

№4 Апрель 2014

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia

Внутренний
туризм



12+

on-line
WWW.BREEZE.RU
бронируйте круизы в интернете

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2014

18 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование
до 1 июня 2014 года

Церемония награждения
1 октября 2014 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

тел. (495) 723-72-72, award@tourbus.ru



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОРГАНИЗАТОР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР:



Яркие Моменты

Перекресток Европы и Азии,
Макао — ближе, чем Вы думали!



MACAU GOVERNMENT TOURIST OFFICE
УПРАВЛЕНИЕ ПО ТУРИЗМУ
ПРАВИТЕЛЬСТВА МАКАО
www.macao-tourism.ru

ОТКРОЙТЕ
ДЛЯ СЕБЯ

MACAU

ТЕПЕРЬ — без виз для россиян

Главный редактор Елена Борисова
e.borisova@tourbus.ru

Заместитель
главного редактора Ян Хвилер

Заместитель
главного редактора, главный художник Алексей Пелевин

Корреспонденты: Анна Юрева,
Евгений Голомолзин,
Владимир Сергачев,
Геннадий Габриэлян,
Константин Исааков,
Георгий Осипов

Дизайнер Надежда Калистратова

Корректор Марина Мартынова

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев

Софья Константинова

Александра Полянская

Тематические выпуски Destinations

Александр Попов

Светлана Коновалова

Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»

Лариса Мартынова

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Почтовый адрес: 107051, 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 ПИ №ФС77-18985

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

При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: 000 «Турбизнес»
Издатель: 000 ИД «Турбизнес»

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор
ИД «Турбизнес»

Иван Калашников
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор

Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители
генерального директора

Елена Борисова

Александр Попов

Директор по рекламе

Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы

Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации
и распространения

Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop

Руководитель

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

Отдел event

Руководитель

Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

BUSINESS TRAVEL
RUSSIA

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Пять звезд

© 000 ИД «Турбизнес»

Остров везения Крым в ожидании жаркого летнего сезона. Крымские и российские туроператоры присоединяют новые объемы.



В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

- 4 Стартовали в пятый раз
- 9 Спасти нерядовой сезон
- 12 Соседи приглашают в гости

8 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 16 Как заработать на хлеб с маслом

ТЕМА НОМЕРА

- 19 Интрига года
- 21 Позитивный сигнал
- 23 В южном небе
- 24 С «Чапаевым» по Вятке

РЕГИОНЫ РОССИИ

- 28 Большая жизнь малых городов
- 31 Татарстан: драйверы туризма

ТРАНСПОРТ

- 32 Гавань для дискаунтеров
- 33 «Королевский» полет

34 ТУРОПЕРАТОРЫ


ГОСТИНИЦЫ

- 38 Конференции как искусство
- 39 Все дальше от звезд

РЫНКИ

- 42 Венский вальс для турагентов
- 44 Мальта – еще гостеприимнее
- 46 Малага: импульс к оптимизму
- 47 В ритмах вердиалес
- 49 Семейные ценности Каталонии
- 50 Хорватия наверстывает упущенное
- 52 Тунис – стратегия развития
- 53 Марокко в игре
- 54 Египет преодолевает кризис
- 55 Эфиопия: туризм пока на старте
- 56 Новое японское чудо
- 60 Турпоток в Корею будет расти

64 VIP-КЛИЕНТ



ИДЕАЛЬНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ ВАШИХ
САМЫХ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ КЛИЕНТОВ

- Поощрительные поездки, крупные конгрессы, эксклюзивные мероприятия
- RedGlove Meetings предлагает высококвалифицированный персонал, креативные решения, передовые технологии и изысканную обстановку
- Великолепные городские или курортные отели с превосходным привилегированным месторасположением, обладающие пространством для проведения крупных, а также эксклюзивных частных мероприятий
- Утончённая гастрономия, уникальная авторская кухня и кулинарное разнообразие для ваших мероприятий



GRAN MELIÁ
HOTELS & RESORTS

Timeless luxury with an avant-garde flair

Зайдите на сайт melia.com/meetings и найдите вкладку Opportunity Dates, чтобы ознакомиться с лучшими предложениями по всем нашим направлениям. Чтобы получить более подробную информацию и забронировать, позвоните по телефону **007 499 7056200**

КИТАЙ • ИНДОНЕЗИЯ • ИТАЛИЯ • ПУЭРТО-РИКО • ИСПАНИЯ • ВЕНЕСУЭЛА

granmelia.com

ТУРИЗМ В 2014 ГОДУ



Источник: World Travel Monitor – IPK International



ВОПРОС МЕСЯЦА

КАК СЛОЖИТСЯ
НАСТУПАЮЩИЙ ЛЕТНИЙ
СЕЗОН В КРЫМУ?

32%

Все будет в порядке, туристы поедут в Крым, как обычно

11%

Туристы поедут в Крым, если государство оплатит путевки

43%

Отдыхающие в Крыму будут, но в меньшем количестве, чем раньше

14%

Туристы в Крым не поедут, сезон провалится

Источник: опрос на сайте www.tourbus.ru

Стартовали в пятый раз

Началось выдвижение номинантов Russian Business Travel & MICE Award-2014

**RUSSIAN
BUSINESS TRAVEL &
MICE
AWARD**

Подать заявку на соискание премии в одной из номинаций можно на сайте проекта www.mice-award.ru до 1 июня. Открытое голосование пройдет в интернете с 1 июня по 15 сентября. Профессиональная награда Russian Business Travel & MICE Award в области бизнес-туризма и MICE учреждена Торгово-промышленной палатой РФ, журналом Business Travel и интернет-порталом Conference.ru.

Проект охватывает всех участников рынка делового туризма — в его рамках выбираются лучшие компании в 18 основных номинациях, в том числе конгрессные гостиницы и центры, организаторы конференций и инсентив-программ в России и за рубежом, агентства по обслуживанию корпоративных клиентов, авиакомпании для бизнес-путешественников, интернет-системы бронирования.

В 2014 году премия будет вручена уже в пятый раз. Церемония награждения лауреатов и победителей пройдет в Москве 1 октября.



Наше трудное счастье

Еврокомиссия планирует упростить получение виз в 22 страны шенгенской зоны — послабления связаны с желанием ЕС развивать туризм и экономику

Согласно запланированным изменениям, обладатель визы сможет находиться в зоне ее действия более 90 дней. При этом конкретные сроки пребывания не называются. Кроме того, граждане не входящих в ЕС стран, которые планируют посетить проживающих в Евросоюзе родственников, для получения визы должны будут предоставить гораздо меньше документов, чем раньше. Не исключено также, что заявление на получение визы можно будет подавать в интернете или при пересечении границы. До сих пор визовые запросы делались лишь в консульствах или посольствах стран Шенгенского соглашения. В обосновании инициативы Еврокомиссии также говорится, что облегченные правила получения виз послужат упрочению контактов между народами и культурами, улучшат взаимопонимание в межкультурном диалоге.

Как подчеркивают в Ассоциации европейских туроператоров, эти меры особенно важны для подъема экономики Европы за счет стимулиро-

вания туристического сектора. С 2009 по 2012 год количество туристов, посетивших шенгенские государства, выросло почти на 50%, а с начала 2012 года и до апреля 2014 этот рост не превысил 4,5%. Гости из Индии, России, Китая могли бы ездить в Европу гораздо активнее, если бы не визы. Нововведения в визовом кодексе Шенгена не решат всех проблем, но значительно облегчат ситуацию и будут способствовать повышению конкурентоспособности Европы на международном туристическом рынке.



Лучшие гавани мира

Аэропорт Сингапура вновь занял первое место в мире в ежегодном рейтинге британской компании Skytrax

Опрос пассажиров, в котором приняли участие более 12 млн человек, проводился в 410 аэропортах по всему миру. Второе место в рейтинге занял сеульский Инчхон, третье — аэропорт Мюнхена. Далее в рейтинге расположились воздушные ворота Гонконга, Амстердама, Токио, Пекина, Цюриха, Ванкувера и Лондона. Московский аэропорт Домодедово в мировом рейтинге занял 55-е место (в прошлом году он был 49-м), но первенствовал в номинации «Лучший аэропорт России и СНГ». В прошлые годы Домодедово признавался «Лучшим аэропортом

Восточной Европы», но с этого года в Skytrax решили выделить Россию и СНГ в отдельную номинацию.

Второе место в номинации «Лучший аэропорт России и СНГ» занял Шереметьево (88-е место в мировом рейтинге), третье — аэропорт Казани. Далее расположились Внуково, аэропорты Астаны, Алматы, Минска, Баку, Ташкента и Кишинева. В категории «Лучший аэропорт Восточной Европы» победу праздновал аэропорт Будапешта, второе место у киевского Борисполя, третье — у аэропорта Таллина.

Антикризисный управленец

У Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга вновь сменился руководитель. Им стала Инна Шалыто, ранее занимавшая должность заместителя председателя Комитета по промышленной политике и инновациям.

Инна Шалыто — уже третий по счету председатель профильного туристического ведомства Петербурга за год его существования. В феврале 2013 года новый для города комитет возглавил Александр Шапкин, в ноябре его сменил Дмитрий Сачков. По официальным данным, в прошлом году турпоток в Петербург вырос всего на 3%, что явно недостаточно для выполнения задач очередной пятилетки туризма, предусматривающих увеличение въездного турпотока до 8 млн человек к 2016 году.

Инна Шалыто родилась в Ленинграде и окончила Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. М. А. Бонч-Бруевича (СПбГУТ) в 2005 году. Занимала руководящие должности в компании Yota и ОАО «МТС», возглавляла компанию «Стрим», входящую в группу АФК «Система», а с 14 мая 2013 года трудилась в должности заместителя председателя Комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга, курируя управление инновационной деятельности.



СТРАНЫ, ЖИТЕЛИ КОТОРЫХ НАИБОЛЕЕ АКТИВНО ИНТЕРЕСУЮТСЯ ПУТЕШЕСТВИЯМИ ПО РОССИИ

- 1 Россия
- 2 США
- 3 Великобритания
- 4 Германия
- 5 Италия

Подробнее — в рубрике «Тема номера», стр. 21



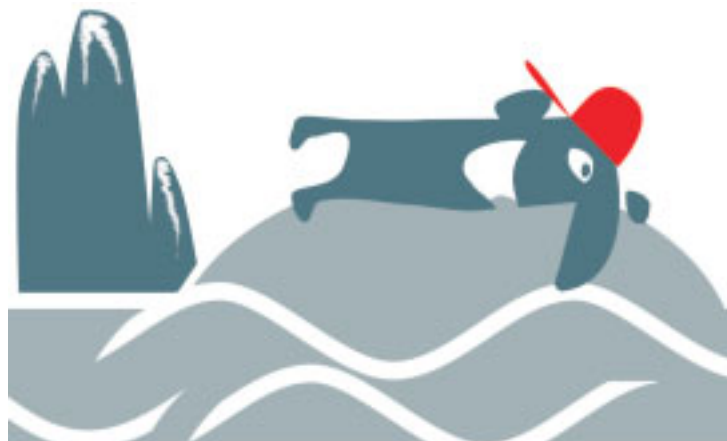
>>> Москва возглавила рейтинг самых дешевых европейских направлений, который был составлен американским порталом Priceoftravel.com на основе анализа цен на авиабилеты из шести крупнейших городов США и Канады. Усредненный индекс российской столицы составил \$920, и по этому показателю она заметно обошла ближайших конкурентов — Дублин и Осло, у которых индекс составляет \$952 и \$972 соответственно.



ОТДЫХ В УЕДИНЕНИИ

- 1 Таиланд
- 2 Камбоджа
- 3 Малайзия
- 4 ЮАР
- 5 Чили

Источник: tourism-review.com





»»» Авиакомпания flydubai предложит очень выгодные тарифы на комбинированные рейсы из Москвы, включая такие популярные курортные направления, как Шри-Ланка и Мальдивы.

flydubai прилетит в Москву

С сентября 2014 года перевозчик начнет выполнять прямые перелеты на линии Москва – Дубай

Авиакомпания flydubai в октябре 2010 года открыла прямые рейсы из Дубая в Самару и Екатеринбург, в 2011 году начала выполнять полеты в Казань и Уфу. Год назад перевозчик усилил свое присутствие на российском рынке, запустив четыре новых маршрута: в Волгоград, Краснодар, Минеральные Воды и Ростов-на-Дону. Москва станет девятым направлением полетов flydubai в России. По словам старшего вице-президента flydubai по коммерческим операциям в ОАЭ, на Ближнем Востоке, в Европе и странах СНГ Джейхуна Эфенди, московский аэропорт, в который будут выполняться рейсы, еще не выбран. Возможно, им станет Внуково. Сегодня flydubai выполняет полеты по 66 направлениям из международного авиаузла в Дубае. В 2013 году компания перевезла 6,8 млн человек.



Новые и особые

Минэкономразвития одобрил создание в России трех новых туристических особых экономических зон

Самая крупная по объему предполагаемых инвестиций заявка подана от ООО «Ведучи» (Чеченская Республика). Проект предусматривает строительство многофункционального гостиничного комплекса на 520 номеров, апарт-отеля на 200 гостей, поселка шале, сервисных центров, ресторанов и кафе, рекреационной зоны, бассейна и спа-комплекса. Ежегодно курорт планирует привлекать более 290 тысяч туристов. Статус ОЭЗ также получат два проекта в Республике Бурятия. «Бухта Безымянная» займет территорию 80 га,

где расположатся 25 таунхаусов, 10 VIP-коттеджей, православный центр с музеем, часовней и гостевыми домами, автовокзал, информационный центр, лодочная станция. Планируется привлекать сюда около 30 тысяч туристов в год. «Байкальская гавань» на берегу одноименного озера занимает территорию в 3,3 тысячи га. Здесь уже введена в строй первая очередь инфраструктуры: объекты энергоснабжения, внутривозрадные сети водоснабжения, бытовая канализация, набережная.



»»» В течение двух лет новые туристические особые экономические зоны появятся в Чечне – «Ведучи» и Бурятии – «Байкальская гавань» и «Бухта Безымянная».



ПО АЗИИ НА ВЕЛОСИПЕДЕ

- 1 Пекин
- 2 Киото
- 3 Чеджу
- 4 Гаосюн
- 5 Сингапур

Источник: tourism-review.com



Московские развлечения

Проект строительства парка развлечений рассматривается властями Москвы

За последнее время анонсировано строительство нескольких крупных тематических и развлекательных парков в России. В прошлом году было объявлено об открытии первого в мире полностью крытого парка развлечений под управлением американской компании Universal Studios. Он войдет в состав МФК «Галактика Парк», который будет возведен на пересечении МКАД и Варшавского шоссе. В 2014 году в торговом центре Vegas Clocus City планируется открыть детский развлекательный центр под мексиканским брендом Kidzania. Российская группа «Эспро» готовится к открытию двух тематических парков в Москве и Петербурге. Первый парк разместится в башне Evolution Tower в районе «Москва-Сити», второй в торгово-развлекательном комплексе Piterland.



>>> В Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге планируется открыть первые в Европе тематические развлекательные парки под брендом американской студии Dream Works Animation.

Камчатка по-французски

Французские эксперты начинают работу по освоению Камчатки для развития горнолыжных курортов

Во время своего визита в апреле на полуостров специалисты из Франции осмотрят инфраструктуру действующих горнолыжных баз. «Мы много ждем от нашей поездки на Камчатку. Она позволит лучше понять проблематику туристического развития края и идентифицировать приоритетные зоны для их последующего благоустройства», — сообщил генеральный директор компании Cluster montagne Бенуа Робер.

В ходе визита в Россию французы проведут переговоры с представителями правительства Камчатки, админи-

страций Петропавловска-Камчатского и Елизовского района, так как именно на этих территориях сосредоточены все ключевые объекты горнолыжной инфраструктуры. Представители Cluster montagne проведут встречи с собственниками горнолыжных баз.

Соглашение о сотрудничестве в разработке концепции развития горнолыжного туризма на Камчатке, привлечении инвесторов и последующем сопровождении проектов строительства курортов было подписано между «Корпорацией развития Камчатки» и компанией Cluster montagne в октябре 2013 года.



>>> Наиболее перспективными территориями для создания зимних курортов на Камчатке являются сопка Петровская в Петропавловске-Камчатском, хребет Тополовый, гора Седло и Авачинский вулкан в Елизовском районе. Сейчас на полуострове работают шесть горнолыжных баз.

TOP
10

ЛУЧШИЕ ПЛЯЖИ ЕВРОПЫ ПО ВЕРСИИ TRIPADVISOR

- | | |
|---|---|
| 1 Rabbit Beach, Лампедуза, Италия | 6 Cala Mariolu, Баунии, Италия |
| 2 Playa de ses Illetes, Форментера, Балеарские острова, Испания | 7 Woolacombe Beach, Вулакомб, Великобритания |
| 3 Rhossili Bay, Сwonси, Уэльс, Великобритания | 8 Iztuzu Beach, Дальян, Турция |
| 4 Playa de las Catedrales, Рибадео, Испания | 9 Porthminster Beach, Сент-Айвс, Великобритания |
| 5 Пляж Элафониси, Элафониси, Греция | 10 Пляж La Concha, Сан-Себастьян, Испания |



Ежемесячный вестник Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России

В ФОКУСЕ

Первая весна

В середине марта в Автономной Республике Крым состоялся туристический форум «Крым. Первая весна». Российскую делегацию возглавила заместитель министра культуры Алла Манилова.

13 марта российская делегация ознакомилась с крупнейшими здравницами южного берега полуострова. В ходе встреч с руководителями санаториев и главными врачами проходил обмен мнениями по вопросам ценообразования и организации доставки туристов из России. По мнению экспертов Минкультуры России, Крым готов принимать гостей и гарантирует им не только комфортный и безопасный отдых, но и насыщенные оздоровительные и культурно-познавательные программы. Члены делегации убедились в

том, что на курортах абсолютно спокойно, а персонал крымских здравниц активно готовится к приезду гостей.

«У Крыма есть целый ряд конкурентных преимуществ — это здравница с лучшим климатом в черноморском бассейне, сохранившая инфраструктуру с советских времен, а главное — кадры, передающие ценнейший опыт из поколения в поколение. Огромное значение для туриста имеют доброжелательная среда и русский язык. Эти важные факторы создают безусловные конкурентные преимущества Крыму, которые должны сработать на результат», — заявила Алла Манилова.

14 марта заместитель министра культуры России совместно с руководством Крыма провела пленарное заседание форума, по итогам которого был принят целый ряд конкретных решений, закрепленных двусторон-

ними договорами. Алла Манилова и Сергей Аксенов подписали договор между Минкультуры России и Правительством Крыма. Было заключено соглашение между Российским союзом туристической и Министерством курортов и туризма Автономной Республики Крым, а также более 15 договоров, подписанных регионами и туристскими ассоциациями с крымскими партнерами.



ПАРТНЕРЫ

Точки взаимодействия

Министр культуры России Владимир Мединский провел встречу с генеральным секретарем Всемирной туристской организации ООН Талемом Рифаи, визит которого в Москву был приурочен к проведению выставки «Интурмаркет-2014».

«У международного сообщества есть понимание того, что Россия выходит в лидеры туристской отрасли: в 2013 году Россия заняла девятое место по количеству въезжающих и пятое место по количеству выезжающих из страны туристов — после Китая, Германии, США и Великобритании», — заявил Талеб Рифаи.

Владимир Мединский пригласил Талеба Рифаи принять участие в большой встрече министров туризма всех стран — членов Всемирной туристской организации в июне этого года в Сочи, а также в крупном форуме в Санкт-Петербурге, приуроченном к празднованию 250-летия Эрмитажа.



ХРОНИКА

Патриотические маршруты

12–13 марта Минкультуры России провело в Орле общероссийскую конференцию «К 70-летию Великой Победы: патриотические маршруты российского туризма».

В ней приняла участие заместитель министра культуры Алла Манилова, делегации всех субъектов Российской Федерации, а также Белоруссии, Болгарии, Словакии и других зарубежных стран, представители Российского союза туристической, российские и зарубежные эксперты в сфере культуры и туризма.

Цель конференции — развитие патриотического и познавательного туризма, наращивание межрегионального и международного туристского обмена, наработка практических решений по созданию и функционированию в России туристских маршрутов, посвященных Победе в Великой Отечественной войне.

КОНТАКТЫ:

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

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



Спасти нерядовой сезон

28 марта в Москве состоялась пресс-конференция министра по туризму Республики Крым **ЕЛЕНА ЮРЧЕНКО**, посвященная спасению туристического сезона на полуострове

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

«**Т**уризм — это бюджетообразующая отрасль для Крыма. Около двух третей населения республики зависят от результатов летнего туристического сезона. Из-за шквала ложной информации, публикуемой СМИ, и событий, развернувшихся на Украине, мы ощущаем, что все то, чего мы ждем и от чего зависим, находится под угрозой. Спрос на отдых в Крыму упал, нам не очень доверяют. Поэтому я хочу обратиться к россиянам: приезжайте, у нас не стреляют, у нас нет танков. Крым — это гостеприимные местные жители, это море и горы, это высококлассное лечение, памятники и объекты культурного наследия, заповедники и многое другое», — заявила Елена Юрченко на пресс-конференции в ИА «Национальная служба новостей».

Сейчас в Крыму работают 825 объектов коллективного размещения и 4,5 тысячи мини-отелей, около 140 тысяч жителей полуострова сдают свои дома в аренду туристам в летние месяцы. Большинство крымских баз уже заявили о том, что для привлечения туристов снизят цены примерно на 20–25%. Елена Юрченко отметила, что в последние годы в Крыму появились новые отели, отвечающие самым высоким требованиям, например, парк-отель «Порто Маре» и пансионат «Море» в Алуште, отель «Вилла Елена» в Ялте.

Около 50% туристов выбирают Крым из-за пляжного отдыха, еще 25% — едут на полуостров ради лечения. «Нигде вы не получите такого лечения, как в Крыму. Чистый воздух, море, зелень, помноженные на качественные услуги, — все это выделяет Крым на фоне других оздоровительных курортов», — подчеркнула Елена Юрченко. Она также отметила, что Крым обладает богатым потенциалом в сфере культурно-познавательного, активного, событийного и паломнического туризма. Кроме того, полуостров славится своими возможностями в плане детского отдыха. Именно здесь расположен международный детский центр «Артек» — самый знаменитый пионерский лагерь СССР.

По словам Александра Рябинина, представителя «Артека», в этом году сотрудники центра очень ждут детей из России. Кстати, некоторые российские регионы (в частности, Иркутская область и Ямал) уже подтвердили, что профинансируют отправку детей в «Артек».

Говоря об инвестициях в Крым, Елена Юрченко констатировала, что последние десять лет государство не финансировало индустрию туризма полуострова — были лишь частные инвестиции, связанные со строительством новых отелей на территории республики. По мнению министра, для того, чтобы Крым стал современным конкурентоспособным курортным центром, основные инвестиции должны быть направлены не на строительство новых баз размещения, а на развитие инфраструктуры (программы берегоукрепления, строительство очистных сооружений, дорог и мостов). Большое внимание требуется уделить развитию западного и восточного побережья Крыма.

Один из главных вопросов, нуждающихся в оперативном решении, — транспортный. Во многом от стоимости перевозки будет зависеть, поедут ли массово российские туристы на полуостров. По словам Елены Юрченко, вопрос с авиаперевозкой уже практически решен: это касается и увеличения количества рейсов из России в Крым, и их государственного субсидирования. «Концептуально вопрос о субсидировании авиалиний, дотациях, увеличении количества рейсов, особенно из северных регионов РФ, решен. Есть поручение вице-премьера Дмитрия Козака. Сейчас межведомственная рабочая группа решает эти вопросы», — сказала она.

«В 2013 году Крым посетило 6 млн туристов. 65% во въездном турпотоке составили украинцы, 25% — русские и 10% — иностранные туристы. Этим летом мы, скорее всего, не увидим туристов из Украины и из-за рубежа. Мне сложно спрогнозировать, сколько путешественников примет Крым за сезон. Могу лишь сказать, что мы очень рассчитываем на россиян», — заключила Елена Юрченко.



СПРАВКА «ТБ»

>>> Елена Анатольевна Юрченко родилась 10 февраля 1962 года в Мурманске. В 1984 году окончила исторический факультет Симферопольского государственного университета по специальности «Учитель. Преподаватель истории и обществоведения». С ноября 2010 по 19 декабря 2012 года занимала должность заместителя мэра Ялты. С 6 марта 2014 года занимает должность министра по туризму Республики Крым.



«Анекс Тур»

ЕЛЕНА ЗАХАРОВА, PR-менеджер департамента маркетинга

Бренд Anex известен профессионалам турбизнеса с 1998 года. Сегодня компания является одним из лидеров российского туристического рынка. В 2013 году количество туристов, отправленных на отдых за границу с «Анекс Тур», превысило 1,25 млн человек.

Приглашаем посетить рабочее место «Анекс Тур» на workshop «Турбизнес», где вы сможете познакомиться с предложениями и новинками, которые туроператор подготовил к грядущему летнему сезону. На стенде будут представлены такие направления, как Турция, Египет, Испания, Греция и Марокко.



«Натали Турс»

ВЕРОНИКА АЛЕКСЕЕВА, менеджер компании

Компания предоставляет комплексные туристические услуги по следующим направлениям: Испания, ОАЭ, Греция, Кипр, Италия, Австрия, Турция, Таиланд, Андорра, Куба, Доминиканская Республика, Мексика, Франция, Португалия, Мальдивы, Маврикий, Сейшелы. Кроме того, в ассортименте предложений туроператора – морские круизы, онлайн-сервис по бронированию авиабилетов, отелей, автомобилей и медицинских страховок.



«Евробизнестур»

ИРИНА ИГНАТЕНКО, руководитель отдела рекламы

«Евробизнестур» работает на рынке туристических услуг 17 лет. Мы предлагаем отдых во многих странах мира. Это Маврикий, Мальдивы, Сейшелы, ОАЭ, ЮАР и другие страны Африки, Америка и страны Карибского бассейна, страны Юго-Восточной Азии. Нас отличают профессионализм, оперативность в работе, индивидуальный подход к клиенту. Это позволяет качественно организовать индивидуальные, групповые и экскурсионные туры, бронирование отелей по всему миру, продажу авиабилетов, аренду машин, яхт, самолетов, вилл, замков, островов, сформировать событийный тур любой сложности (свадебные, спортивные туры, поездки на фестивали, карнавалы).



«Профкурорт»

ИРИНА БЕЛОВА, начальник отдела рекламы и PR

ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт» – специализированный туроператор по санаторно-курортному лечению и оздоровительному отдыху в санаториях и пансионатах Черноморского побережья России, Кавказских Минеральных Вод, средней полосы России, Подмосковья, побережья Крыма.

Наши основные преимущества – гарантированные места в санаториях профсоюзов России, круглосуточный доступ к информации о наличии свободных мест в здравницах в режиме реального времени, мгновенное подтверждение заказа, достойное агентское вознаграждение.



«Роза ветров Юг»

МАРИНА АМБАРЦУМЯН, директор компании
НАТАЛЬЯ ФРОЛИХИНА, заведующая отделом российского туризма
АННА УСТИНОВА, менеджер по маркетингу

«Роза ветров Юг» – многопрофильный туроператор по международному и внутреннему туризму, который имеет сеть турагентств в Южном федеральном округе под торговой маркой «Роза ветров». Фирма является уполномоченным агентством «Натали Турс» по работе с субагентами.

Компания предлагает конкурентные ценовые предложения, простую систему расчета повышенного комиссионного вознаграждения и бонусной программы, а также удобную систему онлайн-бронирования на сайте www.rozaug.ru.



Туристическая компания «РВС»

ЕЛЕНА ГУБИНА, менеджер компании
ЛАРИСА ШОРНИКОВА, менеджер компании

Мы организуем сборные туры для индивидуальных туристов, туры для организованных групп и групп школьников, оказываем любые туристические услуги в Санкт-Петербурге, Москве, странах Европы: бронирование отелей, транспорта, экскурсий, питания, проведение семинаров и конференций.

Новое направление – организация выездных обучающих программ-семинаров в Европу для студентов различных специальностей. Для партнеров действует бонусная программа.

Уважаемые коллеги!

Приглашаем к участию в эффективных региональных workshop «Турбизнес».

22 апреля 2014 (вторник)

Ташкент

Знакомимся с туристическим потенциалом Узбекистана

23 апреля 2014 (среда)

Баку

Профессиональный workshop в промышленном, социальном и культурном центре Азербайджана

24 апреля 2014 (четверг)

Тбилиси

Налаживаем партнерские отношения в крупнейшем городе и столице Грузии

Стоимость участия в workshop:

ТАШКЕНТ, БАКУ, ТБИЛИСИ - 19 тыс. руб. (за один город)

Цены указаны без учета НДС 18%

Дополнительно предлагаем:

- организацию мастер-классов (от 6 тыс. руб.),
- доставку материалов к рабочему месту,
- пакеты обслуживания (от 7 тыс. руб.),
- размещение рекламы в полноцветном каталоге workshop, тираж 3500 тыс. экз. (от 5 тыс. руб.),
- заочное участие в workshop (8,5 тыс. руб.),
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.

Workshop в России:

12 марта – Саратов, 13 марта – Тольятти, 14 марта – Ульяновск, 24 марта – Пятигорск, 25 марта – Ставрополь, 26 марта – Волгоград, 27 марта – Краснодар, 28 марта – Ростов-на-Дону, 31 марта – Ижевск, 1 апреля – Пермь, 2 апреля – Екатеринбург, 3 апреля – Тюмень, 4 апреля – Сургут, 7 апреля – Челябинск, 8 апреля – Уфа, 9 апреля – Самара, 10 апреля – Казань, 11 апреля – Н. Новгород, 15 апреля – Омск, 16 апреля – Новосибирск, 17 апреля – Красноярск, 25 апреля – Калининград



Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова:

k.sivova@tourbus.ru

Евгения Шуманская:

e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация:

(495) 723-72-72, www.tourbus.ru,

Wshotels@tourbus.ru



Соседи приглашают в гости

В середине марта в Екатеринбурге и Казани с успехом прошел профессиональный туристический workshop Finland, Sweden, Norway

В рабочих встречах приняли участие представители национальных туристических офисов Финляндии, Швеции и Норвегии, специалисты операторских компаний «Аэротрэвел групп», «Веди тур», «Вест Тревел», «Данко Трэвел Компани», «Джаз тур», «ДСБВ-турс-груп», Pac group, Tumlare Corporation, «Туртранс-Вояж». В каждом городе workshop посетили около ста человек. В рамках мероприятия прошли тематические презентации, посвященные новым туристическим программам по странам Северной Европы, состоялись лотереи, в которых разыгрывались турпакеты, проживание в отелях, билеты на паромы.

WORKSHOP «ТБ» – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Представитель Visit Finland (Finnish Tourist Board)
АРТО АСИКАЙНЕН

Первый совместный финско-шведско-норвежский workshop в Екатеринбурге и Казани прошел весьма успешно. Местные агентства с интересом узнавали, что нового предлагают наши страны в летнем сезоне 2014 года, активно обсуждали вопросы сотрудничества с ведущими московскими и петербургскими туроператорами.

Visit Finland не в первый раз проводит подобные мероприятия в этих городах, поэтому мы чувствовали, что Финляндию многие здесь уже хорошо знают. Правда, зимние туры пока еще более популярны, чем летние программы. Именно поэтому полезно было провести совместный workshop с нашими соседями, ведь многие туристы в летние месяцы хотят в рамках одной поездки посетить все три страны. Семинары и workshop — эффективный инструмент маркетинговой деятельности. Мы высоко ценим наше сотрудничество с журналом «Турбизнес» в сфере организации этих профессиональных встреч в российских регионах.

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

ПРОЕКТ Destinations

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту.

За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 170 печатных изданий, около 120 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF-версиями можно познакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

Проект представлен и в социальных сетях, на наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта.

Мы готовы к сотрудничеству.



«Кёльн. Город в центре Европы»
Партнер: Туристическая организация Кёльна Köln Tourismus GmbH
Объем: 24 страницы



«Татарстан, Казань и многое другое»
Партнер: Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан
Объем: 16 страниц



«Штутгарт и окрестности»
Партнер: Туристическая организация Stuttgart-Marketing GmbH
Объем: 24 страницы



«Ваш гид по Сингапуру»
Партнер: Совет по туризму Сингапура в России и странах Восточной Европы
Объем: 72 страницы

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

Выезд российских туристов за рубеж в 2013 году (тысяч человек)



ВЫЕЗД ИЗ РФ С ЦЕЛЬЮ ТУРИЗМА В 2013 ГОДУ

1	Турция	3,079*
2	Египет	1,909
3	Греция	1,176
4	Китай	1,068
5	Таиланд	1,035
6	Испания	1,013
7	Финляндия	0,905
8	Германия	0,831
9	Италия	0,726
10	ОАЭ	0,653

ДИНАМИКА ВЫЕЗДНОГО ТУРПОТОКА В 2013 ГОДУ

1	Турция	+22,35%
2	Египет	+0,14%
3	Греция	+70,28%
4	Китай	-19,66%
5	Таиланд	+16,93%
6	Испания	+27,87%
7	Финляндия	+76,52%
8	Германия	+16,52%
9	Италия	+27,17%
10	ОАЭ	+18,93%

* – млн человек



Въезд иностранных туристов в Россию в 2013 году (тысяч человек)



ВЪЕЗД В РФ С ЦЕЛЬЮ ТУРИЗМА В 2013 ГОДУ

1	Германия	380*
2	Китай	372
3	США	197
4	Великобритания	158
5	Турция	123
6	Италия	118
7	Франция	97
8	Финляндия	94
9	Израиль	93
10	Испания	70

ДИНАМИКА ВЪЕЗДНОГО ТУРПОТОКА В 2013 ГОДУ

1	Германия	+1,32%
2	Китай	+8,43%
3	США	+9,77%
4	Великобритания	+16,07%
5	Турция	+21,61%
6	Италия	-0,68%
7	Франция	-2,65%
8	Финляндия	-22,06%
9	Израиль	+7,59%
10	Испания	-0,14%

* – тысяч человек



Как заработать на хлеб с маслом

Меняется ли что-то в непростом сегменте внутреннего туризма? С какими проблемами приходится сталкиваться туроператорам сегодня? Легок ли хлеб организатора туров по городам и весям отечества и «с маслом» ли он? Об этом рассуждает опытный эксперт, руководитель группы внутреннего туризма туроператорской компании «Ванд» **ИРИНА АСТАХОВА**.

БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

В прошлом году компания «Ванд» отпраздновала 20-летний юбилей. Работа на рынке внутреннего туризма началась во второй половине 1990-х годов. Это было время деятельности легендарного специалиста — Ирины Андреевны Солянкиной. Благодаря ее таланту, трудам и энтузиазму тяжелый маховик внутреннего туризма пришел в движение. В стране стал расти спрос на познавательные поездки. И по сей день брендовый турпродукт «Ванда» — экскурсионные туры для взрослых путешественников. Я работаю в туризме с 2007 года. Время летит быстро, за прошедшие шесть-семь лет многое сильно изменилось, по крайней мере, внешне. До 2005–2006 гг. города и веся России имели совершенно неухоженный удручающий вид, взгляд поражало обилие полуразрушенных, неопрятных домов, разбитые дороги. Сейчас ситуация в корне изменилась. Города заметно похорошили. А туристу чаще всего этого достаточно, большинство тяжелых внутренних проблем скрыто за подновленным фасадом.

МУЗЕЙНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

Мое любимое направление — экскурсионные туры по Золотому кольцу и древнерусским городам, потому что это направление ориентировано на непрерывное развитие — появляются новые интересные музеи, разнообразные интерактивные программы, мероприятия. Не говоря уже о развитии инфраструктуры. Говоря конкретно, очень люблю Музей городского быта в Угличе, Музей ростовского купечества. Очень нравился Музей банковского дела в Тутаеве, он подкупал необыкновенной достоверностью. Музей представлял собой двухэтажный дом с квартирой хозяина-банкира и через коридор напротив — контора со всеми мыслимыми деловыми атрибутами, а также все необходимые служебные помещения городского хозяйства XIX века — погреб, кладовые



и так далее. К сожалению, музей закрылся и, по-видимому, навсегда. Очень нравится Музей физиолога Павлова в Рязани — городская усадьба, превосходная по состоянию и насыщенности элементами своей эпохи. А также по содержанию интерактивных программ. Очень динамично развивается село Вятское. В нем не стали ограничиваться единственным музеем, а разнесли коллекционные богатства по отдельным зданиям тематически, получилось девять самостоятельных оригинальных музеев. Плюс выставочный и театральный залы, две гостиницы, парк детских аттракционов — тоже исторических. Интересный, удивительный по творческому замыслу комплекс. Чтобы познакомиться со всем, необходима экскурсия продолжительностью не менее четырех часов. И при этом никто из экскурсантов не утомляется. Но нужно добавлять и некую развлекательную составляющую на вечернее время. Сегодня турпакеты по Золотому кольцу в целом имеют хороший уровень. С учетом того, что Москва — работающий город, обычная продолжительность тура — 2–3 дня на выходные и праздники.

РАЗМЕЩЕНИЕ

Отели в городах того же Золотого кольца вполне соответствуют европейским стандартам 3*: все индивидуальные удобства, часто — любимый нашими туристами шведский стол на завтрак. В номерах хорошие кровати с качественным бельем, телевизоры. Я убеждена, что эти отели гораздо выше по уровню аналогичных объектов размещения, скажем, Италии. В Римини отели 2–3* производят весьма удручающее впечатление, а у нас, как правило, туристы бывают приятно удивлены. Этот перелом наступил сравнительно недавно, примерно с 2010 года. Сначала появляется лидер, как, например, сеть отелей «Азимут». Затем и другие

стараясь подтянуться. Востребованы гостиницы, предоставляющие минимум услуг, но хорошего качественного уровня. Конечно, остаются места, где воз и ныне там, к примеру, в том же Тутаеве туристов размещать негде, а Муром явно испытывает недостаток в отелях. Очень жаль, что столь культурно богатый, исторически значимый город не может предложить элементарно необходимое для того, чтобы турист почерпнул о нем впечатления в полной мере. Ведь для знакомства одного дня недостаточно. Аналогичная ситуация в соседнем Касимове. То, что подходит нам по уровню цен — «Дирижанс» — находится не в лучшей части города, а прямо на автовокзале, и отдохнуть в нем невозможно. Причем лучшие номера расположены прямо над входом, где всегда шум. Памятники в городе уникальны, но имеют статус федерального значения, и местные власти не имеют права их касаться. В результате все ветшает и приходит в упадок — и торговые ряды, и особняки, и старинные церкви. Но есть и светлые пятна — частный Музей самоваров, редкая и развивающаяся коллекция. Хотя из любого положения можно найти выход. Мы сделали трехдневный тур «Перекресток времени и веры — городок Мещерский над Окой» по Касимову, Мурому, двум Гусям — Хрустальному и Железному и Спас-Клепикам. А проживание — в сельском санатории «Приока».

ТРАНСПОРТ

Казалось бы, уж тут прогресс должен быть налицо. Но не все так просто. Основным видом транспорта в радиусе 300–400 км при поездках на 2–3 дня остается экскурсионный автобус. Причем желательна большой, как корабль, с кондиционерами, в нем туристы не испытывают стресса. Да и водители, возможно, осознали свою профессиональную гордость, стало меньше хамства с их стороны, все чаще появляются белые рубашки и галстуки. Особенно у владимирских водителей.

Загруженность дорог за последние годы резко возросла — это не секрет. Кроме большого числа машин, обычно в теплое время года на всех направлениях начинаются ремонтно-восстановительные работы, сужения. Порой дорога до Рязани, Владимира занимает 7–9 часов, особенно в праздничные даты. Выдерживать запланированный временной график программы бывает невозможно. Следствие — урезание и сокращение экскурсионной части туров. Раньше в 450–500-километровом радиусе — Валдай, Нижний Новгород, за три дня все успевали. Сегодня от таких дальних выездов просто пришлось отказаться. Вторая проблема — дорожная инфраструктура. Хотя это и не столь критично, но требованиям нынешнего дня она не соответствует. Большая беда с туалетами. Кстати, эта же проблема есть и в самой Москве, несмотря на затраченные средства и построенные объекты. Часто они просто не работают. А стоимость услуги доходит до 60 рублей.

В Москве почему-то экскурсионные автобусы не считаются общественным транспортом, выделенные полосы для них закрыты. Парковка — отдельная проблема, тут и частое отсутствие карт оплаты в магазинах «Связной», и сложность оплаты с телефона, и невозможность остановки у экскурсионных объектов из-за многочисленных запрещающих дорожных знаков или вновь открывающихся пешеходных зон. Выход — проведение пешеходных экскурсий или использование микроавтобусов в тематических четырехчасовых экскурсиях, что экономически невыгодно.

Иногда получается успешно использовать альтернативный транспорт. Например, туры в Тамбов с приездом на поезде. В этом случае мы сразу с поезда расселяем людей в гостинице и даем им прийти в себя с дороги, позавтракать. Это повышает настроение. И несмотря на несколько большую стоимость, такие туры пользуются спросом.

ЭКСКУРСОВОДЫ

Я сторонник местных экскурсоводов, но многие из них ориентированы на иностранные группы, особенно во Владимиро-Суздальском заповеднике, а русскому туристу нужна значительная глубина. Быть экскурсоводом — особое призвание. Тут нужны и обширные знания, и отличная память, и общий культурный уровень, а это всегда в дефиците. Словом, недостаток хороших экскурсоводов, в том числе в Москве, — проблема перманентная.

КЛИЕНТЫ

Раньше все ехали «отдыхать». Сейчас все больше — узнавать новое, слушать и смотреть. Заинтересованность туристов явно растет, особенно в сборных (не корпоративных) турах. Это более развитые, информированные люди. Многим нравятся событийные туры — на Масленицу, Ивана Купалу, а вот День суздальского огурца немного потускнел и в последнее время не пользуется популярностью. На мой взгляд, надо менять формат праздника.

Я всегда стараюсь включать в программу тура элементы интерактивности, мастер-классы. Наш турист всегда с удовольствием их воспринимает, ему приятно сделать что-то своими руками, пусть не очень сложное, чему-нибудь научиться. Переключиться от умозрительного постижения к тактильному.

Средний возраст туриста — от 40 лет и выше. А в Москве нашими тематическими экскурсиями заинтересовалась молодежь. Столица — роскошный город для показа, но прием туристов здесь дорогой. Наши однодневные тематические экскурсии по Москве — продукт чисто имиджевый, при этом он высокого качества и пользуется спросом у молодежи. Кстати, новая московская проблема — очень подорожали музеи.

В целом заниматься внутренним туризмом можно и, главное, нужно. Но ожидать сверхприбыли от этого туристического сегмента не стоит. Скорее он играет имиджевую роль в компании. Сегодня турист очень хорошо считает, и мы не можем выставить неоправданно дорогой продукт. Если совсем откровенно, наш отдел, в котором работают 4 человека, дотационный. Замечу, что каждый из нас — и тещ, и жнец и на дуде игрец. Приходится заниматься всем, в том числе общаться с клиентами напрямую, особенно на однодневных экскурсиях. Хотя, конечно, есть и турагентская база, особенно по Золотому кольцу. Я очень благодарна руководству компании «Ванд» за поддержку нашего отдела. Нам позволяют создавать новое, работать творчески.



«Нельзя сказать, что число путешествующих по России растет неуклонно, скорее — волнообразно. Это связано и с кризисами, и с колебанием рубля, и с демографическими ямами. Например, сейчас у нас некоторое затишье, люди находят, на мой взгляд, в ожидании >>>

ИРИНА АСТАХОВА



Интрига года

«Внутренний туризм ожидают серьезные перемены – бизнес поверил в то, что финансировать отрасль выгодно, – заявил, подводя итоги 2013 года, руководитель Федерального агентства по туризму Александр Радьков. – Теперь основная задача – сохранить и укрепить сотрудничество государства и бизнеса».

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

По официальным данным, в последнее время рынок внутреннего туризма ежегодно увеличивается на 5–9%. В 2011 году Росстат зафиксировал турпоток в 33,3 млн человек (+9% к уровню 2010 года), в 2012 году эта цифра выросла на 5%, а в 2013 году, по оценке Александра Радькова, она подросла еще на 6–8%, то есть до 37–38 млн человек. Общую статистику подтверждают и региональные цифры. Например, по данным Агентства по туризму Иркутской области, внутренний турпоток в регионе в 2013 году увеличился до 991 тысячи человек — это на 10% больше по сравнению с 2012 годом и на 41% выше, чем в 2011 году.

ЗАПРОГРАММИРОВАЛИ

По данным Ростуризма, в 2013 году в рамках профильной федеральной целевой программы на строительство 46 объектов сферы туризма в 22 кластерах на территории 17 субъектов РФ было выделено 2,487 млрд рублей. В 2014 году инвестирование со стороны государства возрастет как минимум на 60% и превысит сумму в 4 млрд рублей.

Как подчеркивает Александр Радьков, одним из основных достижений прошлого года в этой сфере можно считать привлечение к инвестированию инфраструктуры внутреннего туризма частного бизнеса — в 2013 году объем внебюджетных инвестиций составил 8,252 млрд рублей, что в 3,5 раза превышает вложения со стороны государства.

Планы у властей грандиозные: помимо профильной ФЦП, направленной на развитие внутреннего и въездного туризма, в России существует и государственная программа «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы». Согласно последнему документу, количество «качественных» (т.е. международного уровня) гостиниц в стране должно возрасти с 685 в 2013 году до 4 тысяч к 2020 году. Только из федерального бюджета на развитие инфраструктуры туризма в России выделят 786 млн рублей.

Наряду с реализацией ФЦП и другими мерами популяризации отдыха на родине это должно привести

к переориентации россиян с зарубежных курортов на российские. Даже если сохранятся нынешние темпы роста (а планируется, что они станут еще выше), то к 2020 году внутренний турпоток вполне может достичь отметки в 60 млн человек.

ОТДЫХАЕМ ДОМА

По количеству принимаемых гостей в России лидируют Краснодарский край, Москва, Петербург и города Золотого кольца: их суммарная доля в общем «котле» внутреннего туризма доходит до 60%.

Краснодарскому краю, в частности, нет равных в стране по объемам пляжного и лечебно-оздоровительного туризма: в 2013 году турпоток в регион составил около 11 млн человек. Что неудивительно, учитывая объемы инвестиций: по данным Краснодарстата, только в первой половине прошлого года в основной капитал предприятий санаторно-курортной и туристской сферы региона вложено свыше 13,25 млрд рублей — в три раза больше, чем за аналогичный период 2012 года.

Причем объекты размещения принципиально нового уровня появляются не только в Сочи. В Анапе, например, в середине 2013 года открылся отель «Довиль» (5*), работающий по системе «все включено». У его хозяев есть полная уверенность в том, что объект будет пользоваться популярностью. «Такая система обслуживания уже опробована в отеле «Ривьера» (4*), открытом в Анапе 10 лет назад, — рассказывает заместитель генерального директора по договорной работе компании «Алеан» Дмитрий Попов. — И ныне 70% его гостей — постоянные клиенты».

С учетом того, что общий номерной фонд объектов размещения Краснодарского края уже удвоился, а к 2018 году количество отелей международных брендов здесь возрастет до 220 (номерной фонд достигнет 47,5 тысячи комнат), в регионе рассчитывают на серьезный рост турпотока. И «карта» международных событий ложится в его пользу: с учетом того, что Крым фактически стал частью России, общий внутренний турпоток на юг в этом году возрастет не менее чем на 5 млн россиян (столько их побывало в Крыму в 2013 году).



>>> В туристский комплекс России входят 477 исторических городов, более 144 тысяч памятников истории и культуры, 108 музеев-заповедников и 142 национальных парка. На территории РФ действует 101 государственный природный заповедник и 69 заказников федерального значения, функционируют более 150 горнолыжных комплексов, а количество гостиниц превышает 12 тысяч.



»» По данным Ростуризма, в 2013 году объем внебюджетных инвестиций в отрасли составил

8,252

млрд рублей, что в 3,5 раза превышает вложения со стороны государства.

Не только южные морские побережья все чаще становятся местами отдыха внутри России: практически в каждом ее регионе уже есть курорты международного класса, мало чем уступающие зарубежным. Примеров много: «Ярославское взморье», «Завидово», «Алтай Resort», «Плес», «Белокуриха» — перечислять можно долго. Загородный клуб «Завидово», например, может предоставить желающим огромный спектр услуг на земле и воде с качеством, ничем не уступающим сходным по профилю объектам за границей.

Из-за падения курса рубля отдых за рубежом в 2014 году для россиян заметно подорожал, это также может стать аргументом в пользу внутреннего туризма. Однако это вовсе не значит, что внутренний турпоток будет расти сам по себе — людей еще нужно чем-то привлечь. «Ежегодно наши постоянные партнеры просят разнообразить программы интерактивом или нестандартными объектами показа, и таких предложений — масса, — говорит Мария Буторина из компании «Верса». — Но основным критерием выбора всегда была и будет цена, а она неконкурентна на новые объекты по сравнению со стандартными предложениями».

По оценке генерального директора компании «Мир» Валерия Фридмана, большую роль в развитии внутреннего туризма могло бы сыграть удешевление внутренних авиаперелетов. «Пока у российских туристов не будет возможности летать по стране по приемлемым ценам, ожидать всплеска внутреннего туризма сложно, — считает он. — Во многих регионах альтернативы авиации нет,

а билеты настолько дороги, что большая часть потенциальных путешественников остается дома».

РАСХОДЫ НА ДЕТЕЙ

В 2013 году на организацию летнего отдыха школьников страны было потрачено около 40 млрд рублей: в этом году сумма останется примерно такой же. В целом по стране, по данным Минтруда, в систему входит около 2,5 тысяч загородных оздоровительных лагерей и 858 лагерей санаторного типа (значительная часть последних находится в Краснодарском крае). Однако в этом году детский туризм пойдет и по уже проторенному в 2013 году экскурсионному пути: Ростуризм намерен развить успех программы, которая была протестирована в Петербурге.

Государство не пожалело средств, и благодаря этому около 18 тысяч школьников (в основном из Центрального и Северо-Западного федеральных округов) уже приняли участие в программе «Моя Россия: Град Петров». По словам Аллы Маниловой, заместителя министра культуры РФ, в 2014 году в программу войдет проект «Москва. Золотое кольцо», число ребят-участников возрастет до 22–23 тысяч, а общее финансирование составит 200 млн рублей. «В отличие от прошлого года, акцент будет сделан на школьниках из Дальневосточного региона, — отмечает она. — Постепенно мы надеемся «вырастить» этот проект до полноценной программы развития детского внутреннего туризма».

На троечку

Число туристов, побывавших в городе на Неве в 2013 году, по сравнению с предыдущим годом увеличилось примерно на 3%

На расширенном заседании Комиссии по въездному туризму Северо-Западного регионального отделения РСТ, которое состоялось в конце февраля, количество туристов, посетивших Петербург в 2013 году, оценили в 6,2 млн человек. Туристические власти города говорили о вероятном росте турпотока на 6–7%, но эти прогнозы не оправдались. Специалисты, принявшие участие в работе Комиссии по въездному туризму, назвали причины подобного положения дел. При чем на этом раз, в отличие от предыдущих лет, на первое место

вместо привычно дорогого турпакета они поставили неразвитость транспортной инфраструктуры города. По оценке многих экспертов, сейчас она не соответствует потребностям крупного туристического центра России и просто не в состоянии обеспечить комфортное пребывание в гостей в Петербурге. Кроме дорожных «пробок», которые ломают график движения туристов по программам и даже приводят к их опозданиям на авиарейсы, основная сложность возникает с местами стоянок туристических автобусов. Увы, эта проблема, которая



обсуждается далеко не первый год, в центре Петербурга практически не решается, и организаторы приема туристов сталкиваются с ней постоянно. Еще одной острой проблемой въездного туризма города на Неве является взаимодействие туроператоров и музеев. Она многогранна: это вопросы ценообразования,

сложности с гидами-экскурсоводами, трудности с приобретением билетов на наиболее посещаемые объекты. Как выяснилось в ходе дискуссии, недобросовестные компании скупают билеты с целью их дальнейшей перепродажи, и как на них воздействовать — непонятно, механизмов, прямо запрещающих это делать, нет.

ПОЗИТИВНЫЙ СИГНАЛ

Исследование TripAdvisor, посвященное тенденциям развития туристической отрасли в России, выявило страны с наибольшим ростом интереса к путешествиям по нашей стране

РАСТЕТ И КРЕПНЕТ

По данным исследования, в России уверенными темпами развивается внутренний туризм: интерес со стороны россиян к путешествиям по своей стране вырос за год на 15%. Популярность России как туристического направления также существенно выросла и в других странах мира. «Это позитивный сигнал для российской туристической отрасли», — уверены специалисты TripAdvisor. Рынок внутреннего туризма в России продолжает активно развиваться. Исследование, в котором учитывались данные по всем странам, показывает, что именно российские путешественники являются наиболее частыми посетителями страниц на TripAdvisor, посвященных российским отелям, ресторанам, достопримечательностям и туристическим направлениям. Следом идут представители стран, у которых туры в Россию традиционно пользуются наибольшей популярностью: США, Великобритания, Германия и Италия. Российские путешественники с большим отрывом опережают представителей других стран по числу оставленных на сайте TripAdvisor отзывов и мнений о российском гостиничном секторе: именно они в 2013 году написали наибольшее число отзывов об отелях, мини-гостиницах формата B&B и других объектах размещения в России.

РОССИЙСКИЕ ГОРОДА, ОТЕЛИ КОТОРЫХ ПОЛУЧИЛИ НАИБОЛЬШИЙ СРЕДНИЙ БАЛЛ ПО ОЦЕНКАМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ TRIPADVISOR

ГОРОД	СРЕДНИЙ БАЛЛ ОТЕЛЕЙ ПО ОЦЕНКАМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ TRIPADVISOR В 2013 Г. (ПО ПЯТИБАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ)
1 Екатеринбург	4,19
2 Казань	4,17
3 Санкт-Петербург	4,10
4 Краснодар	4,03
5 Москва и Новосибирск	3,98

ИЗ ДАЛЬНОГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Интерес к поездкам по России растет и в странах дальнего зарубежья, таких как Канада, США, Австралия и Бразилия. Эти данные являются позитивным индикатором для российской индустрии гостеприимства. Увеличивается интерес к России со стороны граждан Швеции, Великобритании, Японии и Китая, что также является хорошей новостью для российской туристической отрасли после окончания Олимпийских игр в Сочи. «Интерес к российским отелям и гостиницам на сайте TripAdvisor за год вырос более чем на 25%, что является позитивным сигналом для российской туристической индустрии в 2014 году, — отмечает коммерческий директор TripAdvisor for Business в регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) Дорос Теодороу. — Наибольший трафик на страницах российских компаний туристического сектора на TripAdvisor обеспечивают жители России. Масштабные культурные и спортивные события привлекли к стране особое внимание на международной арене. Примечательно, что растет интерес и в таких географически удаленных государствах, как Канада, Австралия, США и Бразилия. Результаты исследования TripAdvisor позволяют определить наиболее перспективные рынки в процессе маркетингового и бизнес-планирования».



>>> **Власти Краснодарского края в этом году планируют принять более**

12 млн туристов, которые отдохнут в организованном секторе. В прошлые годы курорты края ежегодно посещали порядка 11 млн туристов.

СТРАНЫ С НАИБОЛЕЕ СУЩЕСТВЕННЫМ РОСТОМ ИНТЕРЕСА К ТУРАМ ПО РОССИИ НА TRIPADVISOR ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕДЫДУЩИМ ГОДОМ

СТРАНА	ГОДОВОЙ РОСТ КОЛИЧЕСТВА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ СЕССИЙ С ПРОСМОТРАМИ ИНФОРМАЦИИ О РОССИИ (С УЧЕТОМ ЕСТЕСТВЕННОГО РОСТА РЫНКА)
1 Канада	58%
2 США	54%
3 Швеция	41%
4 Япония	30%
5 Великобритания	26%
6 Австралия	20%
7 Китай	20%
8 Бразилия	18%
9 Германия	17%
10 Россия	15%

Источник: данные компании «АльфаСтрахование»

Отдых и лечение с «Профкурортом»

Коммерческий директор, руководитель коммерческого комплекса ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт» **МАРИНА РОЗАНОВА:**
«Крым с его санаторно-курортными возможностями станет для нашей компании одним из основных направлений»



Наше традиционное направление — Кавказские Минеральные Воды — востребовано круглый год, в том числе в летний сезон. Мы значительно расширили ассортимент предложений по Кавминводам и теперь, помимо наших санаториев, предлагаем размещение в других здравницах региона. Второе приоритетное направление — Сочи. Курорт сейчас пользуется повышенным спросом, по сравнению с прошлым годом мы отмечаем 50%-ный рост на этом направлении. В Сочи работает самый емкий из всех наших объектов — СКО «Адлеркурорт», два больших корпуса которого — «Дельфин» и «Коралл» — мы реконструировали в прошлом году. Сейчас активно автоматизируем санаторий, надеемся, что эта работа будет завершена к концу года. Полностью автоматизирован санаторий «Металлург», все места в нем доступны для бронирования в режиме реального вре-

мени. Аналогичная ситуация с гостиницей Sea Galaxy Congress & Spa Hotel.

Отдельно хочется сказать о Крыме. Спрос на крымские санатории существовал всегда, но мы не работали с этим направлением активно, так как нас не устраивали условия сотрудничества с украинскими партнерами. Теперь мы очень надеемся, что сумеем найти общий язык и наладить эффективное взаимодействие. Не думаю, что нынешний летний сезон станет для Крыма очень удачным: из-за нестабильности в регионе многие туристы опасаются туда ехать, не хотят рисковать. В частности, у нас значительная часть заявок на размещение в крымских здравницах была снята. Тем не менее я уверена, что как только ситуация полностью стабилизируется, люди туда обязательно поедут, и Крым с его санаторно-курортными возможностями станет для нашей компании одним из основных направлений.

ТРАДИЦИИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЯ С КОМПАНИЕЙ ЗАО СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»



ПРИГЛАШАЯ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОК:

- Заключая один договор с нами Вы получаете:
- более 150 здравниц по всей России
- доступ к on-line бронированию
- гарантированные места в здравницах на выгодных условиях
- информацию о наличии свободных мест в режиме реального времени
- мгновенное подтверждение заказа
- достойное агентское вознаграждение
- скидки и бонусы

WWW.PROFKURORT.RU

115035 МОСКВА, УЛ. БОЛОТНАЯ, Д. 18 | ТЕЛ./ФАКС: +7 (495) 664 23 28

E-MAIL: PROFKURORT@PROFKURORT.RU

Не только берег турецкий

Coral Travel объявил о выходе на внутренний рынок и начале продаж курортов Краснодарского края — Сочи, Анапы, Геленджика, а также Кавминвод

Старт программ намечен на майские праздники. За первый год работы на направлении оператор планирует обслужить более 30 тысяч клиентов. В сезоне 2014 Coral Travel предложит пансионаты, санатории, гостиницы категорий от двух до пяти звезд, включая отели международных гостиничных цепочек. Договорная кампания охватила более 200 объектов размещения. Для доставки туристов на курорты туроператор будет использовать регулярные и чартерные авиарейсы, а также железнодорожное сообщение.

«Приятно удивило, что все отели были искренне нам рады, — говорит генеральный директор Coral Travel Джошкун Юрт. — Они выразили надежду, что выход крупного оператора даст толчок для дальнейшего развития внутреннего рынка. Мы уверены, что обеспечим этому рынку хороший объем».

Coral Travel представит полный спектр предложений — бронирование отелей, авиабилетов, пакетных туров. Всего в течение первого сезона планируется обучить продажам российского турпродукта примерно 10 тысяч агентств. К зиме компания подготовит предложения по лечебному и горнолыжному отдыху не только в Краснодарском крае, но и в других регионах страны, включая Подмоскovie, среднюю полосу России, Карелию, Урал и Алтайский край.

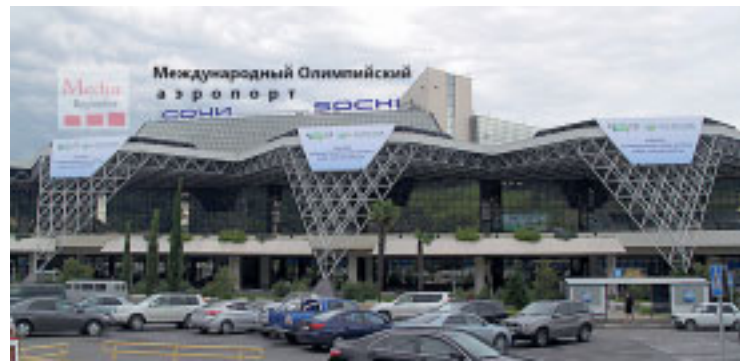
В южном небе

Аэропорт Сочи в олимпийский период обслужил более четверти своего годового пассажиропотока

В период подготовки и проведения зимних Олимпийских и Паралимпийских игр — с 7 января по 18 марта 2014 года — международный аэропорт Сочи обслужил около 615 тысяч пассажиров, что составляет более четверти пассажиропотока 2013 года. «На прилет было обслужено 303 тысячи пассажиров, на вылет — 312 тысяч. Из общего числа пассажиров секторами внутренних авиалиний «А» и «В» воспользовались 517 тысяч человек, сектором международного авиалиний «С», а также временным терминалом «D» — 98 тысяч. За этот период в аэропорту было обслужено 9637 взлетно-посадочных операций», — рассказали в компании «Базэл Аэро».

В пиковые дни прибытия и отлета участников и гостей Олимпийских игр аэропорт Сочи побил сразу несколько собственных рекордов — по пассажиропотоку, объему грузоперевозок, количеству обслуженных рейсов.

В целом за месяц подготовки и проведения Олимпийских игр клиентами аэропорта стали почти 353 тысячи пассажиров. Объем обработанного багажа за этот период составил 2841 тонну. Таким образом, по итогам работы в феврале 2014 года пассажиропоток совпал с объемами перевозок в июле 2013 года, одним из самых загруженных летних месяцев в работе сочинского аэропорта. Количество



взлетно-посадочных операций в олимпийском феврале составило 5119, что превысило показатель пикового июля 2013 года (1758 операций) более чем в три раза. Во время подготовки и проведения Паралимпийских игр, с 1 по 18 марта, международный аэропорт Сочи также впервые обслужил за столь короткий период более 1500 мало-мобильных пассажиров. Всего за это время услугами воздушной гавани воспользовались 113 тысяч

человек на прилет и на вылет, было совершено 1422 взлетно-посадочные операции, обработано около 1275 тонн багажа.

Генеральный директор «Базэл Аэро» Леонид Сергеев отметил: «Впереди нас ждут новые задачи — обслуживание участников и гостей соревнований «Формулы-1», Международного инвестиционного форума и других мероприятий в Сочи. Уверен, что аэропорт реализует их на должном уровне».

Крымский сезон — «против» и «за»

Директор по маркетингу компании «Криптон» **ВЯЧЕСЛАВ АЛЕШИН:**

«У нас принципиальная позиция — мы оптимистично смотрим на летний сезон»

Летний сезон 2014 года на рынке внутреннего туризма пока представляется весьма противоречивым. С одной стороны, на фоне прошлогодних скромных результатов он должен дать старт повышению клиентской активности. С другой стороны, последние события — скачки на валютном рынке, события на Украине — охлаждают оптимизм прогнозов. Ясно, что сезон ожидается достаточно живой и интересный, хотя бы в плане развития нового российского курортного центра — полуострова Крым. Турфирмы понимают, что в Крым поедет значительно больше отдыхающих из России как на патриотической волне, так и из-за упрощения пограничных проблем. Но вот когда это движение начнется, никто толком не знает. Слишком много «но» — не до конца понятная транспортная инфраструктура, неясные сроки завершения юридических и правовых мероприятий по полноценному вливанию крымской экономики в российскую. Можно предположить, что в летнем сезоне на крымском направлении спрос будет, но сдержанным.

Учитывая все эти обстоятельства, туроператор «Криптон» не стал уменьшать ассортимент своих предложений по крымскому направлению, а во многих здравницах даже увеличил свои квоты. Мы надеемся приятно удивить своих клиентов и турагентства традиционно низкими по сравнению с другими операторами ценами. В то же время мы рассчитываем получить более серьезный поток туристов в Краснодарском крае и Абхазии. На этих направлениях у «Криптона» много новых предложений: расширены ассортимент объектов размещения и география предложений, увеличены квоты

и агентская комиссия. Например, сейчас у нас действует программа раннего бронирования по всем направлениям и спецпредложение по Абхазии с комиссией для агентств от 13% до 15%.

туроператор
КРИПТОН

КРЫМ
КРАСНОДАРСКИЙ
КРАЙ
БЕЛАРУСЬ
АБХАЗИЯ

отдых со вкусом
www.kryptontour.ru (495) 22 55 2 77

С «Чапаевым» по Вятке

Речные круизы традиционно считаются одним из самых востребованных видов туризма на российском рынке

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Без малого три года назад эта востребованность была поколеблена катастрофой теплохода «Булгария», однако сегодня эта «волна», похоже, миновала. Сегодня на реке стало больше порядка, — так считают в круизной компании «ВодоходЪ».

РЕЧНОЙ ДОЗОР

«ВодоходЪ» всегда поддерживал идею пристального контроля деятельности судоходных компаний. Сегодня регулярные проверки обеспечивают соблюдение единых «правил игры» в круизном бизнесе и, как следствие, — должный уровень безопасности судоходства на российских реках. Но и других проблем у отрасли хватает. О них говорилось на конференции, состоявшейся в Москве в рамках одного из крупнейших туристических проектов сегодняшней России — «Вели-

кая Волга». Проект в новом формате представил руководитель Департамента туризма Самарской области Михаил Мальцев: «Сегодня в него входят уже 17 регионов России, в которых проживают 24 млн человек. За последний год в него вступили Тверская, Волгоградская, Астраханская, Костромская, Ярославская, Ивановская области и Республика Мордовия».

На Волге формируется несколько центров, несколько «ядер конденсации» речного туризма. Помимо Нижнего Новгорода, который находится почти на середине водного пути из Москвы в Астрахань, это Тверь и Самара. Тверь небезосновательно претендует на «столичность» в области яхтенного туризма — в сентябре нынешнего года в Завидове пройдет II Международный форум по речному туризму, в Самаре в июне состоится крупный форум Volga Boat Show 2014.

КАКИЕ НАШИ ГОДЫ

Речные круизы «стареют» на глазах. Некоторые эксперты считают, что если не принять решительных мер, то лет через семь, максимум через десять круизные теплоходы почти опустеют. В чем же дело? Круизный отдых считается в массовом сознании уделом пенсионеров (в большинстве своем весьма состоятельных), что подтверждается рядом социологических исследований. И дело не только в том, что, например, круизные программы для школьников на рынке, как и скидки для молодежи, даже символические, практически отсутствуют. Просто потенциальные клиенты зачастую не имеют объективной информации о круизах, а в социальных сетях, весьма популярных у молодежи, круизная тема почти не представлена.

Многие самарские эксперты в области речного туризма считают, что молодежи на теплоходы смогло бы добавить посещение многочисленных музыкальных фестивалей, ежегодно проводящихся в регионе: Грушинского, «Рок над Волгой», «Барабаны мира», GES FEST и других. Помимо активной работы с социальными сетями, по мнению специалистов компании «Инфофлот», необходимо привлечение на круизные суда не только «массовиков-затейников», но и хорошо известных в молодежной среде ди-джеев с клубными

музыкальными программами. Привлекательным для этого круга клиентов может оказаться и круглосуточный Wi-Fi на борту теплохода. Пассажиры средних лет, не говоря уже о пенсионерах, по мнению представителя компании «Русич», могли бы привлечь оздоровительные программы на круизных теплоходах. Но теплоходы, увы, в нормативных документах, регулирующих предоставление подобных услуг, не упоминаются.

НА КИЙ-ОСТРОВ?

Увеличению турпотока на круизных судах, без сомнения, могло бы способствовать расширение географии круизов и ассортимента экскурсионных программ. Хотя география плавания по российским рекам сформировалась довольно давно, «прибавления» пусть нечасто, но происходят. Несколько лет назад после почти семидесятилетнего перерыва круизный теплоход «Николай Славянов» пришел в Великий Новгород. В минувшем году впервые за более чем полвека состоялся круиз — на теплоходе «Василий Чапаев» компании «Инфофлот» — по реке Вятке. Загрузка составила 100% и, похоже, в нынешнем году ситуация повторится. География заходов также постепенно расширяется за счет посещения, например, Свяжска и сказочного дворца Шереметьевых в Юрино (компания «Инфофлот»), Сортавалы, Рыбинска, Калязина («Спутник-Гермес»), уединенной и пока мало кому известной, но очень живописной Николо-Сольбинской пустыни в Ярославской области («Русич»).



Работающие на северном направлении компании заявляют об интересе потенциальных клиентов и к находящемуся в Белом море близ устья реки Онеги знаменитому Кий-острову с основанным патриархом Никоном Крестным монастырем, но подходы к острову затрудняются неблагоприятными условиями швартовки. Пока овеянный легендами Кий-остров доступен лишь для маломерных судов, специально для водителей которых в Архангельске только что издана первая часть туристической лоции по Белому морю. Это редкий пример путеводителя, в кото-

>>> В Архангельске только что издана первая часть туристической лоции по Белому морю. Это редкий пример путеводителя, в котором информационная насыщенность и отличная полиграфия сочетаются с блестящим литературным изложением.

RiverLines
 Партнерская программа круизной компании «Инфофлот»

**ВСЕ КРУИЗЫ РОССИИ
 НА ВАШЕМ САЙТЕ! БЕСПЛАТНО!**

ОКОЛО 2000 АГЕНТСТВ УЖЕ РАБОТАЮТ С НАМИ!
 НОВЫЙ ВНЕШНИЙ ВИД ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ,
 ИНДИВИДУАЛЬНАЯ НАСТРОЙКА!

Быстро, удобно, выгодно!

Просто зарегистрируйтесь на www.riverlines.ru

**Бесплатная горячая линия
 для агентств: 8-800-100-75-10**

КРУИЗЫ
на все времена...

МОСТУРФЛОТ
 КОМПАНИЯ

(495) 22 017 0222
www.mosturflot.ru

»» В соответствии с Кодексом внутреннего водного транспорта РФ до начала навигации 2014 года капитаны судов внутреннего плавания должны пройти аттестацию Федерального агентства морского и речного транспорта. Первым успешно прошел аттестацию и получил соответствующее удостоверение капитан четырехпалубного теплохода «Зосима Шашков» Владимир Мионов из компании «ВодоходЪ».

ром информационная насыщенность и отличная полиграфия (в частности, качество аэрофото-снимков) сочетаются с блестящим литературным изложением.

Некоторые компании, в частности «Инфофлот», очень рассчитывают на расширение спектра тематических круизов («Киномания», «Ход конем», «Фотокруиз», «День речника» и т. п.) Ею же предлагаются бонусные программы для круизных туристов с накоплением призовых баллов для получения бесплатных путевок — сегодня в них задействовано более 7 тысяч клиентов. Для людей, имеющих загранпаспорта и действующие шенгенские визы, предназначен круиз «в один конец» из Самары до Санкт-Петербурга: в Северной столице туристы смогут — на пароме «Принцесса Мария» посетить Хельсинки или Стокгольм.

КУПИ НЕМНОГО ВОЛГИ

Можно привлекать туристов не слишком заметными на первый взгляд, но эффективными способами. Например, выбором режима питания — на некоторых рейсах «Инфофлота» туристы могут оплатить лишь завтрак и ужин, вкушая на обед изыски местной кухни на берегу. Та же компания предлагает круизы с гастрономическим уклоном («Круиз со вкусом», «Dolce vita») и посещение местных кулинарных фестивалей («МандроГурмань» в Мандроге). Теплоходы компании «Спут-

ник-Гермес» оборудованы детскими барами, которые отчасти выполняют и функции судовых детских садов.

Любителям самого изысканного отдыха предназначена программа «Купи себе немного Волги» — самые комфортабельные каюты (например, на теплоходе «Федор Достоевский» компании «Спутник-Гермес») будут оснащены занимательной частью палубы небольшими «персональными» балконами.

Тем не менее предлагаемые новинки не избавляют туроператоров от необходимости решать главные проблемы отрасли. Это переоборудование старых судов, средний возраст которых составляет около сорока лет, или строительство новых. О покупке судов зарубежной постройки речь, к сожалению, идти не может — срок их окупаемости при действующем законодательстве составляет десятки лет.

Пример первого пути — теплоход «Мстислав Ростропович» компании «ВодоходЪ», обслуживающий по преимуществу иностранных туристов, второго — спущенный на воду в июне 2012 года «Александр Грин» («Мостурфлот»).

В Нижнем Новгороде был представлен «малоформатный» (на 42 места) и с небольшой осадкой теплоход для речных круизов — в первую очередь по Оке — «Анатолий Ярочкин», но суда такого типа пока можно пересчитать на пальцах одной руки и общей погоды в отрасли они, к сожалению, не делают.

По Баренцеву морю

Первые туристы смогут отправиться в арктический круиз из Мурманска в Архангельск через Соловки, Новую Землю и Землю Франца Иосифа в июле 2015 года

Пресс-служба правительства Архангельской области сообщила, что Агентство по туризму и международному сотрудничеству региона инициировало проект, который предусматривает разработку маршрута Мурманск — Земля Франца Иосифа — Новая Земля — Соловецкий архипелаг — Архангельск. Предложение было поддержано правительством Мурманской области, национальным

парком «Русская Арктика», а также туроператорами, которые вошли в состав межрегиональной рабочей группы. Пресс-служба правительства Мурманской области, в свою очередь, отмечает, что до конца текущего года предстоит рассмотреть возможность привлечения федеральных и внебюджетных средств для реализации пилотного круизного проекта, оценить потенциал-



ный спрос на предлагаемый маршрут, обсудить другие аспекты круиза. Круизы планируется выполнять на теплоходе «Клавдия Еланская». В советские годы

экспедиционные круизы и туры по Северному морскому пути, Белому морю и на Соловецкий архипелаг на его борту пользовались большой популярностью среди туристов.

«Мостурфлот» к навигации ГОТОВ

В этом году круизная компания «Мостурфлот» предложит ряд эксклюзивных и оригинальных новинок. О том, как оператор планирует работать в летнем сезоне, рассказывает заместитель генерального директора по туризму компании **СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА**.

подготовил СЕРГЕЙ БЕЛОВ

Круизы по каким рекам вы предложите в этом сезоне, какие направления будут приоритетными? В этом году мы предлагаем полный спектр круизных путешествий из Москвы. Лайнеры отправятся на север до Санкт-Петербурга («М. Булгаков», «Н. Карамзин», «И.А. Крылов», «А. Рублев», «Л. Красин», «В. Суриков») и Соловецких островов («И.А. Крылов»), на юг — до Астрахани (теплоход «М. Булгаков»), на восток — до Перми, Уфы, Елабуги («М. Булгаков», «Н. Карамзин», «И.А. Крылов», «С. Образцов»). Также запланированы рейсы по «Золотому речному кольцу» («С. Образцов»). Продолжительность круизов — от 3 до 18 дней, навигация откроется в майские праздники и завершится в середине октября.

Особо хочу отметить историко-этнографические круизы, которые мы разработали совместно с партнерами. Они включают специальное информационное, интерактивное и визуальное наполнение, театрализованные постановки, подростковые и детские программы, специальное меню, экскурсии. В этих круизах туристы познакомятся с историей, культурой, бытом разных народов нашей страны. Такие круизы имеют как развлекательный, так познавательный и воспитательный характер. К историко-этнографическим круизам относятся все рейсы теплохода «Н. Карамзин» начиная с 20 июля, а также четыре круиза теплохода «М. Булгаков».

Какие новинки компания представит в предстоящем летнем сезоне? В круизах теплоходов «М. Булгаков» и «Н. Карамзин» туристов ожидают очень интересные новинки. Это посещение музея-заповедника «Остров-град Свияжск» (военная крепость, построенная в 1552 году как опорный пункт при завоевании Казани войсками Ивана Грозного) и экскурсия по двум столицам «Чебоксары — Йошкар-Ола». Вместе с театральным коллективом «Комедиант» мы подготовили специальную культурно-развлекательную программу в круизах теплохода-театра «М. Булгаков». Гостей ждут салонные вечера в стиле Серебряного века, музей М.А. Булгакова на борту теплохода, тин-клуб для подростков, спортивные мероприятия, специальные детские программы и многое другое. Работают спа-салон с тайским массажем и открытый бассейн с подогревом воды.



Что эксклюзивного вы готовитесь предложить российским туристам? На всех теплоходах компании продолжает работать меню экскурсий. То есть в турпакет входят несколько экскурсий в городах, турист самостоятельно выбирает понравившийся ему вариант из нескольких предложенных. Планируется запуск системы электронных индивидуальных гидов. С помощью специального оборудования путешественники смогут получать дополнительную информацию по маршруту круиза в удобное для себя время. На теплоходах «М. Булгаков», «Н. Карамзин», «Кн. Виктория», «А. Грин» и «А. Рублев» работают зоны бесплатного доступа к интернету, планируется организация зоны бесплатного wi-fi на теплоходах «И.А. Крылов» и «С. Образцов». Кроме того, мы предложим «звездные» речные круизы уровня 5*. «А. Грин» и «Кн. Виктория» — новейшие круизные лайнеры, не имеющие аналогов на реках России. Каюты гостиничного типа площадью до 28 квадратных метров (с балконами) выполнены по проектам европейских дизайнеров. К услугам пассажиров — большой ресторан с системой питания по заказу, концертный бар, библиотека с доступом в интернет, бесплатный кофе-стейшн, фитнес-зал, спа-салон, тренажерный зал, амбулатория, арт-салон, пассажирский лифт. Теплоходы выполняют несколько круизов на майские праздники и осенью, в октябре. На теплоходе «М. Булгаков» предлагается размещение, соответствующее «звездному» классу. Это каюты большой площади с балконами на шлюпочной палубе, подобные каютам теплоходов «А. Грин» и «Кн. Виктория». В каждой каюте обеспечен бесплатный беспроводной доступ к интернету.

Как будет строиться ваша работа с агентствами? Мы предлагаем для размещения на агентском сайте наш модуль с автоматически обновляемой информацией о круизах, включая данные о наличии свободных мест в режиме онлайн. Традиционно планируется проведение семинаров, вебинаров, дней открытых дверей на теплоходах компании в Москве, Санкт-Петербурге и других городах. В период навигации сотрудникам агентств предлагаются бесплатно или со значительной скидкой места в круизах («рекламные круизы»). Каждому агентству выделяется куратор, который всегда проконсультирует и поможет менеджеру решить любой вопрос. Размер комиссии зависит от объема продаж.



Большая жизнь малых городов

«Настоящая жизнь совершается там, где она незаметна», — писал когда-то Лев Толстой. Это суждение вполне может быть отнесено к малым российским городам, которые начинают играть все большую роль в отечественной туриндустрии.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

В 2007 году образовалась Ассоциация малых туристических городов России (АМТГ), в которую сегодня входят Азов, Дмитров, Елабуга, Кунгур, Мышкин, Суздаль, Тобольск и Углич. Весьма успешно развивается ее сотрудничество с аналогичной организацией во Франции, а в рамках выставки «Интурмаркет-2014» и программы перекрестного года туризма Италия — Россия состоялась первая российско-итальянская конференция «Малые города — шаг навстречу».

БРЕНД КАК ТОЧКА ОПОРЫ

«Сегодня в нашей стране насчитывается 1097 городов, — рассказывает исполнительный директор АМТГ, заместитель главы Угличского муниципального райо-

на Елена Канева. — 781 город по нашей классификации относится к категории малых. В этих городах живет 17% населения страны и их туристический потенциал огромен. Членов АМТГ, кандидатами на вступление в которую являются, в частности, Вязьма и Соликамск, мы отбираем по довольно многочисленным и строгим критериям».

Возможно, именно поэтому в ассоциацию сегодня входят только восемь городов, сильно продвинувшихся в развитии туризма. Так, количество гостиничных мест в этих городах с момента возникновения АМТГ выросло на 83%, теперь они одновременно могут принять более 34 тысяч человек.

«А как нам развивать туризм — у нас же ничего для этого нет?» — такой вопрос можно часто услышать в российской глубинке. Но развитие транспортной, гости-



Суздаль — один из основателей Ассоциации малых туристических городов России. Город впервые упоминается в летописи в 1024 году.

ничной, ресторанной инфраструктуры — дело наживное, а вот туристические ресурсы... Действительно, далеко не все города обладают столь же богатым и разнообразным историко-культурным наследием, как те, что входят в Золотое кольцо России. Но опыт последних лет вполне убедительно доказывает, что «раскрутить» в туристическом отношении можно практически любой населенный пункт — были бы желание и умение. Один из путей — создание и развитие концептуальных туристических ресурсов. «Это разновидность воспроизводимых первичных туристских ресурсов, представляющих собой созданные специально для показа объекты, — рассказывает доцент Российского государственного университета туризма и сервиса Ольга Вапнярская. — В первую очередь они связаны с туристическими брендами той или иной местности. Эти ресурсы разнообразны. Они могут быть, например, объектами, как Музей утюга в Переславле, продуктовыми, как Музей-библиотека русской водки в Угличе, креативные, как Музей мыши в Мышкине, технико-технологические, как Музей-фабрика вяленой обуви в Ярославле и многочисленные музеи старых автомобилей».

ПРЯНИКИ ДЛЯ ТУРИСТА

С декабря минувшего года в сотрудничестве с АМТГ реализуется посвященный малым городам проект «Настоящая Россия». В него входят шесть регионов — Рязанская, Тульская, Ульяновская, Вологодская, Тверская области и Республика Татарстан. Цель этого проекта, по замыслу организаторов, — продвижение туристических ресурсов малых городов на основе маркетинговых исследований и анализа состояния отрасли. Ожидается, что по результатам целевых исследований будут организованы круглые столы с участием экспертов проекта, специалистов администрации муниципального образования, краеведов, СМИ, представителей бизнеса, а также обучающие семинары с привлечением зарубежных экспертов. Тульская область активно ищет эффективные способы продвижения своих туристических ресурсов и одной из первых включилась в новый проект. «Сладкие» традиции Тулы не кончаются на самоварах и пряниках. Упомянутый в одном историческом документе и под одним годом с Москвой городок Белёв, население которого за последние четверть века сократилось на треть, был когда-то известен как одна из «пастильных» столиц России (белёвская пастила отличается от уже прославившейся коломенской степенью взбитости исходного яблочного сыра).

«Сладкие» традиции региона продолжает практически неизвестный сегодня 15-тысячный тульский городок Венёв, предложивший фирменное кондитерское изделие «венёвку» — покрытый глазурью крендель в форме буквы «в». «Сувениры дополняют отлично изданные за

последние годы книги, посвященные городку: «Прогулка по старому городу», «Венёв монастырь» и особенно мемуары местной помещицы Надежды Ржевской «Личные воспоминания и все слышанное». Оказывается, персонаж известного фильма и многочисленных анекдотов поручик Ржевский был вполне реальной личностью», — рассказывает Лариса Дудкина, начальник отдела развития туризма Министерства культуры и туризма Тульской области. Поручик Ржевский — кстати, ему в России, на Украине и в Белоруссии уже установлено несколько памятников — чем не бренд для Венёва? Через интернет в Венёве надеются собрать средства для реставрации архитектурного символа города — 75-метровой колокольни несохранившейся Никольской церкви.

КАК ЭТО ДЕЛАЮТ В ИТАЛИИ

«Сегодня из России в Италию ежегодно приезжает свыше миллиона человек», — рассказывает директор московского представительства итальянского Национального агентства по туризму ENIT Доменико ди Сальво. Большая часть средств направляется в так называемые большие города искусства — Рим, Флоренцию, Венецию, Сиену, Пизу, Лукку и другие. Поток туристов в красивейшие малые города Италии — они называются боргами — пока не носит массового характера. «На мой взгляд, только в глубинке можно почувствовать настоящий «вкус Италии» — я имею в виду не только кулинарию, но и гостеприимство итальянцев, местный колорит и т. п. Ведь малые города — это главные хранители нашей истории, культуры, природы, традиций и эногастрономии», — комментирует Доменико ди Сальво.

«В ассоциацию самых красивых малых городов Италии «I borghi piu belli d'Italia» входят 235 городов с общим населением 73 тысячи человек, — отмечает ее президент Фьорелло Прими. — Больше всего таких городов в Умбрии — 22, по 19 — в Лигурии, Марке и Абруццо, 17 — в Тоскане. Прежде чем вступить в ассоциацию, борго оценивается по более чем 70 параметрам. Внешняя красота, уровень жизни горожан, уровень сервиса и многое другое».

Однако между российскими и итальянскими малыми городами есть весьма существенная разница. В России к малым городам относятся и 6-тысячный Мышкин, и 33-тысячный Углич, и 75-тысячная Елабуга. Самые маленькие — около 2 тысяч человек — из российских городов — Старочеркасск, Крапивна, Плёт, Лихвин (ныне Чекалин) даже не считаются таковыми. В Италии в борго, обычно сформировавшемся до XVII века, может жить и 50 человек — ничего похожего на это явление как в градостроительном, так и в социокультурном плане не существует в остальной Европе. Даже знаменитый своими средневековыми башня-

>>> Самые маленькие из российских городов — около 2 тысяч человек — Старочеркасск, Крапивна (на фото), Плёт, Лихвин (ныне Чекалин).



>>> Для увеличения российского турпотока в малые города Италии необходимо, чтобы сайт ассоциации (borghitalia.it) и 720-страничный путеводитель по ним в ближайшее время появились в русскоязычных версиях.



«« Участник ассоциации «I borghi piu belli d'Italia» городок Чивителла-дель-Тронто в Абруццо, где, как утверждается, расположена самая узкая в Италии улочка – La Ruetta.

ми небольшой тосканский Сан-Джиминьяно, равный по численности населения Мышкину, в список малых городов Италии не входит. Дело, конечно, не в количестве, а в качестве — это сообщество, этих людей должна объединить общность совместного многолетнего проживания и — желательное — старинных укреплений. Все эти черты когда-то считались признаками отсталости и источниками бедности того или иного поселения, а теперь исправно приносят доход и служат источником растущего благосостояния горожан. И поток даже итальянских туристов в эти города в последнее время резко растет.

Мотивация для бизнеса

В отрасли разрабатывается проект развития внутреннего социального туризма «Отдых»

В Москве состоялся круглый стол «Социально-оздоровительный туризм как основа реализации социальной политики государства в целях устойчивого социально-экономического развития города Москвы». В мероприятии приняли участие ряд видных экспертов и практиков в сфере туризма, представители исполнительной власти, профессорско-преподавательский состав РМАТ.

Советник руководителя Федерального агентства по туризму Александр Ильин сообщил, что Ростуризм предлагает программу «Отдых», основанную на мотивационной системе для работодателей и бизнеса. Она предусматривает отдых работников и служащих на территории России. Чтобы схема заработала, необходимо внести изменения в Налоговый кодекс РФ и разрешить работодателям относить выделение средств на отдых к затратам. Кроме того, нужно освободить от налога для физических лиц те средства граждан, которые они тратят на путевки. Если удастся внести такие изменения

в законодательство, то через управляющую компанию будет создан механизм, позволяющий отобрать на конкурсной основе туроператоров, гостиницы, санатории, дома и базы отдыха для участия в проекте. Они должны будут соответствовать предъявляемым к ним требованиям по качеству предоставляемых услуг и иметь прозрачную отчетность.

Затем управляющая компания заключит соглашения с банками о создании социальных карт туристов, к которым подключатся и работодатели, они переведут в банки средства и передадут списки лиц, которым необходима социальная поддержка для отдыха. Эти лица могут добавить на счета свои личные средства. С помощью социальных карт можно будет по безналичному расчету расплачиваться за дорогу к месту отдыха и за сам отдых. Временное снижение налоговых поступлений в госказну компенсируется возвратом денежных средств с мест отдыха.

В случае реализации проекта госбюджет получит дополнительно

22–25 млрд рублей дохода. Иными словами, затраченные государством средства вернуться к нему с коэффициентом 1,5 и даже 2. Проблема актуализируется еще и тем обстоятельством, что Фонд социального страхования обеспечивает путевками лишь 30–40% от общего числа желающих их приобрести. Заместитель председателя Фонда социального страхования РФ Евгений Писаревский отметил, что фонд ставит перед собой задачу трансформироваться в социально ориентированный сервис, повернуться в сторону запросов людей. По его мнению, Крым после его присоединения к России может стать рабочей площадкой для реализации проектов социального туризма.

Документ получили все субъекты федерации, все губернато-

ры, более 60% регионов дали на него положительный ответ. Кроме того, он был разослан в банки и исследовательские структуры. Здесь оценка перспектив реализации проекта также была положительной.

Участники круглого стола поддержали инициативу Ростуризма, которое с участием ОАО «Центральный совет по туризму и отдыху» и РМАТ разработало «Концепцию внедрения программы стимулирования внутреннего социального туризма «Отдых» на основе европейского опыта развития социального туризма». Были приняты рекомендации правительству Москвы, Департаменту по туризму и гостиничному хозяйству города, касающиеся развития и совершенствования социального туризма в столице.

»» В Европе страны, реализующие программы социального туризма, снижают ставки НДС до 10% и ниже. Благодаря такой политике появляется много социально ориентированных гостиниц с ограниченным набором услуг, но современным сервисом.

Татарстан: драйверы туризма

Республика Татарстан — особенный регион. В нем соединились разные конфессии, этносы, культуры. Что это — стимул, дополнительные возможности для развития туризма или, наоборот, трудности, противоречия? С такого вопроса мы начали беседу с руководителем Агентства по туризму Республики Татарстан **СЕРГЕЕМ ИВАНОВЫМ**.

БЕСЕДОВАЛ КОНСТАНТИН ИСААКОВ

Безусловно, это большой плюс — когда регион представляет не однородный, а многообразный турпродукт. Человек, приезжающий к нам, может съездить на совершенно разные экскурсии. Сама Казань — это город уникальных исторических традиций, Казанский кремль — объект всемирного наследия ЮНЕСКО. Кроме того, Казань — город с современной инфраструктурой: гостиницами, ресторанами, развлекательными центрами, аэропортом, железнодорожным вокзалом. Далее у туриста есть выбор, куда поехать. Например, в старинный православный остров-град Свияжск. Или в древний город Булгар, где главная тема — ислам, волжская Булгария, Золотая Орда. А можно отправиться в купеческую Елабугу, где сохранились историческая застройка, дух былых эпох.

Качественная инфраструктура уже создана везде? Конечно. Тот же Свияжск уже прошлым летом был абсолютно готов к приему туристов, и в 2013 году здесь зафиксирован двукратный рост турпотока. В нынешнем году будет открыта церковь Всех Скорбящих Радости: завершены внутренние работы, идет благоустройство.

В Казани происходит немало ярких событий. Как они влияют на туристическую ситуацию в республике? Спортивные соревнования — это в первую очередь приезд к нам тысяч и тысяч гостей: спортсменов, болельщиков. Они живут в гостиницах, питаются, пользуются услугами, покупают сувениры. Словом, приносят доход. А еще они становятся носителями информации: пишут, фотографируют, делятся впечатлениями в социальных сетях, генерируя информационный поток онлайн.

В республике проходит немало масштабных спортивных мероприятий. Это, конечно, многое дает региону и опосредованно. Только за год проведения Универсиады мы ввели в строй 14 новых гостиниц, а суммарно, по всем видам размещения — более 50 объектов. Налицо серьезный рост номерного фонда. Были открыты новые кафе, рестораны. Обновились аэропорт, вокзал, дороги, развязки, метро, объекты показа, включая Булгар и Свияжск. В самой Казани отремонтировано множество исторических зданий.



Уверен, сегодня Татарстан — одно из самых комфортных мест в России для туристов. Ждем в 2015 году гостей на чемпионат мира по водным видам спорта.

Каково место Казани в программе «Три столицы России»?

Мы формируем в первую очередь для интуристов третье после Москвы и Санкт-Петербурга предложение по посещению городов нашей страны. Гость приезжает в официальную, затем — в культурную столицу России. Но чтобы понять особый колорит страны, ему надо посетить и восточную столицу — Казань. Увидеть, что это мультикультурный, современный город с традициями гостеприимства, доброжелательными людьми.

Сколько туристов было в республике в прошлом году?

С учетом экскурсантов — 2,1 млн человек. Из них в Казани — 1,6 млн. Иностранцев пока около 10%, но и их становится все больше: наши туроператоры активно работают на разных рынках. А индивидуальных туристов — до 50%.

В Татарстане есть и небольшие исторические городки, которые пока не стали местом притяжения туристов.

Состояние объектов показа и инфраструктуры не позволяет нам пока сформировать здесь полноценный турпродукт. Это следующий этап развития туристических ресурсов республики. Создаем в Чистополе музей-заповедник, на очереди — Арск и Тетюши. Вхождение в Ассоциацию малых туристических городов России, участие в проекте «Настоящая Россия», который занимается турбрендингом малых городов, даст дополнительные возможности продвижения.

Какие новинки ждут туристов в Татарстане в этом сезоне?

Особый акцент мы сделаем на Сабантуй. Проходить он теперь будет не один, а несколько дней. Появилась и новая экскурсия — по объектам Универсиады. В Казани каждую неделю что-то происходит. Всем известны Шалапинский и Нуриевский фестивали. Но мы хотим, чтобы событийный туризм — праздники, фестивали, конкурсы, гастроли, выставки — стал настоящим драйвером развития туризма в республике.

Гавань для дискаунтеров

Ермолино разгрузит московский авиаузел

ТЕКСТ КОНСТАНТИН ИСААКОВ



Проект нового аэропорта Ермолино



»»» Из Москвы до нового аэропорта Ермолино можно будет добраться на «Аэроэкспрессе» за полчаса.

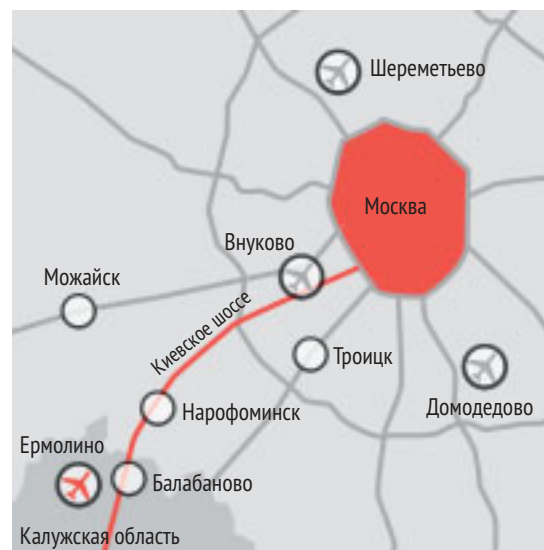
Аэропорт в Калужской области, расположенный в 58 км от Внукова, призван разгрузить московский авиаузел и стать базой для развития бюджетных авиакомпаний.

Ермолино — один из старейших военных аэродромов нашей страны, построенный еще в конце 1940-х годов. Сейчас здесь базируется авиация ВВС и внутренних войск МВД. Для открытия пассажирского воздушного сообщения Ермолино должен получить статус аэродрома совместного базирования, что, в свою очередь, означает создание здесь аэронавигационных служб, соответствующих нормативным документам гражданской авиации. Речь идет о средствах радиотехнического обеспечения полетов, светосигнальном и метеооборудовании, средствах управления воздушным движением.

Расходы на создание соответствующей инфраструктуры берет на себя государство — в текущем году на эти цели из федерального бюджета выделено около миллиарда рублей. Что касается аэровокзала и сервисных служб, то о них должны позаботиться частные инвесторы. Базовая стоимость этой части проекта оценивается в 11,3 млрд рублей.

Инициаторы проекта обещают, что добраться до Ермолино из Москвы будет несложно. Сейчас ведутся переговоры с ОАО «РЖД» о продлении до аэропорта ветки «Аэроэкспресса» (время в пути составит около полутора часов), причем три из требуемых семи километров железнодорожных путей уже проложены силами Калужской области. Кроме того, из Внукова в Ермолино будут курсировать комфортабельные автобусы.

«В проекте очень важна и социальная составляющая, — подчеркивает губернатор Калужской области Анатолий Артамонов. — Для летного состава



он создаст примерно тысячу новых рабочих мест, для авиатехнического — полторы тысячи, а в целом, с учетом обслуживающего персонала, до четырех тысяч рабочих мест».

Уже проведены гидрогеологические и другие предпроектные изыскания, подготовлена проектная документация. В текущем году начнутся строительные работы. Ввести в эксплуатацию новый аэропорт Ермолино, который будет обслуживать и военные, и гражданские самолеты, планируется в 2018 году. Предполагается, что пассажирские перевозки здесь будут в основном бюджетные — на базе Ермолино предстоит развивать лоукост-авиацию. Снизить затраты позволит так называемое «неволновое» расписание — в отличие от «волнового» оно не создает пробки в воздухе и на земле. Не секрет, что сегодня пассажирский самолет над Москвой в среднем кружит 20 лишних минут из-за перегруженности взлетно-посадочных полос.

Интерес к проекту уже проявила авиакомпания UTair, которая намерена сделать Ермолино одним из своих базовых аэропортов.

«Уже сейчас мы основательно готовим наш парк к 2018 году: закупили 20 новых самолетов Airbus, на подходе и 40 лайнеров Boeing, — подчеркивает генеральный директор UTair Андрей Мартиросов. — Уверен, что будущее — за конвергентными авиаперевозчиками, умело сочетающими в своей работе практику лоукостеров и обычных авиакомпаний. Такую политику диктует потребитель, у которого обязательно должен быть выбор — по ценам и наборам услуг на борту».

Ожидается, что к 2020 году новый аэропорт будет принимать по 7,5 млн пассажиров ежегодно — специалисты утверждают, что это вполне реально. Стартовая же планка — от 100 рейсов в сутки и пассажиропоток 1250 человек в час.

«Королевский» полет

Туроператор Coral Travel объявил о заметном расширении авиапарка собственного перевозчика под брендом Royal Flight

История этого проекта началась еще в 2011 году — тогда для обслуживания клиентов Coral Travel авиакомпания «Уральские авиалинии» выделила четыре лайнера А-321. В 2014 году к ним добавились еще пять самолетов Boeing 757-200, под брендом Royal Flight их эксплуатирует «Абакан Авиа». Для этого перевозчика нынешний сезон на чартерном туристическом рынке дебютный — прежде «Абакан Авиа» специализировалась на грузовых перевозках. Первый пассажирский рейс на боинге Coral Travel был выполнен 8 марта по маршруту Москва — Анталья — Москва. Таким образом, сейчас OTI Holding имеет в лизинге девять самолетов —



четыре «уральских» аэробуса и пять «абаканских» боингов. В летнем сезоне Royal Flight будет летать из Москвы и регионов России в Турцию, Египет, Грецию и Испанию. Самолеты Boeing-757-200 представлены в компоновке 224 и 235 кресел.

«Трансаэро» идет на рекорд

В весенне-летнем расписании перевозчика представлено рекордное количество направлений — почти 200 внутрироссийских и международных маршрутов

«Особенности летней программы — повышение эффективности использования парка воздушных судов и маршрутной сети, а также дальнейшее совершенствование качества предлагаемого продукта, в частности, за счет развития бюджетных перевозок по классу дисконт», — подчеркивают в авиакомпании.

В московском авиаузле по сравнению с летним сезоном 2013 года значительно расширилась сеть полетов из аэропорта Внуково. Теперь она насчитывает более 50 направлений, это, в частности, рейсы в Анапу, Екатеринбург, Краснодар, Красноярск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Сочи, Ереван, Вену, Лондон, Франкфурт, Ираклион, Мадрид, Малагу, Рим, Милан, Венецию, Пафос, Ригу, Лиссабон, Майдейру, Фару,

Стамбул, Анталию, Даламан, Париж, Дубровник, Сплит, на Ивису, Керкиру, Ларнаку, в Нью-Йорк, Майами, Лос-Анджелес, Торонто, Варадеро, Канкун, Пекин, Мале, Тель-Авив и Токио.

Программа полетов из Домодедова насчитывает более 65 маршрутов по России и зарубежным странам. Из этого аэропорта «Трансаэро» продолжает выполнение бюджетных авиаперевозок. В летнем расписании класс обслуживания дисконт представлен на рейсах в Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Калининград, Краснодар, Новосибирск, Новый Уренгой, Норильск, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самару, Симферополь, Сочи, Ставрополь, Томск, Уфу, Ханты-Мансийск, Актобе, Астану, Алма-Ату, Караганду, Кокшетау, Киев, Днепро-

петровск, Донецк, Берлин, Рим, Милан, Вильнюс и Тель-Авив. Из Шереметьева «Трансаэро» выполняет рейсы по направлениям массового туристического спроса на самолетах Boeing 747-400 в уникальной компоновке 522 кресла. География полетов из этого аэропорта включает Анталию, Бургас, Варну, Ларнаку, Родос, Хургаду, Шарм-эль-Шейх и Энфиду.

Летняя программа полетов из Санкт-Петербурга насчитывает 24 направления. Впервые авиакомпания будет выполнять рейсы во Владивосток, Петропавловск-Камчатский, Хабаровск и Южно-Сахалинск на широкофюзеляжных самолетах Boeing 777-200. Кроме того, впервые из Санкт-Петербурга будут выполняться бюджетные рейсы — пассажиры класса дисконт полетят в Милан.

>>> **18,7**

млрд долларов составит прибыль авиакомпаний по итогам 2014 года, согласно последним прогнозам ИАТА. Это на 5% меньше, чем прогноз, который организация делала в конце прошлого года.



>>> В январе–феврале 2014 года выручка от продаж «Трансаэро» выросла на 22% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В настоящее время общее количество рейсов авиакомпании на 17,6% превышает показатели 2013 года.

TUI знает рецепт успеха

Директор по маркетингу и продажам компании TUI Russia&CIS **ИВОР ВУКЕЛИК** комментирует ситуацию на рынке выездного туризма. «У нас ни в коем случае нет цели захватить рынок», — подчеркивает он.



«Випсервис» — это компания с западным подходом к бизнесу, я даже могу сказать, что их стиль во многом схож со стилем TUI — открытый, инновационный, ориентированный на стабильность и долгосрочное сотрудничество. Нам очень комфортно работать с коллегами. В планах — сделать «Випсервис» эксклюзивным партнером во всей франчайзинговой сети TUI — как в России, так и на Украине »»

ИВОР ВУКЕЛИК

Как вам удается так успешно растить сеть?

Многие считают, что мы ведем агрессивную политику, поскольку за последние два года наша франчайзинговая сеть существенно выросла. Но у нас ни в коем случае нет цели захватить рынок. Россия слишком большая, в каждом регионе свои правила игры — мы не ставим перед собой нереальных целей. На самом деле наш подход можно назвать сбалансированным: мы развиваем ритейл TUI и уделяем большое внимание партнерским отношениям с независимыми агентствами и сетями.

Относительно франчайзинга наша главная цель — это, конечно, рост сети. К концу 2016 года мы планируем довести количество офисов продаж TUI до тысячи, но это, безусловно, будет зависеть от развития региональных полетных программ. Вторая — и, с моей точки зрения, стратегическая цель — добиться того, чтобы обслуживание во франчайзинговых офисах достигло того же уровня, что и в наших собственных турагентствах. У наших офисов лучшие показатели, согласно внутреннему и внешнему аудиту, как внутри нашей сети, так и в целом по рынку.

В чем вы видите преимущества франчайзинговой сети TUI?

Нам действительно есть чем гордиться с точки зрения развития франчайзинговой сети. Во-первых, у нас очень гибкая модель, которая подходит для всех форматов агентств. Мы предлагаем лучшие финансовые условия, соответственно, работать с нами выгодно. Во-вторых, мы предлагаем хорошую комиссию у других туроператоров, поскольку поддерживаем продажи туров других компаний. Многие турагентства TUI являются одними из лучших продавцов других туроператоров. В-третьих, мы вкладываем средства в развитие сотрудников офисов. У нас есть собственная бизнес-академия, где сотрудники франчайзинговой сети могут бесплатно проходить обучение, и кроме того, различные интернет-курсы. Сейчас мы снимаем полноценный обучающий фильм для турагентов. Поскольку наш подход сбалансирован, мы предлагаем многие обучающие сервисы и для независимых агентств. Каждый день привносит нечто большее в ритейл TUI. Мы были первыми, кто запустил программу «тайный покупатель» для оценки качества клиентского сервиса. Как в собственных, так и

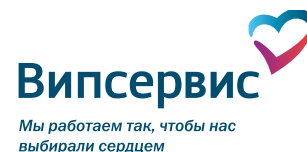
во франчайзинговых турагентствах TUI внедрены единые международные стандарты, начиная с оформления агентства и униформы и заканчивая «золотыми правилами TUI» — стандартами обслуживания клиентов. Важно подчеркнуть, что мы абсолютно одинаково относимся к собственным офисам, к отделу онлайн-продаж и к франчайзинговым агентствам. Мы действуем в интересах всех.

А как же модная ныне тема онлайн-технологий? Они помогают развитию сети? Несмотря на то, что многие агентства негативно относятся к онлайн-продажам, на самом деле наши инвестиции в TUI.ru и онлайн-маркетинг дают одновременно множество преимуществ агентствам, причем не только офисам продаж TUI, но и независимым агентствам. Это объясняется покупательским поведением — турист ищет информацию в интернете, но оформлять тур он идет в агентство. В этом главная особенность российского рынка.

Мы активно развиваем TUI.ru, в этом нам помогает наш стратегический партнер — холдинг «Випсервис». В марте 2014 года мы запустили на TUI.ru продажу билетов на регулярные рейсы на основе их системы. Скоро заработает новая удобная совместная FIT-платформа для динамического пакетирования нестандартных туров на b2b-сайте agent.tui.ru. «Випсервис» стал нашим эксклюзивным партнером по данному проекту. Ключевое преимущество нашей FIT-платформы — заявки оформляются через существующий личный кабинет агента, то есть не нужно заводить отдельный аккаунт и заклю-

чить новый договор, это очень удобно в работе. В планах еще один важный проект — продажа чартерных билетов TUI также через систему «Випсервис» и через каналы дистрибуции партнера.

«Випсервис» много говорит о том, что продажа билетов может стать важным источником дополнительного дохода для туристического агентства, не требующим серьезных инвестиций. Вы согласны с этим? С «Випсервис» мы работаем еще со времен «ВКО Трэвел», около четырех лет. Они являются нашим эксклюзивным партнером. Покупка авиабилетов очень востребована среди наших клиентов. Перед нами стояла задача найти наиболее удобный сервис, который бы не только показывал самые выгодные предложения, но и давал возможность спланировать сложный авиамаршрут. В итоге мы начали сотрудничество с «Випсервис». По согласованию сторон компания создала платформу для моментального бронирования с большим перечнем авиакомпаний и различными вариантами перелетов, в том числе стыковочных, что значительно сокращает время на подбор билетов, отвечающих запросу клиента. Мы довольны тем, как идет наше сотрудничество, самое главное — система нравится менеджерам турагентств. Если в начале нашего партнерства доля продаж билетов в агентствах ВКО была не более 0,5%, то на сегодняшний день продажи билетов в нашей собственной сети турагентств в среднем составляют около 15% от оборота. И этот показатель растет.



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

TUI Russia & CIS — совместное предприятие, созданное европейским лидером туристической индустрии TUI Travel PLC и финансовой компанией S-Group Capital Management, входящей в холдинг под руководством Алексея Мордашова, генерального директора и главного акционера «Северсталь Групп».

TUI Travel PLC — один из самых прибыльных туроператоров в мире, с опытом в туризме более 40 лет. В 2011 году опе-

рационная прибыль составила 471 млн фунтов стерлингов. Компания активно инвестирует в развитие новых бизнесов, передает экспертизу и технологии своим подразделениям. Бренд TUI во всем мире также включает круизные компании, собственные авиакомпании, различные отели. С 1 июля 2012 года до 80% всех авиаперевозок TUI на российском рынке выполняется под собственным брендом. Авиакомпания «Колавиа» начала работать под маркой Metrojet после обучения

персонала в Великобритании, всесторонней модификации под стандарты TUI и ребрендинга.

Холдинг «Випсервис» основан в 1993 году. Крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг, «Випсервис» объединяет в сеть свыше двух тысяч субагентов. Холдинг является агентом номер один национальных перевозчи-

ков «Аэрофлот» и РЖД, имеет сеть турагентств — 6 офисов в Москве и в других городах, а также управляет в качестве оператора федеральной сетью сервисных центров по бронированию авиационных и железнодорожных перевозок. Ежегодно по проездным документам, выписанным холдингом «Випсервис», летают почти восемь миллионов пассажиров. Кроме того, «Випсервис» продает более трех с половиной миллионов железнодорожных билетов.

ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



**PARK INN BY RADISSON
PETROZAVODSK**

КАТЕГОРИЯ
4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
20 ноября 2013 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Петрозаводск, пл. Гагарина, д. 1
Расположение отеля в непосредствен-

ной близости от основных достопримечательностей и делового центра города, всего в 50 метрах от железнодорожного вокзала, делает его идеальным местом отдыха как для туристов, так и для деловых путешественников. Аэропорт Петрозаводска находится в 15 км.

НОМЕРНОЙ ФОНД

180 номеров, в том числе три номера для размещения гостей с ограниченными возможностями. Все комнаты предлагают гостям бесплатный высокоскоростной доступ в интернет, индивидуальную систему климат-контроля, телевизор с плоским экраном, рабочую зону и фирменные ультракомфортные кровати.

**СТОИМОСТЬ
ПРОЖИВАНИЯ**
От 4500 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Традиционный баварский ресторан-пивоварня Paulaner. Кафе Terrace Cafe предлагает гостям легкие блюда, приготовленные из местных сезонных продуктов. Для поклонников японской кухни в лобби отеля работает суши-бар. При гостинице также есть кофейня, в которой можно отведать итальянский кофе и вкуснейшую выпечку. Для организаторов мероприятий предусмотрено 5 современных конференц-залов с дневным освещением, а также многофункциональный зал на 300 гостей, который подойдет для проведения деловых конференций и частных мероприятий, свадеб и банкетов. Все конференц-залы отеля оборудованы по последнему слову техники и предлагают бесплатный высокоскоростной доступ в интернет.



**HAMPTON BY
HILTON VOLGOGRAD
PROFSOYUZNAYA**

КАТЕГОРИЯ
3*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
8 ноября 2013 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Волгоград, ул. Профсоюзная, д. 13
Гостиница находится в финансовом

сердце города, в непосредственной близости от основных городских магистралей, неподалеку от крупнейшего торгового центра «Ворошиловский».

НОМЕРНОЙ ФОНД

157 номеров

**СТОИМОСТЬ
ПРОЖИВАНИЯ**
От 3500 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Конференц-зал общей вместимостью 250 мест, который при необходимости может трансформироваться в три небольших зала, лобби-бар и парковка на 80 мест.

СПРАВКА «ТБ»

Hampton by Hilton в Волгограде стал вторым в России отелем этого бренда после открывшейся недавно гостиницы в Воро-

неже. Инвестор проекта ГК «Столия» заключила с компанией Hilton франчайзинговое соглашение на покупку бренда Hampton by Hilton. Как пояснил президент ГК «Столия» Виктор Зверев, гостиница создается путем реконструкции бывшего здания заводоуправления Волгоградского завода медоборудования, которое ГК «Столия» приобрела в собственность. Hampton by Hilton – трехзвездный отель бизнес-класса, предназначенный для приема иностранных гостей, правительственных делегаций, людей, которые прибывают в Волгоградскую область для проведения конференций, презентаций любого уровня. Виктор Зверев прогнозирует окупаемость проекта в течение 8 лет и заверяет, что компания будет строго выполнять все требования Hampton by Hilton.

В отеле доступна инновационная MICE-концепция бренда Park Inn by Radisson «Смарт-мероприятия», направленная на достижение максимальной эффективности деловых встреч. Высокопрофессиональная команда поможет в организации мероприятий на всех этапах и позаботится обо всех пожеланиях участников.

СПРАВКА «ТБ»

Park Inn by Radisson Петрозаводск стал первым и на данный момент единственным международным отелем в столице Карелии. С его открытием портфель группы Rezidor в России превысил семь тысяч гостиничных номеров в действующих отелях.



ГОСТИНИЦА «ЦЕНТРАЛЬНАЯ»

КАТЕГОРИЯ

3*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

2015 год

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Москва, ул.Тверская, вл. 10

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Кофейня, кондитерская, ресторан. При отеле планируется построить двухуровневый подземный паркинг на 70 автомобилей.

СПРАВКА «ТБ»

Здание на Тверской, отведенное под гостиницу, – это бывший дом Филиппова с булочной, кондитерской и кофейней, построенный в 1885–1892 годах архитектором М.А. Арсе-

ньевым. В основе здания – строения конца XVIII – начала XIX века. В 1911 году Дмитрий Филиппов из династии булочников Филипповых открыл гостиницу на 550 мест под названием «Франция». В 1917 году гостиницу переименовали в «Люкс», в 1953 году – в «Центральную». Снесенный отель решено восстановить, воссоздав композицию и художественное решение западного и южного фасадов на уровне трехэтажной исторической части здания 1892–1911 годов, а также элементы декора. Во внутренней отделке будут воссозданы парадные интерьеры (вестибюль гостиницы, центральная лестница с лифтами, буфет и вестибюль второго этажа, залы булочной, кондитерской, кофейни, ресторан).



JUMEIRAH ST. PETERSBURG

КАТЕГОРИЯ

5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

Конец 2016 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Невский проспект, д. 7/9

Отель откроется в известном «Доме Вавельберга», памятнике культуры федерального значения, построенном в 1912 году на углу Невского проспекта и Малой Морской улицы, в самом центре исторического и делового Петербурга, в шаговой доступности от основных достопримечательностей города.

НОМЕРНОЙ ФОНД

74 просторных номера с высокими потолками, включая 18 люксов.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Три ресторана и бара международной кухни, спа-салон, гидромассажный бассейн на крыше, конференц-центр, а также галерея бутиков, выходящих на Невский проспект.

СПРАВКА «ТБ»

Jumeirah Group подписала соглашение с компанией ООО «ИФГ-Базис-Проект» об управлении отелем в Санкт-Петербурге 6 ноября 2013 года. «В Санкт-Петербурге существует стабильный спрос на отели премиум-сегмента, и мы уверены, что этот отель привлечет внимание самых искушенных путешественников, приезжающих в Северную столицу», – считает генеральный директор «ИФГ-Базис-Проект» Илья Соколов.

Конференции как искусство

В отеле «Никольская Кемпински Москва» работают пять конференц-залов, которые носят имена выдающихся художников и оборудованы по самым высоким стандартам делового стиля



Отель «Никольская Кемпински Москва» расположен на пересечении Никольской улицы и Лубянской площади, в самом сердце российской столицы. Здание, построенное в 1870 году, изначально служило доходным домом графа Орлова-Давыдова, здесь располагались также шоколадный и парфюмерный бутики Кёлера. Шесть лет тщательной реставрации позволили воссоздать первоначальный облик исторического фасада. За дизайн интерьеров отвечало бюро Leo International.

На семи этажах гостиницы расположены 211 просторных номеров и люксов, включая два «Президентских» люкса, а также шесть ресторанов и баров, спа-центр L. Raphael Spa, фитнес-центр и пять конференц-залов.

Из окон номеров открываются виды на исторический центр города и его основные достопримечательности — Кремль и Красную площадь. В шаговой доступности от «Никольской» расположены Большой театр, Государственная Дума и ГУМ.

Конференц-залы отеля идеально расположены и оборудованы по самым высоким стандартам для проведения заседаний правления или конференций. Каждая деталь здесь — в элементах из стекла, дерева или хрустальных люстрах — создает изысканную атмосферу. Бизнес-центр, оснащенный современным аудио- и видеоборудованием, помогает в организации встреч в соответствии с пожеланиями клиентов.

Названия залов призваны отдать должное периоду fin de siècle — времени, когда отель был основан, они напоминают о ярчайших художниках того времени: от Кандинского и Малевича до Васнецова, Шагала и Врубеля. Не только по наименованию, но и по характеру новые залы действительно соответствуют своим названиям: авангардные, оснащенные цифровыми устройствами, предназначенные для того, чтобы привести самые абстрактные позиции к общему знаменателю. Помещения отеля выполнены за рамками стандартной площади 35–95 квадратных метров и могут разместить в соответствии с геометрическим искусством в любом месте от 16 гостей в формате «зал заседаний» до 80 участников в формате «театр».

Зал «Кандинский» вмещает до 200 гостей и располагает просторной зоной pre-function для проведения коктейлей и приемов, которые могут быть организованы в разнообразных вариантах. Зал заседаний «Малевич» с видом на Лубянскую площадь — еще один яркий элемент в конференц-пространстве отеля.

Все дальше от звезд

Казавшаяся универсальной классификация отелей по количеству звезд постепенно уходит в прошлое. Для клиентов на первый план при выборе гостиницы выходят отзывы в интернете и принадлежность объекта к определенному бренду.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

Считается, что впервые классифицировать гостиницы звездами — от одной до пяти, в зависимости от их уровня — начали в США. Основатель гостиничной сети Hilton Конрад Хилтон привнес эту классификацию из алкогольной индустрии и стал присваивать отелям звезды по аналогии с тем, как их присваивали коньякам. Звездная система — один из основных инструментов работы туркомпаний с клиентами, продавцы ориентируются на нее при ценообразовании, туристам она помогает сориентироваться в предложениях. Несмотря на то, что сейчас звездность, без сомнения, свидетельствует об определенном уровне отеля, однако появилось много дополнительных факторов, которые постепенно оттесняют привычные звезды на второй план.

СВЕРХНОВЫЕ

Свою роль в звездной девальвации сыграли и сами отели. Одним из примеров можно назвать появление семи- и даже восьмизвездных гостиниц, владельцы которых стремились, по-видимому, подчеркнуть их эксклюзивность, которая не может быть описана традиционными пятью звездами. Одним из первых семизвездных отелей стал знаменитый Burj Al Arab в Дубае, затем в эмирате появился семизвездный Atlantis The Palm. Такую же категорию присвоили гостиницам Town House Galleria в Милане, Grace International в Бангкоке.

Построенная специально для поклонников творчества The Beatles гостиница Hard Days Night в Ливерпуле заявляет о себе как о восьмизвездном отеле. Но основной недостаток системы — вовсе не «волюнтаризм» отельеров, а принципиально разные критерии, по которым в разных странах отелям присваиваются звезды.

«Стандарты в разных странах, иногда даже в рамках одной страны могут отличаться, именно поэтому мы считаем, что сложно классифицировать отели с точки зрения звездности», — полагает вице-президент по развитию InterContinental Hotels Group в России и СНГ Арон Либлинсон.

«Критерии, которые органы власти закладывают в сертификацию, в каждой стране свои. Поэтому гостиницы, имеющие одинаковое количество звезд, могут сильно отличаться друг от друга, и сравнивать их бывает достаточно сложно», — рассказывает первый вице-президент по развитию бизнеса The Rezidor Hotel Group Арилд Ховланд. По его словам, нередко отели высокой категории платят более высокие налоги. Поэтому подчас гостиницы совсем не хотят быть пятизвездными — им выгоднее работать, имея официально только четыре звезды.

Как отмечает региональный директор группы Accor по России и СНГ Алексис Деларофф, иногда в разных странах один и тот же бренд получает разную оценку: «Например, Novotel во Франции считался в течение долгого времени трехзвездным отелем, потому что в стране не было 5-звездного рейтин-



>>> Сегодня звездность отелей уходит на второй план, уступая место оценке клиента. Наиболее яркий пример — средняя оценка, суммированная из оценок постояльцев на сайте Booking.com. Многие туристы в поисках отеля ориентируются в первую очередь на нее, избегая объектов размещения, получивших оценку ниже «четверки».



Отель Холлидей Инн Самара расположен в центре старого города в пяти минутах ходьбы от набережной реки Волга. В нем идеально сочетаются условия для отдыха, проведения деловых встреч и праздников. 177 комфортабельных номеров для Ваших гостей, 13 конференц-залов для деловых встреч и совещаний.

Спешим поделиться с Вами открытием новых залов

- Консультация и квалифицированная помощь в организации Вашего мероприятия
- Техническое оснащение залов современным оборудованием
- Он-лайн семинары и веб-конференции
- Видеозапись трансляции в формате Full-HD
- Размещение видеотрансляции на интернет-ресурсе

Тел: +7 846 372 70 00
Факс: +7 846 372 70 11
www.holidayinn.ru
www.holidayinn.com
Отель Холлидей Инн,
443096, Россия, Самара, ул. Алексея Толстого, 99





»» Для клиента, выбирающего отель, удобной альтернативой звездам становится бренд.

га. В России этот отель классифицирован как четыре звезды. Holiday Inn стремится позиционировать себя в России как трехзвездный отель, но во Франции это чаще всего четырехзвездный отель. Сами по себе продукты очень схожие.

По словам Арона Либинсона, сравнение отелей одной звездности возможно только в пределах одной страны еще и потому, что гости в разной степени уделяют внимание отдельным услугам. «Например, для американских путешественников очень важно, чтобы в отеле была машина для льда, а для немецких туристов это второстепенно. Или, например, стиль обслуживания наших гостей в Китае очень отличается от обслуживания постояльцев IHG в Италии. Предпочтения гостей сильно зависят от культурной традиции и индивидуальных привычек, поэтому не до конца понятно, как оценивать все это по звездной системе рейтинга», — полагает эксперт.

Критерии оценки в разных странах неодинаковы из-за налогового фактора, так что звездная сертификация теряет свое значение. На первый план выходит рыночная классификация: гостиницы класса «люкс», гостиницы высшей категории, гостиницы высокой категории, гостиницы среднего ценового сегмента и гостиницы экономкласса. «Такая классификация лучше описывает рыночную ситуацию», — считает Арилд Ховланд.

«Мы определяем категории наших отелей по сегментам гостиничного рынка, а не присуждаем каждому отдельному отелю свой рейтинг. Эти категории получили признание международных игроков рынка гостиничной недвижимости и подразделяются следующим образом: бюджетные гостиницы, гостиницы среднего ценового сегмента, гостиницы верхнего ценового сегмента, отели класса «люкс», — рассказывает Арон Либинсон.

СИЛА БРЕНДА

Для клиента, выбирающего отель, удобной альтернативой звездам становится бренд. «Когда клиент останавливается в отеле определенного бренда, он видит уровень и качество обслуживания. Приезжая в гостиницы того же бренда в любой другой стране, клиент автоматически ожидает такого же качества обслуживания, наличия ресторанов определенного уровня, такого же качества завтраков и т.д. Клиент ожидает встретить все это вне зависимости от расположения гостиницы», — поясняет Арилд Ховланд. «Я считаю, что самое важное — это бренд. Отели в любой стране могут присвоить категорию пять звезд, но при этом у гостя может возникнуть к нему масса претензий. Именно бренд чаще всего создает ощущение защищенности, и вы знаете, чего ожидать», — соглашается Алексис Деларофф.

У большинства международных гостиничных операторов, как правило, есть бренды различного ценового сегмента. Гостиницы позиционируются достаточно определенно, так что клиенту всегда легко выбрать. «Например, отель Holiday Inn Express — это бренд среднего ценового сегмента, в то время как InterContinental — это люксовый бренд. Эта классификация позволяет гостям понять, что им ждать от брендов», — рассказывает Арон Либинсон. На звездность небрендовых отелей теперь больше всего влияет сам клиент. «Сейчас клиент подходит к выбору отеля более тщательно, чем раньше, — считает Арилд Ховланд. — Это обусловлено тем, что появилось много доступной информации. В интернете можно узнать об отеле очень многое: посмотреть фотографии номеров, лобби и ресторана, а главное — почитать отзывы других клиентов об отеле».

«Звездная сертификация, безусловно, останется, но она потеряла в определенной степени свою значимость. Мнение клиента выходит на первый план», — резюмирует Арилд Ховланд. Как показало проведенное компанией исследование, из большого списка гостиниц, который клиент получает, запросив определенные параметры, чаще всего он выбирает отели международного бренда, а не местную гостиницу, прошедшую сертификацию.

BED AND BREAKFAST

Звездность гостиниц — понятие субъективное, но для каждой категории можно выделить общепринятый минимум услуг, которые обязательно должны предоставляться клиенту.

«Качественный трехзвездный отель — это в первую очередь эффективный сервис. Все, что необходимо гостям, и ничего того, что им не нужно, — полагает Арон Либинсон. — Именно это Holiday Inn Express и обеспечивает своим клиентам: хороший отдых, удобное месторасположение и бесплатный горячий завтрак».

По мнению Алексиса Делароффа, современный отель категории 3 звезды должен обладать тихими и чистыми номерами с хорошей звукоизоляцией, удобными кроватями и подушками, современными эффективными инженерными системами (обогрев, охлаждение, горячая и холодная вода). Обязательны бесплатный беспроводной доступ в интернет, завтрак с холодными и горячими блюдами, возможность круглосуточно заказывать еду, наличие лифта. При этом даже между отелями одной категории и одного бренда могут быть небольшие различия, продиктованные особенностями той или иной страны. «Принятые в отелях стандарты базируются на результатах маркетинговых исследований, отзывах гостей и адаптируются к особенностям той или

иной страны или региона. К примеру, нам не нужно дополнительно утеплять номера в саванной Африке, но это надо обязательно сделать в Мурманске или Якутске», — отмечает Алексис Деларофф.

По словам Арона Либинсона, отдельным требованием для отелей класса «люкс» является наличие ресторана высокой кухни. В целом такие гостиницы отличает эксклюзивность. «Это все, что нематериально: высокое качество сервиса, натренированный персонал, который очень внимательно относится к гостям и превосходит их ожидания», — говорит Алексис Деларофф.

По мнению Арилда Ховланда, сейчас клиент ценит в отеле современность: важен современный дизайн, обязательным условием стало наличие интернета, желательно высокоскоростного, а также качественной кухни.

СЕРВИС БУДУЩЕГО

Запросы клиентов со временем меняются: появляются новые технологии, наличие которых становится обязательным, и не только для пятизвездных отелей. «Еще несколько лет назад наличие сейфов в номерах не было обязательным и ожидаемым, так же, как и телевизоров с плоским экраном, — напоминает Алексис Деларофф. — Сегодня в условиях высокой конкуренции отели стремятся не только соответствовать тем требованиям, которые предъявляются

уже повсеместно, но и задавать новые стандарты». Один из трендов — соответствие экологическим стандартам. «Все больше отелей используют эко-маркировку, рассказывают о том, как утилизируют отходы, сокращают водо- и энергопотребление. Причем эта тенденция прослеживается не только в гостиничной индустрии», — рассказывает Арилд Ховланд. По его словам, сейчас трудно оценить, насколько экологичность отеля влияет на выбор российского туриста, но, без сомнения, это тренд. Другой очевидный тренд — разработка мобильных предложений для постояльцев гостиниц. Так, компания IHG запускает приложение для отелей «IHG — Регистрируйся, где удобно», которое позволяет оформить заселение в отель с помощью мобильного телефона. Компания провела исследование, которое показало, что клиенты ищут гостиницы, не только предоставляющие хорошее обслуживание, но и позволяющие узнать больше о местных традициях и обычаях. В результате появилось специальное приложение для iPad «Гид по месту пребывания от консьерж-службы» — это серия коротких видео, где консьержи обсуждают с местными жителями, что они больше всего любят делать или как проводят время в том месте, где живут.

Описанные выше тенденции — это две стороны одного и того же стремления международных компаний взаимодействовать с местными сообществами в регионах присутствия.



>>> В будущем запросы постояльцев гостиниц и, соответственно, критерии оценки отелей не будут ограничиваться элементарным комфортом и общепринятыми услугами, а включают в себя требования социальной ответственности от компании, услугами которой они пользуются.

102 комфортабельных номера
премиум ресторан "Вителло"
3 конференц зала
СПА - комплекс

Балашиха

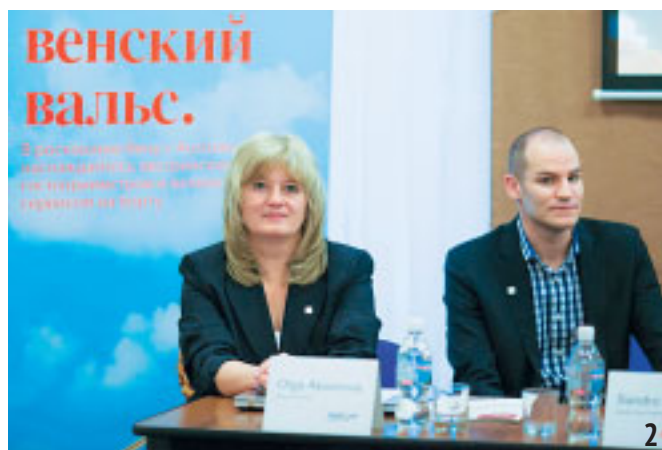
east gate

Отель Бизнес Класса East Gate Hotel
г. Балашиха, Проспект Ленина 25, тел. +7(495)926-04-56
info@eastgatehotel.ru www.eastgatehotel.ru

Венский вальс для турагентов

Офис по туризму Вены, авиакомпания Austrian Airlines, гостиничная сеть Austria Trend Hotels и принимающая компания DMC Tez Tour Austria – Melour Reiseburo GmbH в марте провели ряд презентаций для российских турагентов. Мероприятия прошли в Краснодаре, Ростове-на-Дону и Санкт-Петербурге.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



Вена с каждым годом приобретает все большую популярность среди туристов. В прошлом году количество ночевок в городе превысило 708 тысяч, что вдвое превышает показатель 2009 года. Австрийская столица — это город с уникальным имперским наследием, в центре которого находятся 27 дворцов. Это мировая столица музыки, каждый вечер здесь проходит минимум один классический концерт. Славится Вена и своей изысканной гастрономией: на весь мир знамениты венские сахар, штрудель, шницель, колбаски, кофе и вино. «В Вене идеальный баланс городских построек и зеленых насаждений. Здесь стоит побывать хотя бы потому, что Вену пять раз признавали «самым благоприятным городом для жизни» в мире, и это не только из-за красоты окрестностей, но и благодаря экологии, безопасности, чистоте», — подчеркнула представительница офиса по туризму Вены Соня Исак (фото 1).

Добраться до Вены удобнее всего рейсами Austrian Airlines. По словам представительницы авиакомпании Екатерины Алексеевой, у Вены выгодное географическое положение, что делает ее очень привлекательной для транзитных пассажиров. Сейчас из Санкт-Петербурга в Вену Austrian Airlines летает два раза в день, чтобы дать петербуржцам возможность не только чаще посещать столицу Австрии, но и пользоваться большим количеством стыковочных рейсов перевозчика по 130 направлениям по всему миру. Из Ростова-на-Дону и Краснодара в летний сезон ежедневно в Вену отправляются регулярные рейсы Austrian Airlines с аналогичными слотами.

Сеть Austria Trend Hotels — один из ключевых партнеров офиса по туризму Вены — насчитывает 29 отелей в Австрии, 17 из которых находятся в Вене, а четыре — в Зальцбурге. Как рассказала Сандро Ларезе, менеджер по продажам компании, для удобства партнеров отелям Austria Trend Hotels присвоены три категории: «премиум», «комфорт» и «смарт».

Принимающая компания Melour Reiseburo GmbH, эксклюзивный инкаминг-партнер Tez Tour, готова предложить туристам целый спектр услуг: от самых удобных вариантов размещения до организации детского отдыха.

«У нас появилась новая онлайн-услуга — гарантированные групповые экскурсии по Вене, которые проводятся с апреля по пятницам, субботам и воскресеньям. Ознакомиться с подробным описанием предложений и забронировать программу можно на портале tezeks.com. Каждый, кто регистрируется здесь, получит номер, по которому будет выдан купон на посещение экскурсии. Турист услугу оплатит уже на месте со скидкой в 5%, после чего турагентству начислят комиссию. Кроме того, у нас еще есть целый ряд дополнительных предложений, таких как кулинарные курсы, уроки вальса, участие в Венском фотомарафоне и многое другое», — рассказала директор по продажам и маркетингу Melour Reiseburo GmbH Ольга Аксенова (фото 2).

В рамках презентаций турагенты прошли тематический тест, по результатам им были вручены сувениры: украшения Swarovski, аудиогид по Вене и Зальцбургу, ваучер на посещение Музея искусств и кунсткамеры в Вене от Melour, сумка от Венского совета по туризму, брелок от сети Austria Trend Hotels, дорожная подушка и блокнот от Austrian Airlines (фото 3). Главным призом стали ознакомительные поездки в Вену с перелетами Austrian Airlines.

Пляжная экзотика от RIU

Приближается летний туристический сезон, который традиционно знаменуется ростом спроса на пляжные направления. Какие курорты и страны будут популярны предстоящим летом — об этом рассказывает глава департамента бизнес-развития сети отелей RIU Hotels&Resorts в России **ЕЛЕНА БУЗУКОВА**.

ПОДГОТОВИЛА АННА ЮРЬЕВА

Популярность отелей RIU Hotels&Resorts в России стабильно растет. В прошлом году продажи увеличились на 50%, это колоссальный результат. В основном прирост происходит за счет спроса на курорты Карибского бассейна, так как в этом регионе у компании большой номерной фонд и есть возможность выделить значительные блоки для российского рынка. В предстоящем летнем сезоне мы планируем сделать акцент на этом направлении. Уровень продаж мексиканских и доминиканских отелей стабильно высок, думаю, что эта тенденция сохранится.

Несколько гостиниц компании в Мексике и Доминикане прошли реконструкцию, стали привлекательней для тех, кто ценит современный комфорт. Например, полностью обновился популярный у наших российских гостей отель Riu Lupita в Плайя-дель-Кармен. В доминиканском Club Hotel Riu Vambu увеличилось количество семейных номеров, появилась возможность пользоваться Wi Fi в некоторых из них. Этим летом закроется на реконструкцию отель в Канкуне Riu Cancun. Страны Карибского бассейна труднодоступны для россиян с точки зрения транспорта, поэтому в своей работе мы ориентируемся на продажи через туроператоров. Но для желающих компания, конечно, предусмотрела возможность самостоятельного бронирования напрямую через сайт.



Помимо Мексики и Доминиканы, в летнем сезоне мы ожидаем увеличения спроса на более бюджетные направления — Турцию и Болгарию, а также Тунис. Отели Riu в Тунисе в дополнительной рекламе не нуждаются: главным образом потому, что предлагают сервис европейского уровня. Еще одно важное их достоинство — новые большие центры спа- и талассотерапии, предлагающие самые современные процедуры. Врачи-косметологи, говорящие по-русски, помогут составить индивидуальную программу с учетом пожеланий клиента на любой срок пребывания в отеле. Для семейного отдыха прошлым летом открылся отель Riu Marilla, который расширил предложение компании на курорте Хаммамат.

Болгария и Турция — привычные направления летнего отдыха россиян, их популярность особенно высока среди туристов, отправляющихся в поездку семьями. Отели RIU расположены на наиболее популярных курортах этих стран в непосредственной близости от пляжей: в Белеке, на Золотых песках и Солнечном берегу.

Конкуренция между гостиницами на этих курортах высока. Отели RIU пользуются преимуществом принадлежности к известной сети, наши гости знают, что сервис компании остается на неизменно высоком уровне. Другое значимое преимущество отелей RIU — разнообразие предоставляемых услуг. Это и развлекательная программа, и оздоровительные возможности: бассейны с пресной водой, спа-центры, тренажерные залы, гольф-поля и многое другое. Семьи с детьми по достоинству оценят специальную развлекательную программу для детей в клубе RiuLand и разнообразное питание в режиме «все включено».

Мы не видим предпосылок для значительного роста спроса по направлениям Испания и Португалия. В первую очередь из-за нестабильного и быстро теряющего в весе рубля, а также из-за опасений российских граждан тратить сейчас деньги. По этим же причинам, к сожалению, некоторые из запланированных и уже выполнявшихся маршрутов приостанавливаются туроператорами (в частности, заявленные нашими партнерами программы по Португалии или побережью Коста-дель-Соль). RIU Hotels&Resorts постоянно ведет работу по совершенствованию сервиса, появляются новые услуги. Например, мы начали предлагать в клубных отелях развлечения для подростков. В Club Hotel Riu Varadero открывается клуб Riu4U для молодежи 13–17 лет, где будут отдельные развлечения и занятия, интересные именно для этой возрастной группы.

Мальта — еще гостеприимнее

В прошлом году турпоток из России на Мальту вырос почти на 30%. О том, что будет сделано для сохранения и приумножения такого результата, корреспонденту «ТБ» рассказал министр туризма Мальты **КАРМЕНУ ВЕЛЛА**.



БЕСЕДОВАЛА
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Каким был прошлый год для туристической Мальты? Какую динамику продемонстрировал российский рынок? Туризм — это один из основных секторов нашей экономики, приносящий стране 25% ВВП. Мальта привлекает туристов своей древней историей, памятниками культуры, отличной погодой, прекрасными пляжами, гостеприимством местных жителей. В 2013 году иностранный турпоток на Мальту вырос на 10%, настолько же увеличились доходы страны в сфере туризма. Около 80% гостей приезжают на Маль-

ту из Европы — Великобритании, Италии, Германии, Франции, Нидерландов, Скандинавии. Мы уделяем большое внимание российскому рынку как наиболее динамично растущему.

Более половины россиян (57%) приезжают на Мальту зимой и в межсезонье, 43% отдыхают в стране летом. Это объясняется тем, что примерно треть гостей из РФ посещают Мальту ради изучения английского языка. По нашей статистике, россияне живут на Мальте дольше, чем туристы из Европы, — в среднем 12,5 дней. Кстати, среди россиян очень много повторных туристов: один раз побывав на Мальте, они влюбляются в нашу страну и возвращаются сюда вновь.

В этом году мы рассчитываем принять около 50 тысяч россиян. В целом за последние годы турпоток из России на Мальту значительно вырос. Мы хотим, чтобы следующие пять лет были не менее успешными.

Как вы намерены продвигать мальтийское направление в России? Российские туристы очень любят историю, поэтому культурно-исторический туризм — это одно из важнейших направлений, которому мы планируем уделить максимум внимания. Также в наших планах популяризация курсов по изучению специализированного бизнес-английского, продвижение MICE-туризма и дайвинга на Мальте. Несмотря на то, что большинство россиян приезжают на Мальту по линии туроператоров, запланирована боль-

Связь времен и событий

Туроператор «Верса» и Air Malta приоткрыли мальтийские тайны

Санкт-Петербург и Мальта исторически тесно связаны между собой. Прежде всего благодаря императору Павлу I, который в период своего царствования был избран великим магистром Мальтийского ордена и оказал большую помощь рыцарям. С этим событием в пригороде Северной столицы связаны две достопримечательности — Приоратский и Гатчинский дворцы.

В марте петербургские турфирмы приняли участие в необычном мероприятии, организованном компанией «Верса». Оператор провел презентацию Мальты в исторических дворцовых интерьерах. Театрализованная костюмированная экскурсия «Аудиенция у императора Павла I» состоялась в Гатчинском дворце. Не менее интересно прошла экскурсия по

Приоратскому землебитному дворцу, который в течение десяти лет служил резиденцией Мальтийского ордена. Он был построен в конце XVIII века для великого приора Мальтийского ордена принца Кондэ, бежавшего из революционной Франции в Россию. Во время официальной части презентации представители авиакомпании Air Malta озвучили

полетную программу из Санкт-Петербурга на текущий год. В этом сезоне она началась раньше обычного — 2 апреля. Рейсы выполняются по средам и воскресеньям. Рассматривается возможность круглогодичных полетов на Мальту из Санкт-Петербурга через Москву и города Европы. Возможен также перелет через Мальту на Сицилию.

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

шая рекламная кампания в интернете. Мы хотим организовать пребывание на Мальте блогеров, в том числе российских, которые будут описывать свою жизнь на специально созданном сайте Blogisland. Также мы продолжим активное продвижение Мальты в популярных социальных сетях, таких как Facebook и «ВКонтакте». Помимо традиционных методов продвижения направления, которые также будут нами использованы (ознакомительные туры для журналистов, наружная реклама), мы постоянно ищем нестандартные пути для рекламы Мальты. Например, Мальту можно увидеть в кино, так как в нашей стране снимался российский фильм «Авантюристы».

Хочу подчеркнуть, что мы продолжим тесное сотрудничество с российскими туроператорами. Мой приезд в Москву обусловлен в первую очередь желанием встретиться с ними, обсудить наиболее актуальные вопросы, почувствовать пульс рынка. Для нас очень важно знать, с какими сложностями сталкиваются российские турфирмы, занимающиеся реализацией туров на Мальту. Мы готовы слушать туроператоров и всячески им помогать, ведь они не просто продают направление, а формируют спрос на него.

Какова сейчас ситуация с авиaperевозкой между Россией и Мальтой?

На данный момент на этом направлении работает только авиакомпания Air Malta, которая с начала апреля и до конца октября будет выполнять девять регулярных рейсов еженедельно из Москвы и два рейса из Санкт-Петербурга. Мы заинтересованы в увеличении объемов перевозки из России, особенно из южных регионов страны. Приветствуем выход на направление российских авиакомпаний, готовы их всячески поддержать.

Планируете ли вы предпринять шаги для облегчения визового режима с Россией?

Мы всегда ратуем за либерализацию визовой политики и стремимся, чтобы процедура выдачи виз была проще. Сейчас в России работает более 20 визовых центров Мальты. Наше консульство стара-

ется выдавать визы в течение 72 часов с момента получения документов. Пока большинство выдаваемых нами виз являются однократными. Мы понимаем, что это снижает конкурентоспособность страны по сравнению с другими европейскими государствами. Мы обсуждали визовый вопрос с туроператорами во время выставки МИТТ и пришли к пониманию того, что необходимо выдавать многократные визы сроком хотя бы на полгода. Сейчас будем вести переговоры с консульством и надеемся, что новое правило заработает уже в этом году.

>>> В прошлом году на Мальте побывало

40 ТЫСЯЧ

туристов из РФ, что на 27% превышает показатель 2012 года.

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP <small>www.icsm.com</small> +7 (705) 000-0000 (495) 148-7074 (мск.) www.icsm.ru	ВАНД ИНТЕРЕСНЫЕ ТУРЫ <small>www.vand.ru</small> +7 (800) 100-0000 (495) 730-3881 www.vand.ru	ДАЯЛОС <small>www.dalos.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 730-3022 (мск.) www.maltaisort.ru	ИНСАЙТ-ЛИНГВА <small>www.insightlingua.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 705-2822 www.ilya.ru
TR MEMO <small>www.trmemo.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 411-9032 www.maltatour.ru	МИЛЛЕННИУМ ВОКЕН <small>www.millennium.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 840-1181 www.millennium.com	НЕВА <small>www.neva.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 789-9444 www.neva-travel.ru	СОГВЕКС-ТРИВЕЛ <small>www.sogveks-travel.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 856-1418 www.sogveks.ru
СТЪ ТУРС <small>www.sty-tours.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 438-5553 www.sty-tours.ru	ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-ММ <small>www.travel-express.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 967-2735 www.travel-express.ru	ТРЕВЕЛМАРТ <small>www.travelmart.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 808-8330 www.travelmart.ru	ЮЖНЫЙ КРОСС <small>www.southcross.com</small> +7 (800) 100-0000 (495) 713-8882 www.southcross.ru

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

МАЛЬТА

Малага: импульс к оптимизму

Об укреплении позиции Малаги на российском туристическом рынке, планах по продвижению национального турпродукта и прогнозах относительно будущего сезона корреспондент «ТБ» беседует с первым вице-мэром Малаги и советником по туризму **ДАМИАНОМ КАНЕДОЙ МОРАЛЕСОМ**.

БЕСЕДОВАЛА
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ



« В 2013 году провинцию Малага посетили 8,5 тысячи российских туристов, побережье Коста-дель-Соль — 50 тысяч. Наша цель — по итогам 2014 года увеличить российский турпоток на 20% »»

**ДАМИАН КАНЕДА
МОРАЛЕС**

Лидирующие позиции по количеству приезжающих в Малагу туристов на сегодняшний день занимают граждане Великобритании и Германии. Какие меры будут приняты для укрепления позиций и роста российского турпотока? Доля россиян в общем въездном потоке в Малагу незначительна. Но по динамике роста турпотока россияне занимают первое место среди иностранных гостей. Российский рынок очень перспективен, и мы уверены, что в будущем Россия сможет составить достойную конкуренцию нынешним лидерам.

В 2013 году провинцию Малага посетили 8,5 тысячи российских туристов, побережье Коста-дель-Соль — 50 тысяч. В январе 2014 года эти показатели выросли на 11%. На 52% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличилась загрузка отелей, что служит основанием для оптимизма. Наша цель — увеличить российский турпоток по итогам года на 20%. Малага — комплексное направление, позволяющее формировать разнообразный турпродукт. Развитие туристической инфраструктуры, в том числе расширение отельной базы и стирание границ между высоким и низким сезонами, даст мощный импульс для популяризации направления на российском рынке.

В регионе предлагаются пляжные, гастрономические, активные туры, развиты деловой, событийный, образовательный и культурный туризм. На сегодняшний день в Малаге к услугам гостей — более 10 тысяч мест в объектах размещения. В ближайших планах — строительство 10 новых отелей.

Для укрепления позиций на российском рынке и увеличения количества организованных туристов мы заключили договоры с двумя российскими туроператорами — московским «Время Тур» и компанией «Верса» из Санкт-Петербурга.

Главной проблемой увеличения въездного турпотока из Санкт-Петербурга в Малагу является отсутствие прямого воздушного сообщения между городами. Сейчас решается вопрос об открытии прямого рейса Air Europa. Его запуск намечен на 2015 год.

Какие программы для продвижения направления запланированы на 2014 год? Говоря об укреплении позиций Малаги на важных для нас туристических рынках, в том числе на российском, мы при-

даем особое значение культурному наследию Пикассо как ресурсу для продвижения направления.

В 2014 году мы будем продвигать образ художника как туристический и культурный продукт в девяти странах, где Дом-музей Пикассо представит экспонаты своих фондов.

Пикассо является не только послом малагской культуры, его фигура — это наш главный туристический ресурс, прежде всего, потому, что ни один другой город мира не может гордиться тем, что является колыбелью гениального испанского художника XX века.

Наша цель на 2014 год — представить Малагу как альтернативное туристическое направление, развивать туры по Андалусии и на всем внутреннем рынке Испании.

У Малаги есть возможности занять достойное место на развивающихся туристических рынках. Совместно с другими столицами провинций мы работаем над созданием комплексных предложений для привлечения гостей. Также мы делаем упор на событийный туризм (конгрессы, ярмарки, фестивали), стирая границы сезонности и получая возможность разнообразить туристические предложения в течение всего года.

На какие виды туризма вы делаете ставку?

В первую очередь мы продвигаем то, что интересно россиянам, — экскурсионные маршруты, в рамках которых они знакомятся с культурой, историей, традициями, искусством. Сейчас гости проводят в Малаге в среднем 2 дня, что говорит о том, что город укрепляет свои позиции как направление культурно-познавательного отдыха.

Значимыми для нас также являются языковые туры, лечебный, деловой и гастрономический туризм.

Малага — центр побережья Коста-дель-Соль, поэтому одно из наших ключевых предложений — это пляжный отдых. Однако в последние годы Малага все чаще воспринимается туристами как самостоятельное направление, привлекающее новизной и оригинальностью маршрутов, что позволяет ей конкурировать с традиционными «соперниками» — Мадридом и Барселоной. Расширение спектра предложений и развитие туристической инфраструктуры позволяют говорить о заметном прогрессе на фоне других европейских направлений. Мы приложим максимум усилий для дальнейшего продвижения Малаги на развивающихся рынках.



В ритмах вердиалес

Малага — центр курортного побережья Коста-дель-Соль — занимает видное место на туристической карте Испании и всей Западной Европы. В прошлом году город посетили более миллиона гостей. Общее количество туристских ночевков в отелях города впервые в истории приблизилось к отметке в 2 млн.

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

Власти Малаги — крупнейшего туристического центра на юге Испании — хотят внести местную форму фламенко в список Всемирного нематериального наследия человечества ЮНЕСКО.

ТАНЦУЮТ ВСЕ

Слово *verdiales* в испанском языке означает особый сорт оливок, которые остаются зелеными после созревания. Такое же название имеет и стиль фламенко, сформировавшийся в давние времена в Малаге на основе народного танца фанданго. Отсюда его альтернативное название — малагское фанданго.

Вердиалес — столь же известный символ Малаги, как Пабло Пикассо или «однорукий» собор «Ла-Манкита». Как правило, танец исполнялся на крестьянских праздниках в сопровождении оркестра «пада», в который входили гитары, скрипка, тамбурин, тарелки, кастанье-

ты. В отличие от многих других форм фламенко, вердиалес и по сей день сохраняет свою самобытность. Это не туристический аттракцион, а живой фольклор — то, что в современном «глобализованном» мире особо ценят искушенные путешественники.

В последние годы вердиалес переживает свое второе рождение — в регионе проводятся многочисленные фестивали и конкурсы, такие как «Монтес де Малага», «Фиеста майор де Вердиалес», работают школы вердиалеса, издается тематическая литература, выходят в свет новые компакт-диски с музыкальными записями. Включение вердиалес в список Всемирного нематериального наследия человечества ЮНЕСКО, по мнению членов городского совета, будет способствовать не только лучшему сохранению традиций этого старинного искусства, но и привлечет к нему большее внимание общественности, в том числе испанских и зарубежных туристов.

>>> В январе 2014 года общественности был представлен новый туристический портал Малаги — malagaturismo.com. Информация на этом веб-ресурсе доступна на семи языках, в том числе на русском.

ПОБЕРЕЖЬЕ КОСТА ДЕЛЬ СОЛЬ



ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ МАЛАГИ

- 1 Музей Пикассо
- 2 Дворец-крепость Алькасаба
- 3 Кафедральный собор
- 4 Музей Кармен Тиссен
- 5 Малагский музей
- 6 Крепость-маяк Хибральфаро
- 7 Арена для боя быков Ла-Малагета
- 8 Центр современного искусства
- 9 Руины римского театра
- 10 Ботанический сад Ла-Консепсьон

«НАМ НРАВИТСЯ МАЛАГА»

В 2013 году в отелях Малаги было зарегистрировано рекордное количество туристских ночевков — около двух миллионов, что заметно превысило первоначальные прогнозы. Загрузка гостиничных номеров выросла на 4% — до 65%. «Особенно важно, что нам удалось существенно сократить разрыв между высоким и низким сезонами, обеспечив достаточно равномерную загрузку средств размещения в течение года», — подчеркивает Дамиан Канеда Моралес, член муниципалитета Малаги, советник по вопросам развития культуры, туризма и спорта. Решению этой задачи, в частности, способствовало проведение целого ряда мероприятий, представляющих интерес для гостей города, таких как Городской марафон или Испанский кинофестиваль. В феврале 2014 года здесь состоялась соревнования по баскетболу Copa del Rey de Baloncesto, а в марте — фестиваль хоров «Малага поет весной». За период с января по ноябрь 2013 года число туристов из-за рубежа, которые останавливались в гостиницах Малаги хотя бы на одну ночь, составило 497 тысяч человек. Это на 5,6% больше, чем за аналогичный период годом ранее. Они провели в городе свыше 1,1 млн ночевков (+17,8%). Наибольший прирост турпотока продемонстрировали рынки Китая (+110%), Турции (+62%), Германии (+29%), Швейцарии (+21%) и Норвегии (+16%). В абсолютных показателях первенство среди иностранных гостей по-прежнему занимают британцы (68 тысяч туристов), французы (55 тысяч), немцы (51 тысяча), итальянцы (39 тысяч) и голландцы (30 тысяч человек). А вот внутренний рынок показал небольшой спад — в январе — ноябре 2013 года Малага приняла без малого 400 тысяч испанских туристов (-6,5%). Но городские власти надеются, что по мере восстановления испан-

ской экономики внутренний турпоток будет расти. «Работа по продвижению Малаги как туристического центра продолжится и на основных, и на развивающихся рынках, чтобы общий позитивный тренд 2013 года сохранился», — отмечает Дамиан Канеда. Ставка делается на маркетинговые акции, связанные с развитием культурно-познавательного туризма, круизной индустрии, языковых программ, организацией ярмарок и конгрессов, корпоративных мероприятий, а также с экологическим, гастрономическим и шопинг-туризмом. В январе 2014 года стартовала масштабная маркетинговая программа Malaga me gusta — «Мне нравится Малага». В рамках выставки Fitur в Мадриде мэр города принял из рук государственного секретаря по вопросам туризма Исабель Боррего награду, которая отметила Малагу как лучший город, присоединившийся к программе SICTED — Единая система качества туристического сектора. Кроме того, состоялась встреча с представителями Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, с которым Малага подписала договор о сотрудничестве.

С ИМЕНЕМ ПИКАССО

Малага — родной город Пабло Пикассо, и имя выдающегося художника XX века активно используется для продвижения на мировом туристическом рынке. Так, в 2014 году туристические возможности региона будут представлены в девяти странах, где пройдут выставки, организованные Фондом «Дом-музей Пикассо». Это Турция, Франция, США, Перу, Бразилия, Польша, Китай, Азербайджан, Республика Корея. «Пикассо является не только послом малагской культуры, его фигура — это наш главный туристический ресурс. Логично, что на развивающихся рынках, на которых Малага еще не укрепила свои позиции, мы идем рука об руку с такой могущественной поддержкой, которую нам обеспечивает фигура Пикассо», — отмечает Дамиан Канеда.

Отдел туризма мэрии Малаги в текущем году реализует многочисленные программы на новых рынках, которые могут представлять для города стратегический интерес. «Аэропорт Малаги — это «входная дверь» для туриста, который хочет познакомиться с Андалусией. У Малаги есть все возможности, чтобы завоевать туриста на развивающихся рынках. Поэтому совместно с другими столицами провинций мы работаем над формированием комплексных предложений, как это уже делается в сегменте культурного туризма с муниципалитетами Ронды и Антекеры, — рассказывает Дамиан Канеда. — Наши предложения должны занять лидирующие позиции на таких важных рынках, как Южная Корея, Китай, Россия, Турция и страны Персидского залива. Чем раньше мы привлечем к себе внимание местных туроператоров, тем крепче будут позиции нашего туристического направления».

Семейные ценности Каталонии

Нынешний год правительство Каталонии объявило Годом семейного туризма. О том, какие новинки ждут гостей автономии, рассказал на встрече в Москве заместитель министра предпринимательства и занятости правительства Каталонии **ПЕРЕ ТОРРЕС**.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



«Семейный туризм является для нас одним из наиболее приоритетных направлений, так как около 60% гостей приезжают в Каталонию с детьми. В этом году в рамках масштабной акции мы запланировали более 200 мероприятий, а также запуск специального сайта, посвященного Году семейного туризма, и рекламную кампанию в социальных сетях», — сообщил Пере Торрес.

Власти Каталонии внедрили специальный сертификат — «Направление семейного туризма», обладателями которого стали 14 каталонских курортов. Сертификат подтверждает наличие на курортах всей необходимой инфраструктуры для детей. Другими стратегическими направлениями для Каталонии являются гастрономический и винный туризм. Регион славится своей прекрасной кухней, 63 ресторана отмечены престижными мишленовскими звездами.

В этом году в автономии будут разработаны специальные гастрономические и эногастрономические маршруты. Появилась новая категория гостиниц — «гастрономический отель». Сертификат, подтверждающий эту категорию, может получить любой отель, число номеров в котором не превышает 50 и в котором широко представлены блюда каталонской кухни.

Большое внимание в Каталонии уделяется эко-туризму. Долина реки Эбро стала вторым в автономии биосферным заповедником ЮНЕСКО.

Первый — Национальный парк Монтсени — был признан таковым в 1978 году. Также в список ЮНЕСКО попал астрономический парк «Монтсек», расположенный в провинции Лерида. Он получил сертификат «Туристическое направление Starlight», который означает, что в обсерватории созданы лучшие условия для знакомства с астрономическими явлениями.

Среди новинок этого года — открытие скоростного железнодорожного сообщения между Каталонией и Францией. Теперь из Барселоны до Парижа можно добраться за 6 часов 25 минут, до Тулузы — за 3 часа и до Лиона — за 5 часов.

Одна из главных новостей летнего сезона — ежедневные выступления прославленного на весь мир Цирка дю Солей в тематическом парке «Порт Аventura». Красочное шоу Kooza смогут посетить 2,4 тысячи человек в день.

По словам Пере Торреса, около 70% россиян, отправляющихся на отдых в Испанию, едут в Каталонию. Кроме того, примерно 40% наших соотечественников, побывав в Каталонии один раз, возвращаются сюда снова.

«Мы уже сумели привлечь российских туристов в Каталонию, теперь наша задача — удержать их. Мы не стремимся поставить новый рекорд, для нас важно сохранить существующий турпоток из России. Несмотря на непростую политическую ситуацию и валютные колебания, российские туроператоры считают, что этот год будет удачным для направления», — заявил Пере Торрес.



>>> В 2013 году в Каталонию побывало около миллиона российских туристов, что на 32% больше, чем годом ранее. В прошлом году гости из РФ потратили в автономии

1,326

млн евро, что превышает показатель 2012 года на 24,6%.

Хорватия наверстывает упущенное

В 2013 году Хорватия вступила в ЕС и ввела визовый режим с Россией, что стало главной причиной снижения на 20% турпотока из нашей страны. Результат 2013 года – 160 тысяч российских туристов против 200 тысяч человек годом ранее.

Министр туризма Хорватии **ДАРКО ЛОРЕНЦИН** в эксклюзивном интервью «ТБ» рассказал о последствиях введения визового режима, планах по восстановлению объема российского турпотока и развитию туротрасли страны.



БЕСЕДОВАЛА
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Прошедший год стал для Хорватии рекордным. Страна приняла 13 млн иностранных туристов. При этом наблюдалась отрицательная динамика турпотока из России. Как остановить этот спад?

Объем российского турпотока по итогам 2013 года действительно нас не впечатлил. Введение виз — не наше желание, а обязательство перед Евросоюзом. Мы стараемся максимально упростить процедуру выдачи виз: работают визовые центры, вводятся специальные меры. Например, туристы, получившие однократные визы в 2013 году, теперь могут получить годовые визы. Мы проводим встречи с инвесторами и туроператорами для выработки мер по привлечению российских гостей.

Сейчас на территории России открыты 20 сервисно-визовых центров. Туристы также могут обращаться в консульский отдел посольства Хорватии в Москве, который был расширен. Немаловажно, что Министерство туризма Хорватии тесно сотрудничает с МИДом для создания облегченных условий визового режима для россиян. Уже в этом году все туристы будут получать многократные визы, срок действия которых составит не 90 дней, а 180 дней.

Также у российских путешественников есть возможность совместить поездку в Хорватию с путешествиями по другим странам шенгенского соглашения — и все по одной, многократной шенгенской визе. С 2016 года Хорватия сама начнет выдавать шенгенские визы.

Все эти меры позволят избежать проблем с получением визы и искоренят причину резкого спада российского турпотока.

По итогам 2014 года вы планируете принять 500 тысяч российских туристов. Что для этого делается?

Разрабатывается стратегия развития туризма, где мы впервые прописали приоритетные для нас рынки. Россия в этом списке занимает лидирующие позиции.

Для привлечения российских путешественников мы разрабатываем новые туристические предложения. Планируем вложить значительные средства в собственный туристический сектор. Строительство новых объектов туристической инфраструктуры позволит вывести отдых в Хорватии на качественно новый уровень.

Необходимо показать российским туристам многогранность Хорватии, разрушить границы сезонности. Хорватия — это не только пляжный туризм, но и направление, предлагающее качественные услуги в сфере санаторно-курортного лечения, медицинского туризма, а также делового, активного и гастрономического.

Особое внимание в 2014 году мы уделяем развитию экскурсионного туризма, идеально подходящего для периода межсезонья.

Что касается оздоровительного туризма, то он недостаточно известен на российском рынке, но очень перспективен. На территории нашей

»» На территории России открыты 20 сервисно-визовых центров Хорватии. Туристы также могут обращаться в консульский отдел посольства Хорватии в Москве. Уже в этом году все россияне для поездок в страну будут получать многократные визы, срок действия которых составит не 90, а 180 дней.



страны много термальных источников, а оздоровительные центры способны составить конкуренцию уже завоевавшим популярность у россиян курортам других стран.

Расскажите, пожалуйста, о недавно утвержденной стратегии развития туризма в Хорватии до 2020 года.

Мы приняли «Стратегию развития хорватского туризма до 2020 года», согласно которой предусматривается вхождение страны в число двадцати самых конкурентоспособных туристических направлений в мире, а также рост туристической посещаемости в течение всего года.

В новом стратегическом маркетинговом плане развития туризма сформулированы конкретные задачи по кластерам и турпродуктам. Также на государственном уровне принят план инвестиций в отрасль. Всего за семь лет на эти цели будет потрачено 7 млрд евро средств инвесторов. 50% средств вложат в развитие гостиничных комплексов, оставшаяся половина будет перераспределена между строительством плавающих отелей на островах, аквапарков и другой туристической инфраструктуры.

Существующая гостиничная база использует не все свои возможности, что негативно сказывается на развитии туризма в нашей стране.

Сегодня Хорватия предлагает туристам 850 тысяч мест, из них только 13% относятся к гостиницам. Около 50% — это частный сектор, 25% — кемпинги, 12% — hostels. Наша цель — изменить процентное соотношение до 20% в пользу гостиниц. В 2014 году в турсектор направят 410 млн евро. В прошлом году правительство приступило к приватизации государственных гостиничных комплексов (около 15 тысяч мест). В нынешнем году мы будем заниматься реконструкцией имеющихся средств размещения, после чего начнется строительство новых отелей.

На 2014 год также запланировано строительство двух новых аквапарков в Истрии, а к 2015 году аквапарк появится близ Сплита. Объем инвестиций — 50 млн евро.

Мы надеемся, что утвержденные правительством программы по развитию туризма позволят Хорватии восстановить прежние позиции, а также довести объем российского турпотока до 500 тысяч туристов в год.



>>> В течение семи лет в хорватскую туристическую индустрию будет инвестировано

7 млрд евро. 50% этих средств вложат в развитие гостиничных комплексов, оставшаяся половина будет перераспределена между строительством плавающих отелей на островах, аквапарков и другой туристической инфраструктуры.

ТУРОПЕРАТОР
Балкан

Call-центр
(495) 628-04-04
с 9:00 до 21:00
без выходных

м. Охотный ряд
ул. Тверская, дом 7, подъезд 7
с. Нижний Новгород
ул. Ошарский, дом 18/1, офис 45
с. Звездоскала
ул. Красная, дом 306

БОЛГАРИЯ
Солнечный берег Албена
Елените Золотые пески
Дюни Обзор Созополь

Номера на гарантии - надежно
Трансферы на микроавтобусах - быстро

40% СКИДКА
до 40% НА ВЕСЬ СЕЗОН

АВИАБИЛЕТЫ
Варна Бургас София

Выбор времени и аэропорта - удобно

30 РЕЙСОВ
В НЕДЕЛЮ

ЧЕРНОГОРИЯ
СЛОВЕНИЯ
РУМЫНИЯ
ПОЛЬША

20 ЛЕТ КАЧЕСТВО
В ПРИОРИТЕТЕ

www.balkan.ru



Тунис — стратегия развития

Генеральный директор национального офиса по туризму Туниса **ХАЛЕД ТАРАБЕЛСИ** заявил на пресс-конференции в Москве, что туризм занимает стратегическое место в экономике его страны и имеет программу интенсивного развития

ТЕКСТ
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

»» На продвижение в России тунисское правительство выделило 1,5 млн евро, освоение которых по техническим причинам еще не началось. Эти средства будут израсходованы на рекламу и сопутствующие материалы на телевидении, в прессе, в интернете и, возможно, на наружную рекламу на плазменных панелях. Рассматривается вопрос о поддержке российских туроператоров в виде компенсации их расходов в размере от 25 до 50%.

Основы инфраструктуры для туристической отрасли были заложены в Тунисе еще в 1960-е годы, вскоре после обретения независимости. С тех пор в стране построено 850 отелей различного класса, десятки гольф-полей, обустроены пляжей и других объектов. В итоге число прибытий иностранных туристов в Тунис в нынешнем году составит, по имеющимся прогнозам, 7 млн человек. Предпосылки для увеличения турпотока есть. В частности, офис по туризму в сотрудничестве с другими ведомствами работает над созданием альтернативных турпродуктов. Они связаны в первую очередь с новым профилированием культурно-исторических объектов в глубине страны. Халед Тарабелси отметил, что продолжается работа по совершенствованию пляжного отдыха, который, как известно, генерирует основной объем доходов в туристическом секторе. Усилится контроль государства над качеством турпродук-

та, будут приложены дополнительные усилия по привлечению в отрасль инвесторов, в том числе иностранных, для чего, возможно, будут внесены изменения в существующее законодательство. Глава турофиса отдельно коснулся параметров турпотока из России, который, по его словам, составил в 2013 году 300 тысяч человек. «Если мы сохраним прирост по этому направлению примерно в 20% ежегодно, то будем считать это успехом», — заявил он. Посол Туниса в России Али Гутали выразил мнение, что привлечь новых туристов из России можно за счет расширения предложений в области талассотерапии и оздоровительного лечения с применением минеральных вод. Представитель тунисского национального офиса по туризму в России и странах СНГ Межид Кахлауи сообщил, что в Тунисе в текущем году ожидается туристический бум, при этом страна рассчитывает принять не менее 350 тысяч российских туристов.

Марокко в игре

В 2014 году пройдет специальная рекламная кампания по продвижению марокканского турпродукта на российском рынке. В Москве о новых туристических проектах Марокко рассказали руководитель московского представительства туристического офиса страны **САМИР СУССИ РИАХ** и директор по маркетинговому развитию турафиса **ДЖЕМАЛЬ КИЛИТО**.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

«В минувшем году Марокко посетили более миллиона туристов. Россиян среди них было немногим более 50 тысяч. Это капля в море, но она все более заметна — рост российского турпотока в 2013 году составил 60%», — рассказал Самир Сусси Риах. Пока доставку российских туристов в Марокко на регулярной основе осуществляет только один авиаперевозчик — Royal Air Maroc, но в настоящее время ведутся перего-

воры с еще одной авиакомпанией. Кроме того, с июня добавятся два регулярных рейса в весьма популярный у россиян курорт Агадир. «Мы знаем, что наиболее популярен у туристов из России Египет», — отметил Самир Сусси Риах, — но хотели бы обратить их внимание на то, что Марокко обладает более мягким, чем Египет, климатом, большими возможностями для организации круглогодичного отдыха, и что



Марокко — это не только Агадир и своеобразный город-символ страны — Марракеш». В частности, больше туристов из России хотел бы видеть город-курорт Эс-Сувейру, изумительный город художников, поэтов (в 1960-годах здесь писал свои песни Джимми Хендрикс) и серфингистов — курорт находится на атлантическом побережье на равном расстоянии (170 км) от Марракеша и Агадира.

Правительство страны в последние годы уделяет особенно пристальное внимание развитию туристической отрасли. В частности, развитию новых курортных зон, таких как Тагазута (14 км от Агадира), который пока представляет собой небольшую, но очень популярную у серфингистов деревеньку, и Ликсуса (40 км от Танжера) — поселение на это месте существует с древнеримских времен.

Марокканские новинки «Анекс Тур»

Туроператор «Анекс Тур» успешно вышел на марокканский рынок в прошлом году и в сезоне 2014 года подготовил для своих клиентов новое предложение

Помимо популярных пляжных туров в Агадир, теперь «Анекс Тур» предлагает совершить путешествие по историческим городам королевства. Полетную программу в Марокко туроператор открывает 29 апреля. Вылеты запланированы три раза в неделю — по вторникам, пятницам и воскресеньям — на взятых туроператором в лизинг самолетах Boeing 757-200 (полеты выполняются под кодом UTair) из Домодедова в аэропорт города Агадир. Увидеть Агадир, Эс-Сувейру, Сафи, Эль-Джадиду, Касабланку, Рабат, Мекнес, Фес, Бени-Меллаль и Марракеш можно за 8 дней в рамках экскурсионной программы или комбинированного тура продолжительностью 14 дней. Туроператор в полной мере позаботился о комфорте своих туристов. Прежде всего, по-другому взглянул на организацию экскурсионной программы. Из Агадира, осмотрев Эс-Сувейру, Сафи и Эль-Джадиду, путешественники сразу отправляются в Касабланку, откуда, постепенно спускаясь обратно к побережью Атланти-

ки, изучают исторические города королевства. Такая логистика позволяет сделать экскурсионную программу легкой и не изматывающей, избавляет туристов от необходимости в последний день поездки совершать многочасовой переезд из одной части страны в другую. Важным фактором является проживание в отелях категории 4*. Таким образом, сохранив уровень сервиса, компания сделала качественный во всех смыслах продукт по привлекательной цене. Для взыскательных туристов действует предложение с проживанием в пятизвездных отелях. Еще одна отличительная черта туров «Анекс Тур» — питание по системе Full Board. Завтраки и ужины проходят в отелях ночевки, а обеды — в колоритных ресторанах и кафе по пути следования. Это позволяет клиентам компании не беспокоиться о дополнительной сумме денег, необходимой для покрытия расходов на обед. В результате затраты на путешествие по Марокко с «Анекс Тур» значительно ниже.



Дополнительную информацию можно получить на сайте www.anextour.com, контакты для агентств: russales@anextour.com, +7 (495) 799-92-92.

Египет преодолевает кризис

Египетские власти стремятся восстановить турпоток в страну, прилагая максимум усилий для обеспечения безопасности туристов

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

«**Е**гипетское правительство уделяет большое внимание обеспечению безопасности в целом в стране и, конечно, в туристических районах, — заявил министр туризма Египта Хишам Заазу на пресс-конференции в Москве. — Наше ведомство впервые очень тесно сотрудничает с МВД и Минобороны. Мы инструктируем водителей и сотрудников отелей для того, чтобы гарантировать безопасное перемещение туристов из одного района в другой и безопасное пребывание в гостиницах. Мы считаем, что в ближайшее время эта система будет доведена до совершенства».

«Сейчас на курортах страны абсолютно спокойно, ситуация полностью под контролем полиции, — уверяет губернатор Южного Синай генерал-майор Халид Фуда. — У нас началась реализация грандиозного проекта: создается новая система безопасности стоимостью в 30 млн египетских фунтов. Например, местные власти планируют оборудовать камерами видеонаблюдения все курорты Синайского полуострова — Шарм-эль-Шейх, Дахаб и Табу. Также предполагается установить на дорогах специальные датчики, которые будут сканировать проезжающий автотранспорт с целью обнаружения оружия».

«Мы стараемся, чтобы в этом году в Египте отдохнуло на два миллиона туристов больше, чем в прошлом», — заявил Хишам Заазу. По его словам, российский турпоток в Египет в в прошлом году составил 2,5 млн человек, тогда как годом ранее в стране побывали 2,8 млн гостей из РФ. «Думаю, что в этом году число российских путешественников увеличится примерно на 300 тысяч человек», — спрогнозировал министр.

«Мы стремимся к тому, чтобы число гостей из России достигло пяти миллионов человек, и будем по-прежнему финансово поддерживать российских туроператоров и авиакомпании, выполняющие чартерные рейсы, — сказал в своем обращении к прессе глава сектора международного туризма Управления по туризму Египта Ахмед Шукри. — В 2014 году мы ожидаем увеличения количества российских туристов на 25–30% по сравнению с прошлым годом. Несмотря на политическую ситуацию в Египте и угрозы со стороны террористов турпоток россиян в первые месяцы 2014 года вырос. И мы очень благодарны российским туристам,

которые дают работу более 20 млн наших сограждан, задействованных в сфере туризма».

Хишам Заазу рассказал, что сейчас в Египте ведется работа по превращению Средиземноморского побережья страны в курорт мирового уровня. Несмотря на то, что пока в этом регионе только семь тысяч мест для размещения туристов (для сравнения, в Шарм-эль-Шейхе их более 45 тысяч), министр уверен, что через пару лет новый турпродукт будет предложен российским туристам.

Помимо пляжного отдыха, Египет хочет развивать религиозный туризм. «В нашей стране есть множество святых мест, которые могут привлечь паломников», — сказал Хишам Заазу, напомнив, что на данный момент россиянам не рекомендуется посещать монастырь Святой Екатерины, однако выразил надежду, что в ближайшее время этот запрет будет смягчен.

«Мы активно развиваем религиозный, лечебный и МІСЕ-туризм, все условия для этого у нас есть, — добавил Халид Фуда. — Также нельзя забывать, что более 34% нашей территории занимает пять уникальных заповедных зон, что весьма привлекательно для туристов со всего мира».

КУРОРТЫ ЕГИПТА



»» В 2010 году Египет посетили 14,7 млн иностранных туристов. В 2012 году их число сократилось до 12 млн, а в 2013 году — до

9 млн человек.

Эфиопия: туризм пока на старте

Эфиопия продолжает считать Россию перспективным рынком в туризме, однако качественный скачок здесь еще предстоит, — такое мнение высказал во время визита в Москву эксперт отдела продвижения турпродукта министерства культуры и туризма страны **ЯРЕГАЛ ЭМРИЕ**.

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

По мнению чиновника, обеим сторонам следует развивать профессиональные контакты, добиваясь активизации турпотока.

Объективные основания для этого есть: единственная христианская страна Африки связана с Россией более чем столетней историей дипломатических отношений, и относительно недавно, в 1970–1980-е годы, между ними существовали оживленные экономические и культурные связи. После провала социалистических идей памятник Ленину в Аддис-Абебе убрали, а Пушкину — правда, гораздо скромнее — поставили. В 2009 году при посольстве Эфиопии был создан клуб туроператоров, заинтересовавшихся этим направлением, в который записалось добрых четыре десятка членов. Они сдвинули дело с мертвой точки, предложив качественные маршруты и сумели свозить на Африканский Рог несколько больших групп. Эфиопская сторона помогла проехать по стране нашим телевизионным бригадам, репортажи которых, впрочем, оказывались скорее географическими, чем туристическими. Однако к сегодняшнему дню существование эфиопского клуба превратилось в виртуальное, а поток туристов-энтузиастов истончился до состояния ручейка.

В выставке МИТТ-2014 Эфиопия участвовала — без перерыва шестой раз подряд. По мнению одного из «ветеранов» стенда, директора фирмы «Динкнеш Эфиопия Тур» Мулуgety Мулуhexa, только реальное присутствие оператора на рынке может обещать прирост количества туристов. С этим согласились директор бюро по развитию туризма региона Амхара Алебель Дессие и эксперт по маркетингу агентства по культуре и туризму региона Тыграй Небят Такеле. Российские туристы есть, но их очень мало, — подтверждают они. Место великой африканской страны — почти 90 млн жителей — на мировой карте путешествий, конечно же, остается неизменным. Устойчивым спросом на международном рынке пользуются исторические маршруты, проложенные к старинной столице Абиссинии — Гондару, цельнокаменным церквям Лалибелы, руинам



дворца царицы Савской и другим достопримечательностям библейского периода.

Неограниченные возможности для этнического туризма открывает то обстоятельство, что страну населяет около восьмидесяти народностей. Национальный парк Симиен с ошеломляющими пейзажами, вошедший в список объектов Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО, переносит человека в ту природную среду, которой она была тысячу лет назад. Сегментобразующее количество туристов прибывает в Эфиопию для наблюдения за птицами: здесь насчитывается свыше 800 видов пернатых, в том числе эндемичных.

Реальному развитию туризма в Эфиопию препятствуют объективные обстоятельства. Отрасль слабо поддерживается государством, а ее собственные возможности по продвижению незначительны. Как справедливо замечает экономический эксперт посольства Эфиопии в Москве Беллетте Сисай, в тех странах, которые поставляют большинство туристов в Эфиопию — Германии, США, Англии, Франции, Италии — это направление популярно как приключенческое.

Как пишет авторитетный путеводитель Rough Guides, в последнее время самостоятельное путешествие по Эфиопии становится более доступным, поскольку в стране наблюдается бум небольших гостиниц и ресторанов. Международное консалтинговое агентство DaMina Advisors, специализирующееся на анализе «новых» рынков, ожидает подъема туризма в Эфиопию по другим причинам. Согласно его данным, рост ВВП Эфиопии за последние четыре года составлял 9% в год, а рейтинг Эфиопии со стороны Всемирного банка как площадки для ведения бизнеса ставит ее выше не только Кении и Нигерии, но и таких стран, как Индия и Аргентина.



Монолитные христианские храмы Лалибелы XII века — одна из главных достопримечательностей страны.



Особый вид туризма в Эфиопии представлен паломническими турами — монастыри эфиопской православной церкви стали строиться полторы тысячи лет назад, они известны неповторимой архитектурой и убранством, привлекают огромное количество посетителей, несмотря на то, что зачастую находятся в труднодоступных местах.



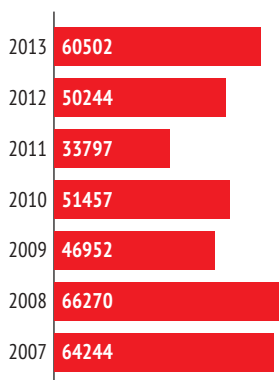
Новое японское чудо

Японская туриндустрия оправилась от падения рынка, связанного с аварией на атомной станции в Фукусиме, и сегодня находится на подъеме

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

ПОСЕЩЕНИЕ ЯПОНИИ ГРАЖДАНАМИ РОССИИ

XXXXXXXXXXXX



Источник: JNTO

Благодаря настойчиво проводимым в течение последнего времени разъяснительным и рекламным кампаниям Япония сегодня фиксирует устойчивый рост въездного турпотока, вплотную приблизившись к самым высоким докризисным показателям.

СПРОС ВОССТАНОВЛЕН

Японская национальная туристическая организация (JNTO) сообщила, что 20 декабря 2013 года в международный аэропорт Нарита прибыл 10-миллионный иностранный турист. Таким образом, выполнена национальная программа и побит рекорд самого успешного для японской туриндустрии 2010 года, когда страну посетило 8,6 млн зарубежных путешественников. «Юбилейной» стала семья из Таиланда, прибывшая из Бангкока рейсом авиакомпании ANA. Счастливики получили памятные подарки, а главное — авиабилеты в Токио и обратно с открытой датой. Пятерку стран, из которых туристы чаще всего прибывают в Страну восходящего солнца, составляют Республика Корея, Китай, Тайвань, Гонконг и Таиланд. Для сравнения, путешественники из США занима-

ют 13 позицию, а Россия находится лишь на 20 месте. Российских туристов в Японии в два раза меньше, чем туристов из Германии, занимающей 19 позицию. Рекордным по въездам россиян в Японию считается 2008 год, когда их число превысило 66 тысяч человек. В следующем, 2009 году после начала экономического кризиса поток начал снижаться и достиг минимума в 2011 году (33 тысячи человек) в связи с цунами и аварией на АЭС «Фукусима». Однако в течение последующих двух лет динамика прибытий была положительной, и в прошлом году прирост составил 20%. В стране побывало 60,5 тысячи россиян. То есть турпоток практически полностью восстановился после двукратного снижения в 2011 году.

ЧЕТЫРЕ СЕЗОНА ЛЮБВИ

Посещаемость Японии туристами имеет четыре сезонных пика — Новый год, время цветения сакуры, а также июль и октябрь-ноябрь — сезон красных кленов. Прошлый высокий сезон — цветение сакуры в марте-апреле 2013 года — выдался самым удачным за всю историю путешествий российских туристов в Японию. Эти два месяца побили рекорды даже пикового

2008 года. Осенний сезон «красных кленов» хотя и не был столь аншлаговым, но тоже показал рост. Интересно отметить, что доля прибытий в Японию с целью туризма заметно выросла по сравнению с деловыми визитами: с 60,3% в 2012 году до 66,7% в 2013 году. С восстановлением турпотока стала заметна тенденция дифференциации предпочтений российских туристов. Если раньше для путешествия в Японию чаще выбирали период цветения сакуры и «сезон красных листьев», то сейчас все успешнее продаются туры на другие даты. В частности, повышенным спросом пользуется встреча Нового года. Заметно увеличилось количество людей, посещающих Японию повторно. С каждым годом расширяется география путешествий россиян по стране и тематика экскурсий. В дополнение к хрестоматийному «Золотому маршруту» (Токио, Хаконэ, Киото, Нара) многие операторы стали предлагать турпродукт, включающий романтический город Канадзаву, бывший олимпийский Нагано, Мацумото со знаменитым Замком ворона, историческую деревню-музей Сиракаву, объекты ЮНЕСКО. Активно продаются туры в регион Хокурику на северо-западной части Хонсю и южный остров Кюсю. Как отмечают специалисты, российский турист решил освоить японскую глубинку. Отмечается также рост SIT-туризма (Special Interest Tourism) — туров с посещением спортивных, оздоровительных и прочих мероприятий, в частности, весьма популярно у наших соотечественников участие в токийском марафоне. Стоит особо отметить успехи круизного рынка. Сегодня многие круизные компании в свои программы по

Юго-Восточной Азии включают посещение Японии. Лайнеры Princess Cruises в этом году заходят в два с лишним десятка японских портов, включая тропическую Окинаву. Круизы обеспечивают туристам недорогое посещение страны даже в пиковые сезоны, когда есть трудности с бронированием отелей. Например, в августе — в благоприятное время для восхождения на Фудзи. В прошлом году московский туроператор «Бриз Лайн» стал первопроходцем на рынке круизов в Японию. Счет туристам идет уже на сотни человек.

ЯПОНСКОЕ КАЧЕСТВО

По свидетельству директора лондонского офиса JNTO Масанобу Миками, даже недорогие японские отели предлагают качественный сервис, что касается, прежде всего, провинциальных «рёканов». По его мнению, сегмент туристов среднего достатка из России растет и будет расширяться в дальнейшем. Проблемой дальневосточного рынка всегда было наличие регулярной авиаперевозки. После ухода «Аэрофлота» с японских маршрутов из Хабаровска и Владивостока цены на авиабилеты заметно подросли. Однако ситуацию выправляют чартерные рейсы. В летнем сезоне ожидаются чартерные программы в Ниигату и на Окинаву, причем обе уже подтверждены. Российские туристы получают ощутимую экономию в сравнении с турпакетами с регулярной авиаперевозкой. «Пять лет назад мы могли только мечтать о таких «экзотических» маршрутах, как Хабаровск — Мацумото или Владивосток — Тоттори, а ведь такие рейсы уже



« Туристический рынок России мы разделяем на две составляющие — рынок европейской части страны и дальневосточный. Они имеют свои особенности, но одинаково для нас важны >>>

МАСАНОБУ МИКАМИ

Директор лондонского офиса JNTO

Лайнером мечты

С 31 марта авиакомпания JAL увеличивает частоту полетов между Москвой и Токио с трех до четырех рейсов в неделю из Домодедова — по понедельникам, средам, пятницам и воскресеньям. Для российского рынка установлены специальные тарифы. Стоимость перелета между столицами и обратно включает еще и перелет из Токио в любой из 33 городов Японии по тому же билету. Например, если турист летит на Окинаву, а это далеко на юг от Токио, получается, что этот перелет для него бесплатный. Это относится и к пассажирам из Санкт-Петербурга, которые летят

через Москву с партнером JAL по альянсу Oneworld — авиакомпанией S7. Рейсы Москва — Токио JAL выполняет на новеньких Боинг-787 Dreamliner, в которых воплощены последние достижения самолетостроения. Усовершенствованная конструкция корпуса позволила сбалансировать давление внутри кабины и значительно повысить влажность воздуха, что особенно важно для длительных перелетов. Улучшены системы фильтрации, обеспечивающие чистоту воздуха в салоне. Площадь иллюминаторов на 30% больше, чем в других самолетах, причем они снабжены



электронно-затемняемыми стеклами, с пятиступенчатым режимом затемнения. Все внутреннее оборудование — от пассажирских кресел до оснащения бортовых кухонь и тележек, которыми пользуются бортпроводники, — спроектировано так, чтобы пассажирам было максимально удобно. Во время трапезы предлагается как евро-

пейское, так и японское меню. Онлайн-регистрация на рейсы открывается за 72 часа до вылета. В дополнение к основному сайту работает русскоязычный www.jal787.ru. Стоит напомнить, что в экономклассе JAL теперь можно провозить два места багажа общим весом до 46 кг, а в бизнес-классе — три места, до 96 кг.



« В стране растет количество лицензированных гидов, среди которых теперь не только японцы, но и русские, сдавшие самый сложный госэкзамен »»

ВАЛЕНТИН ШЕСТАК

Куратор российского направления JNTO в Лондоне

выполнялись в минувшем году. Чартером Петропавловск-Камчатский — Токио раньше летали в основном японцы, а теперь на рейсах немало россиян. Что касается новогоднего рейса Якутск — Фукуока, то он произвел впечатление даже на выдавших виды специалистов

по Японии», — отмечает куратор российского направления JNTO в Лондоне Валентин Шестак. Несмотря на имидж недешевого направления число фирм, предлагающих туры в Японию, растет. Известно, что продавать Японию нелегко. Поэтому для компаний, желающих серьезно работать с этим направлением, особенно для региональных турфирм, предусмотрено дистанционное обучение. Начальную подготовку по продаже направления можно получить на сайте JNTO. Если тренинг пройден успешно, турагент получает сертификат специалиста по Японии, а самым лучшим и целеустремленным предоставляется возможность побывать в ознакомительной поездке по стране. Япония традиционно участвует в туристических выставках — MITT и «Отдых» в Москве, Inwetex в Петербурге, планируется дебют на выставке PITE во Владивостоке.

С дальним восточным прицелом

Южная Корея и Япония все еще остаются загадкой для российских туристов, — считает менеджер по странам Юго-Восточной Азии компании «АРТ-ТУР» **ЮЛИЯ БОРИСОВА**

В последние годы в целом наблюдается позитивная динамика туристских прибытий россиян в Южную Корею и Японию. Турпоток в Японию активно восстанавливается и приближается к уровню 2011 года, который заметно снизился после стихийного бедствия и аварии на «Фукусиме-1».

Южная Корея пока еще остается новым и малознакомым направлением для российских туристов, однако интерес к стране растет с каждым годом, а отмена виз для россиян с 1 января 2014 года сразу же привела к увеличению турпотока.

Нашим приоритетом является качественное обслуживание туристов, поэтому мы подбираем для них уникальные по своему содержанию туры. В рамках одной поездки можно познакомиться со знаменитыми городами и курортами. Наиболее востребованные японские направления у россиян — Токио, Осака, Киото, Йогогама, Никко, Хаконе, Камакура.

Мы подготовили для путешественников, желающих посетить Японию, разнообразные программы: Токио и пляжный отдых на тропической Окинаве, 7-дневный тур к горячим источникам Хаконе и по самурайскому городу Камакура по маршруту Токио — Хаконе — Камакура — Токио, гранд-тур «Шедевры классической Японии» по маршруту Токио — Камакура — Хаконе — Мацумото — Хида — Такаяма — Сиракава — Канадзава — Киото — Нара — Осака. Тур «Золотой треугольник Японии» (Токио — Нара — Хаконе) пользуется большой популярностью у туристов, которые хотят открыть для себя загадочный мир этой страны.

Одна из интересных новинок — тур «Каникулы в Диснейленде», адаптированный для отдыха с детьми. Он не так насыщен экскурсиями, но наполнен развлекательными элементами. Трансфер из гостиницы к «Диснейленду» бесплатный, что весьма удобно. Тур рассчитан на 5–6 дней — это традиционный объем осенних и весенних детских каникул.

Ценителей экскурсионных туров и истории, несомненно, заинтересует

знакомство с Киото, где сосредоточено более двух тысяч древних святынь Страны восходящего солнца.

Говоря о тенденциях, можно отметить увеличение числа туристов, приобретающих у агентов только проживание в отеле и трансферы. Хотелось бы предостеречь агентов и самих туристов от столь сомнительной экономии. Японию необходимо чувствовать через ее уникальность и завораживающий колорит, понять который без помощи гида очень непросто. Мы со своей стороны предлагаем услуги лицензированных гидов, которые помогут путешественнику составить полноценную картину удивительной Японии. В Южной Корее востребованы транзитные туры на 2–3 ночи, увеличивается число заявок с запросами на посещение объектов ЮНЕСКО, хорошую динамику показывает спрос на пляжный отдых (по побережью вблизи Пусана и на острове Чеджудо).

Несмотря на огромный потенциал Южной Кореи как экскурсионного направления, она в первую очередь воспринимается туристами как направление для шоппинга и развлечений. Мы предлагаем своим клиентам оптимальные цены на туры с посещением парка «Сорак Вотоппиа» с горячими источниками, термального природного парка «Инчхон Спа-Плюс» в получасе езды от Сеула, а также знаменитого на весь мир «Бугок Гавайский остров».

Одна из интересных летних новинок региона — 6-дневный туристический микс Spa-Sea-Bo, включающий посещение спа-центров, пляжей, источников, мастер-классов по приготовлению корейской еды, а также участие в Фестивале грязи Vogeong Mud Festival, который пройдет 19 июня в Порёне. На самом деле любой тур в Южную Корею пока еще можно назвать новинкой.

Мы стремимся к созданию максимально качественного турпродукта, оперативно реагируем на запросы рынка, также создаем выгодные условия сотрудничества, поэтому работать с нами действительно удобно.

ART TOUR

Туроператор с 1992 года

ЯПОНИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ:

- «Стиль и Энергия Токио» (6 дней / 5 ночей) - от 56 900 руб./чел.
- «Каникулы в Диснейленде» (6 дней / 5 ночей) – от 59 900 руб./чел.

ГРУППОВОЙ ТУР:

«Япония - страна восходящего солнца» (7 дней / 6 ночей) – от 91 900 руб./чел.

Дополнительно оплачивается авиаперелет Москва-Токио-Москва, а/к Аэрофлот от 30 000 руб./чел.

asia@arttour.ru

(495) 232-31-13

www.arttour.ru



Турпоток в Корею будет расти

Южнокорейские операторы переживают период радостного ожидания: по единодушному мнению экспертов отрасли, отмена виз для россиян с начала текущего года должна радикально отразиться на количестве туристских прибытий. Это подтвердил в интервью корреспонденту «ТБ» генеральный директор Туристического бюро министерства культуры, спорта и туризма Республики Кореи КИМ КИХОН: «Если в 2013 году у нас побывало 175 тысяч россиян, то через пять лет мы ожидаем двукратного увеличения ежегодного турпотока».

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН, ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Волшебные миры Кёнги-до

Провинция Кёнги-до считается лидером в области развлекательной индустрии Южной Кореи

Эта провинция находится на северо-западе страны, всего в часе езды от Сеула. На ее территории расположен крупнейший в Корее парк развлечений «Эверлэнд», который включает зону аттракционов «Фестиваль Уолд», аквапарк «Кариббиа Бей» и гоночную трассу «Спидвей». Есть также зоопарк, ботанический сад, гольф-клуб и автомобильный

музей. В провинции действует этнографический парк-музей под открытым небом «Корейская фольклорная деревня», где воссоздана повседневная жизнь корейцев позднего периода династии Чосон. Здесь можно увидеть, как гончары, ткачи, кузнецы и другие мастера занимаются своим делом по столетним технологиям.

Отрасль готовится к важному событию — проведению в июне в Москве Недели корейского туризма. Проект будет реализован совместно с Федеральным агентством по туризму РФ. Неделя, в свою очередь, является частью программы «Годы взаимных визитов Россия — Республика Корея (2014–2015)», которая была согласована во время официального визита в Сеул в ноябре прошлого года Владимира Путина.

«Генеральная тема Недели — национальные культура и искусство, — отметил Ким Кихон. — Корейские туроператоры не преминут подготовить к этому времени новые интересные предложения для своих российских партнеров. Мы осознаем, что наше направление вряд ли можно считать бюджетным, однако постараемся выстраивать ценовую политику таким образом, чтобы

россияне получали в обмен на затраченные средства первоклассный туристический продукт».

«Неделе туризма в Москве будет предшествовать первый Корейско-российский туристический форум, который пройдет в Сеуле в мае — мы ожидаем приезда огромной делегации из России, — сообщил Ким Кихон, — и постараемся не забыть ни одну VIP-персону». Чиновник высоко отозвался об уровне взаимоотношений своего ведомства с Ростуризмом, указав на плодотворный характер состоявшегося в Москве перед выставкой МИТТ 6-го заседания Российско-корейского комитета по развитию туризма.

Одним из наиболее привлекательных продуктов для россиян, по свидетельству руководителя корейской туротрасли, является медицинский туризм. Речь идет, прежде всего, о европейской медицине, однако жители Сибири и дальневосточных регионов России проявляют интерес также и к услугам традиционных корейских врачей-врачевателей.

Растущий спрос россиян на лечение в Корее носит столь предметный характер, что министр финансов страны Хён Осок напрямую связал прогнозируемые темпы роста здравоохранения Кореи с увеличением числа туристов из РФ. Проявив несвойственный азиатскому характеру темперамент, министр назвал колоссальным спрос в России на туризм и, в частности, медицинское направление, посоветовав всем заинтересованным ведомствам активнее зарабатывать на растущем турпотоке.

Специально разработанная программа Koreastay дает возможность проживания в корейских семьях, сертифицированных Национальной организацией туризма. Кроме жилого пространства, чистоты и вежливости учитывается еще и «мировоззрение» хозяев. Они обязаны не только кормить гостей едой домашнего при-

готовления, но и предоставлять им необходимую туристическую информацию.

По данным на начало 2012 года, российский турист тратил в Корее за одну поездку 1987 долларов, позволяя опережать себя только китайцам и жителям Сингапура, и проводил в стране 12,2 дня против среднего для иностранца показателя в 6,7 дня.

В феврале нынешнего года корейское правительство приняло комплексный план по стимулированию притока туристов из РФ по нескольким основным направлениям. Кроме активизации медицинского туризма, план предусматривает организацию поездок и приглашение в Корею целевых групп россиян, улучшение информационной службы для граждан РФ для ознакомления их с региональными туристическими маршрутами, а также общую активизацию программ взаимных обменов, рекламной деятельности и туристического маркетинга.

На курорте Ёнпхён (провинция Кангвон) с 2008 года проводится специальный горнолыжный фестиваль RuSki, ориентированный на россиян. Построенный в 1974 году Ёнпхён стал вторым горнолыжным курортом в Азии, который получил сертификацию Международной лыжной федерации (FIS). 31 спуск и естественный снег толщиной в среднем 250 см делают этот комплекс привлекательным для лыжников с самым разным опытом — от новичков до профессионалов. Более 40% гостей участвуют в фестивале ежегодно.

С 1 января 2014 года Россия и Республика Корея перешли на безвизовый режим для краткосрочных поездок граждан двух стран. Это позволяет туристам из России находиться до 60 дней на территории Кореи. Суммарный срок пребывания граждан на территории государства другой стороны не должен превышать 90 дней в течение каждого периода в 180 дней.



ОБЪЕКТЫ ЮНЕСКО

Дворец Чхандоккун

Святилище Чонмё

40 королевских гробниц династии Чосон

Крепость Хвасон в Сувоне

Исторические районы Кёнчжу

Пещерный храм Сокурам и храм Пульгукса

Исторические деревни Хакхе и Яндон

Дольмены Кочхана, Хвасуна, Канхва

Храм Хэинса

Вулканический остров Чечжудо и лавовые трубки

Ведущий туроператор Кореи



Компания Holidaylink DMC, располагая обширными знаниями своих сотрудников и более чем двадцатилетним опытом работы в индустрии туризма, может предоставить даже опытейшим туристам и бизнесменам продуктивное и запоминающееся пребывание в Корее, Стране утренней свежести. Одно из основных преимуществ Holidaylink DMC над своими конкурентами — способность генерировать новое содержание туров.



Услуги, предоставляемые Holidaylink DMC:

- бронирование отелей
- услуги трансфера, гида-переводчика
- экскурсионные туры (групповые и индивидуальные)
- тематические туры: темпл-стэй, свадебное путешествие, экотур, гастрономические, велосипедные, детско-развлекательные туры и др.
- медицинский и оздоровительный туризм (более 30 медицинских учреждений)
- организация различных мероприятий (спортивные соревнования и др.)
- прием VIP-клиентов
- деловой туризм, MICE - мероприятия

КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ

ИЮНЬ

Фестиваль светлячков

в Мучжу

Фестиваль лотоса в Содоне

ИЮЛЬ

Фестиваль лечебной грязи

в Порёне

АВГУСТ

Фестиваль селадоновой

глазури в Канчжине

СЕНТЯБРЬ

Международный фестиваль

танца в масках в Андоне

ОКТАБРЬ

Фестиваль масляных

фонарей на реке Намган

в Чинчжу

Фестиваль риса в Инчхоне

Упрощение визового режима уже дало первые позитивные результаты. Как сообщил генеральный консул Республики Кореи во Владивостоке Ли Янгу, с 1 января 2014 года количество российских туристов, въехавших на территорию Кореи, увеличилось на 30% по сравнению с аналогичным периодом 2013 года. Прирост турпотока в Россию из Кореи составил 10%.

«Аэрофлот» выполняет ежедневные рейсы в Сеул из Москвы и шесть раз в неделю летает в южнокорейскую столицу из Владивостока. Комплектуется ежедневный маршрут из Санкт-Петербурга с пересадкой в Москве. Korean Air выполняет рейсы Москва — Сеул пять раз в неделю, Санкт-Петербург — Сеул — дважды в неделю, Иркутск — Сеул — один раз в неделю и Владивосток — Сеул — ежедневно.

ТОЛЬКО В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Несмотря на стремительный технический прогресс, корейцы прекрасно сохранили живописную природу и древние традиции. Республика Корея не похожа ни на одну из соседних азиатских стран. Ее самобытность привлекает множество иностранных туристов.

В Корею даже дворцы строили из дерева, поэтому войны и пожары уничтожили большую часть исторического наследия. Тем не менее в стране есть что посмотреть. Одной из самых впечатляющих древних построек в Сеуле является императорский дворец Кёнбоккун, представляющий собой гигантский комплекс с многочисленными постройками, прудами и

садами. Из древностей стоит отметить также королевские курганные захоронения в городе Кёнджу на юго-востоке страны. Недавно здесь раскопали гробницу Чхонмачхон, содержащую более 10 тысяч ценных реликвий.

Иностранные туристы охотно посещают демилитаризованную зону между Северной и Южной Кореей. Нейтральная полоса шириной 800 метров была создана для исключения контактов между пограничниками двух стран. В местечке Имчжингак находится военный музей, рассказывающий об истории демилитаризованной зоны, а с обзорной вышки Дорасан через бинокль можно взглянуть на Северную Корею.

В стране популярны туры «темплстей», когда обычные люди живут в буддистском монастыре вместе с монахами. Условия быта спартанские — ученики спят в большом помещении прямо на полу, используя тонкие подстилки, подушки и одеяла. Подъем в 4 часа утра. День начинается с молитвы и медитации вместе с мастером. Потом — физические упражнения и вегетарианский завтрак. В течение дня учеников ждут медитативные прогулки по горным тропам, чайная церемония, обед и послушание.

Корейцы много работают, поэтому ценят отдых. Все восточное побережье страны представляет собой сплошную пляжную зону. Главными курортными центрами считаются Пусан и остров Чеджудо. Благодаря вулканическому ландшафту и красочным субтропическим пейзажам его еще называют «маленькими Гавайями».

Третьи в гонке лидеров

Рынок медицинского туризма демонстрирует невиданные темпы роста: удвоение объема каждый год

В 2013 году в этом сегменте корейского туризма гости из РФ заняли третье место, опережая по количеству японцев и уступая лишь китайцам и американцам. При этом россияне тратят на медицинские услуги вдвое, а то и втрое больше средств, чем другие иностранцы.

Туры такого рода ориентированы, прежде всего, на Пусан, второй по величине город Южной Кореи. Спектр услуг чрезвычайно широк — роботхирургия, кардиология, онкологические заболевания, гастроэнтерология, трансплантология, лечение



болезни Паркинсона, диабета и эндокринных заболеваний, инсульта и многое другое. К

числу ведущих клиник относятся больница при университете Донгъя, госпиталь Пусанско-

го национального университета, медицинский центр «Чоын Канан», клиники пластической хирургии «Ноблес» и «Эй Би Си», а также клиника восточной медицины «Синтон». Последняя специализируется на лечении заболеваний печени и ожирения, используя физиотерапию, иглокальвание, диетотерапию, йогу. Интересно, что клиники корейской традиционной медицины предлагают безоперационные методы лечения позвоночной грыжи, а также эффективные методы снижения веса без побочных эффектов.

ОЛИМПИЙСКИЙ ГОД «АРТ-ТУР»

В первое воскресенье после выставки МИТТ, в боулинг-клубе «Космик – Капитолий» состоялся Международный Боулинг-ТУРнир. Организатором мероприятия, которое в этом году прошло уже в пятнадцатый раз, выступает туроператор «АРТ-ТУР». Турнир 2014 года стал рекордным по количеству участников.



Турнир 2014 года стал рекордным по количеству участников: 188 сотрудников туркомпаний, а в детском мини-турнире — 35 детей. В рамках мероприятия состоялась целая серия конкурсов и соревнований, в том числе детских. Заявленную тему «Олимпийский год» поддержали аниматоры — олимпийские талисманы. В детском мини-турнире бронзовая медаль у Софии Жильченко («Сингапурские авиалинии»), серебро завоевала Виктория Чистова («Оксоль-тур»), золото — Антон Горин («Випсервис»).

Впервые соревновались команды сетевых турагентств — «Горячие туры» и «ТБГ — Туристические Бренды». Команда «ТБГ» усилиями Ильи Демидова («Акватур»), Дмитрия Миштановского («Информтел Вояж»), Виктора Джебко и Сергея Онищенко («ЕТК») с небольшим преимуществом одержала победу.

В индивидуальном первенстве третье место занял организатор турнира Дмитрий Арутюнов, второе место у Ольги Русихиной («Пора отдыхать»). Безоговорочную победу одержал молодой сотрудник отдела IT-технологий «АРТ-ТУРА» Александр Рочев. Очередной турнир состоится 22 марта 2015 года.

1. **Тройка призеров турнира со спонсорами Flydubai и Jumeirah.**
2. **Победитель детского турнира Антон Горин («Випсервис»), Олеся Пыршева (Kerzner) и Дмитрий Арутюнов («АРТ-ТУР»).**
3. **Золотые турагенты, гости «АРТ-ТУР».**
4. **Команда «Горячих туров».**

Новая роль Константина Хабенского

Авиакомпания «Трансаэро», сотовый оператор МТС и Благотворительный фонд Константина Хабенского объявили о запуске проекта «Поколение Маугли», направленного на содействие творческому развитию детей и помощь ребятам с онкологическими заболеваниями головного мозга.

ПОДГОТОВИЛА
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

КОНСТАНТИН ХАБЕНСКИЙ

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Санкт-Петербург

ТВОРЧЕСТВО

Театр МХТ имени А. П. Чехова

РОЛИ В ТЕАТРЕ

«Сирано де Бержерак»,
«Трехгрошовая опера»
(Сатирикон, 1996), «Братец
кролик на Диком Западе»
(театр им. Ленсовета, 1998),
«Клоп» (театр им. Ленсовета,
2000); «Трехгрошовая опера»
(МХТ им. А.П. Чехова, 2009)

РОЛИ В КИНО

«Дневной дозор», «Есенин»,
«Адмирал», «Выкрутасы»,
«Распутин», «Убойная сила»

НАГРАДЫ

Заслуженный артист России
(2006), Народный артист Рос-
сии (2012), премия «Золотой
Орел» в номинации «Лучшая
мужская роль» (2014)

Главная идея проекта заключается в том, что одаренные дети из разных регионов страны участвуют в постановке спектакля по мотивам произведения Редьярда Киплинга «Книга джунглей» под руководством мастеров отечественной драматургии, музыки и кинематографа. Художественный руководитель спектакля — Константин Хабенский, музыку и стихи написали Алексей Кортнев и Сергей Чекрыжов (группа «Несчастный случай»). Художник-постановщик — Николай Симонов (МХТ им. Чехова, Мариинский театр, театр «Современник»), хореограф-балетмейстер — Николай Реутов, режиссер-постановщик — Айнура Сафиуллин. Роль Шерхана исполнит Гоша Куценко, в роли Багиры выступит одна из победительниц проекта «Голос» Эльмира Калимуллина. По задумке режиссера, действие мюзикла будет происходить в современном мире, куда в поисках правды прибегает мальчик по имени Дуглас Маугли. Здесь он находит правду, которую нельзя увидеть, но можно почувствовать. Правда — это любовь. Любовь к родителям и ко всему миру.

«Ребенок идет по жизни в поисках вечных ценностей, своего пути, и наша задача — показать правильное направление, посеять в душах светлое и доброе», — рассказал на мероприятии, посвященном запуску проекта, Константин Хабенский.

«Идею вовлечения ребят из регионов страны в постановку мюзикла «Поколение Маугли» мы развили в проект, связавший благотворительность и развитие детского творчества. Новизна и необычность материала, представленного на созданном интернет-портале (основными площадками для участия в проекте стали интернет-портал www.dobroedelo.mts.ru и группа в социальной сети



«ВКонтакте»), разнообразие творческих конкурсов сможет привлечь к участию в проекте подростков, независимо от места проживания», — отметил актер.

Премьера музыкального спектакля «Поколение Маугли» состоится в июне 2014 года в Казани, после чего в течение двух лет спектакль будет показывать в Уфе, Екатеринбурге, Новосибирске, Нижнем Тагиле, Воронеже, Перми и Санкт-Петербурге. Ожидается, что представление посетят более 150 тысяч зрителей. Все средства от продажи билетов будут направлены подопечным Фонда Константина Хабенского.

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЯРМАРКА ПУТЕШЕСТВИЙ

15-17 МАЯ 2014



ГОСТИНЫЙ
ДВОР

Генеральный партнер:



Генеральный интернет-партнер:



Интернет-партнеры:



При поддержке:



Информационная поддержка:



WWW.MITF.SU



Тебе все труднее одному бороться с изменениями рынка?

Трудности наступают, создавая все больше рисков для твоего агентства:

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

Сильный партнер облегчает борьбу с трудностями:

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

Более 5000 игроков туристического рынка России предпочли Випсервис в качестве партнера по бизнесу. У тебя есть выбор – бороться в одиночку или позвонить в Випсервис!

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

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

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

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



Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем