – два билета  
на Мальту туда и обратно

\* Также предусмотрены  
другие награды

Желаем удачи!

# Турист на горизонте

Морские и речные круизы не принято сравнивать — при формальных сходствах это разные турпродукты со своей спецификой. Тем не менее есть схожие тенденции. Какие — рассказывают ведущие туроператоры.



## ВЫШЛИ В ПЛЮС

Вместе с относительной стабилизацией экономической ситуации в стране продажи морских круизов пошли в гору. По оценкам экспертов, в этом году рынок продемонстрировал как минимум 10%-ный рост. Однако спрос в течение года был неравномерным.

«Уходящий год был непростой, но весьма интересной. Его старт был стремительным, максимальные обороты продаж морских круизов были набраны буквально за первый месяц. Однако вторая половина года была более спокойной. Предварительно мы оцениваем свой прирост в 10% и отмечаем повышение прибыльности единичной продажи», — комментируют в компании «Инфлот круизы и путешествия».

«Основная доля прироста пришлось на первый квартал и начало второго, но потом он сошел на нет. В среднем рынок прибавил 20%», — отмечает Елена Карманова, директор по PR

и маркетингу компании «ВИА МАРИС». Маргарита Атасунц, руководитель круизного отдела компании «Болеро Тур», в свою очередь констатирует, что если октябрь и ноябрь 2016 года были сравнительно «просадочными» месяцами, то сейчас туроператор фиксирует увеличение количества бронирований.

Повышенный интерес в 2017 году туристы проявляли не только к «стандартным» морским круизам. По оценке Алексея Миронова, генерального директора компании «Клуб путешествий Special», рост рынка экспедиционных круизов составил 10–15%. «Его стимулировали стабилизация курсов обмена валют и некоторое затишье в плане терактов и военных действий», — полагает эксперт.

## НЕ ЗАМЕТИЛИ ПОМЕХ

Прошлый год был успешным для рынка речных круизов: на волне спроса на отдых внутри России туроператоры нарастили свою клиентскую аудиторию. Удалось ли ее сохранить?

«Продажи круизов в нашей компании по сравнению с 2016 годом увеличились на 15–20%. Этот рост меньше, чем год назад: тогда был почти 40%-ный прирост, связанный прежде всего с переориентацией туристов с закрытых зарубежных направлений на внутрисоссийские, — говорит Андрей Михайловский, генеральный директор компании «Инфлот». — Однако самым ярким итогом 2017 года стало то, что почти 2/3 из новых прошлогодних туристов стали повторными и снова выбрали речные круизы в качестве варианта летнего отдыха». Более того, если в 2016 году «новички» «брали на пробу» 3–5-дневные программы, то сейчас бронируют уже более длительные круизы.

В туроператоре «ВодоходЪ» говорят и о восстановлении въездного турпотока. «На круизы по российским рекам активно вернулись иностранные туристы. Наш иностранный турпоток достиг докризисного показателя, увеличившись с 18 тысяч в 2016 году до 30 тысяч в этом. При этом россиян на наших круизах меньше не стало», — говорит коммерческий директор компании Андрей Смолин.

Светлана Гончарова, заместитель генерального директора компании «Мостурфлот», подтверждает: «Уже нет международной «лихорадки», связанной с санкциями, вследствие чего въездной туризм стал возвращаться к прежним объемам. Общий рост рынка — примерно 20%».

## БЕСТСЕЛЛЕРЫ ПРОДАЖ

Высокая глубина бронирований — одна из главных характеристик круизной индустрии. Россию в последние несколько лет туроператоры называют рынком last minute. «С середины лета пошел спрос на май и лето 2018 года, в то время как опытные круизеры бронировали зиму 2018–2019 годов», — отмечают в «Инфлот круизы и путешествия». Лидером спроса по раннему бронированию в компании стали средиземноморские круизы из Барселоны и Рима на флагмане Symphony of The Seas.

В компании Круизный Дом «МК» наибольшим спросом пользовались европейские круизы, круизы из Дубая по Персидскому заливу, круизы по Азии, а также круизы с выходом из Санкт-Петербурга и круизы по Черному морю на теплоходе «Князь Владимир». «Увеличение продаж объяснимо тем, что несколько популярных на российском рынке международных круизных компаний ввели на своих лайнерах расширенный русскоязычный сервис, их тарифы стали еще более демократичными, а также они расширили квоты мест для круизов, которые начинаются из Санкт-Петербурга», — комментирует Екатерина Соболева, заместитель генерального директора по коммерции туроператора.

Маргарита Атасунц говорит о стабильной популярности маршрутов из Санкт-Петербурга по фьордам и городам Балтики, а также разных вариаций круизов по Средиземному морю. Сегодня максимальная глубина продаж достигает

восми месяцев. «Активно бронируют майские праздники. Например, в круизе из Барселоны в Стокгольм на Costa Magica, стартующем с 29 апреля, остались только блочные каюты», — констатирует эксперт.

По словам Елены Кармановой, число продаж в последний момент сейчас невелико. «Средняя глубина вышла на стандартный уровень — за 3–6 месяцев до начала круиза», — говорит эксперт. По ее оценке, круглогодично востребованы программы по Средиземному морю, а зимой популярны круизы по ОАЭ и странам Азии. «В 2017 году хитом стали японские круизы компании Costa Cruises. Япония вообще вызывает огромный интерес, особенно с облегчением визовых формальностей», — отмечает эксперт.

## ХИТЫ И НОВИНКИ

На рынке речных круизов — свои лидеры. По словам Андрея Михайловского, по акции раннего бронирования лучше всего продаются недельные круизы из Москвы в Санкт-Петербург, Казань, Нижний Новгород,

по Золотому кольцу. «Большой интерес вызывают круизы на наших новых четырехпалубных теплоходах «Лебединое озеро» и «Лунная соната». Высокий спрос мы фиксируем на длинные круизы в Астрахань, Ростов-на-Дону, Пермь, Елабугу и Булгар», — комментирует он. Черноморский круиз на теплоходе «Князь Владимир» вызывает большой интерес: ежедневно туроператор получает порядка 50 заявок.

Туроператор «НИКА», который весной организовал круизы по водным путям Республики Беларусь, утверждает: программы сразу нашли своих клиентов, загрузка рейсов превышала 85%. «В этом сезоне было много нетипичных клиентов, то есть тех, кто никогда раньше не был в круизе. Лидеры по раннему бронированию — сибирские круизы по рекам Обь и Иртыш, круизы по Беларуси. Из европейских — круизы по Эльбе и Влтаве, Венецианской лагуне, Дору, Дунаю, Сене и Рейну», — рассказывает исполнительный директор туроператора Михаил Корнышев.

По словам Светланы Гончаровой, в рамках раннего бронирования наибольшим спросом пользуются продолжительные круизы из Москвы до Астрахани, Санкт-Петербурга, Соловецких островов, популярны круизы по Оке. Их загрузка уже составляет от 40 до 90%. «Растет спрос на круизы до Казани, Булгара, Елабуги», — отмечает эксперт.

## СВЕТЛОЕ БУДУЩЕЕ

Туроператоры и по морским, и по речным круизам прогнозируют дальнейший рост продаж в следующем году. «Что касается 2018 года, то очень многое зависит от политической ситуации. Если она будет стабильной, мы абсолютно уверены, что спрос на круизный продукт вырастет на 20–25% как в морском, так и в речном сегменте», — считает Екатерина Соболева. **ТЕ**

# 20%

настолько, по оценкам экспертов, в среднем вырос рынок морских круизов. Аналогичный показатель у рынка речных круизов. Туроператоры рассчитывают, что в наступающем году тенденция к росту в обоих сегментах индустрии сохранится.

## Взяли в фокус

Круизный холдинг Royal Caribbean разработал новую стратегию работы на российском рынке.

В 2017 году продажи круизов в России Royal Caribbean Cruise Ltd (RCCL), куда входит три бренда — Royal Caribbean International, Celebrity Cruises и Azamara Club Cruises — выросли на 31%, а прибыль холдинга — на 21%.

В компании приняли решение ввести русскоговорящий сервис на борту — пока в качестве эксперимента на новейшем лайнере Symphony of the Seas. По статистике RCCL, 82% россиян бронируют каюты с балконами или категорией выше. Наибольшим спросом у наших граждан пользуются круизы по Европе и странам Юго-Восточной Азии.

В 2018–2019 годах RCCL планирует расширить число специальных предложений для российских клиентов, в частности на азиатские круизы, и сфокусироваться на более тесном сотрудничестве со своими приоритетными партнерами — это Круизный дом «МК», «Нептун», «Инфлот круизы и путешествия», «Магазин круизов и путешествий» и Dreamlines.



## Первое плавание

Подведены итоги навигации-2017 круизного теплохода «Князь Владимир».

В начале июня из Сочи стартовал первый пассажирский рейс нового лайнера «Князь Владимир» по Черному морю. За сезон, который продлился до октября, было перевезено более 5 тысяч пассажиров. Теплоход совершил 18 рейсов при средней загрузке в 48%.

По данным оператора круизной линии — компании «Черноморские круизы», большинство пассажиров «Князя Владимира» составили семейные пары пенсионного возраста. Морское путешествие из Сочи в Крым в основном выбирали жители Краснодарского края, Московской области и самого Крымского полуострова.



## Самый-самый

Крупнейший в мире круизный лайнер отправится в плавание весной следующего года.

Symphony of the Seas — 25-е судно флотилии Royal Caribbean. Длина мегалайнера — 362,5 метров, его водоизмещение — 226 963 тонн. Он отправится в первое плавание в апреле 2018 года и проведет летний сезон в Средиземном море. Лайнер будет курсировать между Барселоной (Испания) и Неаполем (Италия) с заходом в порты Пальмы-де-Майорки и Рима. Осенью 2018 года он перейдет в порт Майами и будет совершать восьмидневные круизы из США по Восточным и Западным Карибам.

На Symphony of the Seas будет 2775 кают, что на 28 кают больше, чем на борту действующего рекордсмена Harmony of the Seas. Новый лайнер сможет одновременно принять на борту более 5,5 тысяч путешественников.

## Свистать всех!

Главное профессиональное событие отечественного круизного рынка состоится в феврале.

В этом году «Фестиваль круизов» пройдет 27 февраля в Москве и 21 февраля в Санкт-Петербурге. По традиции мероприятие объединит ведущих круизных туроператоров и представителей розницы, заинтересованных в продажах этого перспективного и прибыльного турпродукта.

Свое участие в фестивале подтвердили компании «Инфлот круизы и путешествия», Круизный дом «МК», CruiseLine («Болеро Тур»), «Мостурфлот», «ВодоходЪ», «Инфофлот», «ГАМА», «НИКА», «ВИА МАРИС», «Магазин круизов», «Клуб путешествий «Special». Официальный партнер мероприятия — ведущая круизная компания Costa Cruises, страховой партнер — компания «Ингосстрах».

В программе фестиваля — workshop, обучающие мастер-классы и дискуссии на актуальные темы. Самая свежая информация — на сайте [www.festival-cruise.ru](http://www.festival-cruise.ru)



# ФЕСТИВАЛЬ КРУИЗОВ

ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

## САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

21 ФЕВРАЛЯ 2018 г.

## МОСКВА

27 ФЕВРАЛЯ 2018 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:

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

ПАРТНЕРЫ:

СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР:



ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ПО ТУРИЗМУ

ОТДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ РОССИЙСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ФОРУМ Home of Tourism



ИНГОССТРАХ Ingosstrakh

# На Урале — вкусно и интересно!

Если бы уральской кухни не существовало, стоило бы ее создать. Но поскольку она есть, нужно продвигать ее как направление гастрономического туризма. К такому выводу единодушно пришли екатеринбургские профессионалы, работающие в сфере туризма и общественного питания, и городские власти.



В СТАТЬЕ ИСПОЛЬЗОВАНЫ ФОТОГРАФИИ И МАТЕРИАЛЫ КНИГИ «УРАЛЬСКАЯ КУХНЯ: 52 ОРИГИНАЛЬНЫХ РЕЦЕПТА»

**Т**ак уж повелось, что воспоминания о чужой стране и чужом городе неразрывно связаны с воспоминаниями о еде. Талантливо используя эту особенность природы человека, каждый преуспевающий в сфере туризма город наряду с достопримечательностями и развлечениями, широким спектром отелей и удобной схемой передвижения обязательно предлагает гостям местную еду. Представление о регионе будет неполным, если не попробовать блюда, приготовленные традиционным способом из местных продуктов. Именно поэтому гастрономический туризм вызывает большой интерес как сам по себе, так и в виде приятного дополнения к другим видам туризма.

В Екатеринбурге гурманы найдут и старорусскую кухню, перелицованную на уральский лад, и кухню народов СССР, переделанную людьми с уральским характером, и заведе-

ния молодых поваров, дерзко сочиняющих новую уральскую кухню. Безусловное преимущество Екатеринбурга в том, что здесь можно попробовать всю дичь, живущую в уральских лесах, прекрасную пресноводную рыбу и дикоросы — грибы, ягоды и травы.

Национальная кухня — это присущие данному народу исторически сложившиеся приемы и правила приготовления пищи, базирующиеся на природных и хозяйственных условиях жизни. Исходя из этого определения, уральскую кухню можно охарактеризовать как современную интерпретацию смешения исторических и актуальных русских кулинарных традиций с традициями населения финно-угорской группы (мордва, удмурты, марийцы, коми-пермяки, ханты-манси и др.) и азиатских народов (башкиры). Таким образом, в уральской кухне, как в малахитовой шкатулке, веками бережно



сохраняются бесценные кулинарные рецепты всех народов, когда-либо живших и ныне живущих на просторах Урала.

Екатеринбург — современный и динамично развивающийся город на границе Европы и Азии. Он выгодно расположен на Транссибирской магистрали, обладает развитой туристской инфраструктурой и богатым историческим наследием. Каждый день его посещают тысячи приезжих, большое количество групп организованных туристов, однако, несмотря на уникальные достопримечательности и удивительную по красоте природу, основной поток составляют бизнес-туристы. В городе проводится большое количество конгрессных и выставочных мероприятий общероссийского и международного значения. И, конечно же, наряду с посещением музеев и экскурсионной программой существует реальная возможность разнообразить трудовые будни участников мероприятий более близким знакомством с уральской кухней. Им предлагают не только побывать в роли дегустатора, но и принять участие в одном из кулинарных мастер-классов или же в кулинарном шоу, которые проводятся не только в городских ресторанах, но и в аутентичной обстановке тематических, развлекательных и этнографических парков за пределами Екатеринбурга. А те, кто всерьез заинтересуются приготовлением местных блюд, могут приобрести подарочное издание книги интересных и адаптированных к современным условиям рецептов.

Своим гостеприимством столица Урала славится издавна, ее жители искренне радушны и доброжелательны. В преддверии проведения в 2018 году матчей чемпионата мира по футболу — FIFA как Администрация города Екатеринбурга, так и представители сферы туризма и гостеприимства активно включились в работу по повышению качества обслуживания гостей и созданию комфортной среды для их пребывания. Турфирмы разрабатывают гастрономические маршруты, предприятия общественного питания внедряют специальные предложения из блюд уральской кухни в основное меню, гостиницы включают блюда по местным рецептам из местных продуктов в меню завтра-



ков. Екатеринбургу есть чем удивить самых взыскательных гостей из любой точки земного шара и есть чем накормить, используя региональные особенности кухни. Посещение этого гостеприимного города оставит теплые впечатления даже в самое холодное время года! **ТБ**

Дополнительная информация по приему в Екатеринбурге — на интернет-сайте Информационно-туристической службы города [its.ekburg.ru](http://its.ekburg.ru)





# Лучше меньше, да лучше

Нужны ли современным потребителям многодневные туристические маршруты и почему в других регионах не получается повторить успех «Золотого кольца России»?

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



**СЕРГЕЙ РОМАШКИН**  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
ТУРОПЕРАТОРА «ДЕЛЬФИН»

Современный потребитель российского турпродукта не очень жалуется «длинные» маршруты, то есть те, что рассчитаны на 7–9 дней. Статистика показывает, что наиболее популярны более короткие, 3–4-дневные маршруты. Дело тут и в немало «похудевшем» за последние годы кошельке отечественного туриста, и в особенностях его психологии, его восприятия. Ну не любят наши люди дневных переездов больше 100–150 километров! Максимум — 200 км, и это только в тех случаях, когда им предлагается что-то исключительное. «Длинные» маршруты — хотим мы этого или нет — распадаются на составные части. Может быть, сначала наладить маршруты внутри отдельных регионов и после этого — с осторожностью — переходить на межрегиональные?

**И**дея брендового маршрута «Большой Урал», как сообщили в Центре развития туризма Свердловской области, появилась в 2013 году с целью продвижения на туристическом рынке природных и культурно-исторических достопримечательностей регионов, прилегающих к Уральскому хребту. Речь шла о Свердловской, Челябинской, Тюменской, Курганской областях, Республике Башкортостан, Пермском крае, Ханты-Мансийской и Ямало-Ненецкой автономных областях.

На их основе предполагалось создать единый турпродукт, который обеспечил бы увеличение туристического потока на этом направлении. Маршрут был задуман одновременно с другими новыми брендовыми маршрутами — «Серебряное ожерелье», «Венок русских усадеб», «Великий шелковый путь» — как развитие в больших масштабах полувекового опыта, накопленного на «Золотом кольце России».

Каждый из этих регионов имеет определенную туристическую специфику, которую и предполагалось выявлять в рамках общей маркетинговой стратегии, общего бренда, общего событийного календаря, общих стендов на международных туристических выставках. Такое же имя получил и созданный на основе этого бренда ежегодный крупный туристический форум, первый из которых собрал более 700 участников

из 22 стран и 16 регионов России, что доказывает большой интерес к местному историко-культурному наследию, существующий в нашей стране и за рубежом.

Однако эксперты ставят под сомнение необходимость создания и рекламного продвижения продолжительных межрегиональных маршрутов, не продуманных с точки зрения логистики и туристической инфраструктуры.

Возможно, именно поэтому «громадье» планов несколько уменьшилось в 2015 году, когда в Федеральную целевую программу был включен маршрут «Самоцветное кольцо Урала», созданный в Свердловской области на основе автокластера. Летом нынешнего года Министерством культуры РФ он был утвержден в качестве брендового. В 2015–2016 году в развитие этого маршрута было вложено около полумиллиарда рублей из федерального и местного бюджетов.

Трех-, а в расширенном варианте — четырехдневный маршрут, включающий более десятка объектов показа, проходит через Екатеринбург, Нижний Тагил, Невьянск и Берёзовский. Маршрут, имеющий собственный логотип и бонусную программу, рассчитан на жителей Москвы, Санкт-Петербурга и крупных городов с дальнейшим включением в него иностранных групп. На основе «Самоцветного кольца Урала» создано 15 региональных туров, пользующихся спросом как у местных, так и у иногородних туристов. **ТЕ**



# Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академию издательского дома «Турбизнес» принимают без экзаменов.

Занятия проходят на «факультетах»:

«Израиль», «Испания», «Маврикий», «Саксония», «Штутгарт и земля Баден-Вюртемберг».

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов.

Для этого надо либо зайти на сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru) в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление, либо зарегистрироваться на любом из «факультетов» по их веб-адресам.

Каждый выпускник может распечатать сертификат специалиста по выбранному направлению. Предусмотрены специальные призы, включая поездки.

Желаем успеха!



## ИЗРАИЛЬ

Проект заработал в конце 2016 года. Учебные материалы в академии разбиты на шесть тематических разделов. Изучив каждый и успешно пройдя тестирование, агент сможет с гордостью назвать себя дипломированным специалистом по Израилю и распечатать соответствующий сертификат. Регистрируйтесь, и вы узнаете множество интересных фактов об этой необыкновенной стране!

[www.israel-learning.ru](http://www.israel-learning.ru)



## ШТУТГАРТ И ЗЕМЛЯ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Баден-Вюртемберг называют «солнечной стороной Германии», а местные жители с гордостью говорят о себе: «Мы южане!» Здесь прекрасный климат, великолепная природа, множество достопримечательностей и замечательная здоровая кухня. Сотрудники агентств, пройдя обучение, будут включены в список участников лотереи памятных призов.

[www.stuttgart-swgermany.ru](http://www.stuttgart-swgermany.ru)

СКОРО

Открытие  
ВТОРОГО СЕМЕСТРА!

Станьте участником ЛОТЕРЕИ ПАМЯТНЫХ  
ПРИЗОВ, окончив обучение до 1 марта 2018 г.



## ИСПАНИЯ

Обновленные текстовые материалы, еще больше фотографий лучших достопримечательностей страны, впечатляющие видео, интересные факты – все это ждет профессионалов турбизнеса в обновленной онлайн-академии. Также было сокращено число разделов, в них теперь легче ориентироваться, отчего учебный курс стал удобнее для изучения.

[www.spain-e-learning.ru](http://www.spain-e-learning.ru)



## САКСОНИЯ

Главный приз онлайн-академии Саксонии – поездка в этот замечательный немецкий регион, известный своей богатейшей коллекцией культурных и природных достопримечательностей. Чтобы стать его обладателем, необходимо внимательно изучить все тематические курсы, которые снабжены видеороликами, и выиграть лотерею. Учебный материал представлен в основном и факультативном видах.

[www.saxony-learning.ru](http://www.saxony-learning.ru)

ПОЗДРАВЛЯЕМ победителя третьего семестра –  
Викторию Леусенко («Ван Гог», Краснодар)!

До 1 марта  
2018 г.

Выиграйте ПОЕЗДКУ В ДРЕЗДЕН!

# Культурная столица Европы

Более тридцати лет назад в Евросоюзе была заложена хорошая традиция: каждый год самым интересным городам Европы присваивается статус Культурных столиц. На 2018 год таким городом объявлена Валлетта. Престижный титул еще больше повысит привлекательность мальтийской столицы как выдающегося направления для туризма.



Резиденция  
премьер-министра  
Мальты

**ТЕКСТ**  
**АЛЕКСАНДР**  
**ПОПОВ**

## «МЫ ПОСТРОИМ ВЕЛИКИЙ ГОРОД...»

Столица Мальты носит имя благородного рыцаря Великого магистра ордена госпитальеров (иоаннитов) Жана Паризо де ла Валлетта. В марте 1566 года он заложил первый камень будущей столицы рыцарского государства со словами: «Мы, джентльмены, построим Великий город для джентльменов». Всего через пять лет на скалистом острове в центре Средиземного моря появился город-крепость. Мало где в Европе средневековое фортификационное искусство представлено столь наглядно, как здесь. И сегодня мощные стены, сторожевые башни и бастионы, оборонительный ров, рavelины впечатляют мужественным романтизмом.

Строители Валлетты применяли самые современные методы возведения укреплений и организации внутригородской жизни. Валлетта стала первым европейским городом, возведенным по единому градостроительному плану. Здесь была устроена объединенная дренажная система, в каждом дворе

предусматривался колодец для сбора дождевой воды и каменные лотки для мусора. Благодаря перпендикулярной планировке в конце большинства улиц видно море, ветер с него приносит в город прохладу. На одной из сторон улицы днем обязательно есть тень.

Многие правительственные учреждения, офисы, музеи, магазины и рестораны Валлетты располагаются в крепостных рavelинах и сохранивших средневековый колорит зданиях, принадлежавших раньше Ордену. Так, например, в бывшей резиденции командора флота Ордена сегодня размещается Музей изобразительных искусств, а в рavelине Сент-Джеймс-Кавалир открыт современный культурный центр, где проводятся выставки, концерты, фестивали, кинопоказы и другие подобные мероприятия.

Далеко не все рыцари имели свои дома. Для них и гостей Ордена строились своего рода общежития — обержи (auberges), которые мало в чем уступали по красоте дворцам знати. Многие из них и сегодня используются с разными целями. К примеру, в одном из самых представительных зданий города — бывшем Кастильском подворье — размещается резиденция премьер-министра Мальты. В бывшем Прованском подворье находится Национальный археологический музей.

В годы расцвета рыцарского государства в Валлетте возводились прекрасные дворцы и храмы в стиле барокко — господствующем архитектурном стиле XVI века. Рыцари превратили «скалу из песчаника» в цветущий остров со столицей, известной в Европе как Superbissima («Очень гордая»).

В брутальную тему архитектурного ландшафта Валлетты органично вплетаются и лирические нотки. Прежде всего, это золотистый известняк, из которого построены многие здания. Очень красят архитектурный ландшафт мальтийской столицы разноцветные балконы-эркеры. Довольно часто встречаются цветочные клумбы. Многие здания, особенно по углам, украшены скульптурами святых.

С полной программой культурных мероприятий «Валлетта–2018» можно ознакомиться на сайте [www.valletta2018.org](http://www.valletta2018.org)

## ПО ПРОЕКТУ РЕНЦО ПИАНО

В связи с предоставлением Валлетте статуса Культурной столицы здесь реализован масштабный проект реконструкции центра города под руководством выдающегося архитектора современности, одного из основателей стиля хай-тек, автора многих дерзновенных проектов по всему миру итальянского архитектора Ренцо Пиано.

В ходе работ было возведено новое здание мальтийского парламента в современном стиле. Руины Королевского оперного театра, не восстановленного после Второй мировой войны, перестроены в Оперный театр под открытым небом. Радикально изменились Городские ворота Валлетты: теперь они похожи на клиновидный вырез без верхней части, а часть защитного рва у ворот превращена в сад.

В богатый культурный календарь города в 2018 году добавились мероприятия, связанные со вступлением в «должность» Европейской столицы. Церемония открытия состоится 20 января.

На этот день в Валлетте запланированы впечатляющие шоу с участием зарубежных артистов и множество уличных развлечений. В программу «Культурная столица-2018» в Валлетте включены около 400 событий и 140 проектов. Например, в Театре «Манюэль» и Национальной библиотеке пройдут концерты Valletta International Baroque Festival. Любопытно, что одним из мероприятий, завершающих этот фестиваль классической музыки, станет концерт Baroque meets Jazz, который пройдет в Военном музее в форте Сент-Эльмо. В апреле в Культурном центре равелина Сент-Джеймс-Кавалир пройдет конференция электронной музыки Electronic Music Malta

РЕКЛАМА

с инсталляциями и звуковыми картинами. А в начале мая на площади Св. Георгия состоится Valletta Green Festival. Площадь покроют огромным ковром из цветов, который образуют около 80 тысяч растений.

Кульминацией череды культурных событий станет театрализованное представление Valletta Pageant of the Seas 7 июня 2018 года в Большой гавани, где пройдут соревнования лодок и грандиозный заплыв сотен пловцов. **ТВ**



Городские ворота Валлетты радикально изменились



БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ



БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ



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 018189  
М «КИТАЙ-ГОРОД»  
8-800-77-55-000  
www.anextour.com

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

**СТБ ТУРС** МТ3 006955  
М «ДОСТОВЕСКАЯ»  
(495) 789-8779  
www.stbtours.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

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

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

**ТК МЕЛИТА** МТ3 011106  
М «АРБАТСКАЯ»  
(495) 220-7270  
www.maltatour.ru

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



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





# Для тех, кому скучно

Один из крупнейших и красивейших городов Андалусии — Малага — до сих пор часто воспринимается нашими туристами всего лишь как «город-аэропорт», откуда они отправляются на популярные курорты побережья Коста-дель-Соль. А между тем здесь стоит задержаться подольше — прежде всего для того, чтобы почувствовать настоящий, нетуристический облик Андалусии.

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

## СОКРОВИЩНИЦА ИСКУССТВА

Необходимо хотя бы три-четыре дня, чтобы увидеть основные достопримечательности Малаги. Главный бренд — Пабло Пикассо, который родился в этом городе в 1881 году. Комплекс, посвященный мастеру, объединяет в себе дом-музей на площади Пласа-дела-Мерсед и великолепный художественный музей, торжественно открытый во дворце Буэнависта испанской королевской четой 13 лет назад. Здесь хранится около двухсот работ Пикассо различных периодов его творчества.

Из современных музеев Малаги особый интерес для наших туристов представляет открывшийся два года назад в здании бывшей Королевской табачной фабрики (рядом с автомобильным музеем) единственный зарубежный официальный филиал петербургского Русского музея. На площади 2300 квадратных метров ежегодно проводятся три крупные выставки из собрания Русского музея: одна основная, работающая на протяжении девяти месяцев, и две дополнительные, по шесть месяцев. Сейчас в музее работает прекрасно собранная и оформленная выставка, посвященная истории дома Романовых в контексте российской культуры. Наряду с выставочным пространством малагский филиал Русского музея включает в себя Информационно-образовательный центр, Детский центр с творческими мастерскими, кинозалы, сувенирный магазин. Стоимость входа в музей — 4 евро, по воскресеньям после 16.00 он работает бесплатно.

Многие отели расположены неподалеку от муниципальных пляжей, так что прогулки по старинному городу и посещение трех десятков местных музеев вполне можно совместить с традиционным пляжным отдыхом.

Гостиничная база Малаги насчитывает более 10 тысяч мест, за последние 10 лет число городских отелей выросло почти вдвое. В год сюда приезжает более миллиона туристов, проходит более 150 конгрессов и симпозиумов, а в порт заходит около трехсот круизных судов.

Сегодня Малага позиционирует себя прежде всего как город, где активно развивается круизный, деловой, культурный и медицинский туризм, и именно в этих секторах она надеется на увеличение российского турпотока.

## ПАРЯЩИЕ НАД ПРОПАСТЬЮ

Около двух лет назад в 60 км от Малаги появилась новая достопримечатель-



## МАРКЕТИНГ-САММИТ В МАЛАГЕ

Наряду с экскурсионным и пляжным туризмом Малага активно развивает и MICE-направление. В городе много отелей бизнес-класса, несколько конгресс-залов и выставочных центров, позволяющих проводить форумы самого высокого уровня. Минувшей осенью в Малаге состоялся Первый маркетинг-саммит, собравший более 400 профессионалов туризма со всего света. В ходе панельных дискуссий форума обсуждались такие темы, как использование больших объемов данных, в том числе из социальных сетей, для развития туристических направлений; опыт туристического продвижения практически «с нуля» на примере Исландии и Перу; изменения в туристических предпочтениях «поколения миллениалов»; особенности развития рынка «лакшери-шопинга» и многое другое. Саммит провела международная организация Travel Consul. Цель альянса, созданного три года назад, — объединение ведущих специалистов трэвел-маркетинга со всего мира и обмен опытом. Генеральный директор компании TMI Consultancy, представляющей интересы Travel Consul в России и странах СНГ, Хелен Ллойд отметила: «Наш первый международный саммит показал, что, несмотря на конкуренцию, мы готовы обмениваться идеями и откровенно обсуждать общие проблемы». По ее словам, за последние годы благодаря грамотной маркетинговой стратегии Малага превратилась в популярное самостоятельное направление экскурсионного и морского отдыха.

ность — Caminito Del Rey, или Королевская тропа, проложенная на узких мостках вдоль гигантских скал над бурными водами реки Гуадалевин. История этого маршрута не такая уж древняя и относится к началу прошлого века, когда путь по узким деревянным мосткам, прилепившимся на огромной высоте к вертикальным скалам, был единственным, позволявшим рабочим добираться до места строительства плотины. В 1921 году король Испании Альфонсо XIII решил посетить плотину и лично пройти по крайне опасной тогда тропе, получившей после этого нынешнее имя.

Экскурсионный маршрут, проложенный в живописнейших скалах, конечно, безопасен, но туристы, преодолевая его, получают заряд адреналина и чувствуют себя настоящими героями. Пройти по тропе можно только в составе организованной группы по предварительной записи на сайте, стоимость билета — 10 евро. Впрочем, в окрестностях Малаги, в двух часах езды на местном поезде (билет — 12 евро), расположен и целый город на вершинах скал — это легендарная «парящая над пропастью» Ронда, вдохновлявшая Теофиля Готье, Александра Дюма, Райнера Марию Рильке и Эрнеста Хемингуэя.

Самое знаменитое и наиболее часто фотографируемое место Ронды — Новый мост на вершинах скал высотой более 700 метров над глубоким ущельем Эль-Тахо. Новый мост по числу любителей селфи может поспорить, пожалуй, лишь с Карловым мостом Праги, но стоит пройти несколько десятков метров — и оказываешься в совер-

шенно безлюдных закоулках средневекового арабского квартала. Его тайные сады и спрятанные за высокими белоснежными стенами дворцы напоминают о том, что в течение 400 лет Ронда была одним из главных городов могущественной мавританской империи. Здесь родился и жил выдающийся ученый Аббас ибн Фирнас (810–887), которого в арабском мире считают, например, изобретателем... первого самолета.

Ну а для испанцев Ронда — это в первую очередь родина современной корриды: здесь в 1700 году появился на свет основатель династии тореро Франсиско Ромеро, который стал пионером пешего (а не конного, как до того) боя с быком. Местная арена, построенная в 1785 году в самом центре Ронды, функционирует и поныне, и выступать здесь — огромная честь для любого тореро. **ТБ**



Королевская тропа, расположенная в окрестностях Малаги, стала еще одним туристическим «магнитом»



# Две большие разницы

Сходность климатических условий и географическая близость Кубы и Мексики, казалось бы, позволяют им в полной мере конкурировать и в сфере туризма. Однако нюансы политики и экономики до сих пор оставляют их в разных туристических «весовых» категориях.

**ТЕКСТ**  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

## ТУРПОТОКИ

По итогам 2016 года, по данным министерства туризма Мексики, страна приняла 35 млн иностранных гостей. По общим объемам показателям Мексика уже легко конкурирует на мировом рынке туризма с такими странами, как Таиланд или Турция, а в Америках по популярности уступает только США.

Куба по итогам 2016-го приняла примерно 4 млн иностранцев, а в 2017-м ее туристические власти рассчитывают взять рубеж в 4,7 млн гостей. Соответственно, соотношение количества прибывающих из-за кордона туристов в Мексике и на Кубе выглядит как девять к одному.

Во многом столь существенная разница объясняется структурой турпотока. Что каса-

ется основных въездных рынков Кубы, здесь в лидерах Канада (25–30% всего въездного турпотока), а в пятерке ведущих — Испания, Франция, Италия и Германия. В Мексике — во всяком случае, в Канкуне и на Ривьере-Майя — расклад таков: до 50% гостей приезжают сюда из США и Канады, 30–35% приходится на европейцев, а 10% — на самих мексиканцев. В остальные проценты входят гости из разных других стран мира, включая РФ. И, несмотря на громкие заявления и рост турпотока из США на 150% в 2017 году, американцы на Кубе пока гости нечастые.

Что касается российского вклада в статистику этих стран, она в обоих случаях не слишком существенна. Если в 2015-м государства, по данным Ростуризма, приняли примерно одинаковое число россиян, в 2016 году тенденции на рынках Кубы и Мексики по линии приема российских туристов оказались разнонаправленными. И если Остров свободы прибавил в их количестве 39%, Мексика ушла в минус сразу на 87%. В 2017-м дела идут лучше: по словам советника по туризму посольства Кубы в Москве Эдильберто Риверона, несмотря на ущерб от урагана «Ирма», число россиян на Острове свободы может достигнуть 100 тысяч, поскольку уже в сентябре в стране их побывало больше, чем за весь 2016 год. Если это получится, рекорд 2012-го, когда на Кубе зафиксировали 87 тысяч россиян, будет побит.

Увы, но Мексике в этом плане похвастать нечем: по словам ее посла в РФ Нормы Пенсадо, в январе — мае 2017-го страну посетили всего на 12,2% больше россиян, чем за аналогичный период 2016 года. И хотя интерес к ней тоже растет, до максимума 2013 года, когда в Мексику съездили свыше 100 тысяч россиян, явно далеко. Скорее всего, в 2017-м там побывает не более 35–40 тысяч гостей из РФ. По этому показателю она в 2–2,5 раза уступит Кубе.



### ЛАДА ПОПЕЛО

Руководитель департамента продаж компании «КАРИБСКИЙ КЛУБ»

Куба и Мексика — направления весьма популярные в России, но для нее все-таки не совсем массовые: по сравнению в Доминиканой это в разы меньше. Они имеют очень много общего, но в то же время принципиально разные. Суть состоит в том,

что если клиент летит на чартере в бюджетный отель на Кубу или в Мексику, предпочитая отдыхать на пляже, существенной разницы он не почувствует. А вот если цель у него и полежать на пляже, и познакомиться со страной, взяв экскурсии (что подразумевает дополнительные затраты на месте), Мексика явно выигрывает по разнообразию предлагаемых экскурсий, питания, ресторанов, торговых центров и сувениров. В то же время Куба берет за душу своей самобытностью и аутентичностью.





**КАРЛОС ГОНСАЛЕС**

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА  
ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКИ  
ICS TRAVEL GROUP

Я бы не стал говорить о Мексике и Кубе как о массовых направлениях. Они, несмотря на принадлежность к одному региону, имеют принципиальные отличия с точки зрения туризма. Более демократичная по стоимости отдыха Куба близка по духу россиянам благодаря мно-

голетней истории сотрудничества двух стран. Остров может предложить размещение на любой бюджет, от вполне доступных гостиниц до отелей класса «люкс». На Кубе хорошие экскурсионные программы, лучшие пляжи в регионе, нетронутая природа и, что немаловажно, там безопасно. Самое дорогое размещение, наивысший уровень сервиса, самая богатая и интересная экскурсионная программа во всем Карибском регионе — в Мексике. Соответственно, и основной клиент этого направления — обеспеченные туристы.

**ИНФРАСТРУКТУРА**

И на Кубе, и в Мексике зачастую работают одни и те же международные гостиничные операторы (RIU, Barcelo, Iberostar, Melia и другие), которые стараются обеспечить и соответствующий уровень качества. Но...

Снова обратимся к цифрам. По данным министра туризма Кубы Мануэля Марреро, в настоящее время в этой стране гостей готовы принять 68 тысяч номеров, а к 2030 году их число намерены увеличить до 110 тысяч.

Чем отвечает Мексика? Только на Юкатане уже насчитывают около 400 отелей самых разных категорий, которые располагают фондом более 43 тысяч номеров. При этом в количественном отношении преобладают небольшие гостиницы, но по численности номеров несомненное лидерство принадлежит крупным гостиницам и комплексам — на них приходится почти 75% всего номерного фонда. Например, Barcelo Maya Beach Resort — огромный комплекс из пяти отелей уровня 5\* общей емкостью в 2,75 тысячи номеров.

Эксперты уверены: и качество отельной инфраструктуры, и разнообразие предложений по части отдыха и развлечений в Мексике будут получше. Вместе с тем Куба, безусловно, обладает своим шармом, поскольку жившая длительное время в изоляции страна абсолютно аутентична.

**ПЕРЕВОЗКА**

Несмотря на ограниченное количество чартеров и регулярных рейсов из России, особых проблем с доставкой туристов как в Мексику, так и на Кубу операторы не испытывают: туда осуществляют довольно много перелетов разные авиакомпании мира.

В частности, свои частоты полетов на Кубу увеличила Air France, появились

рейсы Turkish Airlines и новые полетные программы Air Europa и Finnair. Да и Мексика вниманием перевозчиков не обделена, поскольку та же Finnair начала туда летать.

Правда стоимость перелета на «регулярке» значительно выше чартерной. При этом избытка чартерной перевозки из России, по оценке экспертов, практически нет: рейсов не так много и они грузятся стабильно. А еще один аргумент в пользу выбора Кубы — наличие регулярных рейсов «Аэрофлота».

При этом один из застрельщиков возвращения россиян в регион Карибского моря, ANEX Tour, организовал региональную чартерную программу в Варадеро из Санкт-Петербурга. «Куба интересна нашим туристам: это подтверждают результаты продаж этого года — полетная программа из Москвы была круглогодичной, — говорит по этому поводу специалист PR-департамента компании Яна Кучегура. — Большие планы и ожидания у нас и по Мексике: рынок готов к этому направлению».

**ЦЕНЫ**

Что касается уровня цен, то сходный по параметрам отдых на Кубе будет примерно на 30–50% дешевле, чем в Мексике. Например, если пребывание в среднем по уровню качества отеле уровня 4\* (10–11 дней, «все включено», на двоих) на Кубе в середине декабря 2017-го оценивается в сумму от 120 тысяч рублей, в Мексике за это же удовольствие туристам придется заплатить от 170 тысяч. А за «пятизвездочный» отдых в те же даты и той же продолжительности — от 170 и 200 тысяч рублей соответственно. При этом принципиальной разницы в стоимости туров у разных туроператоров практически нет — цена колеблется в пределах 10–15% и в основном зависит от даты туров и уровня спроса. **ТБ**

# В гостях у карибских пиратов

Доминиканская Республика претендует на лидерство в рейтинге дальнемагистральных направлений, куда отправятся россияне этой зимой. Основной поток туристов по традиции сконцентрируется в «пляжных» Пунта-Кане и Бока-Чике, тогда как север страны может предложить более активный и насыщенный отдых.



## 1. КАЙО-АРЕНА

Кайо-Арена — крошечный остров в Атлантическом океане к северу от Доминиканы, который действительно можно сравнить с ареной из-за отсутствия растительности и размера: пары минут достаточно, чтобы полностью его обойти. Добраться сюда в течение получаса можно на лодке от рыбацкой деревни Пунта-Русия (район Пуэрто-Плата). Остров покрыт белым бархатистым песком и окружен красивым коралловым рифом с прозрачной бирюзовой водой, что делает его прекрасным местом для снорклинга.

## 2. КАНАТНАЯ ДОРОГА НА ГОРУ ИСАБЕЛЬ-ДЕ-ТОРРЕС

Прекрасный вид на город и окрестности Пуэрто-Платы и побережье Атлантического океана открывается с 800-метровой высоты горы Исабель-де-Торрес, находящейся в километре к юго-западу от города. Вершину горы украшает статуя Иисуса Христа — уменьшенная копия статуи Христа Спасителя в Рио-де-Жанейро.

На вершину за пятнадцать минут туристов доставляют разноцветные вагончики канатной дороги. Подъем проходит над вечнозеленым тропическим лесом.



## 3. ФАБРИКА BRUGAL

В Пуэрто-Плата находится фабрика по производству рома Brugal, экспозиция которого знакомит с историей и процессом изготовления любимого напитка пиратов и моряков. Здесь можно и продегустировать некоторые виды этого крепкого ароматного напитка из сахарного тростника: Blanco, Añejo, Carta Dorada, Extra Viejo, Siglo de Oro и другие. В магазине при фабрике ром продается дешевле, чем в городских магазинах.

## 4. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ПАРК ПУЭРТО-ПЛАТА И ФОРТ САН-ФЕЛИПЕ

Начать знакомство с городом Пуэрто-Плата, основанным в конце XV века, лучше всего в его историческом центре, парке Независимости, больше похожем на площадь, окаймленную зданиями в викторианском стиле. Неподалеку находится форт Сан-Фелипе, построенный для защиты от пиратов



и ставший впоследствии городской тюрьмой. Форт считается самой древней в Америке колониальной крепостью. Любителям истории придется по душе прогулка по его стенам, откуда открываются потрясающие виды.

## 5. КАЗИНО И ШОУ «БРАВИССИМО»



В один из вечеров из Пуэрто-Плата можно отправиться в казино развлекательного комплекса Ocean World Adventure Park на фееричное шоу «Брависсимо» в стиле кабаре. Комплекс находится в 15 минутах езды к северо-западу от города на пляже Кофреси. Гости здесь ждут ужин и музыкальная программа, кульминацией которой станет международное шоу с участием нескольких десятков танцоров в ярких костюмах, выступающих под будоражащие кровь латинские ритмы. После шоу, чтобы продлить магию карибского вечера, стоит задержаться еще на несколько часов на дискотеке или в самом казино.

## 6. OCEAN WORLD ADVENTURE PARK



Морской парк приключений Ocean World Adventure Park — отличное место для того, чтобы провести целый день, наслаждаясь представлением с умными дельфинами и котиками, технично выполняющими команды дрессировщика, рассматривая рыбу-бабочку, иглобрюха, рыбу-ангела и акул в огромном аквариуме или пла-

вая вместе с дельфинами. Особенно обрадуются такой возможности дети. Кроме морских обитателей, гостям парка предлагается увидеть представление с забавными труппами тропических птиц, покормить и потрогать их.

## 7. ВОДОПАДЫ ДАМАХАГУА

Любителям острых ощущений и всем, кому уже слегка наскучил пляжных отдых, стоит отправиться на осмотр 27 водопадов Дамахагуа, расположенных в 40 минутах езды от Пуэрто-Плата. Туристам предлагают в сопровождении опытного инструктора пройти 7, 12 или все 27 водопадов. Необходимое снаряжение — спасательный жилет и шлем — выдают на месте. Преодолевая извилистые тропинки и горные пороги быстро текущих рек, спрыгивая с водопада в бурлящую воду, можно почувствовать себя участником шоу на выживание.

## 8. «СЕРДЦЕ» СТРАНЫ

Ла-Вега — «сердце» Доминиканской Республики, самый крупный город центральной ее части. Во времена Христофора Колумба здесь было найдено золото, испанское поселение переросло в город, позднее разрушенный землетрясением. На его месте сейчас раскинулся исторический национальный парк Консепсьон-де-ла-Вега, где можно увидеть остатки средневековой крепости Консепсьон, церковь Санто-Серро, куда в сентябре стекаются тысячи паломников, руины монастыря Сан-Франсиско и церковь Милосердия.

## 9. ВОДОПАД АГУАС-БЛАНКАС

Один из самых живописных водопадов в стране — 83-метровый Агуас-Бланкас. Его мощь и красота в полной мере открываются со смотровых площадок. Смелчаки купаются в реке прямо под водопадом, хотя температура воды не поднимается выше 14 градусов. Добраться до Агуас-Бланкас удобнее на машине, приспособленной к грунтовой дороге и горным серпантинам. Путь из Ла-Вега займет не более 40 минут.

## 10. РАФТИНГ

Туристам, не представляющим свой отдых без экстрима, стоит отправиться на горные реки, расположенные в центре Доминиканы, и заняться рафтингом. На выбор — маршруты разной степени сложности. Самой популярной для сплава рекой считается Яке-дель-Норте. Полностью экипировавшись и пройдя вводный инструктаж, туристы оказываются во власти быстро уносящего навстречу приключениям течения реки с кристально чистой водой. **ТБ**





# Счастливые число

Управление по туризму Бразилии официально открыло свое представительство в Москве. Оно стало 13-м по счету: офисы организации функционируют в Буэнос-Айресе, Лиме, Нью-Йорке, Чикаго, Лос-Анджелесе, Токио, Франкфурте, Мадриде, Париже, Милане, Лиссабоне и Лондоне. В интервью «ТБ» ВИНИСИУС ЛЮММЕРЦ, президент Embratur, рассказывает о планируемой работе на российском рынке.

**Какова динамика турпотока из России?**  
В период с 2012 по 2014 год, когда в Бразилии проходил Чемпионат мира по футболу, отмечался постоянный рост турпотока из России. В 2015 году он сократился на 30%, однако превысил показатель 2013 года. В прошлом году в Бразилию прибыло 23,9 тысячи гостей из РФ, причем почти 60% посетили страну впервые.

Россияне, путешествующие в туристических целях, направляются главным образом в Рио-де-Жанейро и Фос-ду-Игуасу, а также в экономический центр Бразилии город Сан-Паулу и столицу Бразилиа. Что касается сегмента деловых поездок и мероприятий, больше всего россиян посещают Рио-де-Жанейро, Сан-Паулу, Манаус, Салвадор и Сантос.

Более половины прибывающих россиян останавливаются в отелях, меньшая часть — у друзей или родственников.

**Какие факторы способствуют популяризации направления в РФ, а какие тормозят этот процесс?**

Один из факторов, который напрямую обуславливает востребованность Бразилии, — это российский климат. Зимой многим россиянам хочется солнца и моря, чаще всего именно в этот период они посещают нашу страну. Кроме того, знаменитый бразильский карнавал привлекает множество туристов. Между нашими странами действует безвизовый режим, что также является положительным фактором.

Популяризацию направления затрудняет дальнейшее расстояние и отсутствие прямого авиасообщения между странами.

**Почему было принято решение открыть турафис в Москве?**

Выбор России обусловлен важностью этого рынка в мировом туризме. Российские туристы интересуются в том числе дальними экзотическими направлениями. Однако пока число гостей из РФ, посещающих Бразилию, ниже ожидаемого, поэтому мы прилагаем усилия, чтобы это изменить.

Среди функций нового турафиса — оказание специализированных услуг в области туристического маркетинга, исследование рынка, структурирование коммерческой

информации для продвижения и диверсификации бразильских туристических продуктов на российском рынке.

Представительство в Москве возглавила Юлиана Рыкова, которая до этого работала в посольстве Бразилии в России в отделе по содействию торговле и курировала сферу туризма.

**Какова ваша маркетинговая стратегия по продвижению Бразилии в России?**

Стратегия на российском рынке предусматривает использование различных инструментов продвижения. Это участие в выставках, проведение семинаров и вебинаров для туристических компаний, workshop, roadshow, размещение рекламы в интернет-ресурсах и печатных изданиях, организация ознакомительных туров.

Многие из этих мероприятий проводятся совместно с представителями турбизнеса. Запросы на них мы получаем в ходе B2B-встреч, которые помимо этого служат источником стратегической информации для разработки исследований рынка и планирования последующих мероприятий.

В наших целях — значительно увеличить турпоток из России в Бразилию, принимая во внимание большой потенциал этого рынка. **ТБ**



**ЮЛИАНА РЫКОВА**

Исполнительный директор туристического офиса Бразилии в России

Среди моих ключевых задач — налаживание эффективных связей и активное взаимодействие с российскими туроператорами, проведение обучающих мероприятий для розничных игроков рынка. Туристы и турагенты сегодня мало знают о Бразилии, о специфике и потенциале направления. Работы предстоит много. Мы хотим продвигать малоизвестные на российском рынке регионы Бразилии, в частности северо-восточные штаты Сеара, Пернамбуку, Риу-Гранди-ду-Норти, Баия, которые славятся своими пляжами. Планируем больше рассказать о возможностях экотуризма в стране, например, о таких уникальных местах, как город Бонито и природный заповедник Пантанал.

# Самое большое счастье — лететь налегке

Сегодня все воспринимают Вячеслава Зайцева как великого художника-модельера всемирного значения, и кажется, что так было всегда. Но первыми увидели в нем уникальный талант западные специалисты — почти за 30 лет до того, как его разглядели наши соотечественники. И хотя до конца 80-х годов советский дизайнер был лишен возможности выезда из страны, в Европе его называли «Красным Диором» и считали одним из ведущих мировых мастеров. Народный художник России, директор Московского Дома моды «Slava Zaitsev» Вячеслав Зайцев — о моде и путешествиях.

**В**ы всегда говорите, что ваш любимый город — Париж. На Елисейских полях в «Театре Марины» в рамках Недели Высокой моды вы когда-то показали свою коллекцию...

О да. Четко помню этот день — 20 января 1988 года. Это было невероятно. Я оказался в городе своей мечты, в городе, где все дышит красотой, в столице мировой моды! Показ моих моделей прошел на одном дыхании, а в заключение на сцену вышел магистр культуры от мэрии Парижа и вручил мне диплом и медаль почетного гражданина... Будь я слабаком, то, наверное, сошел бы с ума от радости. Но я просто был несказанно счастлив. Сегодня в Париже у меня своя студия, где я останавливаюсь, когда приезжаю в этот город. Она находится в пяти минутах ходьбы от Триумфальной арки. Я люблю бывать там, поскольку все, что окружает меня, создано по моим замыслам и соответствует моим представлениям о тихом комфорте и гармонии.

Еще одна моя большая любовь — Италия. С этой страной у меня связано много дорогих сердцу воспоминаний. В 1989 году во Флоренции у меня был показ на одной из старинных площадей в центре города. Ощущение такое, словно попал в другую эпоху. Публика, которая собралась на площади, и те, кто наблюдал за дефиле из окон своих домов, аплодировали каждому выходу. А мне казалось, что это сон... Показ проходил очень хорошо с одним минусом — мне не разрешили привезти своих манекенщиков. Модели из Америки и Германии более низкого роста, чем наши, и это немного портило впечатление. Правда, это было заметно только мне.

Нью-Йорк. Впервые я оказался в этом городе в 1987 году. Посетить США со своей коллекцией моделей одежды меня пригласила мадам Тамара Керим, удивительная, светлая духом, восторженная, одержимая желанием открыть меня, показать мое творческое лицо Америке. Это было настоящим потрясением: небоскребы, мосты, музеи, магазины на Пятой авеню! Впечатления накладывались одно на другое... В свободное время я встречался со звездами мировой моды, работающими в Нью-Йорке. Сегодня встреча с Оскаром де ла Рента — завтра я в апартаментах Билла Бласса,





блестящего художника-модельера, чьи модели всегда отличались великолепным кроем, безукоризненно отработанной формой и благородством цветовых решений. Он был классиком в модной индустрии США. Послезавтра я встречаюсь с одной из самых знаменитых манекенщиц в истории — Кармен. Эта женщина возраста элегантности поразила меня изяществом манер, непосредственностью и естественностью выражения эмоций во время беседы. А одна из самых неожиданных встреч произошла со мной в Нью-Йорке в 90-х годах, на Пятой авеню. Мы с фотографом Иваном вышли из галереи Сорокко, где проходила моя выставка. Вдруг я вижу — Джанни Версаче. Говорю своему спутнику: «Смотри, Версаче идет!» Тот стал крутить головой во все стороны: «Где?» И когда Версаче поравнялся с нами, я сказал ему: «Hello!» Он остановился, улыбнулся мне и ответил на приветствие. Он узнал меня и сообщил, что у него проходит выставка вечерних платьев в Нью-Йорке, пригласил нас. Я в свою очередь пригласил его на свою. Потом мы еще немного поговорили и распрощались.

#### У вас есть любимые места в Париже?

В силу своей профессии в каждый приезд я посещаю улицы моды, авеню Монтень, где расположены бутики практически всех самых крутых модельеров мира, дома Кристиан Диор, Коко Шанель, Эмануэль Унгаро, Жан-Луи Шеррер, Нина Риччи, Дольче и Габбана, Франко Ферре и других известнейших брендов. В Париже не возникает вопроса, куда пойти. Можно, например, от Елисейских полей и Триумфальной арки спуститься к Лувру, затем перейти Сену по мосту и посетить музей Д'Орсэ, посмотреть работы импрессионистов. Можно побывать в районе Сен-Жермен, где собирается творческая молодежь, где много интересных галерей, прекрасных бутиков, кафе. Можно прокатиться на экскурсионном автобусе или корабле — масса впечатлений и информации. Да все интересно! Если выдается возможность провести в Париже неделю, то стараюсь найти время для посещения выставок, сходить в кино. Заполнить свободное время в Париже не проблема. Там все к вашим услугам.

#### А какие гостиницы вы предпочитаете?

В Париже мне доводилось останавливаться в «Георге Пятом» и «Бристоле» — это блестящие пятизвездные отели с высококлассным неназойливым сервисом и комфортными номерами.

В Нью-Йорке мне запомнился роскошный «Уолдорф Астория». Спускаясь по белым мраморным лестницам на ужин, можно было видеть цокольный этаж, где стоял великолепный рояль, издававший божественные звуки. Атмосфера хорошего старого голливудского фильма, актерами которого были мы, постояльцы этого отеля.



#### На вопрос, где вы обычно питаетесь, вы всегда отвечаете, что дома. Не любите ходить по ресторанам?

Да нет, отчего же. Если времени мало, то я, как правило, иду в бистро с французской кухней, иногда с японской. Порой позволяю себе посетить итальянские ресторанчики. В Париже обычно заказываю луковый суп или суп-пюре из шампиньонов, блюда из рыбы и все варианты сладкого — булочки, круассаны, мороженое. На Риволи есть чудесное кафе «Анджелина», где, кроме прочего, подают чрезвычайно вкусный горячий шоколад и каштановые пирожные. Но все же мне приятнее бывать в гостях у друзей и есть домашнюю стряпню.

#### Что вы обычно возите с собой?

Багаж у меня всегда очень простой — в Париж везу только подарки друзьям, так как вся одежда для любого сезона у меня находится в парижской квартире. Да и вообще в этот город не нужно брать много, коль скоро все необходимое можно купить там. Самое большое счастье — лететь налегке. И в предвкушении встреч!

Но главное, что я привожу из своих поездок, — это приятные воспоминания. Первые ощущения от встречи с заграничней, радость знакомства с людьми, о которых я знал только из прессы, шокирующие впечатления от архитектуры, музеев, бутиков и прочего, приводящие меня даже сейчас в состояние легкой эйфории. **PS**

Беседовала Татьяна Белоножкина



# ПРИНЦЕССА ЦИРКА

МЮЗИКЛ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

МУЗЫКА ИМРЕ КАЛЬМАН

ЛИБРЕТТО СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),  
МАРИНА ШВЫДКАЯ, АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

СТИХИ И ДИАЛОГИ АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

РЕЖИССЕРЫ-ПОСТАНОВЩИКИ  
СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),  
МАРИНА ШВЫДКАЯ

с 12 ДЕКАБРЯ по 8 ЯНВАРЯ

ПРИ УЧАСТИИ

THE **7 Fingers**  
(КАНАДА)



МОСКВА, ПУШКИНСКАЯ ПЛОЩАДЬ, 2  
+7(495) 797 63 00 WWW.МЮЗИКЛ.РФ

МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА  
АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ  
С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ,  
КОТОРЫМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ **ОСОБЫЕ  
УСЛОВИЯ** ПОКУПКИ БИЛЕТОВ:

- специальные цены и скидки;
- приоритетное бронирование мест;
- 2 дополнительных билета для организаторов групп от 20 человек;
- возможность проведения экскурсий за кулисы театра;
- бесплатные рекламные материалы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТЕАТРА  
МЮЗИКЛА ПОЗВОЛЯЮТ ПРОВЕСТИ  
**КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ  
ЛЮБОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ  
или ЦЕЛЕВОЙ СПЕКТАКЛЬ ДЛЯ  
ВАШЕЙ КОМПАНИИ.**

В вашем распоряжении:

- зрительный зал на 1750 мест;
- исторический центр;
- большое уличное пространство;
- современное техническое оснащение;
- максимальная транспортная доступность (метро «Чеховская», «Пушкинская», «Тверская»);
- огромная парадная лестница;
- организация фуршета и кейтеринг;
- оформление фойе в корпоративном стиле;

Подробности по телефону:

8 495 797 63 00, доб. 1012

Любовь Фомина

# antormice 2018

## MICE

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

# 25

января  
четверг  
2018

Гостиница  
The  
Ritz-Carlton  
Moscow

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для мероприятий



Destination  
Management  
Company  
(DMC)

Конгрессы

Семинары

Meeting Industry

Поощрительный туризм

Team building

Corporate Buyers



Конференц-пакеты



Корпоративный туризм

### 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.

### На посещение мероприятия приглашаются:

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

#### Организаторы:

тел.: +7 499 5005628  
sales@antormice.com  
www.antormice.com