

№ 10 Сентябрь 2014 www.tourbus.ru

# Турбизнес

Travel Trade Russia

## Банкротства турфирм



12+

**РОЗА ВЕТРОВ**  
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

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

ПРИЕМ В МОСКВЕ

# RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

## 2014

18 номинаций  
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

[www.mice-award.ru](http://www.mice-award.ru)

Церемония награждения  
1 октября 2014 г.

Дополнительная информация:  
Ирина Ильина  
тел. (495) 723-72-72 / [award@tourbus.ru](mailto:award@tourbus.ru)



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ СТРАХОВОЙ  
ПАРТНЕР ЦЕРЕМОНИИ



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ  
ПАРТНЕР ЦЕРЕМОНИИ



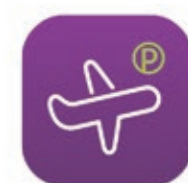
ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР



ОРГАНИЗАТОР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР



## SafeTrip

Приложение к приключению

С удовольствием представляем SafeTrip – мобильное приложение для тех, кто хочет чувствовать себя комфортно и безопасно вдали от дома. Приложение позволяет вам всегда и везде оставаться на связи с нами, предлагая незаменимые в поездке опции.



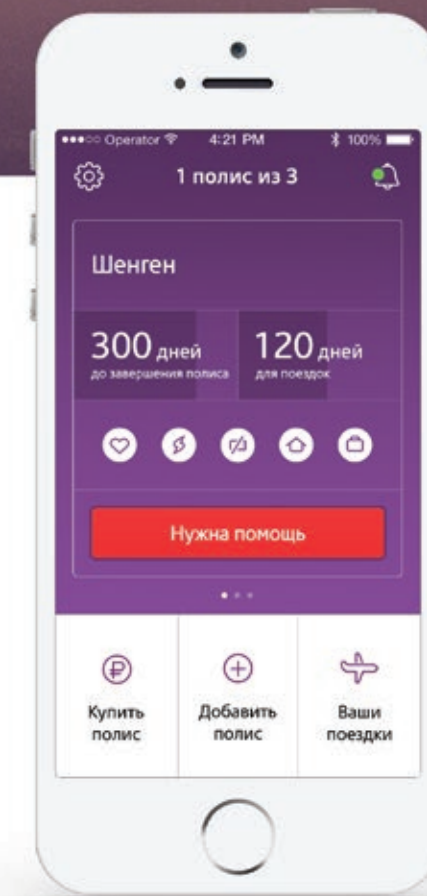
Экстренная связь  
из любой точки мира



Удобное хранение всех  
данных о полисе



Учёт сроков действия  
годовых полисов



Скачайте SafeTrip

и путешествуйте, всегда оставаясь  
на связи с нами!

Ренессанс®  
страхование

# 35-я ВЫСТАВКА WTM СТАНЕТ ЕЩЕ УСПЕШНЕЕ ПРЕДЫДУЩИХ

**£2.2bn**  
of new  
business  
generated at  
WTM® 2013



Meet  
**4,903**  
exhibitors

**50,000**  
attendees  
from 186 countries

**WTM**  
Means business

3 – 6 November 2014  
ExCeL London



Register now  
[wtmlondon.com](http://wtmlondon.com)

Official Media Partner

Tourbusiness

Official Partner

Flanders  
State of the Art



2014-18  
Flanders Fields

Фландрия просит людей высадить несколько настоящих или виртуальных цветков мака в знак того, что Первая мировая война никогда не будет забыта.

Чтобы получить более подробную информацию, посетите веб-сайт <http://www.visitflanders.co.uk/> или стенд Фландрии EM14-EM18

ФЛАНДРИЯ ЯВЛЯЕТСЯ ГЛАВНЫМ ПАРТНЕРОМ WTM УЖЕ ВТОРОЙ ГОД ПОДРЯД И ПРИВЛЕКАЕТ ВНИМАНИЕ УЧАСТНИКОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ К СТОЛЕТИЮ СО ДНЯ НАЧАЛА ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Фландрия, северный регион Бельгии, проводит мероприятия, посвященные 100-летию со дня начала Первой мировой войны, уже второй год являясь главным партнером выставки World Travel Market, крупнейшего глобального события в туристической отрасли.

В Первой мировой войне погибло около 17 миллионов человек, включая 10 миллионов военных, подавляющее большинство которых сражались в окопах Фландрии.

Чтобы почтить память миллионов погибших, Фландрия создает проект «Всемирное маковое поле». Каждый цветок мака символизирует одного из погибших.

**8500**

членов клуба  
покупателей



БОЛЕЕ  
**50000**  
УЧАСТНИКОВ

Общая сумма сделок

**£2,2**  
миллиарда

При участии более чем 50 000 специалистов, представляющих крупнейшие компании отрасли, включая 8500 покупателей из эксклюзивного Клуба покупателей WTM, на выставке WTM планируется заключение контрактов на сумму более 2,2 миллиарда фунтов.

Будет проведено свыше 100 семинаров, затрагивающих такие темы, как авиация, ответственный туризм, технологии и социальные медиа. В программы новых семинаров в текущем году входят такие темы, как лечебный и оздоровительный туризм (Spa & Wellness), женщины в туризме (Women in Travel).

Директор выставки WTM Саймон Пресс рассказывает: «Начиная с 1980 года, когда выставка World Travel Market была проведена впервые, она неизменно пользуется большим успехом в отрасли. Количество участников возросло настолько, что площадь экспозиции увеличилась в два раза. Ожидается, что выставка WTM 2014 станет самой крупной и успешной по сравнению со всеми предыдущими и на ней будут заключены сделки на общую сумму более 2,2 миллиарда фунтов».

[www.wtmlondon.com/register](http://www.wtmlondon.com/register)

Выставка World Travel Market 2014 — главное глобальное событие в туристической отрасли, которое станет еще крупнее и успешнее всех предыдущих мероприятий, и на котором будет заключено рекордное количество сделок.

35-я выставка WTM пройдет с понедельника 4 ноября по четверг 7 ноября:

- До 20.00 среды 6 ноября будут проводиться торжественные мероприятия в ознаменование 35-летия со дня проведения первой выставки WTM.
- Выставка технологий для туристической индустрии — The Travel Tech Show at WTM — проводится во второй раз после успеха проекта The Travel Tech Region
- Посвященная путешествиям класса «люкс» выставка A Taste of ILTM at WTM, которая проводится в сотрудничестве с партнерами Reed Travel Exhibitions (RTE) — организаторами выставки International Luxury Travel Market (ILTM), также проходит во второй раз после ошеломительного успеха в прошлом году.

ВЫСТАВКА ПРИГЛАШАЕТ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОДАТЬ ЗАЯВКИ НА ЧЛЕНСТВО В КЛУБЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ WTM

Клуб покупателей WTM — это ведущая глобальная деловая сеть, эксклюзивный клуб для представителей крупнейших компаний туристической отрасли, непосредственно отвечающих за подписание контрактов и заключение сделок.

Заявку на членство в клубе может подать любая туристическая компания. Строгий процесс отбора заявок обеспечивает прием крупнейших покупателей из туристической отрасли. Покупатели могут подать заявку на сайте [www.wtmlondon.com/registerbuyers](http://www.wtmlondon.com/registerbuyers)

В выставке WTM 2013 приняли участие более 8500 членов Клуба покупателей WTM, что способствовало заключению сделок в сфере туризма на рекордную сумму — свыше 2,2 миллиарда фунтов.

Преимущества членства в клубе: встречи на WTM с клиентами в формате блиц-переговоров (в первый и последний день выставки), участие в закрытых мероприятиях для членов клуба, доступ в приватные комнаты для переговоров, ускоренный пропуск на территорию WTM, отдельные гардеробные, а также скидки на проезд, проживание и развлечения.

НОВАЯ ПРОГРАММА WTM WELLNESS НА ВЫСТАВКЕ WTM



World Travel Market запускает первую комплексную программу для поддержки быстро-развивающегося сектора лечебного и оздоровительного туризма.

Темпы роста сектора оздоровительного туризма составляют 9% ежегодно, что значительно выше показателей сектора путешествий и туризма — 6% ежегодно.

Программа оздоровительного туризма WTM, организованная крупнейшей маркетинговой компанией и продавцом подарочных карт в индустрии здоровья — Spafinder Wellness 365 в сотрудничестве с Конгрессом SWIC, — будет проходить в течение трех дней выставки World Travel Market 2014 — со вторника 4 ноября по четверг 6 ноября — с привлечением руководителей крупнейших компаний и специалистов из этой сферы, которые поделятся своими знаниями и опытом.

В общей сложности будет проведено свыше 100 семинаров, затрагивающих такие темы, как авиация, круизы, социальные медиа и ответственный туризм.

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

Тематические выпуски Destinations  
Александр Попов  
Светлана Коновалова  
Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32

Тел./факс: (495) 723-72-72

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

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

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

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

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

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители  
генерального директора Елена Борисова  
Александр Попов

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

Менеджер отдела рекламы Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

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

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

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

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

**BUSINESS TRAVEL**  
ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

**Пятьзвезд**  
ОТЕЛЬНОСТИ РОССИИ

© ООО ИД «Турбизнес»

## Крым работает на перспективу

с. 28



>>> **2,36** млн туристов отдохнули в летнем сезоне в Крыму. В общей сложности они потратили на полуострове около 60 млрд рублей.

## В НОМЕРЕ

### СОБЫТИЯ

- 6 До 45 миллионов недалеко
- 9 Игра в цифры
- 10 Футурология в туризме

### 8 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

### АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 14 Увидеть Югру – влюбиться в Россию
- 26 Прорубить «единое окно»

### ТЕМА НОМЕРА

- 19 Вышли из игры
- 20 Сезон для «плохих парней»
- 20 Системный сбой или отбор?
- 24 Ищи ветра
- 25 Как исправить туриндурию

### 28 РЕГИОНЫ РОССИИ

### ГОСТИНИЦЫ

- 35 Пешеходы на «Золотом острове»
- 36 Ориентация – внутренний рынок

### 40, 66 ТУРОПЕРАТОРЫ

### 44 TOURIST BOARDS

- 44 Наглядная история
- 45 Аргентина: движение навстречу

### РЫНКИ

- 47 Из Мексики – с большой любовью
- 48 Виражи автопроката
- 52 Остров-реконструкция
- 54 Таиланд обновляет эмоции
- 57 Вьетнам – разный и прекрасный
- 60 Американские горки
- 64 Мальорка диктует моду на здоровье

### 70 VIP-КЛИЕНТ

# Madrid

Making business a pleasure

MADRID  
CONVENTION  
BUREAU



**Кто сказал, что если вы едете по делам, вас ждут только дела?**

Командировки в Мадрид гарантируют множество положительных эмоций.

Ласковое солнце, удобно расположенные конференц-центры, великолепная кухня — вот лишь малая толика приятных сюрпризов, ожидающих Вас в испанской столице.

После дня плодотворной работы знаменитые музеи и стильные магазины обеспечат новый заряд бодрости, чтобы Вы могли насладиться бурлящей ночной жизнью города.

Расслабьтесь за столиком под открытым небом с бокалом вина и изысканными закусками или танцуйте до утра. В Мадриде есть все, что нужно для работы и отдыха на любой вкус.

[info.mcb@esmadrid.com](mailto:info.mcb@esmadrid.com)  
(+34) 91 758 55 28  
[www.esmadrid.com/mcb](http://www.esmadrid.com/mcb)

[esmadrid.com/mcb](http://esmadrid.com/mcb)

**iMADRID!**



**КАКИЕ МЕРЫ СЛЕДУЕТ ВВЕСТИ ДЛЯ ПРЕКРАЩЕНИЯ БАНКРОТСТВ?**

**10%**

Лицензирование туроператорской деятельности

**28%**

Постоянный финансовый аудит туроператоров

**5%**

Особые финансовые требования для консолидаторов чартеров

**31%**

Страхование каждого турпакета

**26%**

Предоставление туристу финансового документа об оплате его перелета и проживания

Источник: интернет-опрос на сайте «ТБ»

»» Эксплуатация лайнера начнется в 2018 году в Шереметьево. Всего на сегодняшний день Airbus получил 742 заказа от 38 компаний по всему миру.

## До 45 миллионов недалеко

«Четыре года назад поток туристов в России составлял 25 млн человек, а уже сейчас этот показатель достиг уровня в 32 млн», — констатировала вице-премьер правительства России Ольга Голодец

Теперь поставлена задача довести турпоток в стране до 45 млн человек. Заявление было сделано в ходе совещания, посвященного вопросам реализации Федеральной целевой программы (ФЦП) по внутреннему и въездному туризму, в совещании приняли участие несколько десятков специалистов, включая руководителей регионов РФ и отраслевых комитетов. По оценке Ольги Голодец, профильная ФЦП оказалась одной из наиболее экономически эффективных программ в стране, поскольку потраченные на ее реализацию за последние три с половиной года 19 млрд бюджетных рублей уже дают види-



мые результаты. «Каждый рубль вложенных денег — это три рубля в валовый продукт», — подчеркнула она. «Выделенные средства должны быть реализованы в полном

объеме и потрачены именно на те проекты, которые действительно будут способствовать развитию туризма», — пояснил глава Федерального агентства по туризму Олег Сафонов.

## Гигантомания в действии

Москва увидела новейший лайнер Airbus A350 XWB, более двадцати экземпляров которого уже заказаны «Аэрофлотом»

В середине августа аэропорт Шереметьево встретил один из самых современных и больших на сегодняшний день самолетов концерна Airbus — A350 XWB. Это произошло в рамках финального этапа сертификационных испытаний лайнера, рассчитанного на перевозку 440–550 пассажиров. В конструкции A350 XWB максимально широко используются новейшие материалы, что позволило существенно увеличить ресурс и снизить вес конструкции. Расход топлива на 25% ниже, чем у существующих моделей, что чрезвычайно важно в современных условиях роста цен на топливо. Еще одним преимуществом самолета является повышен-

ный комфорт — как для пассажиров, так и для экипажа. Широкий фюзеляж позволяет размещать девять кресел в ряд. Ширина каждого кресла составляет 18 дюймов. Во всех классах обслуживания предусмотрена система развлечений четвертого поколения — мониторы

высокой четкости вмонтированы в спинку каждого кресла. Для освещения салона используются светодиодные технологии — в полете даже будут имитироваться рассвет и закат для лучшей адаптации пассажиров в условиях длительных перелетов.



## В Таиланд на два месяца

С 29 августа россияне и граждане еще 48 стран могут пребывать на территории Таиланда без оформления специальной визы в течение 60 дней

Стандартный срок пребывания в королевстве без визы составляет 30 дней, но при необходимости теперь отдых можно продлить. Правда, пользоваться этим правом несколь-

ко раз подряд иностранцам запрещено. В случае получения отказа турист обязан покинуть территорию страны в течение семи дней. Прежде граждане РФ и других государств, заключив-

ших соглашение с Таиландом о безвизовом въезде для туристов, могли продлить 30-дневное пребывание в стране, выехав из нее и снова вернувшись. Такой способ позволял

многим иностранцам проживать здесь годами без оформления каких-либо документов. С 13 августа Таиланд полностью запретил эту практику на всех пограничных переходах.

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

**29**  
января  
четверг  
2015

Гостиница  
**The Ritz-Carlton Moscow**

Meetings	Incentives	Conferences	Events
Площадки для мероприятий	Destination Management Company (DMC)	Конгрессы	Meeting Industry
Глобус		Семинары	
Поощрительный туризм	Team building	Corporate Buyers	Meeting Industry
Конференц-пакеты	Цель	Корпоративный туризм	

**К участию в мероприятии приглашаются:**

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

**На посещение мероприятия приглашаются:**

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

Организаторы:  
тел.: +7 499 5005628  
ws@antormice.com  
www.antormice.com

**АНОНС**

**«АВСТРИЯ. ДОЛИНА ЦИЛЛЕРТАЛЬ»**

»» ИД «Турбизнес» совместно с офисом по туризму Циллертале подготовили тематический выпуск, посвященный широким возможностям этого альпийского региона. В издании рассказывается обо всех горнолыжных комплексах Циллертале и технических новинках, обеспечивающих комфортный отдых любителям этого вида спорта. Представлена информация о лучших гостиницах и шале Циллертале, ресторанах, славящихся традиционными тирольскими блюдами. В конце выпуска — календарь наиболее интересных событий 2014–2015 годов.



## ЗАКОН

## Время реформ

На августовской пресс-конференции, объединившей руководителей Минкультуры России, Ростуризма, «Турпомощи» и ведущих отечественных туроператоров, заместитель министра культуры Алла Манилова озвучила ряд положений, которые могут быть предложены в качестве поправок к закону о туристской деятельности



Подготовкой документа занималась рабочая группа, состоящая из участников рынка, профессиональных объединений и профильных ведомств. Среди основных положений — надделение Ростуризма надзорными и контрольными полномочиями, введение категории «туроператоры — организаторы чартерных рейсов» с четко прописанными критериями и требованиями, введение

понятия электронной путевки. Отдельный блок предложений касается страхования ответственности туроператоров. Это, например, возможность страхования туроператоров в разных компаниях суммарно, а также страхование по каждому туристскому договору. Последнее общее предложение — усиление ответственности туроператоров за нарушение обязанностей.

## В ФОКУСЕ

## Ликвидируя барьеры

В конце июля в Государственном музее-заповеднике «Петергоф» прошла конференция, посвященная развитию детского туризма и определению основных барьеров в этой сфере

С 2013 года Минкультуры России начало активно развивать детский туризм. До конца 2014 года в программах, включающих шесть культурно-познавательных маршрутов, примут участие более 23 тысяч школьников из всех субъектов РФ. Также министерство занимается нормативно-правовым обеспечением работы отрасли.

«Нам предстоит еще большая работа, связанная с увеличением количества плацкартных вагонов на популярных направлениях во время детского летнего отдыха, с расширением программы субсидирования авиаперевозок в течение всего года для жителей Крайнего Севера и Дальнего Востока, с введением круглогодичных скидок на проезд к местам отдыха и обратно для организованных групп школьников и студентов, с подготовкой и повышением квалификации кадров, работающих в сфере детского туризма», — отметила заместитель министра культуры Алла Манилова.

## ХРОНИКА

## Курс на «зеленый» туризм

В Липецке состоялась Всероссийская конференция по вопросам сохранения культуры села и развития сельского туризма

В конференции приняла участие заместитель министра культуры Алла Манилова. В рамках мероприятия прошли пленарное заседание и серия тематических секций, посвященных возрождению сельской культуры, популяризации культурных ценностей и традиций, а также вовлечению ресурсов села в туристский оборот.

Участники встречи обсудили ход и перспективы целевых программ поддержки развития культуры села, проанализировали презентации наиболее успешных проектов российских регионов по сохранению культуры на селе, а также инвестиционные проекты.



## Игра в цифры

Ростуризм опубликовал предварительные данные об изменении туристских потоков в первом полугодии 2014 года

Самые свежие цифры, озвученные Ростуризмом, получены при использовании новой методики статистического учета, что делает практически невозможным их корректное сравнение с показателями за аналогичный период прошлого года. Так, общее количество туристических поездок в Финляндию за период с января по июнь 2014 года оценивается в 2,195 млн. Для сравнения: в первом полугодии 2013 года турпоток в эту страну составил 39,5 тысячи человек. Число выездов в Турцию с целью туризма определено в 1,794 млн (в первом полугодии 2013 года — 51,6 тысячи), в Китай — 802 тысячи (129,9 тысячи), в Германию — 680 тысяч (142,7 тысячи), в Италию — 481 тысячу (45,7 тысячи), в Испанию — 480 тысяч (24,7 тысячи), во Францию — 265 тысяч (48,2 тысячи). Еще более удивительными выглядят цифры по количеству туристских прибытий в нашу страну. В первых строчках рейтинга здесь идут граждане Украины (3,484 млн человек; правда, после уточнения статуса прибывших эта цифра может быть существенно скорректирована), Казахстана (1,551 млн), Польши (896 тысяч), Финляндии (666 тысяч) и Азербайджана (347 тысяч). В январе — июне 2013 года пятерка лидеров выглядела совсем иначе: Турция (1,2 млн прибытий), Египет (1,18 млн), Таиланд (570 тысяч), Финляндия (524 тысячи) и Китай (484 тысячи).

Колоссальная разница в цифрах не помешала специалистам оценить общее состояние туррынка России как крайне тревожное. «Падение рынка, по предварительным данным, на сегодня составляет примерно 25–30% и

ситуация может продолжить ухудшаться», — считает директор Ассоциации туроператоров России Майя Ломидзе. Так, спрос на отдых в Турции вырос на 15%, тогда как турпоток в страны Европы упал на 30%. «Таких колебаний наш рынок никогда не переживал», — считает эксперт. Интересно сравнить эти данные со статистикой Росавиации. По данным этого ведомства, в первом полугодии 2014 года пассажирооборот отечественных авиакомпаний увеличился на 8,3%, а объем пассажирских перевозок — на 11,8%. Характерны цифры за июль: общий рост пассажирооборота в этом месяце составил 12,4%. В том числе на международных маршрутах в страны дальнего зарубежья он вырос на 10,7%, на внутренних маршрутах — на 20%. Общий объем пассажирских перевозок на международных маршрутах в страны дальнего зарубежья превысил 5 млн человек, что на 12,8% больше, чем в июле 2013 года, на внутренних маршрутах — эта цифра приблизилась к отметке в 5,3 млн человек (+25,3%).

# >>> 25-30%

— таково, по предварительной оценке экспертов, падение объемов российского туризма нынешним летом.

## Ловкость статистики

Росстат ввел новую методику подсчета иностранных и российских туристов, число которых теперь «вырастет» в разы

Росстат опубликовал приказ №510, согласно которому в России вводится принципиально новая методика подсчета туристов как на въезде, так и на выезде из страны. Нововведения, несомненно, приведут к значительному росту количественных показателей турпотока. Теперь считать туристов будут по данным Пограничной службы ФСБ РФ и Федеральной миграционной службы, а Росстат обязуется публиковать сведения по истечении 45 дней после отчетного периода. Главное принципиальное изменение кроется в формулировках: согласно новой методике,

основанной на международных рекомендациях по статистике туризма от 2008 года (МРСТ-2008), в качестве въездной и выездной туристических поездок признается любая, кроме совершенной с целью трудоустройства, долгосрочного обучения или по работе, предусматривающей систематическое пересечение границы (например, для сотрудников общественного транспорта). Еще одна особенность новой методики заключается в том, что при неоднократном пересечении границы граждан России или любой другой страны будет учитываться неоднократно. «Поэтому

туристские потоки измеряются не количеством туристов, а количеством поездок», — говорится в документе Росстата, который наверняка существенно изменит картину российского туризма в численном выражении. Оценочная попытка посчитать туристов по-новому в России уже предпринималась в этом году и показала, что в этом случае их количество (точнее — число поездок с туристическими целями) увеличивается примерно в 10 раз по сравнению официальными цифрами. Так, по данным Ростуризма за 2013 год, при общем количестве иностранных гостей в России поч-

ти в 30,8 млн человек, туристами были признаны только 2,66 млн гостей. Пересчитав же их по методике UNWTO, Росстат получил показатель в 25,72 млн человек. Увеличатся и показатели выезда за рубеж. По данным Росстата, в 2013 году россияне совершили свыше 54 млн поездок за границу, в том числе 18,3 млн — с целью туризма. Теперь количество туристов практически совпало с общим количеством выезжавших за рубеж. В частности, турпоток из РФ в Финляндию оценивается в 5,524 млн человек, в Турцию — 4,107 млн, в Египет — 2,212 млн, в Китай — 2,057 млн.


**КОНТАКТЫ:**

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

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

# Футурология в туризме

Как будут путешествовать россияне в 2024 году? Сайт Skyscanner проанализировал инновации, которые уже разрабатываются и будут доступны в скором будущем в России и во всем мире.

## АЭРОПОРТЫ-ГОРОДА

»»» Опрос Skyscanner показал, что 43% пассажиров хотели бы видеть в аэропорту парк под открытым небом или даже пляж. К 2024 году подобные фантазии могут стать реальностью: аэропорты будущего будут трансформированы в аэрограды- пространства, спроектированные так, чтобы ожидание посадки на рейс стало частью приятного отдыха. Насладиться произведениями искусства, посетить 3D- кинотеатр, прогуляться по настоящему саду или заняться йогой – все это станет нормой для туриста.



## ВЫЛЕТ В ОДНО КАСАНИЕ

»»» К 2024 году аэропорты мира будут оснащены системами, позволяющими туристам уже с первых минут пребывания на их территории почувствовать себя максимально комфортно и расслабленно, как во время отпуска. Одной из первых технологических новинок станет полностью автоматизированный процесс регистрации на рейсы. С помощью смартфона пассажиры смогут выбрать оптимальное время прохождения пункта паспортного и таможенного контроля, наиболее удобный маршрут к зоне выхода на посадку.

## ПОЛЕТЫ БУДУЩЕГО

»»» В ближайшие 10 лет каждое кресло самолета будет оборудовано персональным голографическим медицентром, благодаря которому можно будет не только смотреть фильмы, слушать любимую музыку, но и общаться с семьей и друзьями в формате 3D. В планах – производство тактильных перчаток, которые позволят во время виртуального разговора обнять детей или, к примеру, обменяться рукопожатием с бизнес- партнером. Пассажиры оценят наивысший уровень комфорта на борту, отдыхая в креслах с изменяемой конфигурацией.

## «ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ»

»»» Трендом индустрии путешествий станет повсеместное распространение «интернета вещей», то есть взаимосвязи гаджетов друг с другом посредством сети. Благодаря программируемому цифровым биркам, содержащим информацию о рейсе и месте прибытия багажа, путешественники смогут отслеживать через смартфон местонахождение своих чемоданов на протяжении всей поездки. Предвестники этой технологии появляются в аэропортах уже сегодня. British Airways и Microsoft работают над созданием персонализированных багажных бирок, которые полностью заменят бумажные аналоги. Такая же судьба ждет авиабилеты и посадочные талоны.

## РЕВОЛЮЦИЯ В ШОПИНГЕ

»»» Аэрограды в числе первых опробуют новый подход к совершению покупок: благодаря виртуальным стенам с товарами пассажирам не придется тратить время на поиски нужной вещи или продукта. С помощью технологии Phygital они получают возможность заказывать товары одним взмахом руки или с помощью простой речевой команды, отправленной на смартфон, и необходимая покупка будет доставлена в место назначения.



СЕГОДНЯ СУЩЕСТВУЕТ ЛУЧШИЙ СПОСОБ ДЕЛАТЬ БИЗНЕС

Выше комиссионные. Лучше вознаграждения. Удобнее инструменты.

## MELIÁ PRO TRAVEL AGENT PORTAL

ВВОДЯТСЯ НОВЫЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ОТ MELIÁ PRO

ЗАРАБАТЫВАЙТЕ  
до 12%  
КОМИССИОННЫХ



НОВЫЙ ПОРТАЛ  
БРОНИРОВАНИЯ ДЛЯ  
ТУРИСТИЧЕСКИХ  
АГЕНТОВ

- Мгновенные комиссионные, теперь без ожиданий чека!
- Более привлекательные выплаты
- Чистые цены



MELIÁ PRO Rewards  
НОВАЯ ПРОГРАММА  
ЛОЯЛЬНОСТИ

- Скидки 25% для ваших личных бронирований.
- Зарабатывайте баллы и обменивайте их на бесплатные ночи в отеле
- Приоритетное обслуживание во время вашего пребывания
- И многое другое!



ВСКОРЕ К  
ВАШИМ  
УСЛУГАМ

- Раздел E-learning с информацией о брендах, отелях и направлениях Meliá
- Обмен информацией между профессионалами

MELIAPRO.COM · +7 499 705 62 00

GRAN MELIÁ  
HOTELS & RESORTS

ME  
BY MELIÁ

Paradiseus  
RESORTS

MELIÁ  
HOTELS & RESORTS

INNSIDE  
BY MELIÁ

TRYP

Sol  
hotels & resorts



Рас Group

**ЕКАТЕРИНА КАТАНИДИ**, руководитель филиала компании  
**ЛАРИСА БЕЗРУКОВА**, менеджер по развитию

Рас Group – туроператор по Европе с 1990 года. Начав свою работу на итальянском направлении, за 24 года компания существенно расширила сферу деятельности. Сегодня в активе Рас Group более 20 европейских стран, сотни маршрутов и тысячи отелей. Оператор аккредитован в консульствах 20 стран.

Компания представляет новый взгляд на семейный отдых в Европе зимой и летом. Работает детско-юношеский анимационный клуб «Пак Ленд» на базе популярных морских и горнолыжных курортов.

Как партнер Рас Group вы можете заказывать проживание и услуги по всему миру и бронировать авиабилеты на любые регулярные рейсы с помощью глобальной системы бронирования Рас World.

Наша бонусная программа для агентств направлена на стимулирование и развитие сотрудничества.



«Дельфин»

**ДМИТРИЙ ШЕВЧЕНКО**, директор по маркетингу

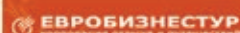
Туроператор «Дельфин» 20 лет работает на рынке внутреннего туризма. Компания является победителем конкурса «Путеводная звезда-2013», лауреатом премии «Звезда Travel.ru-2012» и конкурса «Национальная туристическая премия им Ю. Сенкевича-2010».

С нами работает более 7 тысяч туристических агентств в 610 городах России, ежегодно более 100 тысяч туристов доверяют нам свой отдых.

У нас есть собственные офисы в Москве, Анапе, Сочи, представительства в Крыму и Абхазии.

Работает интернет-магазин путевок, предлагающий онлайн-бронирование за 28 секунд. К услугам партнеров – более 1400 гостиниц, пансионатов, санаториев России, Белоруссии, Абхазии и Прибалтики, свыше 3700 описаний на сайте, постоянный контроль и обновление информации.

Приглашаем посетить наше рабочее место на workshop. Вас ждет новый каталог «Зима 2014/2015», ценные призы и подарки.



«Евробизнестур»

**ИРИНА ИГНАТЕНКО**, руководитель отдела рекламы

Компания «Евробизнестур» работает на туристическом рынке 17 лет. Оператор предлагает отдых во многих странах мира. Это Маврикий, Мальдивские и Сейшельские острова, ОАЭ, ЮАР и другие государства Африки, Мексика, Перу, Бразилия, Ямайка, Барбадос, Куба, Доминиканская Республика, страны Юго-Восточной Азии. Профессионализм, оперативность в работе, индивидуальный подход менеджеров компании позволяют быстро и качественно организовать индивидуальные, групповые и экскурсионные туры. К услугам клиентов – бронирование отелей по всему миру, продажа авиабилетов, аренда автомобилей, яхт и самолетов, аренда вилл, замков и островов, событийные туры любой сложности (свадебные туры, спортивные туры, поездки на турниры, фестивали, карнавалы).



«Музенидис Трэвел»

**АННА ПЕЛИПЕНКО**, старший менеджер отдела продаж

Ведущий туроператор по Греции «Музенидис Трэвел» приглашает агентства посетить наше рабочее место на Workshop «Турбизнес». Компания зарекомендовала себя на рынке туристических услуг как надежный партнер. Опираясь на 19-летний опыт успешной работы, «Музенидис Трэвел» планомерно расширяет сферу своей деятельности, открывая все новые направления. В рамках Workshop «Турбизнес» мы познакомим партнеров с популярными турами, экскурсионными программами и новинками зимнего сезона с перелетами из Краснодара и Ростова-на-Дону.



«Музыка Путешествий»

**ЕЛЕНА СЕРГЕЕВА**, генеральный директор компании

«Музыка Путешествий» – профессиональный туроператор по приему туристов в Санкт-Петербурге. Компания более 12 лет работает на российском туристическом рынке и зарекомендовала себя как надежный партнер.

В наступающем сезоне осень-зима-весна мы предлагаем туры на школьные каникулы с гарантированными блоками мест в гостиницах, комфорт-туры для индивидуальных туристов (новинка сезона!), регулярные сборные туры для индивидуальных туристов, новогодние программы в Санкт-Петербурге с банкетами в достойных ресторанах, онлайн-бронирование туров в городе на Неве.

Приглашаем агентства на семинар: «Прием туристов в Санкт-Петербурге. Программы сезона: осень-зима, новогодние туры». Мы подходим индивидуально к каждому гостю, работаем неформально, получая удовольствие от общения с коллегами.



«Слетать.ру»

**ИРИНА КУЛИКОВА**, директор по маркетингу и PR

«Слетать.ру» – IT-компания, которая разрабатывает сервисы поиска и онлайн-продажи туров для специалистов рынка. Более 2000 турагентств из разных регионов России установили на свои сайты сервисы «Слетать.ру».

На сегодняшний день в линейке сервисов компании свыше 30 профессиональных решений, помогающих превратить сайт турагентства в эффективный интернет-магазин туров.

Специалисты «Слетать.ру» будут рады проконсультировать вас и подобрать нужные именно для вашего сайта сервисы на Workshop «Турбизнес».



ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ В ОСЕННЕЙ СЕРИИ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» В 2014 ГОДУ

8–9 сентября

Сочи – Анапа (Новороссийск)

Впервые! Туристические workshop в городах-курортах Черного моря

11–12 сентября

Воронеж – Саратов

Эффективные деловые встречи в Центральной России

22–26 сентября

Пятигорск – Ставрополь – Краснодар – Ростов-на-Дону – Волгоград

Лучшее профессиональное roadshow на Юге России

29 сентября – 3 октября

Пермь – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород

С Урала в Поволжье. Более 1000 региональных агентств-посетителей

7–10 октября

Магнитогорск – Челябинск – Тюмень – Сургут

Традиционные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

13–16 октября

Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск

Самое главное осеннее деловое мероприятие в Сибири

20–21 октября

Мурманск – Архангельск

Расширяем бизнес на Северо-Западе России

21 октября

Минск

Профессиональный workshop в столице Белоруссии

28–31 октября

Астана – Алма-Ата – Ташкент

Единственный b2b workshop в Казахстане и Узбекистане

**Стоимость участия в workshop:**

Россия – 16 тыс. руб. (за один город),

СНГ – 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входит: предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей из соседних городов (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

**Стоимость проведения мастер-классов:**

30 мин. – 7 тыс. руб.

40 мин. – 9 тыс. руб.

**Дополнительно предлагаем:**

- доставку материалов в города России проведения workshop к рабочему месту – 46 руб./кг., СНГ – 150 руб./кг.
  - пакеты обслуживания (Россия – от 6 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы по программе, обеды и проживание; СНГ – от 8 тыс. руб. в одном городе);
  - размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.);
  - заочное участие в workshop (7,5 тыс. руб.);
  - индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.
- В пакет обслуживания не входят авиа- и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:

**Кристина Сивова** k.sivova@tourbus.ru, **Евгения Шуманская** e.shumanskaya@tourbus.ru

**Дополнительная информация по тел.:** (495) 723-72-72 [www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru), [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

Финляндия – страна-партнер workshop «Турбизнес»

Генеральный партнер осенней серии региональных workshop Турбизнес



WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 350 МЕРОПРИЯТИЙ В 47 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА



# «Увидеть Югру – влюбиться в Россию»

С недавнего времени Ханты-Мансийский автономный округ – Югра – обрел новое лицо. Теперь это не только основной нефтедобывающий регион России, но и привлекательное туристическое направление, куда стремятся попасть многие путешественники в поисках экзотики. Собеседник «ТБ» – губернатор ХМАО **НАТАЛЬЯ КОМАРОВА**.



**Какое место занимает Югра на туристической карте России? В чем особая привлекательность этого региона для внутреннего и въездного туризма?**

Югра находится в центре страны, на границе Европы и Азии, поэтому ее место на туристической карте России – тоже центральное. Этот потенциал еще только предстоит реализовать в полной мере. Наш округ обладает уникальными природными и культурно-историческими ресурсами. Югра – родной дом для самобытных малочисленных народов Севера: это ханты, манси и лесные ненцы. На территории автономного округа находятся многочисленные памятники истории и культуры: музеи, театры, археологические комплексы, создана современная инфраструктура для любителей культурно-познавательного, рекреационного и активного отдыха.

Учитывая все это разнообразие, туроператоры Югры предлагают своим клиентам экологические, активные, этнографические, культурно-познавательные, религиозные туры экскурсионно-познавательной направленности, гастрономические туры, ойл-туры. Всего 290 туристских программ, из них 36 – экологической и этнографической направленности.

Кроме того, в Югре проводятся международные событийные мероприятия: спортивные соревнования, фестивали и форумы, которые привлекают в наш регион не только российских, но и зарубежных туристов.

**Какова стратегия развития туристической сферы региона? Расскажите о структуре управления туротраслью, расходах на**

**финансирование развития индустрии гостеприимства в региональном бюджете.**

В Стратегии социально-экономического развития Югры на период до 2030 года в числе основных приоритетов выделено создание рекреационного комплекса и содействие развитию въездного и внутреннего туризма. Успешная туристическая отрасль – один из залогов высокого качества жизни для всех югорчан. Это транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство и другие отрасли.

Развитие туристической отрасли Югры базируется на программно-целевом методе. Для этого у нас принята программа «Развитие культуры и туризма в Югре на 2014–2020 годы».

Развитие туризма в Югре также рассматривается как одна из точек роста для отдельных территорий. В пяти муниципальных образованиях округа приняты программы, направленные на развитие внутреннего, въездного, а также этнографического туризма.

Консолидированный бюджет, запланированный на развитие инфраструктуры туризма в Югре в нынешнем году, составляет около 60 млн рублей.

**Можно выделить приоритетные виды туризма в Ханты-Мансийском автономном округе?**

К числу приоритетных, самых востребованных и перспективных видов туризма мы относим событийный, деловой, экологический и этнографический, а также активный отдых.

Этому способствуют рекреационные и социально-экономические особенности нашего региона.

Крупные города Югры – Сургут, Нижневартовск, Ханты-Мансийск – развиваются как центры деловой активности региона. Ежегодно в округе проводятся форумы, конгрессы, специализированные выставки российского и международного уровня. Для их проведения созданы все возможности: современные конференц-залы, хорошая транспортная инфраструктура, отели, соответствующие требованиям бизнес-туристов. Наша основная выставочная площадка – Конгрессно-выставочный центр «Югра-Экспо» в Ханты-Мансийске. Именно там проходят крупнейшие выставки и форумы, такие как «Товары земли Югорской», «Образование Югры», «Югорский промышленный форум», а также яркое событие в сфере туризма – ежегодная туристская выставка-ярмарка «ЮграТур».

Популярны среди туристов этнографические туры, которые позволяют соприкоснуться с укладом жизни потомков древних обских угров, пожить в чуме, научиться запрягать оленя и управлять нартами, отведать строганину и патанку. Культура коренных малочисленных народов Севера также представлена в этнографических музеях округа, где проводятся национальные праздники и обряды, такие как «Вороний день», «День трясогузки» и другие.

Активные и экологические путешествия становятся сегодня все более привлекательными. На территории Югры расположены 26 особо охраняемых природных территорий. Природные парки организуют краеведческие экскурсионные программы по экологическим тропам, позволяющие детально изучить флору и фауну Югры, познакомиться с многочисленными объектами историко-культурного наследия.

В последние годы в России и в мире в целом вырос интерес к Западной Сибири, к истории нашего региона, в связи с тем, что здесь добываются основные объемы российской нефти. На основе истории освоения и развития Западно-Сибирской провинции реализован специализированный познавательный проект, рассказывающий о жизни и деятельности первопроходцев – геологов, нефтяников, газовиков, строителей. Он называется «Звездные меридианы Югры: Ойл-туры». Такой тур включает в себя посещение нефтедобывающих предприятий. Туристов обучат нефтяному делу, продемонстрируют, как добывается «черное золото», расскажут о нефтяной истории освоения Сибири. Каждый гость увезет с собой сувенир – капельку нефти.

**Какова роль событийного туризма в развитии туристической индустрии региона?** Событийный календарь Югры очень насыщен и заслуживает

отдельного упоминания. Он включает международные и российские культурные, а также спортивные мероприятия. Это чемпионаты мира и России по биатлону, Съезд Дедов Морозов и Снегурочек, Международный фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня», Фестиваль «Самотлорские ночи», Международная экологическая акция «Спасти и сохранить», международные соревнования по биатлону и шахматам, Всемирная шахматная олимпиада, игры Континентальной хоккейной лиги, Международные соревнования по конкурсу CSI 3\* «Кубок Югры», Всемирный конгресс финно-угорских народов.

С 25 декабря 2014 года по 10 января 2015 года Ханты-Мансийск уже во второй раз станет «Новогодней столицей». В это время здесь пройдет «Фестиваль новогодних традиций».

**Какова динамика развития сферы туризма в регионе? Можно назвать основные показатели туристической отрасли по итогам 2013 и первого полугодия 2014 года?**

Количество туристических предприятий, действующих на территории автономного округа, ежегодно увеличивается. На 2014 год их число составляет 148, из них 16 туроператоров. Объем оказанных туристских услуг также неуклонно растет. В 2013 году он превысил 1,444 млрд рублей, что больше показателей 2012 года на 90%.

В 2013 году к нам приехало 463 тысячи туристов, в этом году мы планируем вплотную приблизиться к полумиллионной отметке. Предварительные данные позволяют делать такие прогнозы.

**В чем заключается потенциал туристско-рекреационной базы Югры и каковы проблемы его использования?**

Важный момент в развитии индустрии туризма – наличие инфраструктуры. Здесь нам еще предстоит многое сделать. Это касается строительства и модернизации отельной сети, предприятий обслуживания и питания и в первую очередь развития транспортных схем на труднодоступных территориях региона. На приграничных территориях Югры находится достаточное количество географических (высшая точка Урала – гора Народная, 1895 м, альпийский рельеф Приполярного Урала с пиками, отвесными стенами и ледниками), геологических (месторождения бурого угля и золота в районе Северного Урала, месторождения кварца в районе Приполярного Урала), культурно-исторических (древние стоянки человека в районе Салымских озер, озера Нумто, в районе Сибирских Увалов), этнографических (остатки древних

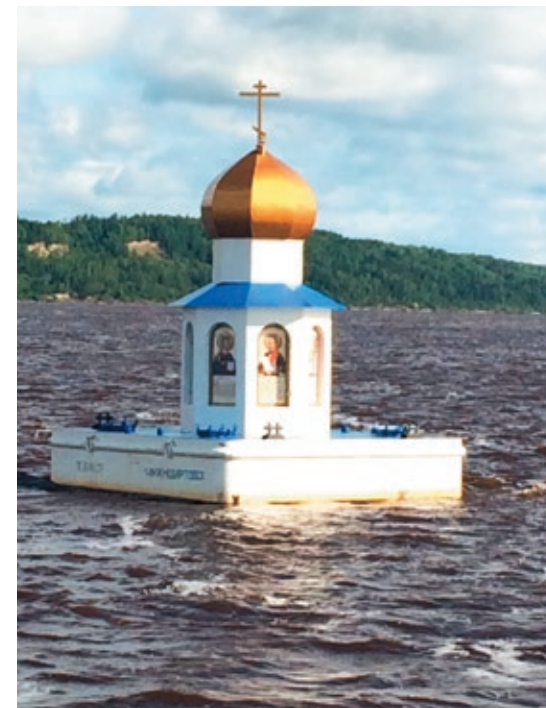
»»» Реализован специализированный познавательный проект «Звездные меридианы Югры: Ойл-туры».

Программа включает посещение нефтедобывающих предприятий. Туристов обучат нефтяному делу, продемонстрируют, как добывается «черное золото», расскажут о нефтяной истории освоения Сибири. Каждый гость увезет с собой сувенир – капельку нефти.

»»» В 2013 году Югра приняла

**463** тысячи

туристов. Ожидается, что по результатам 2014 года турпоток в регион достигнет отметки в полмиллиона человек.



»»» Сегодня Югра стала своеобразным брендом, сочетая в себе такие уникальные историко-культурные и природные ресурсы, как богатая история, нетронутая природа, живая культура обских угров, исторические и архитектурные памятники, а также натуральные дары природы, которые стали настоящими гастрономическими брендами нашего региона — сосвинская сельдь, стерлядь, кышикский чебак, кондинский гриб, кедровые орехи, брусника и клюква.

городов и поселений, священные места манси, ханты, ненцев, родовые уголья современных жителей Югры) и других туристских объектов. Добраться к ним сейчас непросто. Преимущественно передвигаться приходится по воздуху или по воде. С другой стороны, ограниченная транспортная доступность делает эти места настоящей туристической жемчужиной, так как они полностью сохранили свой первозданный облик.

**Как можно оценить состояние гостиничной базы региона и перспективы ее развития?**

Количество гостиниц в Югре на протяжении последних трех лет стабильно увеличивается. Сейчас их в регионе 164. Состояние гостиничной базы улучшилось, появились новые предприятия размещения, были реконструированы действующие. Наши гостиницы ориентированы на разные категории туристов, действует гибкая ценовая политика, разработаны специальные тарифы и скидки.

В настоящее время стремительно развивается частный сектор, появляются средства размещения экономичного и среднего ценового диапазона, которые отличает современный уровень комфорта. Увеличение емкости объектов данного типа становится главной предпосылкой для развития внутреннего туризма.

В дальнейшем нам предстоит работа по созданию сети отелей, соответствующих международным стандартам, с использованием механизмов государственно-частного партнерства.

**Как осуществляется поддержка инвестиционной деятельности в сфере туризма? Приведите примеры успешных инвестиционных проектов на территории Югры.**

У нас предусмотрена грантовая поддержка субъектов туристской индустрии. По итогам конкурсов 2011-2013 годов на территории региона реализуются 24 туристских проекта.

Так, в Березовском районе за счет государственной поддержки развивается проект «Этнографическая деревня «Сорни Сэй», он предлагает круглогодичный прием туристов с проведением мастер-классов по изготовлению сувенирной продукции в собственных мастерских. В Нижневартовском районе успешно реализуется проект «Стойбище «Карамкинское», его инициаторы сотрудничают с ведущими туроператорами Югры. Здесь можно познакомиться с укладом жизни обских угров.

**Какие проекты государственно-частного партнерства являются перспективными для региона и находятся в разработке?**

Выделю два из них. Первый — строительство термального комплекса «Югорская Долина», расположенного в экологически чистой зоне сибирской тайги на территории отеля Cronwell Resort «Югорская Долина». На сегодняшний день в отеле уже работает велнес-центр, есть крытый бассейн и банный комплекс. Гостиничный комплекс укомплектован современным медоборудованием и располагает высококвалифицированным медицинским персоналом. На протяжении нескольких лет здесь пре-

доставляются оздоровительные услуги на основе использования природных лечебных ресурсов региона и минеральной воды из артезианской скважины. В 2014 году отель Cronwell Resort «Югорская Долина» начал реализацию санаторно-курортных услуг.

Еще один инвестиционный проект — культурно-туристский комплекс «Ворота в Югру», расположенный в шести километрах от Югорска, на федеральной трассе «Пермь — Ханты-Мансийск — Томск». Комплекс предполагается создать на базе этнографического музея под открытым небом «Суеват пауль». Он будет включать этнодеревню, гостиничный комплекс, экологические тропы, таежный зоопарк и даже таежный театр.

**Как туристические бренды Югры используются для повышения популярности региона в России и за рубежом и дополнительного привлечения туристов?**

Сегодня сама Югра стала своеобразным брендом, сочетая в себе такие уникальные историко-культурные и природные ресурсы как богатая история, нетронутая природа, живая культура обских угров, исторические и архитектурные памятники, а также натуральные дары природы, которые стали настоящими гастрономическими брендами нашего региона. Это продукция, выпущенная под маркой «Сделано в Югре» — сосвинская сельдь, стерлядь, кышикский чебак, кондинский гриб, кедровые орехи, брусника и клюква. Жемчужиной Югры являются удивительные по красоте горы Северного и Приполярного Ура-

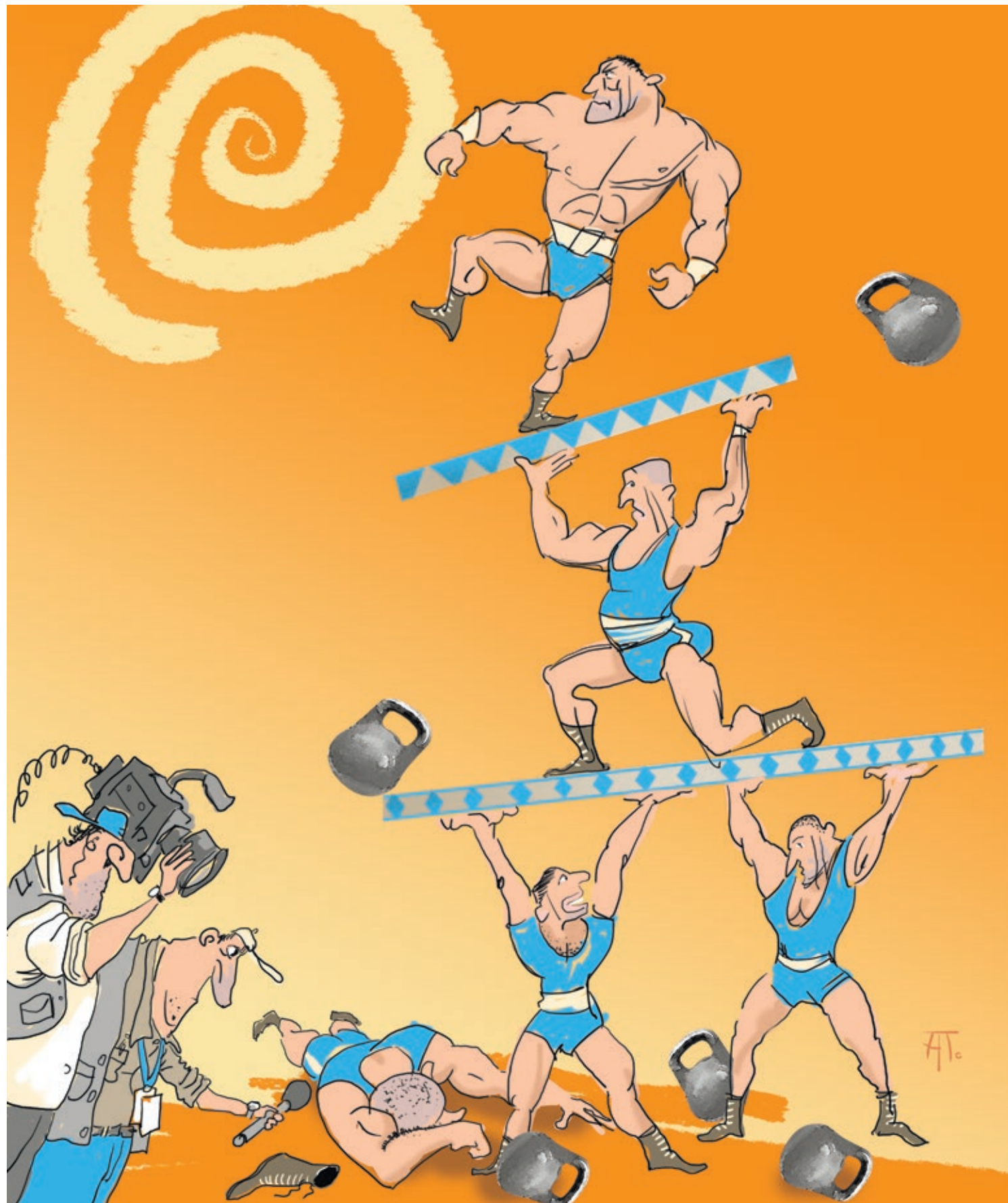
ла с самой высокой точкой Уральского хребта — горой Народная, большим количеством горных рек, неповторимыми и разнообразными ландшафтами, лесными зонами, богатым животным миром, уникальным растительным покровом. Здесь особой популярностью пользуются пешие, пеше-водные, экстремальные, спортивные туры. Треккинг в районе горы Народной интересен еще и тем, что его можно совместить со сплавами по горным рекам. На самой вершине горы сложена пирамида, в которой находятся записки прежних покорителей Народной. Недавно их число заметно увеличилось.

В августе нынешнего года состоялась первая Югорская туристическая экспедиция «Народная 2014». Восхождение объединило студентов, воспитанников детских домов Югры, жителей и гостей автономного округа, представителей молодежных организаций, общественных деятелей и работающую молодежь. Оно стало самым массовым за всю историю. По итогам экспедиции были разработаны и утверждены пять туристских маршрутов: пеший, на квадроциклах, на велосипедах, на лодках и катамаранах и на вертолете. По ним теперь смогут пройти и другие путешественники.

Югра отличается таким разнообразием, что даже самый искушенный турист, который придет сюда, не найдет времени, чтобы скучать или искать что-то большее. Добро пожаловать в наш автономный округ и помните о нашем туристическом девизе: «Увидеть Югру — влюбиться в Россию».

»»» Консолидированный бюджет, запланированный на развитие инфраструктуры туризма в Югре в нынешнем году, составляет около

**60** млн рублей.



# Вышли из игры

Отечественный турбизнес помнит немало примеров того, как с рынка неожиданно уходили солидные игроки, позиции которых казались незыблемыми

**С**обытия минувшего лета со всей очевидностью показали — история повторяется. И как это часто бывает, банкротов подозревают в мошенничестве, драма превращается в фарс. Однако такой череды громких банкротств и ударов по репутации турбизнеса в России еще не было.

1995



На российском рынке произошло первое громкое банкротство и исчезновение директора турфирмы. Работавшая на тайском направлении крупная компания «Делекс» внезапно прекратила свое существование. Через 9 месяцев был убит ее директор Александр Шулепов.

1997

В конце января начато следствие по факту исчезновения директора фирмы «Турэкспресс» Евгения Туранского и его супруги, а также пропажи вместе с ними значительных средств, собранных для организации новогодних туров в Таиланд.

1998

Закрылась одна из известнейших российских турфирм — оператор «Светал». Уходу с рынка предшествовали трагические события — гибель ее основателей: смерть от сердечного приступа Александра Головачева и год спустя самоубийство его супруги Светланы.

1999

Прекратила свое существование известная операторская компания «А-Тур», в течение двух лет консолидировавшая чартерные рейсы в Таиланд. С рынка скандально ушел туроператор «Экзотур», в результате чего пострадали не менее тысячи туристов. К решению проблемы пришлось подключать МИД РФ и Национальный туристический офис Турции.

2000

Крах туроператора «Скайтер», который не смог преодолеть последствия финансово-экономического кризиса 1998 года. Директор компании Сергей Капилин скончался от сердечного приступа, а его компаньон Дмитрий Афанасьев на время исчез. Долги турфирмы были оплачены за счет продажи ее большого офиса в центре Москвы, приобретенного в собственность.

2003



В начале января туристическое сообщество узнало об увольнении основателей и миноритарных владельцев компании «Инна Тур» Игоря и Инны Бельтюковых. Источник в холдинге «Госинкор», которому принадлежали 75% акций фирмы, сообщил, что причиной увольнения стало исчезновение за полугодие из активов туроператора порядка \$3 млн. В конце лета супруги Бельтюковы объявили о создании новой компании — «Капитал Тур», которая появилась в рамках сотрудничества с американской турфирмой «Санрайз».

2008

Прекратила свою работу ведущая отечественная система онлайн-бронирования Avantix.ru, появившаяся еще в 2001 году. Агентствам было предложено перезаключить договоры с другим продавцом авиабилетов — «Авиа Центром». Владелец компании «Де тур», крупный турецкий туроператор Vasco, в разгар сезона объявил о своем банкротстве. В это время в Турции находились около 500 его российских клиентов, которые были вынуждены возвращаться домой за свой счет.

2010

В российском туризме началась новая волна банкротств. Летом с рынка исчезли несколько турфирм Санкт-Петербурга — Miracle Travel,

«Август», «Анжелика». В середине осени неожиданно обанкротился один из старейших российских туроператоров «СКМ-Трэвел». Широкий резонанс на рынке вызвало известие о прекращении работы крупнейшей компании «Капитал Тур»: 30 декабря Арбитражный суд Москвы принял иски о банкротстве турфирмы.

2011



В августе свою деятельность неожиданно прекратил оператор «Лужники Тревел». Осенью с рынка ушли два отечественных авиадискаунтера — «Авианова» и Sky Express. В начале декабря закрылась известная компания «Аврора Интур».

2012

Главным следственным управлением СК России по городу Москве возбуждено уголовное дело в отношении руководителей туристической компании «Ланта-тур вояж» по статье «мошенничество, совершенное организованной группой в особо крупном размере». В результате неправомερных действий руководства туроператора пострадали около 8 тысяч человек. В горячий период новогодних праздников произошло банкротство компании CTS Travel.

2013



Весной разразился скандал, связанный с туроператором «Идеальный мир» — около 200 его клиентов не смогли вылететь в Израиль и вернуться домой из Тель-Авива, поскольку их авиабилеты оказались фальшивыми. Прекратил свою деятельность один из старейших российских туроператоров — компания «Асент Трэвел». Лето 2013 года стало последним для туроператоров «Роскурорт», «Восточный экспресс», «Синяя птица», «Раена».

2014

Новый виток банкротств на отечественном туррынке — одна за другой с него ушли компании «Нева», «Роза ветров Мир», «Экспо-Тур», «Идеал Тур», «Лабиринт», «ИнтАэр», «Авиачартер», «Сургуткурорт», «Нордик стар», «Ветер странствий», «Атлас», «Милана-тур», «Солвекс-Турне». По оценкам экспертов, в общей сложности от приостановки их деятельности пострадали более 70 тысяч туристов.

»» Самым большим размером фингарантий обладала «Нева» — 454,2 млн рублей, а наиболее крупный урон с точки зрения ущерба для туристов нанес «Лабиринт»: только находящихся за рубежом у него оказалось больше 20 тысяч человек.

# Сезон для «плохих парней»

На конец августа около десятка российских туроператоров, а также компаний, тесно связанных с этим бизнесом, заявили о приостановке своей деятельности или банкротстве

ПОДГОТОВИЛ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

## ВИНОВАТ РЫНОК

Среди покинувших рынок — крупные операторы федерального уровня («Лабиринт», «Нева»), посреднические компании по реализации авиабилетов («Идеал-тур», «Авиачартер»), небольшие специализированные операторы («Экспо-тур», «Нордик стар») и даже нишевая фирма «Ветер странствий», вовсе не принимавшая участия в чартерных программах. Самым большим размером фингарантий обладала «Нева» — 454,2 млн рублей, а наиболее крупный урон с точки зрения ущерба для туристов нанес «Лабиринт»: только находящихся за рубежом у него оказалось больше 20 тысяч человек. В качестве причин банкроты, как под копирку, называют внешние обстоятельства в виде роста курса валют, демпинга, сокращения числа потенциальных клиентов и т. д. Все верно — целый ряд объективных причин в летнем сезоне 2014 года сделал турбизнес в России делом еще более рискованным. Вместе с тем очевидно, что «Экспо-тур» скорее стал

жертвой политики, чем «Нева» или «Лабиринт». А уж тем более «Идеал-тур».

## РЫБА — С ГОЛОВЫ

В действительности даже сами банкроты признают наличие проблем в собственном менеджменте, регулировании и контроле отрасли в целом. А подчас в казавшихся сходными делах, часть из которых уже стали уголовными, явно видны признаки мошенничества.

И если в случае «Невы», «Экспо-тура» или «Нордик стара» это не столь очевидно, то «Лабиринт» и связанные с ним «Идеал-тур» и «Авиачартер» запросто могут оказаться звеньями одной мошеннической цепи. К ним вплотную примыкает и дело питерского оператора «Ветер странствий», владелец которого неожиданно исчез, виртуально обвинив в причинах приостановки деятельности собственных сотрудников. Многие эксперты сразу же заговорили не о частных случаях, а о системном управленческом кризисе в

отрасли. И справедливо задавали вопросы о том, почему часть крупных российских операторов не обеспечивает фингарантии в требуемом законом размере? Почему оказывается возможным реализовать турпакеты за рубеж, вовсе не имея гарантий? Как получилось, что сразу несколько десятков операторов, включая обладающих многомиллиардными оборотами, оказались обеспечены фингарантиями в малоизвестной страховой компании, взявшей на себя риски по более чем миллиарду рублей обязательств? Ответ чаще всего таков: все это стало возможным из-за того, что должного контроля и регулирования в отрасли нет.

## ДАЕШЬ КРАЙНЕГО

В сложившейся ситуации стрелочником оказались страховщики: одна только СК «Восхождение» благодаря туроператорам-банкротам «попала» практически на весь свой уставный капитал (обязательств по «Неве» и «Лабиринту» у нее на 494,2 млн рублей, а капитал — 500 млн).

Под раздачей оказались и многие другие страховые компании. В их числе «ВСК» (по «Лабиринту»), «Либерти Страхование» («Нордик стар» и «Ветер странствий»), ERV (ООО «Единый расчетный центр»), «Адвант страхование» («Экспо-тур»). Однако общая сумма потенциальных выплат по линии фингарантий операторов — ниже 800 млн рублей — окажется куда меньше реального ущерба. Только по «Лабиринту» он, вероятно, превышает миллиард рублей, а в целом по компаниям-банкротам будет, по крайней мере, вдвое больше. Нежелание ведущих отечественных страховых ком-

паний брать на себя ответственность за большие риски операторов проявлялось и раньше, а теперь желающих страховать турбизнес станет еще меньше. Кто же из находящихся в здравом уме страховых предпринимателей будет это делать, на живых примерах убеждаясь в том, что сами операторы практически никакой ответственности за приостановку своей деятельности не несут? Ведь факт умышленных действий, приведших к банкротству (а тем более мошенничеству), еще надо доказать. Так, Следственный комитет, подозревая «Неву» в преднамеренности, видит для этого основания, а вот АТОР — нет.

## С УМЫСЛОМ ИЛИ БЕЗ

Вся предыдущая история российского турбизнеса свидетельствует: за крайне редким исключением в отрасли безответственно можно делать все. Примеры «Капитал-тура» или «Ланта-тур вояжа» говорят о том, что, даже «кинув» тысячи клиентов и партнеров, можно выйти из воды сухим. Разница в действиях компаний есть. Если у одних ущерб оказался минимален и действительно может быть объяснен давлением



# Системный сбой или отбор?

Эксперты — руководители туристических компаний — рассуждают о причинах и следствиях громких потрясений в отечественной туристической индустрии

**ВЛАДИМИР ДОРОФЕЕВ,**  
генеральный директор компании «Верса»

Если в течение последних трех лет мы наблюдали несколько банкротств операторов, а в этом году они уже идут чередой — это означает наличие в отрасли системного кризиса. «Нева», «Лабиринт» и другие — это не частные случаи, а системный сбой. Сбой в работе государственного управления туризмом: закон оказался нерабочим, а власти фактически устранились от процесса. А если есть системный кризис, то и лечить его надо не полумерами, а как хроническую болезнь. Помните петербургскую компанию ТБЛ? Как она могла допустить появление огромного по тем временам долга перед перевозчиком в

4,5 млн евро? А «Ланта-тур вояж»? А «Лабиринт»? Эти случаи ничего общего с туризмом не имеют. Однако они бросают на него тень, которая наверняка скажется на работе тех турфирм, которые хотят и могут делать честный бизнес в этой сфере. В России до сих пор нет компании, которая могла бы застраховать финансовые обязательства «Версы». Когда появилась необходимость это сделать, я как ее руководитель столкнулся с массой проблем — никто из российских страховщиков не хочет брать на себя ответственность за обеспечение гарантий в таких объемах. И государство в этом отношении должно себя проявить как грамотный регулятор, обеспечив максимальную защиту туриста — своего налогоплательщика.

На Западе банкротства туроператоров тоже случаются, однако туристов никто из отелей не выселяет и все получают компенсации.

**ТАТЬЯНА ТОПУНОВА,**  
заместитель генерального директора компании «Солвекс-Турне»

Мы хотим честно и эффективно работать, однако сейчас законы, которые должны обеспечивать порядок в отрасли, создают нам больше проблем, чем помогают. Например, до сих пор непонятно, из какого расчета берутся объемы фингарантий

**ТАРАС КОБИЩАНОВ,**  
генеральный директор компании «Русский Экспресс»

Представляется непростым на данном этапе оценить объемы ущерба туротрасли, вызванного банкротством очередной компании. Необходимо понимать, как изменится позиция государственных органов к рынку, что будет с экономикой, находящейся в предкризисном состоянии и каким на фоне всего этого будет спрос, учитывая, что осла-

бление российской экономики неминуемо приведет к снижению покупательной способности населения. И будут ли туристы в этом случае доверять турфирмам? Напомню, что о полуторамиллиардной задолженности «Идеал-тура» перед «Оренбургскими авиалиниями» стало известно за месяц до остановки полетов, но никаких попыток помочь компаниям найти точки соприкосновения, выстроить график рейсов исходя из существующей задолженности для того, чтобы не пострадал потребитель, главенствующие туристические органы не предприняли.

**ДМИТРИЙ ФЕСИК,**  
генеральный директор группы компаний «Южный Крест»

Банкротства — это эволюционный процесс, в результате которого на рынке останутся те, кто сильнее и умеет более успешно работать в современных условиях жесткой конкуренции. Безусловно, заслуживают сожаления те туристы, которые пострадали от приостановки деятельности целого ряда компаний. Однако с точки зрения развития бизнеса ничего неожиданного не происходит: высокая

»» Страховая компания «Восхождение» вследствие банкротства двух туроператоров «попала» практически на весь свой уставный капитал в размере 500 млн рублей — обязательств по «Неве» и «Лабиринту» у нее было на 494,2 млн рублей.



внешних обстоятельств (например, в случае «Экспотура»), то у других умысел все же был. Ведь трудно заподозрить в глупости или отсутствии предпринимательских знаний и опыта Михаила Шаманова, который сознательно создавал группу компаний (вел переговоры об этом, к примеру, с «Солвекс-Турне») и задолжал 1,5 млрд рублей. А как можно квалифицировать действия генерального директора компании «Ветер странствий» Любови Агафоновой, которая тайком отправила сама себя в отпуск и фактически сбежала, бросив все и всех на произвол судьбы?

Что касается «Невы» и прочих, то следствие разберется. Но если компания реализует туры, точно зная, что клиенты никуда не улетят и месяцами будут ходить по разным инстанциям, рассчитывая получить хотя бы часть оплаченных за отдых сумм, то с логикой Следственного комитета трудно не согласиться. Ведь продавали до последнего, заведомо зная о невозможности выполнения обязательств.

### ЗАКРУТИТЬ ГАЙКИ

Когда маховик банкротств еще только начал раскручиваться, государство от происходящего тут же откrestилось. Министр культуры Владимир Мединский не преминул заявить, что во всем виноваты «жадные турфирмы и жадные туристы», а Ростуризм ничего не мог сделать, поскольку у него нет контрольных и надзорных функций. То есть все видит, но ничего не регулирует — нет полномочий. Как теперь предлагают закрутить гайки? Вариантов много. Повысить размер фингарантий и жестко контролировать их соответствие реальным объемам. Проводить среди страховщиков жесткий

отбор и создать перестраховочный пул. Страховать каждый тур. Создать СРО в туризме и страховании. Законодательно заставить перевозчиков выполнять обязательства перед партнерами и туристами. Заблаговременно ставить в известность регулятора, если у оператора или перевозчика появились проблемы.

Между тем Александр Григорьев, член совета директоров ОСАО «Ингосстрах», считает, что настоящих причин банкротств туроператоров две. Это — плохое управление финансами и необузданный демпинг в погоне за сохранением объемов кэша.

Первая проявляется в ничем не обоснованных и никак не просчитанных заказах объемов у партнеров и авиакомпаний. Эти заказы приводят к значительным авансам и потерям при невыборке запланированного количества туристов. Кроме того, туроператоры неспособны заключить договоры на перевозку пассажиров на выгодных условиях, не умеют просчитать маржу по направлению и сформировать правильную цену для клиента. Значительные средства отвлекаются на оплату кредитов банкам. Причем эти расходы не заложены в цену тура.

Такие турфирмы несут не оптимальные, а часто — сильно завышенные управленческие расходы, в первую очередь на зарплату менеджеров. Есть и еще одно очень важное обстоятельство — накопленная отрицательная маржа (или проще — убыток) прошлых лет. Это называется работа «с колес». Вторая причина — демпинг, который проявляется в снижении цен на туры и тяге к объемам кэша, получаемым любой ценой с одной надеждой — проскочить.

По мнению Александра Григорьева, подобная мно-

## Крах европейского масштаба

Банкротства туроператоров нельзя считать исключительной особенностью российского рынка

Туроператорские компании терпят фиаско и на Западе, хотя и не со столь поразительной частотой, но подчас в еще более крупных масштабах. Одним из наиболее громких случаев такого рода за последние несколько лет стало банкротство третье-

го по величине британского туроператора XL Leisure Group Plc, которое произошло осенью 2008 года. По заявлению руководства фирмы, причиной краха стали общие кризисные тенденции в мировой экономике и резкий рост цен на авиационное топливо, в

результате чего была практически парализована работа собственной авиакомпании XL Airways UK. На момент прекращения деятельности туроператора за границей находились почти 90 тысяч его клиентов. Подавляющее большинство из них было

застраховано по программе лицензирования операторов авиапутешествий CAA и они смогли вернуться домой без дополнительных затрат. Задолженность XL Leisure Group Plc перед банками оценивалась в более чем 250 млн евро.

голетняя деятельность туристических компаний — это не что иное, как финансовая пирамида: новые поступления покрывают исполнение старых обязательств. И менеджеры турфирм прекрасно осознают, что они делают. Устойчивость большинства компаний настолько низка, что любой негативный фактор: снижение планового числа туристов, «дебиторка» партнеров, изменение курса валюты, отказ банка от кредитования или изменение его условий — приводит к невозможности платить по заключенным и часто невыгодным контрактам. А как следствие — к остановке деятельности.

### ГОЛЬ НА ВЫДУМКИ ХИТРА

Способна ли система, в которой все гайки закручены как надо, на 100% гарантировать качественный отдых? До 16 июля все делали вид, что у нас и без того все нормально.

На самом деле изобретать велосипед нет необходимости: в разных странах мира, причем весьма успешно, давно работают механизмы защиты прав туристов. Да, у них тоже бывают случаи банкротств. Но ни разу не приходилось слышать, как из отеля выселяют британцев или немцев. И компенсации они получают сполна. Есть еще одна странность: многие европейские инвесторы, которые пытались работать на российском туристическом рынке, очень скоро с него уходили. Причем цивилизованно. Так может быть, у нас что-то не так с системой бизнеса в целом?

Что касается гарантий от невозможности повторения банкротств, то их нет. И вряд ли будут, потому что туризм — это бизнес. А в бизнесе бывают и честные игроки, и мошенники. И куда туризмом в России могут заниматься все без разбора, а должного контроля и надзора как не было, так и нет — будет и банкротства, и мошенничества.

конкуренция «выдавливает» с рынка тех, кто не способен адаптироваться к его реалиям. Но тем, кто останется, будет легче. К тому же происходящее заставит компании не идти на поводу у «потребительского экстремизма», который в последнее время доминировал на рынке, вынуждая их демпинговать и «столбить» рынок вопреки экономике.

### СОФЬЯ РИСОВА, генеральный директор компании «Флейм Тревел»

Банкротства повлияют на развитие туризма не только в худшую, но и в лучшую сторону. Рынок самоочищается и обвала не будет. Все достаточно закономерно: европейский туррынок тоже когда-то все это прошел, и остались сильнейшие — всего несколько больших туроператоров. Безусловно, каждое громкое и болезненное банкротство снижает доверие к туристическому бизнесу, но при этом позволяет игрокам рынка скорректировать свою работу и понять ошибки.

### ОЛЬГА СМЫЧКОВСКАЯ, генеральный директор компании «Астарт Групп»

Происходящее будет способствовать выбору надежных операторов. Скорее всего, время, когда турист выбирал путевку исключительно по критерию ее минимальной стоимости, уходит. Теперь он, особенно приобретая тур заранее, станет гораздо тщательнее изучать все нюансы, которые могут свидетельствовать о надежности компании. Вместе с тем череда банкротств может подтолкнуть часть клиентов к выбору самостоятельной организации путешествий: особенно это касается поездок в «ближнюю» Европу — в страны Балтии, Скандинавии, Финляндию.

### АЛЕКСАН МКРТЧЯН, генеральный директор компании «Розовый слон»

Уход с рынка того или иного туроператора, безусловно, не лучшим образом сказывается на бизнесе в целом. Ситуация в туротрасли сейчас накалена, и градус увеличивается с появлением в СМИ

информации о новых возможных банкротствах. Клиенты заняли выжидательную позицию. Мы в свою очередь возвращаем туристам агентское вознаграждение, пытаемся объяснить ситуацию, успокоить. Но я надеюсь, что, ситуация стабилизируется, рынок начнет восстанавливаться, доверие туристов вернется.

### АЛЕКСАНДР СКРЫПНИК, генеральный директор компании «Салют Европа»

То, что сейчас происходит в туристической индустрии, бесспорно, можно отнести к беспрецедентной ситуации. Однако при всей своей плачевности она все же не способна привести к полному краху отрасля. Судя по статистике, каждый год с рынка уходит не одна туристическая компания, но особенность нынешнего года — банкротства компаний с громкими именами, безусловно, привлекавшими внимание. И все же происходящее необходимо расценивать как естественный процесс, который направлен на укрепление явно «перегретого» рынка. Не исключаю, что к осени будет новая волна банкротств, но и

это будет некой «зачисткой» — падение турпотока приведет к уходу с рынка слабых игроков. В этой ситуации туристам необходимо будет ответственно подходить к выбору компании и, покупая тур ниже себестоимости, отдавать себе отчет в возможном негативном развитии сценария.

### ЛЮДМИЛА КУСКОВА, генеральный директор компании «Мама-тур»

Приостановка деятельности сразу нескольких туристических фирм — сильный удар по отрасли, однако банкротство само по себе не означает, что рынок находится на пороге серьезных потрясений. Думаю, что рынок выдержит и станет здоровым. Уход ряда крупных компаний, на мой взгляд, вызван финансовыми причинами. Турбизнес стал для банков рискованным бизнесом, поэтому они пересмотрели политику кредитования в отношении турфирм, что для многих компаний является губительным. В дальнейшем новые банкротства, безусловно, будут происходить, как и в любой другой сфере бизнеса.

# Ищи ветра

Пострадавшие клиенты обанкротившихся турфирм получают свои деньги не все и нескоро

## ЖДАТЬ ДО ЯНВАРЯ

По данным СК «Восхождение», которая в конце августа все-таки лишилась лицензии, часть потенциальных получателей компенсаций отказалась от этой затеи, поскольку размер потерь составляет менее 10 тысяч рублей. Самый маленький иск предусматривает получение всего 3 тысяч рублей, а самый крупный — 5,724 млн рублей.

Клиенты, пострадавшие в результате банкротства «Невы», смогут получить компенсации лишь в январе 2015 года. Обосновывается это тем, что сумма заявленных требований вплотную приблизилась к страховой (т. е. к 454,2 млн рублей). Это значит, что в соответствии со ст. 17.5 Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» ЗАО СК «Восхождение» вынуждено применить при выплате страхового возмещения принцип пропорциональности. «Принимая во внимание, что ЗАО «Фирма «Нева» были проданы турпродукты с датой начала действия вплоть до января 2015 года, в соответствии с Правилами страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристического продукта, расчет данной пропорции возможен не ранее даты наступления страхового случая по каждому заявлению, а датой наступления страхового случая, в свою очередь, является дата начала действия турпродукта, — говорится в обращении страховщика. — В соответствии с нормами действующего законодательства, ЗАО СК «Восхождение» не может начать выплаты, пока не будет рассчитан коэффициент для применения пропорции».

## ПРАВОВАЯ КОЛЛИЗИЯ

Пострадавшим от банкротства петербургского оператора «Экспотур» повезло больше, поскольку, согласно сообщению страховщика — «Адвант-Страхование», уже с 14 августа стали возможны выплаты по тем заявлениям и документам, к которым нет вопросов. В этом случае заявлений пока немногим больше 220, а сумма заявленного к компенсации ущерба составляет около 10 млн рублей. Но и здесь у пострадавших есть трудности. Во-первых, окончательно не сформирован реестр туристов, а во-вторых, сохраняется правовая коллизия относительно тех клиентов «Экспо-тура», которые приобрели путевки в период между 9 и 30 июня, когда фактически оператор не имел права их реализовывать из-за отсутствия действующих фингарантий.

## ДЕНЕГ НА ВСЕХ НЕ ХВАТИТ

Гораздо хуже обстоят дела у клиентов «Лабиринта». По данным страховой компании ВСК, по всей России уже принято свыше 20 тысяч заявлений на выплату страхового возмещения на общую сумму 1,8 млрд рублей. Эта цифра не является расчетной, а отражает объем требований заявителей, введенных в информационную систему ВСК. Значительная часть обращений содержит требования не одного, а двух и более туристов, так что в общей сложности на выплату страхового возмещения претендуют более 50 тысяч потерпевших. В конечном итоге их количество может вплотную приблизиться к отметке в 60 тысяч человек. В соответствии с законом, ущерб станут возмещать пропорционально страховой сумме по договору страхования к сумме заявленных требований по всем поступившим заявлениям. Таким образом, пострадавшие не смогут получить даже 10% от потраченных на испорченный отдых денег, поскольку общая сумма страховки туристов «Лабиринта» по линии ВСК и СК «Восхождение» составляет 160 млн рублей.

## Не берутся за гуж

Директор по развитию ЗАО «Европейское туристическое страхование» **СВЕТЛАНА ПАНОВА** — о проблемах рынка

Явным пробелом в госрегулировании является отсутствие норм о том, что поставщик услуг должен предупреждать регулятора о том, что он останавливает их поставку. Яркий пример — случай с «Оренбургскими авиалиниями», когда об отказе выполнять чартеры стало известно в пятницу после окончания финансового дня. Если бы в законе была прописана такая норма, то перевозчик был бы обязан заблаговременно поставить регулятора в известность — и целого ряда тяжелых последствий этого

шага удалось бы избежать. На мой взгляд, срока в 2–3 недели достаточно для того, чтобы, не поднимая паники на рынке, разрешить ситуацию. То же самое касается и принимающей стороны: она должна иметь возможность заблаговременно обратиться к регулятору и сообщить о том, что такой-то оператор не выполняет обязательств и, следовательно, у его клиентов могут появиться проблемы. Что касается вопроса о появлении на рынке страхового продукта, который обеспечивал бы

страхование каждого тура, то он муссируется уже довольно давно и сейчас, в связи с последними событиями, возник снова. Однако в настоящее время в России нет законодательных основ для его работы. Это связано как с нюансами закона о туризме, так и другими законодательными нормами — о страховой деятельности, Гражданским кодексом и т. д.. В настоящее время этим вопросом занимается рабочая группа, она рассматривает варианты изменения законодатель-

ных основ, которые привели бы к гарантированной защите прав туриста. Но многие эксперты полагают, что механизм страхования каждой поездки работать не будет. Один из главных вопросов: кто станет это делать, если даже фингарантии крупных операторов в реальных объемах почти никто страховать в одиночку не берется — для этого нужен пул страховщиков. А ведь если пойдет речь о страховании каждой путевки, то объемы могут стать еще большими.

# Как исправить туриндурию

Член Совета директоров ОСАО «Ингосстрах» **АЛЕКСАНДР ГРИГОРЬЕВ** — откровенно о дальнейшем сотрудничестве между операторским и страховым бизнесом



За неполных два месяца в разгар сезона мы имеем пять крупных банкротств туроператоров и десятки тысяч пострадавших граждан. Так называемые эксперты отрасли, топ-менеджеры обанкротившихся турфирм и чиновники туриндурии объясняют это либо санкциями США и Евросоюза (действуя по принципу «война все спишет»), либо ростом курса евро. Второе объяснение звучит особенно смешно, если учитывать, что большинство направлений, обслуживаемых обанкротившимися компаниями, относится к долларовой зоне. А курс доллара не рос до конца июля вообще. Истинные причины нынешнего положения дел кроются совершенно в другом. Большая часть туристических фирм не имеет реального капитала, работает «с колес», сильно закредитована банками и партнерами и демпингует. Часто акционеры и менеджеры этих фирм выводят из них деньги на свои нужды. Правда, очень напоминает страховую отрасль? Но устойчивость турфирм к негативным событиям и факторам гораздо ниже, чем у страховщиков. У последних все же и требования к капиталу высокие, и отчитываются они перед страхнадзором регулярно, да и «рисовать» отчетность им не так легко. А реальное финансовое состояние туристических компаний вообще никем не проверяется. Руководители этих фирм публично заявляют, что «социально ответственные менеджеры» будут нести ответственность на сотни миллионов рублей, не имея ни копейки на счетах, но имея огромные обязательства. А никому

не известные страховые компании с резервами в миллион рублей смогут возместить ущерб в 400 млн рублей тысячам граждан. Именно поэтому надежные и профессиональные страховщики так негативно относятся к страхованию ответственности туроператоров. И именно поэтому ситуация после последних событий ухудшится. Где выход? Для страховых компаний он очень простой. Если закон не будет изменен, то они просто не будут участвовать в этом виде страхования, что по факту уже и произошло. У первой двадцатки страховщиков вряд ли найдется хотя бы сотня полисов, проданных туроператорам. А вот для небольших компаний типа «Восхождения» выход только один — уход с рынка. Страховщики много боролись за нормальное страхование в туризме, когда этот закон принимался. Но хочу напомнить, что именно акционеры туристических компаний, объединения турфирм и чиновники туриндурии не дали принять его в более приемлемом виде. И это нужно понять самой туриндурии. Напомню, что проведенные во время принятия закона расчеты показали, что тариф не будет превышать \$10 с тура. Нам отрасль ответила: «Дорого, туристы не согласятся, а страховщики опять будут пировать». Между тем средний тур стоит от \$500 до \$1000 за неделю на человека. Дополнительные \$10 — это так существенно для туриста? А сейчас люди согласны повторно оплачивать чуть ли не всю стоимость тура? Может, хватит рассказывать про социальную ответственность отрасли, которой нет ни у ее участников, ни у чиновников.

## Предлагаю внести изменения

1. Лицензирование и создание СПО туристических компаний с гарантийными взносами. Но они должны быть не смехотворными, как сейчас, а реальными: 0,5–1% от обязательств. Обращаю внимание: не от выручки или дохода компании, а от обязательств, рассчитанных на текущий год. И если компания стала обслуживать больше туристов, чем заявляла, то взнос должен быть увеличен. При этом СПО не должна разрешать туроператорам вести деятельность в объемах, не подкрепленных обеспечительным взносом. А если туристическая компания говорит, что взнос для нее обременителен, значит, она должна будет вести бизнес в меньшем объеме и обслуживать меньше туристов.
2. СПО должна нести финансовую ответственность перед страховщиком за достоверность информации о плановом количестве туристов и факте оплаты взноса. В случае недостоверности представленной информации СПО возмещает страховщику понесенный ущерб.
3. СПО должна разрабатывать стандарты финансовой устойчивости участников туриндурии и требования к допуску на рынки, осуществлять регулярный анализ устойчивости компаний, принимать меры по недопущению на рынок неустойчивых турфирм.
4. Страховать необходимо каждый тур и стоимость страховки должна зависеть от количества туристов в каждом туре. При этом страховщики должны иметь право устанавливать тариф на рыночной актуарной основе. Национальный союз страховщиков ответственности должен разработать типовые правила, утвердить рассчитанные актуариями верхний и нижний пределы тарифов и согласовать их с СПО туркомпаний.
5. Банк России должен изменить правила допуска страховщиков на рынок страхования ответственности туроператоров и не позволять брать большую ответственность компаниям без капитала и резервов.

# Прорубить «единое окно»

«Сфере туризма нужна комплексная система оценки инвестиционных проектов», — убежден руководитель рабочей группы по туризму при Министерстве культуры РФ и вице-президент РСТ **СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ**. По его мнению, одной из ключевых проблем отрасли является отсутствие должной оценки перспективности проектов с точки зрения комплексного развития той или иной территории.

ПОДГОТОВИЛ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



**П**римеров можно привести много. В свое время, например, когда в Ленинградской области появилась идея строительства горнолыжных курортов, множество скептиков утверждали, что в регионе, где и гор-то никаких нет, это попросту невозможно. Но практика показала, что услуги горнолыжных комплексов, расположенных неподалеку от такого мегаполиса, как Санкт-Петербург, высоко востребованы. Причем успешно работать они могут как зимой, так и летом, предоставляя широкий спектр услуг и привлекая тысячи клиентов. Сейчас понятно: если бы организаторам таких комплексов вовремя помогли сориентироваться на рынке и правильно оценить перспективы, востребованные туристами услуги могли бы появиться на несколько лет раньше.

Другой пример — порт в Приморске Ленинградской области. Когда он еще только строился, было бы вполне логично организовать в его структуре и яхтенную марину, которая могла быть хорошо востребована у яхтенных туристов, путешествующих по Балтике. Однако марина так и не появилась — у организаторов строительства порта просто не было объективной информации о том, что в ней есть рыночная потребность.

В последние два года в Министерстве культуры проделана огромная работа по созданию открытой площадки в области реформирования законодательства сферы туризма. Дело движется, все мы видим, как происходят перемены к лучшему. Однако, на мой взгляд, сейчас, когда в российском туризме реализуется или готовится к реализации множество инвестиционных проектов, крайне важно правильно оценить их практическую перспективность. В большинстве случаев это поможет сэкономить время и гораздо более эффективно расходовать средства, которые выделяются на эти цели.

Направлений работы несколько. Первое из них — организация системной экспертной оценки инвестиционных проектов именно с точки зрения туризма. В свое время в Северо-Западном региональном отделении РСТ (СЗРО РСТ), оценивая реализуемость той или иной идеи, мы обсуждали ее с практиками, работающими в реальном бизнесе. И очень быстро получали ответы на многие вопросы, которые интересовали потенциального инвестора.

Второе — организация своего рода «единого окна» для «туристических» инвесторов. Сейчас для того чтобы оценить перспективы и понять, насколько тот или иной проект будет пользоваться спросом, инвестору приходится самостоятельно искать ответы на множество вопросов. И не факт, что они будут правильными... Если бы такое окно появилось, например, на министерском уровне, ситуация могла бы значительно упроститься: подав документы в это окно, инвестор мог бы в достаточно короткий срок получить квалифицированное заключение. И тем самым первоначальная идея гораздо быстрее приобретала бы реальные очертания.

»»» Необходимо сформировать комплексную систему оценки перспективности туристических инвестиционных проектов на основе объективных данных по региону и стране. Не говоря уже о том, что любой крупный инвестиционный проект, реализуемый как на уровне отдельной территории России, так и государства в целом, обязательно должен проходить экспертизу с точки зрения туризма.

Третья задача — получение общей и полностью объективной информации по перспективам развития региона. Ведь порой как сейчас получается? Инвестор, начиная «вкладываться» в тот или иной объект, подчас не знает, как в целом будет развиваться территория. Где появятся новые дороги, например. А ведь отсутствие такой информации может иметь самые негативные последствия. Нужна общая информация о том, каким будет развитие региона в целом.

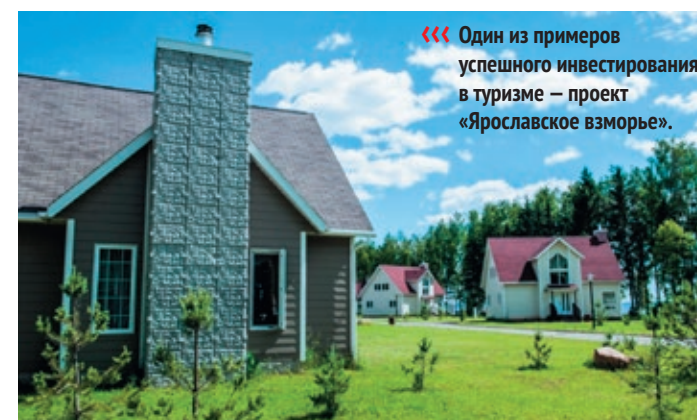
И еще одно: особо следует изучать перспективность того или иного проекта с точки зрения транспортной доступности. Увы, но и здесь примеров масса, когда, казалось бы, нужные рынку объекты туристической инфраструктуры попросту оказываются отрезанными от потенциальных заказчиков услуг. Для того чтобы объект был востребован, он в подавляющем большинстве случаев должен быть легко доступен — иначе неизменно появляются проблемы.

## Инъекционный клапан для туризма

Участники состоявшегося в Санкт-Петербурге и Ленобласти Делового форума по привлечению инвестиций в сферу туризма констатировали: в настоящее время в России больше всего не хватает системного подхода к освоению территорий, который применялся бы с учетом их туристической перспективности

**Ч**то касается собственно инвестирования, то в последнее время государство средств на развитие туризма не жалеет. По данным Ростуризма, в 2011 году, когда стартовала ФЦП по развитию внутреннего и въездного туризма, объем инвестиций со стороны государства составил 1,65 млрд рублей. В 2012 году он увеличился до 2,22 млрд, в 2014 году запланировано вложить в туристическую инфраструктуру 4,59 млрд, а еще через три года эта цифра должна достигнуть максимума в 27,9 млрд рублей. Показательно и участие в ФЦП субъектов федерации: в 2012 году в программу вошли 9 территорий (14 кластеров, 31 объект), ко времени завершения ФЦП в нее должны войти 29 кластеров и 60 объектов. Вместе с тем бытует мнение, что секвестирование бюджета ФЦП вполне возможно. Практика выполнения ФЦП показывает, что рубль бюджетных денег привлекает три рубля внебюджетных средств, однако сейчас задача ставится однозначная — необходимо привлечь в сферу туризма как можно больше денег из-за пределов бюджета и всячески способствовать развитию системы ГЧП.

Член Комитета Совета Федерации по экономической политике Евгений Тарло сообщил: в России до сих пор нет даже единого понимания ГЧП и, соответственно, нужной для этого законодательной базы. «В настоящее время ни у правительства, ни у законодателей, ни у бизнеса нет единого подхода к ГЧП, — констатировал он. — И если бы туризм, например, четко сформулировал требования к такому партнерству, вполне вероятно и принятие соответствующего закона состоялось бы скорее». Настоящим камнем преткновения для развития российского туризма, по оценке многих принявших участие в форуме экспертов, является не отсутствие нужных законодательства или денег: больше всего проблем вызывает несистемный подход к обустройству территорий, который зачастую просто не учитывает их туристического потенциала. Сформулировал идею Бен Мартин, руководитель лондонской



компания AECOM, занятой развитием туристических проектов по всему миру: «Самая главная вещь в туризме — это возможность свободного доступа к его инфраструктуре. Это работает как инъекционный клапан: если вы его перекрываете, объект вполне вероятно может умереть». Свои слова эксперт подкрепил целым рядом примеров, которые доказывают: можно располагать отличными объектами размещения и уникальными достопримечательностями, однако если к ним не будет дороги и, соответственно, не поедут туристы — с точки зрения экономики ситуацию можно смело описывать как «не в коня корм». Практики знают, что в осуществлении инвестиционных проектов очень многое зависит от инициативы на местах: некоторые региональные объекты развиваются

вполне успешно даже в существующих условиях. В качестве примера можно привести проекты «Ярославское взморье» и «Русский парк». Последний проект, стартовав только в сентябре 2013 года, может окупиться уже через год-полтора. В рамках второго этапа реализации ФЦП в период 2015–2018 годов в ней ожидается участие 26 субъектов федерации с 40 инвестиционными проектами. По данным Ростуризма, объем только частных инвестиций для их финансирования ожидается в размере 86,6 млрд рублей. Свою лепту в развитие туризма намерен внести Крым. Регион предлагает потенциальным инвесторам вкладываться в пять туристических кластеров, каждый из которых ожидает инвестиций в объеме около \$200 млн. Например, Черноморский район готов развивать несколько видов туризма — археологический, сельский, автотуризм, экстремальный — в пяти тематических зонах. В Саках таких зон будет четыре, а акцент предполагается сделать только на лечебно-оздоровительном, спа- и велнес-туризме. Профессионалы отрасли единодушно: любой крупный проект развития того или иного региона России обязательно должен проходить и экспертную оценку с точки зрения туризма: это позволит избежать потери времени и средств.

вполне успешно даже в существующих условиях. В качестве примера можно привести проекты «Ярославское взморье» и «Русский парк». Последний проект, стартовав только в сентябре 2013 года, может окупиться уже через год-полтора. В рамках второго этапа реализации ФЦП в период 2015–2018 годов в ней ожидается участие 26 субъектов федерации с 40 инвестиционными проектами. По данным Ростуризма, объем только частных инвестиций для их финансирования ожидается в размере 86,6 млрд рублей.

Свою лепту в развитие туризма намерен внести Крым. Регион предлагает потенциальным инвесторам вкладываться в пять туристических кластеров, каждый из которых ожидает инвестиций в объеме около \$200 млн. Например, Черноморский район готов развивать несколько видов туризма — археологический, сельский, автотуризм, экстремальный — в пяти тематических зонах. В Саках таких зон будет четыре, а акцент предполагается сделать только на лечебно-оздоровительном, спа- и велнес-туризме. Профессионалы отрасли единодушно: любой крупный проект развития того или иного региона России обязательно должен проходить и экспертную оценку с точки зрения туризма: это позволит избежать потери времени и средств.

# Крым работает на перспективу

Крымский федеральный округ подготовил для потенциальных инвесторов целый пакет предложений, реализация которых позволит вывести туристическую инфраструктуру полуострова на принципиально новый уровень.

Министр туризма и курортов Крыма **ЕЛЕНА ЮРЧЕНКО**: «От того, что отдых в Крыму станет еще более комфортным и качественным, выиграют все».

ПОДГОТОВИЛ ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВ

**К**рым всегда был территорией, привлекательной для инвестиций. Сейчас перед нами стоит серьезная задача — превратить его в круглогодичный и конкурентоспособный курорт международного уровня, один из центров туризма в России. Все предпосылки для этого есть: уникальная природа, огромное желание достичь поставленной цели, опыт работы, а также достаточно большой перечень объектов размещения разного характера, их в Крыму 825. При этом 180 из них теперь стали нашей собственностью, и именно они требуют наибольших инвестиций.

По нашим оценкам, каждый из этих объектов требует вложений примерно в 200 млн рублей. Надеемся, что инвестиционная программа, в рамках которой предполагается как бюджетное, так и внебюджетное финансирование, будет успешно реализована и позволит вернуть Крыму славу общегосударственной здравницы.

На мой взгляд, сейчас у нас есть уникальная возможность развивать Крым именно в тех направлениях, которые наиболее востребованы. В связи с этим из 13 курортных территорий, которыми располагает полуостров, нами сформированы вполне конкретные инвестиционные предложения по пяти кластерам. Это кластер Большая Ялта со специализацией на санаторно-курортном лечении и оздоровлении (его слоган: «Крым — здоровье в подарок»), туристско-рекреационный кластер на территории Бахчисарайского района («Крым — горы, здоровье и море впечатлений»), кластер в районе поселка Коктебель («Крым — рецепт хорошего настроения»), где есть великолепные возможности для занятий планерным и другими



видами воздушного туризма. В дополнение к ним предполагается создать туристские кластеры в Черноморском районе («Крым — счастье в каждом мгновении») и в Саках («Целебные сакские грязи»). Каждый кластер имеет свою ярко выраженную специфику. Если Ялта или Коктебель вряд ли нуждаются в широкой рекламе, то этого нельзя сказать, например, о Черноморском районе: о нем мало знают даже в Крыму. На самом деле возможности района в сфере развития туризма очень широки: здесь десятки километров песчаных пляжей, пять тематических зон развития, возможности для экстремального (дайвинг), археологического, сельского или автотуризма. Курортный город Саки — это 13 грязевых озер, около 130 минеральных источников, 4 тематические зоны развития со специализацией на лечебно-оздоровительном, спа- и велнес-туризме. Не зря ведь даже турки после своего высокого сезона приезжают лечиться именно в Саки: у этого кластера, безусловно, отличные перспективы. Для того чтобы реализовывать все эти проекты, нужны деньги, и немалые: для развития каждого из кластеров необходимо не менее \$200 млн. В частности, именно такую сумму предполагается вложить в кластер в Черноморском районе. В Саках объем вложений будет еще выше — \$230 млн. Однако уверена, что закон о создании в Крыму специальной экономической зоны позволит обеспечить для инвесторов максимально благоприятные условия. Причем подобный опыт в Крыму уже есть: на полуострове реализовывалась программа свободной экономической зоны, было семь территорий приоритетного развития, есть опыт привлечения инвестиций для строительства объектов размещения.

# Классика от «Профкурорта»

Особое место среди многочисленных курортов России занимает легендарная Мацеста

**Л**ечебная сила мацестинских вод известна издавна — именно здесь находятся знаменитые сероводородные источники, богатые йодом, бромом, радоном и многими другими полезными веществами. В переводе с адыгейского «мацеста» означает «огненная вода», что соответствует действительности: если опустить руку в воду, она мгновенно покраснеет.

Уникальное сочетание субтропического климата и моря, пышной растительности и минеральных источников делает это уютное местечко в Хостинском районе города Сочи поистине идеальным местом для оздоровления. На сегодняшний день Мацеста остается одним из самых больших и известных бальнеологических центров России, а ее сероводородный источник — крупнейшим природным месторождением в мире.

Сероводородные ванны благотворно влияют на железы внутренней секреции и их функции, на центральную нервную систему, помогают при проблемах с кожей, заболеваниях опорно-двигательного аппарата, органов дыхания и кровообращения. Мацестинская вода широко используется в гинекологии и эндокринологии. Насыщенная микроэлементами, она также выводит из организма соли тяжелых металлов. Но пользоваться процедурами в Мацесте можно только после предварительного медицинского обследования, строго по рекомендации врача.

Сам бальнеологический курорт «Мацеста» не располагает номерным фондом. Желая насладиться полноценным морским отдыхом, а также оздоровиться с помощью уникальных сероводородных минеральных мацестинских вод, предлагается рассмотреть вариант приобретения путевки в один из близлежащих санаториев или пансионатов курорта, имеющих соответствующие программы лечения. Такую возможность предоставляет своим гостям санаторий «Металлург», который вновь принимает отдыхающих с лета 2013 года после масштабной реконструкции и капитального ремонта. ЗАО «Клинический санаторий «Металлург» — великолепный комплекс, окруженный вечнозелеными насаждениями, который предлагает для проживания уютные номера с видом на море или парк. Это идеальное место для оздоровления с помощью модернизированной лечебной базы. К услугам отдыхающих — обеденный зал с открытой террасой и разнообразное меню по системе «шведский стол». Собственный оборудованный пляж и развитая инфраструктура делает отдых в «Металлурге» особенно привлекательным.

Возможность полноценного отдыха на Черноморском побережье предоставляет своим гостям и ЗАО «СКО «Адлеркурорт», в котором разработана соответствующая программа лечения с использованием минеральных источников Мацесты. В санатории можно не только с комфортом отдыхать, но и получать оздоровительные процедуры: здесь действуют лечебно-диагностический центр и курортная поликлиника, в которых работает квалифицированный медицинский персонал.

ЗАО «СКО ФНПР «Профкурорт» приглашает к сотрудничеству туристические компании и санатории, которые хотят использовать Мацесту в своих программах лечения как серьезное конкурентное преимущество. Такие



программы очень востребованы как в бархатный сезон, так и глубокой осенью, зимой и ранней весной, когда для приема морских ванн еще достаточно прохладно. Благодаря Мацесте и серьезному подходу к организации санаторно-курортного лечения в санаториях Сочи «Профкурорт» имеет возможность предлагать отдыхающим круглогодичный прием на черноморских курортах, независимо от купального сезона. Мацеста — незабываемый отдых в долине удивительных источников!



»» Инвестиционный проект «Крым: центр деловой и туристической активности» со сроками реализации в 2014–2021 годах предполагает объем инвестиций в туризм в объеме 1,5 млрд рублей. В Севастополе на реализацию пяти проектов туристско-рекреационных комплексов (ТРК «Город двух бухт», «Севастопольская гавань» и т.д.) до 2020 года предполагается потратить из федерального бюджета 11,5 млрд рублей.

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

**ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОК:**

- ~ 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



# Иркутск крупным планом

Превращение Иркутска в самостоятельную туристическую дестинацию является главной задачей реализации муниципальной программы «Содействие развитию туризма и деловых коммуникаций на 2013–2017 годы» с общим объемом финансирования около 100 млн рублей.



ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВ

«Близость Байкала — наше конкурентное преимущество, однако в перспективе Иркутск должен стать не только «воротами» для посещения озера, но и самим по себе интересным для туристов пунктом назначения, — считает заместитель мэра города Алексей Альмухамедов. — Чтобы добиться этого, нам предстоит проделать большую работу, расширяя рамки сезона и акцентируя внимание, например, на развитии делового туризма». В 2008 году Иркутск посетили 230 тысяч туристов, объем услуг в отрасли оценивался в 1,1 млрд рублей. В 2013 году эти показатели составили соответственно 270 тысяч человек и около 3 млрд рублей. В 2014 году город на Ангаре намерен принять не менее 280 тысяч гостей. «Туризм стал одним из приоритетов развития Иркутска и расценивается как стратегическое направление, — отмечает начальник управления туризма и международной деятельности администрации города Ольга Середкина. — Сейчас мы стараемся сломать стереотипы и привлекать туристов в любое время года, предлагая им разнообразные варианты отдыха».

В городе удачно реализован проект создания пешеходного туристского маршрута по историческому центру. Протяженность маршрута — 5,5 км, он объединяет 30 достопримечательностей. Проект «Зеленая линия» — на тротуары наносят зеленую разметку с вкраплением стеклянных микрошариков, которые светятся в темноте, — позволяет гостям увидеть все самое интересное и не теряться. Желаящие могут услышать подробный рассказ о том или ином объекте: возле каждого из них установлены информационные стенды с историческими справками и номерами телефона аудиогuida. Широкие возможности для отдыха летом и зимой открывает реализация проекта «Иркутская свобода» (или «130-й квартал»). Созданы отличные усло-

вия для занятий активными видами туризма. Довольно быстро развивается в Иркутске инфраструктура. В 2008 году здесь насчитывалось 68 объектов размещения, в 2013 году их стало уже 109. Вместе с тем емкость номерного фонда местных отелей невелика: по данным за прошлый год, в них имеется 1345 номера на 2,4 тысячи человек. «Звездных» гостиниц всего шесть: по три уровня 3\* и 4\*, пятизвездных в городе нет. Но в Иркутске есть объекты, которые вполне могут заинтересовать как обычных туристов, так и деловых. В их числе отель «Байкал Бизнес Центр» (4\*, 57 номеров, 3 конференц-зала с максимальной вместимостью до 350 человек), а также сетевой отель Courtyard by Marriott Irkutsk City Center (4\*, 208 номеров, 5 конференц-залов вместимостью до 250 человек). Акцент властей на деловой туризм вполне оправдан: по статистике, не менее 60% въездного турпотока в Иркутск приходится на тех, кто прибывает в город с деловыми и профессиональными целями. Отчасти этим объясняется и небольшая продолжительность пребывания гостей — в двух случаях из трех она составляет 1–3 дня.

Как считает Алексей Альмухамедов, наличие достойных внимания деловых туристов отелей, а также современного выставочного комплекса «СибЭкспоЦентр» (общая площадь около 4,5 тыс. кв. м) уже сейчас позволяет надеяться на рост этого сегмента туррынка. «Если мы сможем привлечь больше крупных деловых мероприятий (таких, например, как Байкальская Венчурная ярмарка), то оборот сферы туризма станет расти значительными темпами», — уверен он. Для того чтобы стимулировать этот процесс, в Иркутске провели специальное исследование и уже на текущий год запланировали выпуск каталога Irkutsk Easy Travelling, который позволит максимально быстро получать информацию о туристических возможностях города на Ангаре.

# Самоцветный туризм

Число ежегодных прибытий в Свердловскую область приближается к пяти миллионам, при этом 80% туристов — деловые люди, примерно 20% от общего числа гостей приходится на иностранных граждан. Директор Центра развития туризма Свердловской области, вице-президент Национальной ассоциации туристско-информационных организаций России **ЭЛЬМИРА ТУКАНОВА** — о новом проекте «Самоцветное кольцо Урала».

ПОДГОТОВИЛ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



Наш центр создавался для реализации областной целевой программы развития туризма Свердловской области в 2011–2016 годах. Центр находится в ведомстве министерства экономики, которое располагает достаточными инструментами для выполнения этой программы. Речь идет, прежде всего, о поддержке малого и среднего бизнеса в туристической отрасли, развитии инфраструктуры региона путем повышения его инвестиционной привлекательности.

«Самоцветное кольцо Урала» — условное название территории, протянувшейся с юга на север более чем на сто километров вдоль восточного склона Среднего Урала в верховьях рек Нейва, Реж и Адуй. Если привязываться к городам, то это Екатеринбург, Невьянск, Нижний Тагил, Мурзинка, Алапаевск, Ирбит, Реж. Бренд проекта возник в результате наложения исторического имени района — «Самоцветная полоса Урала» — на характер маршрута. В его рамках будет создано пять основных тематических экскурсионных программ: уральский быт и ремесла, минералы, индустриальный туризм, активный туризм, общие обзорные экскурсии.

В этих краях богатые месторождения минералов ювелирного качества — топазов, турмалинов, изумрудов, аметистов, горного хрусталя. Однако на минералогическом и индустриальном профилях маршрута мы

акцентировать внимание не станем. Комплексный туристский маршрут проходит по территории 12 муниципальных образований Свердловской области, в которых проживает, с учетом Екатеринбурга, 51% жителей области. Новый маршрут позволит туристам органично сочетать познавательный и активный отдых, прибывать к культурно-историческим и природным ценностям в аутентичной и экологически чистой среде. Проект «Самоцветное кольцо Урала» недавно включен в Федеральную целевую программу развития внутреннего и въездного туризма. Уже нашлись инвесторы, готовые участвовать в проекте. Развлекательный комплекс в Невьянске, парк сказок в Арамиле, оздоровительный спа-комплекс в Тавде, а также установка объектов придорожного сервиса и знаков туристской навигации — такими элементами может обогатиться в недалеком будущем маршрут «Самоцветного кольца».

## ЕКАТЕРИНБУРГ

109 отелей, 5 270 номеров

## СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

496 отелей, 14 600 номеров

## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ

3 200 рублей в сутки

## СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

## САМОЦВЕТНОЕ КОЛЬЦО УРАЛА



»»» Компания «РЖД Тур» планирует разработку нового туристского маршрута, проходящего по территории Пермского края, Тюменской и Свердловской областей. Маршрут может начинаться в Перми, Екатеринбурге, Тюмени или Тобольске. По пути к специальному туристскому поезду будут прицепляться дополнительные вагоны. Первоначально целевой аудиторией маршрута являются жители Большого Урала. Впоследствии, когда проект наберет силу, он сможет выйти за пределы региона.



»»» В Иркутске создан пешеходный туристский маршрут по историческому центру протяженностью 5,5 км, он объединяет 30 достопримечательностей.



## Прямая дорога к сердцу гостя

Туроператоры всерьез задумались о «вкусном» туризме и его брендах

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

**В** рамках Первого эногастрономического форума-фестиваля в Великом Новгороде обсуждались самые разнообразные и актуальные вопросы — от проблематики формирования гастрономического бренда до подготовки кадров и необходимой законодательской деятельности.

«На российском туристическом рынке гастрономический туризм находится в стадии становления, — отметил заместитель губернатора Новгородской области Александр Смирнов. — Сегодня российские регионы, формирующие свои гастрономические бренды, маршруты и программы, нуждаются в обмене опытом — как друг с другом, так и с коллегами из тех стран, где этот вид туризма давно приносит дополнительный доход в национальную экономику».

Талеб Рифаи, генеральный секретарь UNWTO, в своем приветственном письме подчеркнул, что подобное мероприятие проходит в России неслучайно, поскольку страна отличается необычайно богатой и разнообразной кулинарной традицией — от черного хлеба, появившегося уже в IX веке, до традиционных каш, супов, блинов и знаменитых напитков, таких как квас, березовый и ягодные соки. «Русская национальная кухня является великолепным отражением вкусовой традиции и современных инноваций», — отметил он.

В рамках мероприятия были организованы конференция и круглые столы, посвященные проблематике формированию турпродукта в данном секторе. «Санкт-Петербургу непросто определиться с региональной кухней, — рассказал Сергей Марков, заместитель председателя Комитета по внешним связям города на Неве, — поскольку город изначально заселялся людьми из разных мест России, которые приносили свои кулинарные традиции. В настоящее время многие рестораны пытаются создать гастрономическое «лицо» петербургской кухни».

Активная работа по формированию туристского гастрономического направления ведется в Республике Коми, где реализуется специальная программа. Юлия Рыбакова, руководитель республиканского Агентства

по туризму, убеждена, что пришла пора заменить иностранный фастфуд традиционными блюдами, сделав, например, местную коми-шаньгу гастрономическим брендом. Инструментом формирования региональной кухни может стать ежегодный этнофестиваль «Люди леса», включающий ресторанный акцию «Коми-ланч», городской пикник, фестиваль коми-шанег, конкурс рецептов коми-кухни и акцию «Коми-фастфуд».

Хозяин форума-фестиваля Великий Новгород уже полностью определился с собственным гастрономическим брендом — это печатный новгородский пряник и квас «Никола». «В Великом Новгороде еще в IX веке профессия пряничника считалась очень престижной, — прокомментировал Андрей Васильев, начальник отдела маркетинга Центра развития «Красная Изба». — Не менее длинную историю имеет производство кваса. Мы регулярно представляем эти гастрономические бренды на отечественных и зарубежных выставках и презентациях».

На ниве «винной дороги» российского туризма успехов добился «Русский Винный Дом Абрау-Дюрсо». Продукты его производства в представлении не нуждаются, ведь бренд уже состоялся. Заместитель исполнительного директора компании Юлия Пархоменко познакомилась с ассортиментом предложений в секторе винного туризма: экскурсии и дегустации, путешествия по Абрау и окрестностям, программа «Шампанский уикенд в Абрау-Дюрсо», гостиничные услуги и специальные процедуры спа-комплекса.

Некоммерческое партнерство «Черноморские Гаражные Вина» ежегодно организует День гаражиста, где собираются ценители домашнего вина. В списке мероприятий на текущий год — открытие винной деревни, фестиваль гаражных вин, конкурс вина и стейков, праздник молодого вина и другие «вкусные» события. По мнению владельца винодельни «Гостагай» Валерия Логинова, именно гаражное виноделие станет локомотивом развития винного туризма в нашей стране.

«Эногастрономические форумы являются очень перспективными для российского туризма», — считает Леонид Гелибтерман, президент Международного эногастрономического центра.

## Процесс привыкания

«В России виноделие переживает ренессанс, а винный туризм активно развивается», — считает председатель совета директоров Группы компаний «Абрау-Дюрсо» **ПАВЕЛ ТИТОВ**. Каковы перспективы столь популярного за рубежом вида путешествий в реалиях отечественного туррынка? Об этом — в эксклюзивном интервью журналу «Турбизнес».

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

**Как вы оцениваете состояние эногастрономического туризма в России?**

В этой сфере, достаточно новой для российской туристической индустрии, уже заметны достижения. По примеру Русского винного дома «Абрау-Дюрсо» и в соответствии с мировой практикой экскурсии для туристов уже предлагают все ведущие хозяйства Юга России — «Лефкадия», «Кубань-вино», «Фанагория», «Мильтрим-Черноморские вина», «Винодельня Ведерников на Дону». Центр винного туризма «Абрау-Дюрсо» остается лидером по посещаемости. В прошлом году экскурсии в знаменитые голицынские подвалы, где выдерживается шампанское, совершили более 130 тысяч человек. Сегодня «Абрау-Дюрсо» является самым посещаемым отдельно взятым винным домом в мире. Второе место занимает шампанский Codorniu в Испании.

**Какие проблемы существуют в данном сегменте туррынка?**

Главная сложность — недостаточно развитая инфраструктура для обслуживания туристических потоков, пиковые нагрузки в разгар сезона и кадровый дефицит. У нас в Абрау-Дюрсо это понимают очень хорошо, поэтому в Центре винного туризма открыто два объекта размещения — бутик-отель «Империал» на 40 номеров и семейный отель «Усадьба Круглое озеро», состоящий из пяти корпусов. Работают четыре фирменных магазина, пять ресторанов и кафе, вместительная столовая экономкласса и шампань-спа, где проводятся спа-ритуалы и оздоровительные процедуры на основе винной косметики и шампанского. Инвестиции в инфраструктуру — создание парка с арт-объектами, ресторанов, бутик-отеля и т.д. — составили не менее \$30 млн.

**Расскажите об идее создания и развитии Центра винного туризма «Абрау-Дюрсо».**

Экскурсии на завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо» проводились еще с советских времен. Приход нового

инвестора в 2006 году — группы SVL бизнесмена Бориса Титова — позволил вывести проект на качественно новый, международный уровень. Благодаря масштабной модернизации производства, восстановлению исторической части завода, размещению в нем экспозиции музея и созданию новой туристической инфраструктуры был сформирован новый уникальный туристический продукт, мгновенно ставший востребованным среди отдыхающих и гостей Краснодарского края.

**Какие туристские услуги оказывает центр?**

Экскурсии с посещением голицынских подвалов и дегустациями игристых вин, организацию свадеб, корпоративных мероприятий. У нас открыта лицензированная школа Гастрономического мастерства «Абрау-Дюрсо», аттестованная французской Академией гостеприимства. В гастротурологии проходят обучение профессионалы, а летом для туристов и всех желающих открыты тематические кулинарные мастер-классы от иностранных шеф-поваров и звезд. Темы самые разнообразные — итальянская, испанская кухня, здоровое питание, кавказская и французская кухни. В Абрау-Дюрсо создана международная школа виноделия. Первый набор студентов состоится этой осенью. Кроме того, традицией «Абрау-Дюрсо» является система стажировок.

**Какие виды туризма вы считаете перспективными для своей компании?**

Для проведения деловых и корпоративных мероприятий у нас есть отели и конгресс-холл «Абрау-Дюрсо» со вместительными залами и переговорными. В мае этого года мы принимаем в нашем конгресс-холле премьер-министра Дмитрия Медведева, который провел у нас выездное совещание малого правительства по развитию отечественного виноградарства и виноделия. Наши сотрудники смогли организовать проведение такого серьезного мероприятия на высочайшем уровне, как того требует протокол.



»» 18–19 октября 2014 года в Абрау-Дюрсо состоится ежегодный Фестиваль российского вина для профессионалов. Он проходит под эгидой Союза виноградарей и виноделов России. Экспонентами станут ведущие винодельческие хозяйства Краснодарского края, Ростовской области, Ставропольского края, Дагестана и Республики Крым.



»» Первый международный форум-фестиваль «Перспективы развития эногастрономического туризма в России» под эгидой UNWTO прошел нынешним летом в Великом Новгороде. На форум приехали представители 15 регионов России, эксперты из Мексики, Великобритании, Португалии, Испании, Узбекистана и других стран мира.



## Инициатива снизу

В Тверской области появился пример, когда работа по системному развитию туризма пошла на муниципальном уровне

ТЕКСТ МИХАИЛ РУСИН



Туристические объекты Калининского района — гостиничный комплекс «Эммаус Волга Клуб» и Оршинский монастырь.

**М**естные власти всерьез задумались о развитии туризма в Калининском районе — одном из экономически сильных в области. «Сегодня культурное, духовное и экономическое развитие региона — наша приоритетная задача, и увеличение туристической привлекательности, создание комфортных условий для наших гостей и отдыхающих наилучшим образом помогают ее реализации», — говорит недавно назначенный глава администрации Калининского района Олег Гончаров. Сегодня на территории района имеется собственная гостиничная сеть, состоящая из 13 объектов размещения с общим номерным фондом почти на 700 мест — это один из самых высоких показателей в области. Минувшим летом введена в эксплуатацию первая очередь гостиничного комплекса Парка активного отдыха «Гришкино», который рассчитан на 160 мест. Еще один крупный проект, который в настоящее время планируется к реализации, — гостиничный комплекс «Тверь-Марина» на берегу Волги.

### ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ



»»» На территории Калининского района имеется собственная гостиничная сеть, состоящая из 13 объектов размещения с общим номерным фондом почти на 700 мест — это один из самых высоких показателей в Тверской области.

В Калининском районе расположены такие известные объекты, как гостиничный комплекс «Эммаус Волга Клуб» и Всесоюзный лагерь информационных технологий «КОМПЬЮТЕРИЯ». Несомненный интерес для гостей представляют итальянская агроферма Fattoria del sole в селе Медное и туристская агроферма «Ивановка» (Кулицкое сельское поселение). Большой популярностью пользуются Музей Калининского фронта в поселке Эммаус, музей певца Сергея Лемешева в деревне Князево и художника Валентина Серова в бывшем имении фон Дервизов Домотканово. При впадении реки Орши в Волгу стоит древний, ныне полностью возрожденный Оршин монастырь (Каблуковское сельское поселение). «Мы прекрасно понимаем, что основной потребитель наших туристских услуг — это жители Твери, а формула отдыха звучит просто и понятно для всех — «туризм выходного дня», — рассказывает Олег Гончаров. — Но Калининский район может быть востребован и у жителей столичного мегаполиса». Работа по системному развитию туризма началась. Разработан план действий, который предполагает не только комплекс мер по продвижению уже имеющихся, но и создание новых туристских возможностей, например, для вело- и автотуристов. Многие еще предстоит сделать — нет пока у Калининского района ни своего туристского информационного центра, ни туристского сувенира. К сотрудничеству привлекут соседей — Администрация Калининского района планирует заключить профильные соглашения с Тверью, с Конаковским и Старицким районами Тверской области, а также Шаховским районом Московской области. Для координации действий создается Общественный Совет по развитию туризма при главе администрации Калининского района Тверской области.

## Пешиеходы на «Золотом острове»

В Москве, между Софийской набережной и Болотной площадью, на знаменитом «Золотом острове», появится новый архитектурный комплекс общей площадью 45 тысяч квадратных метров с туристическими объектами и пешеходной зоной. Эта территория находится в зоне охраны Московского Кремля, которая является памятником ЮНЕСКО.

**П**осле варварской расчистки этой территории от исторических построек в начале 2000-х годов эта часть Москвы долгое время не имела четких перспектив. Сохранилось шесть зданий, в том числе бывшая контора фабрики «Эйнем», которая после революции 1917 года стала «Красным Октябрем». Также уцелело здание бывшего Мариинского женского училища и еще несколько объектов. Для оставшейся исторической застройки на линии Софийской набережной ключевым объектом является бывшая усадьба Харитоненко, в которой уже давно располагается посольство Великобритании. «Данный участок уникальный, была проведена большая работа со специалистами по определению его технико-экономических параметров, так он входит в зону охраны памятника ЮНЕСКО — Московского Кремля, — говорит руководитель департамента культурного наследия Москвы Александр Кивовский. Схема реализации инвестиционного проекта следующая. Город является собственником «Центральной топливной компании» (ЦТК), которая в свою очередь

владеет 95%-ными пакетами акций двух компаний: «Каменный мост» и «Кремль сайт». Они распоряжаются участками совокупной площадью 3 гектара в режиме долгосрочной аренды на 49 лет. Инвестор, который купит данные пакеты акций, получает доступ к указанному историческому кварталу. «Все технико-экономические показатели участка определены, инвестору-победителю их придется досконально соблюдать, — продолжает Александр Кивовский. — Предельная высота зданий не должна превышать 17 метров, никаких зимних садов на крышах быть не должно, только кровля, причем ее угол наклона также зафиксирован». Предпроектную проработку квартала сделал известный архитектор Юрий Григорян. По его словам, основу комплекса составят жилые здания. Первые этажи отдадут под общественные функции — это различные пункты общественного питания и сервисное обслуживание. Важно, что квартал будет разделен на две половины, между которыми расположится пешеходная зона. С нее будет открываться вид на угловую башню Кремля.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ОСИПОВ

»»» Все здания, которые стоят на красной линии Софийской набережной, стали вновь выявленными памятниками культурного наследия, в их основе — палаты XVII–XVIII веков. Одна из составляющих частей проекта по застройке квартала — обязанность инвестора привести их в порядок.

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



« Сейчас нашей главной задачей является информирование клиентов о том, что Москва по-прежнему остается безопасной для посещения. В данной ситуации отель «Холидей Инн Москва Сущевский» больше ориентируется на внутренний туристический рынок и предлагает специальные пакеты для российских туристов »»

**СИНАН КОСЕОГЛУ**



# Ориентация — внутренний рынок

На пост генерального менеджера отеля «Холидей Инн Москва Сущевский» недавно назначен **СИНАН КОСЕОГЛУ**, занимавший ранее должность директора по операционной деятельности «Марриот Грандъ-отеля». В интервью «ТБ» он поделился своим видением стратегии продвижения отеля на рынке, также рассказал о том, как влияет текущая политическая ситуация на туристическую индустрию российской столицы.

**БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА**

**В чем причина вашего ухода с должности директора по операционной деятельности «Марриот Грандъ-отеля»?** Причина очень проста. Оба отеля находятся под управлением компании Interstate, которая придерживается политики развития и дальнейшего продвижения достойных сотрудников внутри компании. Порой профессиональный рост сотрудника может быть ограничен одним конкретным отелем, а тем временем в другом отеле

открывается соответствующая вакансия. В такой ситуации сотрудник имеет все шансы перейти на более высокую должность в другой отель. Этот подход обеспечивает сравнительно быстрое продвижение сотрудников или, как принято это называть, fast track. Так случилось и со мной: мне сделали предложение занять пост генерального менеджера гостиницы «Холидей Инн Москва Сущевский», и я с радостью его принял.

**Как, на ваш взгляд, изменился российский гостиничный рынок в больших городах за последние годы?** Безусловно, за прошедшие пять лет российский гостиничный рынок претерпел серьезные изменения. Главное, что хотелось бы отметить, — это изменение в государственной политике в области поддержки туризма и гостиничного бизнеса. Еще совсем недавно Москва и Санкт-Петербург были чуть ли не единственными направлениями туризма в России. Сейчас же наблюдается тенденция к более равномерному распределению турпотока по стране. Этому способствует проведение разного рода массовых мероприятий в различных городах России, например, Универсиада в Казани, Олимпиада в Сочи или чемпионат мира по футболу в 2018 году. Такие события способствуют развитию туристической инфраструктуры на всей территории страны и улучшению имиджа России как туристического направления в целом. Следует также отметить, что Россия становится более открытой для туристов из других стран. Пять лет назад невозможно было найти ни одного указателя на английском языке даже в Москве, не говоря уже о других городах. На сегодняшний день такие указатели можно увидеть в Москве и Санкт-Петербурге и, я уверен, в скором времени они появятся также на улицах других городов. Конечно, говорить о том, что города России вне центрального региона готовы к приему больших туристических потоков, еще рано. Тем не менее начало положено.

**«Холидей Инн Москва Сущевский» — это бизнес-отель. Как вы оцениваете нынешнее состояние этого сегмента рынка в Москве?**

Текущую рыночную ситуацию многие российские отельеры называют кризисной и, следует отметить, небезосновательно. И без того сложная экономическая и политическая конъюнктура российского рынка гостеприимства серьезно страдает от событий на Украине. В такой ситуации клиенты становятся более внимательными в отношении своих расходов, стараются их значительно сократить. Естественно, отели категории 5\* страдают больше остальных. Бизнес-отели сегмента 4\* в этом отношении находятся в несколько более выгодном положении. Влияние неблагоприятной экономической и политической ситуации на загрузку и среднюю цену очевидно. В такой обстановке запускается традиционный механизм оттягивания спроса, что приводит к ожесточению конкуренции среди отелей. Наибольше чувствительный к рыночным колебаниям сегмент 5\* снижает цены и борется за клиентов с гостиницами категории 4\*, которые, в свою очередь, также вынуждены снижать цены и вступать в конкурентную борьбу с гостиницами 3\* и даже 2\*.

**Бизнес-отели с хорошей транспортной доступностью, с одной стороны, пользуются неизменным спросом из-за высокой деловой активности в городе, с другой стороны — есть мертвые сезоны с точки зрения бизнеса, а число туристов в столице не растет. Какова загрузка отеля нынешним летом?** К сожалению, сложная политическая обстановка негативно влияет на московский гостиничный рынок. Одним из главных критериев выбора направления отдыха для туристов является безопасность. Напуганные информацией, распространяемой в СМИ, иностранные туристы предпочитают отказаться от поездок в Россию, которая, по их мнению, находится на грани войны и революции. Многие заезды тургрупп были отменены. В отличие от тех людей, которые посещают Россию по вопросам бизнеса, туристы предпринимают, как правило, одну легкую поездку. И если они вместо Москвы посетили, скажем, Дубай, они вряд ли вернутся к идее поехать в Москву, даже при условии стабилизации политической обстановки. В данной ситуации отель «Холидей Инн Москва Сущевский» больше ориентируется на внутренний туристический рынок и предлагает специальные пакеты для российских туристов.

**Вы можете представить планы по изменению стратегии продвижения отеля на рынке, возможно, планируются какие-то инфраструктурные преобразования?**

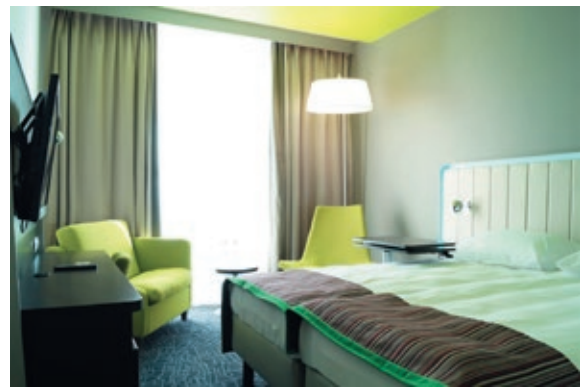
Глобальных перемен, связанных с перестройкой гостиницы или изменениями в структуре управления, мы не планируем. Однако начатые ранее капитальные проекты по обновлению внешнего вида гостиницы, гостевых номеров и общественных зон будут продолжены. Что касается преобразований в области стратегии продвижения отеля на рынке, в наши планы входит ориентация на upscale бизнес-сегмент и позиционирование «Холидей Инн Москва Сущевский» как отеля, способного удовлетворить потребности не только туристов, но и бизнес-клиентов. «Холидей Инн Москва Сущевский» — это не обычная гостиница категории 4\*. Это отель, готовый предоставить своим клиентам первоклассный сервис, отвечающий требованиям как туристских групп, так и корпоративных клиентов. Например, в нашем отеле есть целый этаж с номерами представительского класса, а также прекрасная представительская гостиница, в которой ежедневно сервируют континентальный завтрак, всегда в наличии свежая выпечка, фрукты, чай, кофе и прохладительные напитки. Отель располагает несколькими конференц-залами и всем необходимым оборудованием для проведения мероприятий различного формата. Наличие такой развитой инфраструктуры дает гостинице «Холидей Инн Москва Сущевский» возможность ориентироваться на upscale бизнес-сегмент, что мы и планируем сделать.

## ДЕЛОВОЙ ФОРУМ ОТЕЛЬЕРОВ

26 сентября состоится Ежегодный деловой форум гостиничного комплекса, организованный Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Основной посыл форума — «Новое лицо гостиничной отрасли города Москвы». В первом блоке сессий участники рассмотрят темы — «Новое лицо гостиничного комплекса» и «Инвестиции в гостиничное хозяйство». В частности, будут обсуждаться вопросы участия гостиниц в формировании нового московского турпродукта, инвестиционный потенциал индустрии гостеприимства, эффективное использование имущества Москвы под гостиницы. Во втором блоке будут рассмотрены темы «Современные технологии в развитии гостиничного хозяйства» и «Современный московский отель. Классификация гостиниц». В рамках пленарного заседания участники обсудят изменения в отраслевой схеме размещения гостиниц в 2015 году, вопросы государственного регулирования гостиничной отрасли.

Подробнее о форуме [www.moscow-hotelforum.ru](http://www.moscow-hotelforum.ru)

# ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



## PARK INN BY RADISSON АЭРОПОРТ ПУЛКОВО

**КАТЕГОРИЯ**  
4\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**  
25 июля 2014 года

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Россия, Санкт-Петербург,  
Пулковское ш., д. 41.

Гостиница соединена стеклянной пешеходной галереей с новым централизованным пассажирским терминалом аэропорта Пулково.

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
200 номеров с обзорными окнами от пола до потолка, которые освещают комнату дневным светом и открывают вид на взлетно-посадочную полосу и аэропорт. Каждый номер оснащен бес-

проводным высокоскоростным доступом в интернет, телевизором с плоским экраном, включающим пакет спутниковых каналов, сейфом и системой климат-контроля.

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 4140 рублей за двухместный номер в сутки

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
Фитнес-зал, ресторан live-inn room, live-inn бар и лаунж-зона, 18 переговорных комнат общей вместимостью до 395 человек.

**СПРАВКА «ТБ»**  
Новый отель является шестой гостиницей компании Carlson Rezidor в Санкт-Петербурге, вместе с ним номерной фонд группы в городе на Неве составляет более 2800 номеров. «Гостиница Park Inn by Radisson Аэропорт

Пулково как первый в России отель международного бренда, соединенный пешеходной галереей с основным пассажирским терминалом, будет действительно удобным для транзитных пассажиров и тех, кто прибывает в город ранними или поздними рейсами. Мы уверены, что отель займет свою нишу на рынке и произведет самое приятное впечатление на наших гостей благодаря искреннему гостеприимству всей команды, прошедшей специальную программу обучения и тренингов в рамках концепции обслуживания «Yes I Can!», — говорит Дэвид Моррис, генеральный менеджер Park Inn by Radisson Аэропорт Пулково. Гости, желающие увидеть достопримечательности Санкт-Петербурга, могут добраться до центра города с помощью регулярного транспорта.



## HILTON GARDEN INN KALUGA

**КАТЕГОРИЯ**  
4\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**  
август 2014 года

### РАСПОЛОЖЕНИЕ

Калуга, ул. Салтыкова-Щедрина, д. 74/3. Отель расположен в 3 км от центра Калуги, в непосредственной близости от делового квартала города.

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
134 номера

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 3697 рублей за двухместный номер в сутки

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
Бесплатный Wi-Fi на всей территории, круглосуточный бизнес-центр, зал для проведения мероприятий общей пло-

щадью 250 квадратных метров, ресторан со шведским столом, где сервируют завтраки, гриль-бар Garden, где предлагают блюда международной кухни и местные деликатесы. На территории отеля работает круглосуточный киоск. Гости в любое время суток могут посетить фитнес-центр отеля.

**СПРАВКА «ТБ»**  
В 2014 году портфель бренда Hilton Garden Inn в нашей стране увеличился вдвое, теперь он включает отели Hilton Garden Inn Moscow New Riga, Hilton Garden Inn Krasnoyarsk и Hilton Garden Inn Kaluga. «Мы активно развиваем свой бизнес.

Вскоре после запуска нового объекта в Калуге мы планируем открыть на территории России еще два новых отеля: Double Tree by Hilton Moscow — Marina и Hilton Garden Inn Ulyanovsk, — отмечает Тим Эттель, региональный менеджер Hilton Worldwide по России и СНГ. — Наш бренд, представляющий средний ценовой сегмент, идеально отвечает потребностям рынка Калуги. Развитие автомобильного строительства на территории Калужской области стало основой для бурного роста региональной деловой активности. Hilton Garden Inn Kaluga с его современным и функциональным дизайном создавался с учетом потребностей деловых путешественников».



## НЕЛИОПАРК НЕБУГ КАТЕГОРИЯ

4\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**  
июнь 2014 года

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Россия, Краснодарский край, Туапсинский район, п. Небуг, Новороссийское ш., д. 10

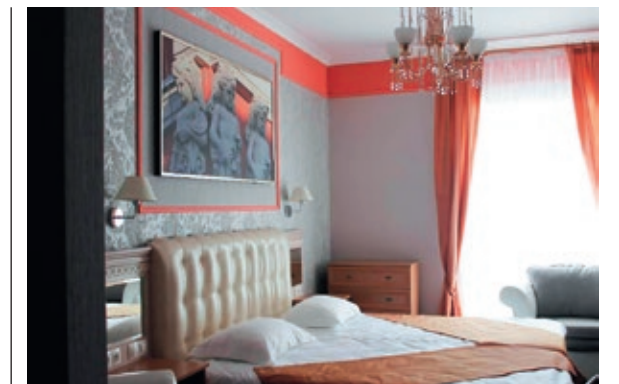
**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
90 номеров различных категорий площадью от 21 до 43 квадратных метров

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 6300 рублей в сутки

### К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

У гостиницы есть свой выход на пляж и открытый бассейн. В отдельном здании на берегу расположен гостиничный ресторан Sorrento с большой террасой. В отеле работает детский игровой клуб. В пешей доступности расположены дельфинарий «Аква-Мир» и аквапарк «Дельфин».

**СПРАВКА «ТБ»**  
Сегодня в сеть входят 11 действующих отелей, расположенных на территории России и Германии, еще три проекта находятся в стадии реализации.



## «ПЕТРЪ ОТЕЛЬ» КАТЕГОРИЯ

4\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**  
июль 2014 года

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Россия, Санкт-Петербург, Гороховая ул., д. 1 / Адмиралтейский пр., д. 8

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
73 номера категорий Standart, Luxe, Superior, Apartament, Family Room, Triple room, City view, Land view. Все номера отличаются по площади и интерьеру, имеют неповторимый авторский дизайн.

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 3900 рублей за двухместный номер в сутки

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
На первом этаже здания расположены рестораны международной, русской и индийской кухни, а также ирландский паб. На территории отеля есть бесплатный доступ в интернет.

**СПРАВКА «ТБ»**  
Отель расположен в старинном здании, реконструированном в текущем году, на углу Адмиралтейского проспекта и Гороховой улицы, в пяти минутах ходьбы от Эрмитажа и Исаакиевского собора.



## THE ST. REGIS ASTANA КАТЕГОРИЯ

5\*

**ДАТА ОТКРЫТИЯ**  
2017 год

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Казахстан, Астана, Центральный парк

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
120 номеров класса «люкс», включая 18 просторных сьютов и один президентский сьют. К отелю будет примыкать комплекс из 50 резиденций

The St. Regis Astana с частным доступом. Резиденции класса «люкс» будут располагать двумя, тремя или четырьмя спальнями и иметь общую площадь 250 квадратных метров каждая.

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
Спа-центр, бассейн, фитнес-зал, детский клуб, банкетный зал, пять конференц-залов и бизнес-центр, круглосуточный ресторан, ресторан с национальной кухней, а также St. Regis Bar & Wine Vault — коньячный бар и библиотека.

**СПРАВКА «ТБ»**  
В настоящее время Starwood управляет пятью отелями в СНГ под тремя основными брендами: The Luxury Collection, W и Sheraton. Компания

намерена открыть 11 новых объектов к концу 2017 года, включая отели Four Points by Sheraton в Калуге, Краснодаре и рядом с аэропортом Внуково в Москве, отель Sheraton в Ростове-на-Дону, Aloft в Санкт-Петербурге и Sheraton Душанбе в Таджикистане. «В настоящее время СНГ является совсем новым рынком для развития международного гостиничного бизнеса. Запланированное открытие The St. Regis Astana и резиденций The St. Regis Astana приурочено к проведению выставки Expo, которая состоится в 2017 году в Казахстане и, безусловно, увеличит глобальный интерес к городу», — отмечает Майкл Уэйл, президент компании Starwood Hotels & Resorts в Европе, Африке и на Ближнем Востоке.

# Эмираты. Далее — везде!

Генеральный директор компании «АРТ-ТУР» **ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ** рассказывает о планах работы фирмы в предстоящем зимнем сезоне, новинках, которые должны заинтересовать и порадовать клиентов и партнеров туроператора.

БЕСЕДОВАЛА АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ



**С какими планами вы вступаете в осенне-зимний сезон?** В предстоящем сезоне мы хотим закрепить свои позиции на ключевых направлениях нашей работы, планируем дальнейшее поступательное развитие компании как надежного туроператора, организующего достойный, надежный и качественный отдых. Наши достижения и планы наглядно представлены в каталогах по основным регионам, которыми мы занимаемся. Первый из них посвящен странам Арабского Востока, включая наши «фирменные» Эмираты, Марокко и Иорданию. Второй каталог рассказывает об островах Индийского океана и Южной Африке, третий — об Азии, четвертый — о странах Америки и Карибского бассейна. Обновленные каталоги будут презентованы на выставке «Отдых».

**В прошлом году вы существенно расширили географию полетов в ОАЭ из регионов России, каковы планы «АРТ-ТУР» на этом ключевом направлении в новом сезоне?**

У нас прямые, зачастую — эксклюзивные контракты с сотней высококлассных отелей в Эмиратах, что в купе с наличием собственного офиса позволяет нам контролировать качество обслуживания туристов на всех этапах и предлагать продукт, выгодно отличающийся от того, что представлено сегодня на рынке. В зимнем сезоне наряду с продвижением традиционно востребованного Дубая, рекомендуем обратить внимание на все более популярный отдых в Абу-Даби, где в ноябре пройдет завершающий этап гонок «Формулы-1». Вообще в этом сезоне гостей ОАЭ ждет колоссальное количество значимых мероприятий. Это Торговый фестиваль в январе 2015 года, Фестиваль джазовой музыки и кинофестиваль в Дубае, концерты мировых звезд, турниры по теннису, гольфу и многое другое.

**Как обстоят дела с другими арабскими странами?** Одно из самых актуальных зимних направлений — Иордания. Ее туристический рынок



имеет большие перспективы. Немаловажно, что Иордания — одна из самых спокойных стран региона и может составить достойную конкуренцию Израилю, турпоток в который значительно «просел» по причине нестабильной политической ситуации. В наступившем сезоне мы предлагаем широкий ассортимент экскурсионных программ, а также отдых в лучших отелях на Мертвом и Красном морях.

**В 2013 году ваша компания почти вдвое увеличила число туристов, отправленных в Марокко. Каких результатов вы планируете достичь по итогам текущего года?**

Минувший сезон в Марокко показал, что это направление востребовано у российских туристов. Мы вполне довольны прошлогодними объемами продаж и оптимистично смотрим в будущее, будем активно предлагать туры в Марокко и нынешней зимой. «АРТ-ТУР» уделяет большое внимание развитию этого направления. Наличие компетентных и хорошо знающих регион сотрудников, в том числе уроженца Марокко, с этого сезона работающего в компании, позволяет нам предлагать широкий выбор экскурсионных и комбинированных программ по всей стране с отдыхом в лучших пляжных отелях, со многими из которых мы также работаем на прямых контрактах и получаем выгодные, даже эксклюзивные цены. На прямом контракте мы работаем и с Mazagan Beach & Golf Resort

5\* — одним из лучших береговых курортов, что позволяет нам формировать туры по очень привлекательным ценам круглый год, а также предлагать нашим партнерам и клиентам существенные скидки при раннем бронировании. По спецтарифу мы сотрудничаем с основным авиаперевозчиком в Марокко — Royal Air Maroc, который выполняет из Москвы регулярные рейсы в Касабланку.

**Как обстоят дела с продажами туров на острова Индийского океана? Какие новинки ожидаются к зимнему сезону?**

Популярность отдыха на островах Индийского океана растет с каждым годом. Все больше клиентов отдают свое предпочтение курортам Мальдивских и Сейшельских островов и Маврикия, демонстрирующим стабильный рост показателя возвратности туристов. В зимнем сезоне мы продолжим работать с ведущими гостиничными цепочками, среди которых One&Only, Jumeirah, Beachcomber Hotels, Four Seasons, Sun Resorts, Constance, Lux.

Мы предлагаем туры на рейсах Emirates с ежедневными вылетами из Москвы и удобными стыковками в Дубае. Есть перелеты на крыльях Qatar Airways со стыковками в Дохе, Etihad — с остановкой в Абу-Даби, Air France — с пересадкой в Париже, а также прямые перелеты «Трансаэро» и «Аэрофлота» из Москвы на Мальдивы. Благодаря расширению гостиничной базы, вариативности перелета, а также безопасности отдыха турпоток на острова Индийского океана стабильно растет и наступающий зимний сезон не станет исключением.

**В прошлом году вы добавили к своему азиатскому «портфелю» — Китаю, Вьетнаму и Индонезии, новые направления — Французскую Полинезию, Королевство Бутан, Тибет и Индию. Что дальше?**

У нас очень много предложений по Азии. Так, отдых на Бали хорошо комбинируется с несколькими ночами в Убуде и прогулками по современным кварталам Сингапура. В последнее время повышенным спросом у российских туристов пользуются туры «Сингапур плюс остров Сентоза», в рамках которых можно позагорать на пляже и сводить детей в Universal Studio. Во Вьетнаме мы предлагаем туры с отдыхом в Хойане, Дананге, Фанхьхиге, Нячанге. Отдел Азии «АРТ-ТУР» объединяет увлеченных востоковедов, свободно говорящих на китайском, вьетнамском, японском, бахаса и других языках региона, что позволяет сделать тур максимально интересным и качественным.

**«АРТ-ТУР» также хорошо знает регион Латинской Америки. Что вы предложите туристам в зимнем сезоне?** В Латинской Америке мы предлагаем коллекцию уникальных

групповых экскурсионных туров. Это, например, путешествие по горным тропам Перу или комбинированный тур по нескольким странам региона. Хорошо востребованы туры «Параллель 34» (Чили — Аргентина — Уругвай), «Истинный дух страны инков», «Перу — Эквадор». Мы также предлагаем интересные программы отдыха в Мексике и Доминикане. Так, одна из самых популярных экскурсионных программ «Города богов» подарит восемь незабываемых и насыщенных дней путешествия из Мехико до Канкуна на побережье Карибского моря в сопровождении профессионального русского гида.

**Какие новинки на европейском рынке вы подготовили к этому сезону?**

С каждым годом растет число туристов, желающих самостоятельно изучать Европу. Мы с удовольствием предоставляем им такую возможность. Уникальная идея для путешествий от «АРТ-ТУР» — роскошные речные яхты напрокат.

В этом году мы представляем круизные суда модели Vision 1500, которые разработаны по новейшим технологиям. Элегантные и просторные кораблики Royal Mystique и Vision 1500 — это роскошь на плаву и безукоризненный комфорт для взыскательных клиентов. Royal Mystique полностью соответствует судну класса «люкс». К услугам наших туристов — три каюты, встроенная электрическая плита для барбекю, портативный холодильник на верхней палубе, салон, три ванные комнаты и три душа, три туалета, 17-дюймовый телевизор, DVD-плеер, электрический холодильник, кондиционер.



107078, Москва,  
ул. Каланчевская, д. 13  
Тел.: (495) 980-21-21  
www.arttour.ru



«АРТ-ТУР» всегда планомерно и поступательно развивал свой бизнес, ставя в приоритет качество сервиса. Компания в основном формирует программы на базе регулярных авиарейсов. Мы не работаем с высокорисковыми направлениями, имеем самую крупную банковскую гарантию — 125 миллионов рублей. А самое главное, у нас безупречная репутация у агентов и клиентов, нет кредитов или займов, нет невыполненных долговых обязательств. Партнеры доверяют нам самых дорогих — во всех смыслах этого слова — клиентов, и мы это высоко ценим. За 22 года «АРТ-ТУР» пережил не один внешний катаклизм, потому нынешняя кризисная ситуация на туррынке резко негативного влияния на нас не окажет. Мы надемся, что зимний сезон пройдет успешно, все необходимое для этого у нас есть.

**ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ**



# Обречены на успех

В августе 2014 года крупнейший российский билетный консолидатор — холдинг Випсервис — объявил о слиянии с московской компанией Fly Express, оказывающей туристические и туроператорские услуги. Благодаря этому холдинг усилил блок выездного индивидуального туризма.

Насколько рискованно данное решение? Удачно ли выбрано время для выхода на рынок — в тот период, когда его буквально лихорадит от банкротств крупных игроков? Об этом рассказывает генеральный директор холдинга Випсервис **ДМИТРИЙ ГОРИН**.

**П**режде всего, хочу отметить, что массовый туристический оперейтинг никогда не входил в перечень направлений стратегического развития нашего холдинга. Тем не менее блок индивидуального выездного туризма в группе представлен небольшой сетью агентств в Москве, которая успешно функционирует и является членом АТА.

Успешный опыт работы этой сети на протяжении нескольких лет ставил перед нами вопрос масшта-

бирования. Но, как я уже отметил, туризм — не наша ключевая компетенция. Для серьезного успеха необходима профессиональная экспертиза и талантливые люди. Мне видится, что важной вехой на пути развития этого блока был приход в компанию директора по туризму Ольги Леоновой. Именно она начала активно наращивать туристические обороты холдинга, формировать партнерские связи со стратегически важными поставщиками, привлекать и удерживать VIP-клиентов.

Консолидация — основная стратегия нашего развития. В каждом интересном для нас сегменте, на каждом интересующем нас рынке мы находим лидера или многообещающего игрока и вступаем в партнерство. Это партнерство может быть тесным, вплоть до слияния, или более «свободным» — бизнес-альянсом. Именно консолидируясь, мы за последние два года увеличили количество точек своего присутствия, открыв офисы Випсервиса в Ростове-на-Дону, Краснодаре, Иркутске. Так мы получаем не только дополнительный бизнес, но самое важное — специалистов. Это талантливые, интересные люди, готовые вместе с нами активно развивать свои направления. В истории с Fly Express большую роль сыграл человеческий фактор — нам с самого начала было приятно и очень комфортно сотрудничать с Мариной и Владимиром Шлёмными, совладельцами компании (на фото). За десять лет они построили эффективную туристическую фирму, запустили несколько технологических проектов, в том числе по продаже гостиниц онлайн, закрепили за собой имя востребованного оператора по Великобритании, Ирландии, Франции, странам Африки. К нам они пришли в качестве клиентов в билетном бизнесе. Постепенно наше сотрудничество перешло в туристическую плоскость. И мы решили, а почему бы и нет? Оценивая точки взаимного расширения бизнеса, мы увидели прямое совпадение интересующих нас аудиторий. Несмотря на то что компания не является туроператором в массовом сегменте, создаваемый ею туристический продукт популярен среди московских и региональных турфирм. Сегодня компания предлагает более 20 направлений на трех континентах. Это индивидуальные и групповые экскурсионные поездки, обучающие программы, пляжные и праздничные туры. В 2013 году этим продуктом воспользовались более 600 агентств, а за 6 месяцев 2014 года их число перевалило за тысячу. География партнеров также обширна: Москва, Челябинск, Екатеринбург, Сыктывкар, Иркутск. Наибольшим спросом пользуются программы, связанные с Европой. Безусловно, самое востребованное и отработанное направление — Великобритания.

## FLY EXPRESS

»»» Туристическая компания Fly Express создана в 2004 году. Ее основатели — Марина и Владимир Шлёмны — к тому моменту уже имели большой опыт работы в туристической отрасли. Основным видом деятельности туроператора стали индивидуальные и групповые туры в Великобританию, Францию, Италию, Швейцарию, Ирландию. Впоследствии европейское направление было дополнено турами в популярные страны Африки и Америки. В начале 2006 года была запущена онлайн-система бронирования отелей по всему миру — [www.justonline.ru](http://www.justonline.ru).

Объединившись, мы сразу почувствовали синергетический эффект: коллеги обогатили ассортимент услуг, который мы предлагаем индивидуальным путешественникам, своим туристическим продуктом. Арсенал наших инструментов продвижения пополнился клиентской рассылкой, которую коллеги ведут в течение нескольких лет, сформировав широкую аудиторию подписчиков среди участников туристического рынка. Сейчас идут активные работы по интеграции наших сайтов. Все используемые онлайн-инструменты станут доступны клиентам обеих компаний. За счет интеграции увеличится посещаемость веб-ресурса. Мы получили доступ к гостиничному проекту оператора, который также весьма интересен.

Компания Fly Express в свою очередь получила доступ к нашим основным технологическим ресурсам. Наши давнишние связи с поставщиками позволили существенно повысить доходность от их текущего бизнеса за счет выгодных коммерческих условий. Компания продолжит свои операции под брендом Випсервис.

Вторым шагом мы видим кросс-продажи — почему не предложить новые турпродукты нашим билетным субагентам? До сегодняшнего дня мы обычно продвигали билетную продажу как способ получения дополнительного заработка турагентств без существенных затрат. Сегодня мы уже готовы предложить интересные туристические программы для индивидуальных туристов, которые расширят линейку турпродуктов нашего субагента. В 2014 году более 2000 индивидуальных туристов воспользовались этими продуктами напрямую и еще столько же — через агентов. Мне видится знакомым, что мы увеличиваем объем своих операций на туристическом рынке именно в такое непростое время. Ценность таких факторов, как стабильность, надежность, финансовый ресурс — все то, чем мы обладаем, — станет определяющим конкурентным преимуществом и туристического агентства, и туроператора. Имея все это, а также профессиональный туристический продукт коллег Fly Express, мы просто обречены на успех.



## ВИПСЕРВИС

»»» Холдинг Випсервис [www.vipservice.ru](http://www.vipservice.ru) основан в 1993 году. Крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг Випсервис объединяет в сеть более 10 тысяч субагентов. Холдинг является агентом «номер один» перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД, имеет сеть турагентств — 5 офисов в Москве, 7 региональных представительств, а также управляет в качестве оператора федеральной сетью сервисных центров по бронированию авиационных и железнодорожных перевозок.



Мы работаем так, чтобы нас выбрали сердцем

Тел. (495) 626-50-12  
[www.vipservice.ru](http://www.vipservice.ru)

»»»  
Дмитрий ГОРИН (в центре),  
Марина и Владимир ШЛЁМНЫ.

# Наглядная история

Весь первый уикенд августа дорожки Сада имени Баумана в Москве были расцвечены флагами кантонов Швейцарии: здесь проходили «Швейцарские вечера», приуроченные к отмечаемому 1 августа Национальному дню альпийской конфедерации. Московское мероприятие стало своего рода кульминацией перекрестного года культуры Швейцарии и России, посвященного 200-летию установления дипломатических отношений между двумя странами. Чрезвычайный и полномочный посол Швейцарии в России **ПЬЕР ХЕЛЬГ** — о взаимном притяжении и общей истории государств.



ПОДГОТОВИЛ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

**Ш**вейцария и Россия начали устанавливать связи еще в петровские времена. Тем самым была подготовлена почва для установления дипломатических отношений между нашими странами. 6 марта (22 февраля по старому стилю) 1814 года царь Александр I, воспитателем которого, кстати, был приглашенный Екатериной II швейцарец Фредерик Сезар де Лагарп, отправил в Швейцарию своего официального представителя, «чрезвычайного посланника и полномочного министра» Иоанна Каподистрию. Именно Каподистрия внес немалый вклад в принятие решения о сохранении нейтралитета Швейцарии, что было крайне важным для нашей страны и нашей государственности.

Еще одним фактором я бы назвал взаимный интерес и взаимное притяжение, которые парадоксальным образом существуют между нашими, на первый взгляд, столь разными странами и народами. Возможно, контрасты придают дополнительный импульс такому притяжению. Хотя при ближайшем рассмотрении у нас находится и много общего. В последние годы наши отношения особенно интенсивно развиваются в самых разнообразных сферах — от дипломатии, экономики и науки до культуры и туризма. Одним из стратегических направлений развития туризма в Швейцарии является привлечение в страну гостей из России, Индии, Китая, Бразилии. Эти рынки рассматриваются швейцарской туристической индустрией как имеющие большой потенциал роста. Поток туристов из России и сейчас не так мал: наше посольство выдает ежегодно около 65 тысяч виз. Конечно, сюда входят не только туристические, но и деловые поездки, поездки по частным делам. С другой стороны, многие россияне, посещающие нашу страну, уже имеют шенгенскую визу.

Мы хотели бы увеличить охват и разнообразить предложения, адресованные российским путешественникам. Согласно одному из последних исследований, большинство российских туристов приезжает к нам из Москвы (54,9%) и Санкт-Петербурга (20,4%). На регионы Нижнего Новгорода и Самары приходится соответственно 4,4% и 3,5% турпотока, на Екатеринбург, Пермь, Тюмень, Уфу и Челябинск в общей сложности — 8%, на остальную часть России — всего 8,8%.

Не секрет, что Швейцария считается туристическими направлением для состоятельных людей. Многие ориентируются в основном на посещение горнолыжных курортов. Но маленькая Швейцария отличается очень боль-

шим разнообразием климата, природы, пейзажей: от пальм в Тичино, на юге, до весьма суровых горных условий в некоторых кантонах. Это непохожие культуры, разный образ жизни: сельский, городской, традиционный, современный. Это и разнообразные виды отдыха, в том числе весьма доступного по цене, которые мы можем предложить.

Юбилейный год мы рассматриваем как прекрасный повод для дальнейшей активизации и укрепления российско-швейцарских контактов и связей между людьми. Наша программа нацелена, прежде всего, на то, чтобы показать, что связывает швейцарцев и россиян. Еще мы хотим, чтобы россияне и швейцарцы больше узнали друг о друге.

В историко-культурную часть программы вошли, например, публикация специального выпуска исторического журнала «Родина» и проведение в различных городах РФ конференций, посвященных истории отношений между Россией и Швейцарией, а также передвижная выставка архивных дипломатических документов.

Одним из центральных мероприятий стало присутствие Дома Швейцарии в Сочи во время XXII зимних Олимпийских игр.

Очень интересной частью программы стали фотовыставки: «Панорамы Швейцарии» на открытом воздухе на Тверском бульваре, «Россия глазами швейцарцев, Швейцария глазами россиян» на Павелецком вокзале. Хотел бы отметить также Фестиваль швейцарского документального кино (Москва, Дубна, Владивосток) и выставку произведений участников швейцарского фестиваля плаката Weltformat — эти мероприятия представили области швейцарской культуры, которые не столь хорошо известны в России.

Конечно, должен сказать о многочисленных выступлениях швейцарских музыкантов, в том числе в рамках III Московского международного фестиваля камерной музыки Window to Switzerland и фестиваля швейцарской альтернативной музыки B-Sides.

Национальная кухня — это тоже часть культуры, поэтому мы планируем вскоре организовать Швейцарскую продовольственную неделю в лучших супермаркетах Москвы.

Из событий в сфере высокой культуры назову выставку известного художника-авангардиста Пауля Клее, которая, как мы планируем, пройдет в Москве в Государственном музее изобразительных искусств имени Пушкина ближе к концу года.

# Аргентина: движение навстречу

Как отразилась на въездном турпотоке в латиноамериканскую страну не столь давняя отмена визового режима для россиян? Начальник торгово-экономического отдела посольства Аргентины в России **ХАВЬЕР САНТАНДЕР**, в ведение которого входит туристический сектор, по просьбе «Турбизнеса» ответил на этот и другие злободневные вопросы.

**Какой вклад вносит туризм в развитие экономики Аргентины?** В последние годы туризм в Аргентине весьма интенсивно развивается, повышается качество туристических услуг. Работа по популяризации направления, которая проводится министерством туризма, Институтом продвижения туризма, зарубежными посольствами, позволяет с каждым годом знакомиться с Аргентиной все большему количеству людей со всего мира. Развивается и внутренний туризм, что дает возможность поддерживать постоянный поток туристов в стране и содействовать тем самым развитию отрасли. Кстати, количество занятых в секторе туризма в 2012 году составляло миллион человек, за последнее десятилетие эта цифра выросла на 25%.

В 2013 году Аргентина приняла 5,5 млн иностранных туристов, 40% из них прибыли на воздушном транспорте в Буэнос-Айрес. В целом за последние 10 лет количество туристов, посетивших Аргентину, выросло на 86%. Мы считаем туризм очень важной статьёй экспорта; в 2013 году туризм занял 6-е место в списке самых экспортируемых продуктов. Доходы от иностранного туризма составили 4,27 млрд долларов.

**Какими темпами растет турпоток из России в Аргентину и как он изменился после отмены визового режима?** Отмена виз и развитие транспортного сообщения Аргентины с другими государствами создали более благоприятные условия для доступа иностранных туристов в страну. С 2011 по 2012 год поток российских туристов в Аргентину вырос на 11,8%, а с 2013 по 2014 рост составил 4,3%.

Это свидетельствует о том, что проделанная работа приносит свои плоды.

**Аргентина славится многообразием видов туризма. Какие из них наиболее востребованы? Что можно сказать о таких уникальных предложениях, как винные туры и танго-туризм?** У нас много туристических предложений, которые не оставляют равнодушным никого. Аргентина — это страна больших возможностей, где туристы могут составить собственный план путешествия или выбрать любой маршрут, который уже существует. Самые известные из них, востребованные во всем мире, — город Буэнос-Айрес, ледник Перито-Морено,

водопады Игуасу, национальные парки, а также винные туры, которые проходят в основном по территории провинций Мендоса и Сальта. Что касается танго, то это неотъемлемая часть аргентинской культуры и одновременно национальный продукт страны. В последние два года через танго мы знакомим людей и с другим национальным танцем — милонгой. В этом нам помогают профессионалы своего дела, которые исполняют танец с присущим ему «местным колоритом», что, безусловно, нравится туристам.

**Как ведется маркетинг туристического направления на российском рынке?** Деятельность по продвижению туризма на международном уровне основывается на различных акциях, прежде всего, участии в международных туристических выставках. Подобные платформы служат основой для установления отношений с местными туристическими компаниями и согласования действий по совместной работе. Проводятся также семинары и конференции, во время которых туроператоры и турагенты узнают новую информацию о нашей стране, что влияет на увеличение продаж.

**Готовит турбизнес Аргентины какие-то новинки для очередного высокого сезона, который приходится на русскую зиму?**

У Аргентины очень много предложений в летний для страны период. Существуют различные варианты приключенческого туризма во всех регионах страны. Можно познакомиться с культурой местных жителей, посещая разные города и деревни; пройти, как уже говорилось, по винным маршрутам; посетить природные достопримечательности, например, насладиться красотами Патагонии. Вся информация по туризму в Аргентине постоянно обновляется на сайте [www.argentina.travel](http://www.argentina.travel). Здесь можно найти сведения об авиарейсах, туроператорах и многом другом, что позволяет сформировать маршрут на свой вкус.

**Планируется открытие представительства национальной туристической организации в Москве?** На данный момент таких планов нет. Но можно сказать, что сегодня эту роль в какой-то степени выполняет посольство Аргентины в Москве, оказывая туроператорам и туристам необходимую поддержку.



Водопады Игуасу, расположенные на границе Бразилии и Аргентины, самое посещаемое место Южной Америки, принимающее ежегодно 1,5–2 млн туристов. Для посетителей оборудованы специальные смотровые площадки, проложены пешие и автомобильные маршруты. Национальный парк «Игуасу» и водопады включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО в 1984–1986 годах.

»» С 2011 по 2012 год поток российских туристов в Аргентину вырос на

**11,8%**

а с 2013 по 2014 рост составил

**4,3%**



# В Доминикане каждый найдет свой RIU

Отдых в Доминиканской республике по-прежнему востребован у наших соотечественников. В первом квартале 2014 года страна приняла почти 63 тысячи гостей из РФ, заняв 15-е место в рейтинге выездных направлений российского туризма.

ПОДГОТОВИЛА АННА ЮРЬЕВА

»» Доминикана связана прямыми авиарейсами с Москвой и Санкт-Петербургом, вылеты выполняются несколько раз в неделю. Туристам из России для кратковременного визита в страну не требуется виза. Гости здесь в первую очередь привлекают великолепные пляжи, особенно зимой, когда на большинстве популярных курортов низкий сезон. Чистая, спокойная вода в небольших бухтах, коралловый песок и пальмовые рощи создают идеальные условия для пляжного отдыха.

E-mail: eburukova@riu.com



Отели RIU в Доминикане работают на двух наиболее популярных курортах: Пунта-Кана и Пуэрто-Плата. Семь гостиниц объединены в два комплекса таким образом, что каждый гость сможет выбрать себе то, что ему нужно для комфортного и полноценного отдыха. Для семей с детьми подойдут отели с разнообразными анимационными программами, молодоженам и влюбленным парам — гостиницы только для тех, кто старше 18 лет. Курорт Пунта-Кана на восточном побережье страны омывается водами Карибского моря и Атлантического океана. Пять гостиниц RIU объединены здесь в курортный комплекс, расположенный на пляже Арена-Горда. Он славится своим мельчайшим белым песком. В состав комплекса входят четырех- и пятизвездные отели Riu Palace Punta Cana, Riu Palace Macao, Riu Palace Bavaro, Riu Naiboa и клуб-отель Riu Bambu. Сервис в гостиницах предоставляется круглосуточно в режиме «все включено».

Гостям всех отелей доступны тренажерный зал, сауна и спа-центр Eternal Spa, расположенные в Riu Palace Punta Cana. Кроме того, у туристов широкий выбор развлечений и спортивных занятий: настольный теннис, фитнес, волейбол, водное поло, дартс, виндсерфинг, парусный спорт, катание на каяке и водных велосипедах, бодибординг. Недалеко от Riu Palace Punta Cana расположено поле для гольфа с несколькими вариантами прохождения лунок.

В эксклюзивном отеле ClubHotel Riu Bambu 5\* три бассейна с пресной водой, открытая терраса для принятия солнечных ванн и джакузи. Гости особенно ценят этот отель за удачное расположение, вкусную и разнообразную кухню, обилие водных развлечений, многие из которых доступны без дополнительной платы. В гостинице работает клуб RiuLand, где дети могут поиграть и позаниматься в компании ровесников. Гостиница Riu Palace Macao принимает лиц старше 18 лет. На северо-востоке Доминиканы расположен курорт Пуэрто-Плата. Эта часть побережья Атлантики называется Коста-дель-Амбар, или «Янтарный берег», потому что здесь встречается черный янтарь (амбра). Посетить Пуэрто-Плату особенно интересно в июне: в это время

здесь проходит недельный Фестиваль карибской культуры с концертами джаза, блюза и фольклорной музыки, а также танцевальными шоу. Прямо у пляжа в бухте Маймон расположен ClubHotel Riu Bachata. Вместе с клуб-отелем Riu Merengue этот отель входит в состав пятизвездного курортного комплекса с прекрасным песчаным пляжем. Комплекс окружен парком площадью 50 тысяч квадратных метров. В отеле два бассейна с пресной водой и терраса для принятия солнечных ванн.

На прогулочной и торговой улице Карибенья в курортном комплексе сети RIU имеется тренажерный зал и велнес-центр Renova. По вечерам гости отеля могут потанцевать на дискотеке Pacha, испытать удачу в казино El Millon, зайти в многочисленные бары, пабы и ночные клубы.

Отели предлагают широкий выбор занятий для любителей спорта: большой и настольный теннис, волейбол, бильярд, виндсерфинг, парусный спорт, плавание на каяке, катание на водных велосипедах, погружение с маской и ластами, бодибординг. Для любителей гольфа недалеко от отеля есть поле на 18 лунок.

Во всех отелях RIU в Доминикане можно попробовать блюда местной кухни, в которых проявляется влияние африканской и испанской кулинарии. Все гостиницы работают по системе «все включено 24 часа в сутки»: помимо шведского стола, гости могут посещать рестораны a la carte, в барах подаются алкогольные и безалкогольные напитки, а в номерах регулярно пополняются мини-бары.



## Из Мексики — с большой любовью

Крупнейшая сеть отелей Мексики Posadas Group теперь представлена в России

Discover the World, глобальная компания, оказывающая представительские услуги для мировой туристической индустрии, будет официальным представителем по продажам и маркетингу сети в России. В соответствии с заключенным соглашением, Discover the World будет продвигать отели брендов Live Aqua, Fiesta Americana Grand и Fiesta Americana на российском рынке, взаимодействовать с туристическими агентствами, осуществлять маркетинговую и PR-поддержку сети. Posadas Group — крупнейшая сеть отелей в Мексике, в которую входят бренды Live Aqua, Fiesta Americana Grand, Fiesta Americana, Fiesta Inn, One Hotels и The Explorean. Она насчитывает 121 отель, гостиницы расположены на популярных курортах и в городах по всей стране, таких как Канкун, Мехико, Лос-Кабос, Акапулько, Мерида, Консумель, Гвадалахара, Пуэрто-Вальярта, Четумаль, Веракрус. Недавно международная ассоциация гостиниц и ресторанов признала Posadas Group

одной из 70 крупнейших сетей отелей в мире. Стильные отели Live Aqua отличает оригинальная архитектура и дизайн, изысканная кухня, бассейны и лаунж-зоны, тщательно подобранные утонченные ароматы, музыка и приятные мягкие текстуры. Респектабельные отели Fiesta Americana Grand занимают высшую строчку среди лучших отелей Мексики. Роскошные номера, безупречный сервис и широкий выбор эксклюзивных услуг способны удовлетворить самого взыскательного гостя. Флагманский отель цепочки — Fiesta Americana Grand Coral Beach. Отели бренда Fiesta Americana удобно расположены в самых популярных городах и на курортах Мексики, они сочетают в себе мексиканское гостеприимство и национальный колорит с непревзойденным качеством сервиса лучших гостиниц мира. Акции Posadas Group торгуются на Мексиканской фондовой бирже с 1992 года.

»» За последние семь лет российский турпоток в Мексику вырос в 16 раз. В 2013 году страну посетили более

**108** тысяч

россиян, которых привлекают как роскошные пляжные курорты, так и интересные экскурсионные программы.

## Горячие новинки от ANEX Tour

В этом сезоне компания ANEX Tour открывает для себя новые направления — Мексику и Доминикану. Эти страны станут отличным дополнением к широкому ассортименту зимних программ туроператора.

Полетная программа в Доминикану стартует 16 октября. Вылеты будут выполняться из Шереметьева два раза в неделю — по четвергам и воскресеньям. ANEX Tour предлагает отдых на курорте Пунта-Кана, в основном в гостиницах категорий 4–5\*. Среди них — отели таких знаменитых брендов, как Iberostar, Grand Bahia, Catalonia, Be Live. Пунта-Кана — популярный туристический район на восточном побережье Доминиканы. Юг курорта омывает теплое Карибское море, а север и восток окружены величественной Атлантикой. Береговая линия целиком состоит из лагун и небольших бухт с чистой и спокойной водой. Курорт всемирно известен своими прекрасными жемчужно-белыми пляжами. Мягкий песок, ласковое тропическое солнце, великолеп-



ные пейзажи — все это создает отличные условия для пляжного отдыха. Пунта-Кана привлекает любителей активного отдыха. Туристы со всего мира приезжают сюда для занятий дайвингом и серфингом. Помимо живописного побережья, курорт славится своими тропическими лесами, не тронутыми цивилизацией. Полетная программа в Мексику открывается 15 октября. Вылеты на курорт Канкун будут выполняться

из Шереметьева два раза в неделю — по субботам и средам. Здесь оператор предлагает размещение в отелях категорий 4–5\* известных сетей Barcelo и Fiesta Americana. Канкун, расположенный на Карибском побережье полуострова Юкатан, давно входит в десятку лучших курортов мира, хотя городу всего 35 лет. Он славится своими бесконечными пляжами с белоснежным песком, кристально чистой водой и, конечно, близо-

стью к памятникам архитектуры цивилизации Майя. Еще одно достоинство курорта — мягкий морской климат. Береговая линия Канкуна делится на две части: длинную и короткую. Короткая характеризуется спокойным морем, практически без волн, благодаря тому, что от океана ее закрывает «Остров женщин» — Исла-Мухэрес. Эта часть прекрасно подходит для отдыха с детьми. Близость развлекательных заведений привлекательна и для молодежи. Длинная часть побережья славится постоянными волнами, кристально чистой водой и песчаным дном, что делает ее идеальной для любителей серфинга.

www.anextour.ru  
Тел: +7-495-799-92-92,  
+7-800-775-50-00



# Виращи автопроката

Мировая индустрия аренды автомобилей постепенно выходит из кризиса благодаря консолидации отрасли и новым моделям ведения бизнеса. У автопроката открылось «второе дыхание».

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

## НЕЛЕГКИЕ ВРЕМЕНА

После глобального финансово-экономического кризиса 2008 года международная автопрокатная индустрия переживала не лучшие времена. Резко сократился объем заказов, упала капитализация, владельцы бизнеса были вынуждены снижать расходы — увольнять персонал, закрывать часть филиалов. Относительная стабилизация наступила лишь в 2012 году. И хотя докризисные объемы продаж во многих странах до сих пор не достигнуты, в долгосрочной перспективе эксперты прогнозируют динамичное развитие этого сегмента мировой туристической индустрии.

Одним из прямых следствий экономического кризиса для автопрокатного бизнеса стала его концентрация. Небольшие фирмы были вынуж-

дены либо вовсе уйти с рынка, либо стать частью своих более сильных конкурентов. По данным IBISWorld, в начале 2010-х годов на долю 50 крупнейших прокатных компаний приходилось около 80% от общего объема доходов в отрасли в мировом масштабе. Наиболее крупные игроки этого рынка — Enterprise Rent a Car, Hertz, Avis Budget, Localiza Rent a Car, Europcar.

«В ближайшие годы автопрокатная индустрия снова окажется на подъеме, поскольку доходы потребителей постепенно восстанавливаются, увеличиваются корпоративные тревел-бюджеты, — считают аналитики IBISWorld. — Несмотря на рост цен на топливо, будущее индустрии рисуется вполне светлым, поскольку прокатные компании будут реализовывать новые стратегии развития, сфокусировавшись, в частности, на сегменте car sharing».

## НОВОЕ СЛОВО — «КАРШЕРИНГ»

На русский язык термин car sharing принято переводить как «краткосрочная аренда автомобиля». Это новая «гибридная» бизнес-модель в прокатном бизнесе начала динамично развиваться в конце первой декады 2000-х годов. Каршеринг позволяет людям не тратить деньги на покупку собственного авто, но при необходимости — автомобиль всегда у них под рукой. В отличие от классического автопроката, каршеринг предполагает в основном внутригородские поездки с почасовой или даже с поминутной оплатой. Многочисленные пункты выдачи и возврата расположены по всему городу и работают круглосуточно. Процессы выдачи и сдачи машины автоматизированы — все клиенты каршеринговой компании имеют специальные членские карты, какие-либо дополнительные разрешения им не нужны. В стоимость аренды, как правило, входят страховка и топливо.

Пионером каршеринг-бизнеса выступила основанная в 2000 году американская компания Zipcar. Через десять лет в ее парке насчитывалось уже 8 тысяч автомобилей, а количество обладателей членских карт превысило 560 тысяч человек. По данным независимого исследования компании Frost&Sullivan, в 2011 году услугами каршеринга в Европе пользовались около 700 тысяч человек. К 2020 году их количество увеличится до 15 млн человек, а количество доступных автомобилей — до 240 тысяч.

Для автопрокатной индустрии каршеринг считается весьма перспективным направлением развития, которое позволит компаниям диверсифицировать свой бизнес, не отказываясь полностью от услуг классического проката машин для автотуристов.

## ТУРИСТЫ ПОМОГУТ

По оценкам исследователей, в ближайшие годы объем мирового автопрокатного рынка будет увеличиваться. Цифры при этом называются разные, в среднем темпы прироста оцениваются на уровне +3% ежегодно. Впрочем, здесь немало нюансов. Например, компания Navigant Consulting оценила объем рынка каршеринга в 2013 году в 1 млрд долларов, а к 2020 году, по ее прогнозам, он увеличится до 6 млрд долларов, то есть вырастет в шесть раз.

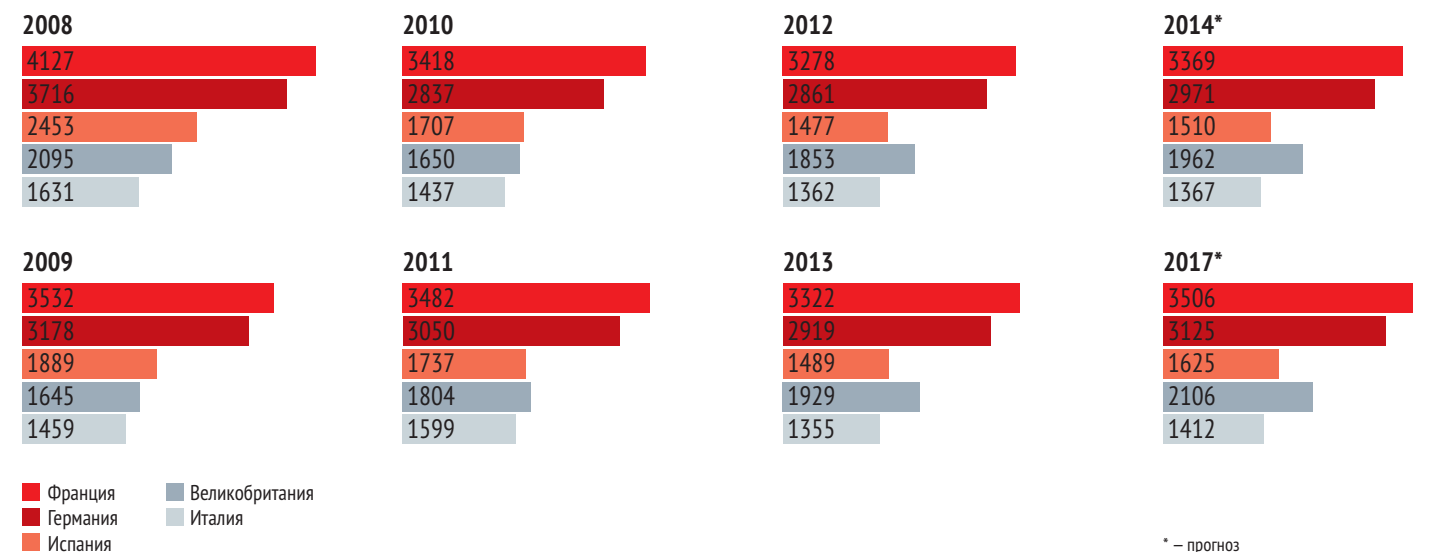
Прокатные компании предлагают своим клиентам автомобили разного класса. Наиболее востребован «экономический» класс, у корпоративных клиентов и отчасти у туристов также пользуются спросом машины класса «лакшери». Вместе с тем, по оценкам Transparency Market Research, в ближайшее время существенно вырастет востребованность многофункциональных автомобилей типа MUV (Multi-purpose vehicle). Это большие автомашины или микроавтобусы для внедорожной езды с трансформируемым салоном (складные сидения, позволяющие по необходимости уве-

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ПРОКАТА АВТОМОБИЛЕЙ



## ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК ПРОКАТА АВТОМОБИЛЕЙ

(млн долларов)



\* — прогноз

»» **62%**

респондентов, принявших участие в исследовании «2014 Road Rage Report» компании Expedia, заявили, что главным критерием при выборе автомобиля с целью аренды для них является цена. На втором месте — размер машины, на третьем — тип кузова, на четвертом — класс авто. При этом 42% опрошенных подтвердили, что они постоянно берут напрокат автомобиль одного типа.

личить объем грузового отсека или же количество посадочных мест). Как ожидается, спрос на такие транспортные средства будет расти быстрее, чем на машины других классов. Крупнейший в мире на сегодняшний день автопрокатный рынок — североамериканский, на его долю приходится приблизительно 40% всего финансового оборота отрасли в мировом масштабе. Эксперты уверены, что Северная Америка сохранит свои лидирующие позиции и в ближайшие годы. Только в Соединенных Штатах Америки объем рынка rent-a-car в настоящее время оценивается в 24 млрд долларов. Примерно половина от этой суммы приходится на аренду машин в аэропортах страны, то есть она прямо связана с воздушными путешествиями. Другая половина — «внеаэропортовый» сегмент. При этом североамериканские прокатные компании выступают как один из крупнейших потребителей на национальном рынке автомобильного производства — в 2010 году, например, они приобрели приблизительно 16% всех выпущенных в США автомашин.

На долю Европы в настоящее время приходится около трети объема международного рынка аренды автомобилей. Анализируя ситуацию в странах-лидерах этого бизнеса — во Франции, Германии, Испании, Великобритании и Италии — можно заметить, что объем реализации услуг после 2008 года здесь существенно сокра-

тился. Постепенное восстановление началось лишь в 2013 году, но до достижения докризисных показателей еще далеко. Согласно прогнозам, из перечисленных выше государств первой пятерки к 2017 году лишь в Великобритании объем автопрокатного бизнеса несколько превысит уровень 2008 года: 2,106 и 2,095 млрд долларов соответственно. Во Франции этот показатель в 2017 году составит 3,5 млрд долларов против 4,1 млрд долларов в 2008 году, в Германии — соответственно 3,1 и 3,7 млрд, в Испании — 1,6 и 2,5 млрд, в Италии — 1,4 и 2,1 млрд долларов. Правда, на некоторых второстепенных рынках ожидается куда более заметный рост объемов реализации автопрокатных услуг. К таковым, например, относятся рынки Бельгии и Латвии.

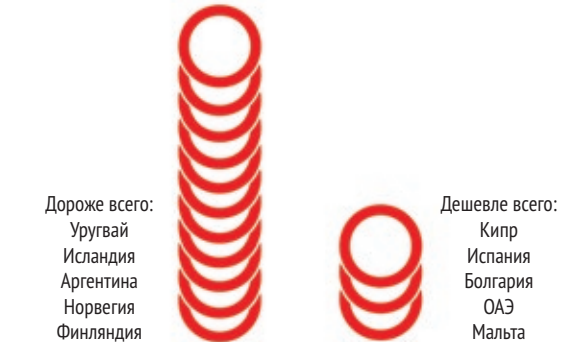
«Популярность аренды автомобилей в регионе Старого Света напрямую будет зависеть от состояния турбизнеса и национальных программ развития индустрии гостеприимства, реализуемых в разных странах Европы», — отмечает в недавнем исследовании Europe Car Rental Industry Analysis to 2017. Особую роль, по мнению экспертов, здесь может сыграть популяризация медицинского туризма. Среди других важных факторов — стабилизация экономической ситуации в регионе, развитие «внеаэропортового» сегмента аренды автомобилей, увеличение количества деловых и туристических поездок.

## Путешествия на арендованных автомобилях

### КТО ЧАЩЕ АРЕНДУЕТ МАШИНУ



### ЦЕНЫ

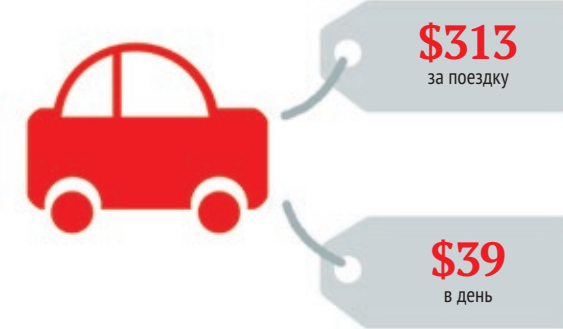


### НАПРАВЛЕНИЯ ПОЕЗДОК



### СТОИМОСТЬ

В среднем туристы платят за аренду машины



### КОГДА ВЫГОДНЕЙ АРЕНДОВАТЬ МАШИНУ

Испания январь – февраль  
Португалия декабрь – январь  
Италия октябрь – ноябрь  
Германия август – сентябрь



### БРОНИРОВАНИЯ

Средняя продолжительность поездки 8 дней  
Средняя глубина бронирования 20 дней  
Больше всего бронирований август  
Больше всего поездок сентябрь



Источник: CarDelMar Car Rental Blog, данные за 2013 год

## За свободу передвижения

Спрос на услуги по аренде автомобилей за рубежом у россиян продолжает расти. Какова ситуация в этом сегменте рынка на сегодняшний день и как будут развиваться события дальше? Собеседник «ТБ» — директор по продажам и маркетингу компании Avis Budget GSA Russia **СВЕТЛАНА ВИНТОНЕНКО**.

**Как меняется спрос российских туристов на услуги аренды автомобилей за рубежом?** Данный сегмент рынка ежегодно увеличивается не менее чем на 30%. Возможность построить свой собственный маршрут и посетить как можно больше мест, которые не показывают экскурсоводы, становится определяющим мотивом при планировании путешествия. Наша постоянная работа над изменением

представления о доступности услуги rent-a-car помогает туристам делать выбор в пользу путешествия на автомобиле более уверенно. Согласно нашей статистике, число бронирований, совершенных российскими туристами в 2013 году, по отношению к 2008 году выросло более чем в три раза. Если говорить о предпочтениях российских туристов за рубежом, то это средний и премиальный класс машин

с автоматической коробкой передач. В последнее время мы заметили увеличение спроса на экономичные варианты с механической коробкой передач, что свидетельствует о росте в разных сегментах рынка. С выходом на российский рынок компании Budget, ориентированной на потребителя, для которого цена имеет решающее значение, и при этом сохраняющей качество услуг, спрос



на автомобили экономкласса еще больше увеличился. При этом автомобили бизнес- и люкс-класса не теряют своих позиций. Так, в Германии мы предлагаем Porsche, в США — Chevrolet Corvette Coupe и Lincoln Navigator. Россияне

остаются очень требовательными клиентами. Лидирующими направлениями являются Италия, Испания, Германия и Франция. На них приходится порядка 70% всех бронирований. Из других государств можно отметить Австрию, Грецию, Швейцарию, Нидерланды, Великобританию и США. На все остальные страны, не упомянутые в этом списке, приходится около 10% бронирований от общего объема.

**Насколько тесно ваша компания сотрудничает с туроператорами?** Скрывать не буду, наибольший объем заказов мы получаем от прямого клиента. Но далеко не все

туристы готовы тратить свое время, силы и нервы на поиск автомобиля, они поручают свой заказ специалисту. Часть российских турфирм уже давно почувствовала это и активно продвигает услугу аренды авто. Другие, следуя тенденциям спроса, начинают постепенно добавлять ее в свой ассортимент. Остальные же теряют свое высокое комиссионное вознаграждение, что, на мой взгляд, в текущей ситуации экономической нестабильности не совсем верно. Наша работа состоит в том, чтобы изменить сложившийся стереотип о сложности продукта rent-a-car среди партнеров, предоставляя максималь-

но компетентную агентскую поддержку. Мы предлагаем комиссию, бронирование по нетто-тарифам, различные формы оплаты и работы (агентская поддержка, онлайн и глобальные системы бронирования), а также скидки на личные бронирования.

**Как вы оцениваете перспективы рынка услуг автопроката в ближайшие годы?** Уверены, что рост продолжится и в будущем, так как стремление получить максимум свободы остается главным мотивом российского туриста, который уже вышел за рамки организованных экскурсионных туров. Мы предвидим увеличение

спроса на экономичные классы автомобилей. В то же время, те клиенты, которые всегда выбирали автоматическую коробку передач или авто высокого класса едва ли пересядут на другой автомобиль. Со своей стороны мы готовы предоставлять клиенту новые виды услуг, такие как мобильный Wi-Fi, который обеспечивает доступ к безлимитному интернету для ноутбуков, смартфонов, планшетов и других устройств, а также функцию Avis on-line check-in, которая позволяет выбрать конкретный автомобиль из имеющихся в наличии на станции проката и максимально быстро его получить.



«« На Мальте находятся древнейшие в мире каменные храмы-святилища, которые на тысячу лет старше египетских пирамид.

# Остров-реконструкция

Мегалиты, крепостные форты, средневековая тюрьма — история Мальты оживает среди уникальных достопримечательностей архипелага. Машина времени с мальтийскими номерами пользуется большой популярностью у туристов.

ТЕКСТ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

## ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕКОНСТРУКЦИИ НА МАЛЬТЕ

- 1 Военный парад времен рыцарей святого Иоанна в Биргу
- 2 Сражение эпохи английской колонизации в форте «Ринелла»
- 3 Деревня морячка Попая
- 4 Деревня ремесленников в Мдине
- 5 Мультимедийный комплекс «Средневековье» в Мдине

### ПОНОХАТЬ ПОРОХА

Одним из эффективных способов привлечения туристов сегодня считаются исторические реконструкции. Богатая история Мальты дает множество сюжетов для организации подобных мероприятий. Очень зрелищная военно-историческая реконструкция XVI века дважды в месяц проходит в городе Биргу у крепостной башни Сент-Джонс Кавальер. Это 45-минутный костюмированный военный парад времен рыцарей святого Иоанна. Солдаты демонстрируют свое умение обращаться с оружием, фехтуют, стреляют из мушкетов и пушки, а в завершение, развернув знамена, проходят торжественным маршем. Многочисленные туристы имеют возможность наблюдать за происходящим, находясь на специально оборудованных местах. Еще одна регулярная историческая реконструкция организована в форте «Ринелла». Здесь действие переносит зрителей во времена эпохи английской колонизации. Солдаты показывают, как обращаться с различными видами оружия, заряжать ружья, целиться и стрелять. Свои умения поочередно демонстрируют также кавалерия и артиллерия. После инструктажа любой желающий может за 5 евро выстрелить из ружья, возраст которого перевалил за сотню лет.

### НАУЧИТЬСЯ РЕМЕСЛУ

Недалеко от Мдины находится Деревня ремесленников, пользующаяся большой популярностью у туристов. Здесь, например, работают стеклодувы. Мастера трудятся неторопливо и как-то играючи, будто не работают, а показывают фокусы. В этом и проявляется их высокое мастерство. В зависимости от усилия стеклодува на конце трубки может появиться шар, эллипсоид или нечто цилиндрическое. Шар при помощи ножниц превращается в изящный цветок на длинной ножке, а эллипсоид — в красивую вазу. Так работали мальтийские мастера и сто, и триста лет назад. Не менее интересна мастерская, где изготавливают всевозможные изделия из керамики. Потрясает полет фантазии гончаров и художников. Например, в ассортименте есть большие блюда, украшенные аппетитными мидиями, креветками, крабами или лобстерами. Тарелки для сыра сами похожи на сыр, пронизанный воздушными дырочками. Разумеется, при сыре находятся керамические мышки. Керамические фрукты и овощи сделаны настолько искусно, что хочется взять сладкий перец и со вкусом надкусить его. Уйти без покупки из такой мастерской практически невозможно.

Еще одной своеобразной исторической реконструкцией является Деревня морячка Попая — голливудский подарок Мальте. В конце XX века для съемок фильма на берегу живописной бухты построили целую рыбацкую деревню. Съемки закончились, а «игрушечное» поселение осталось. Здесь нет аттракционов, зато есть возможность переместиться в прошлое на сотню лет назад и даже стать персонажем фильма. Посетители могут порыбачить, составить представление о том, как жили люди в начале прошлого века, играли свадьбы и развлекались. Парк развлечений Poreye Village расположен неподалеку от деревни Меллиха.

### ОКУНУТЬСЯ В АТМОСФЕРУ

Мальта известна своими мегалитическими сооружениями, представляющими собой постройки из огромных каменных глыб. Крупнейший храмовый комплекс называется Хаджар-Им. В пятистах метрах от него, ближе к берегу моря, расположен еще один мегалитический храм, который носит имя Мнайдра. Безымянные строители возвели их в четвертом тысячелетии до нашей эры. Возле храмовых комплексов действует археологический музей. Большой интерес вызывают макеты мегалитических храмов, где можно, меняя источник освещения, посмотреть, как выглядят мегалиты в разное время года и суток. Для детей предназначен специальный конструктор: из деревянных «глыб» собирается свой собственный мегалитический храм. Не забыты элементы интерактивности — посетители могут своими руками попытаться обработать глыбу известняка или попробовать на макете транспортировать готовые плиты. В Мдине действует Музей восковых фигур «Рыцари Мальты», расположенный в пороховом погребе «Каса Магацини». Здесь представлено более 30 диорам, воспроизводящих историю Мальтийского ордена до момента его падения в 1798 году. В здании «Палаццо Нотабиле», построенном в XVII веке, действует мультимедийный комплекс «Средневековье», где при помощи света,

звучков и даже запахов воссоздана жизнь горожан средневекового города. В Мдину можно попасть через Главные ворота, где внимание привлекают средневековые колодки, в которых обязательно позирует перед фотоаппаратом очередной турист. В Средние века здесь находилась тюрьма, а сейчас размещается экспозиция Музея пыток, где представлена коллекция пыточных инструментов. Чтобы посетители прочувствовали атмосферу Средневековья, из камер доносятся истошные крики.



**БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ**

**БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ**

**БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ**

**Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:**

<p><b>ICS TRAVEL GROUP</b> МТЗ 00176 «ДОБРЫНИНСКАЯ» (495) 748-4847 (мн.) <a href="http://www.icstrvl.ru">www.icstrvl.ru</a></p>	<p><b>ВАНД ИНТЕРНЭШЛ ТУР</b> МТЗ 011881 «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3651 <a href="http://www.vand.ru">www.vand.ru</a></p>	<p><b>ДИАЛОГ</b> МТЗ 001243 «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (мн.) <a href="http://www.maltaresort.ru">www.maltaresort.ru</a></p>	<p><b>ИНСАЙТ-ЛИНГВА</b> МТЗ 009842 «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0922 <a href="http://www.IL.ru">www.IL.ru</a></p>
<p><b>МЕЛИТА ТУР</b> МТЗ 011105 «АРБАТСКАЯ» (495) 411-9032 <a href="http://www.maltatour.ru">www.maltatour.ru</a></p>	<p><b>МИЛЛЕНИУМ ВОЯЖ</b> МТЗ 011226 «БАУМАНСКАЯ» (495) 640-1181 <a href="http://www.mvoyage.ru">www.mvoyage.ru</a></p>	<p><b>СОЛВЕКС-ТРЭВЕЛ</b> МТЗ 000861 «КРОПОТКИНСКАЯ» (495) 956-1418 <a href="http://www.solvex.ru">www.solvex.ru</a></p>	<p><b>СТБ ТУРС</b> МТЗ 006956 «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 638-5333 <a href="http://www.stbtours.ru">www.stbtours.ru</a></p>
<p><b>ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС+МФ</b> МТЗ 000796 «НАГАТИНСКАЯ» (495) 961-2725 <a href="http://www.travel-express.ru">www.travel-express.ru</a></p>	<p><b>ТРЭВЕЛМАРТ</b> МТЗ 011890 «ТАГАНСКАЯ» (495) 935-8330 <a href="http://www.mymalta.ru">www.mymalta.ru</a></p>		

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



## Туристов просят не беспокоиться



Ближайшие перспективы сотрудничества с российским туристическим рынком комментирует руководитель Управления по туризму Таиланда **ТАВАТЧАЙ АРУНБИК**.

Как обычно, больше всего в Таиланде туристов из Китая. На втором месте — гости из Малайзии. Россияне стабильно занимают третью строчку рейтинга, это самый стремительно развивающийся сектор нашего международного сотрудничества, с которым мы связываем большие надежды на будущее. По-прежнему главные направления поездок для граждан РФ — это Паттайя и Пхукет, отчасти Самуй. На этих курортах созданы прекрасные возможности для отдыха у моря, в том числе семейного, для оздоровительных процедур, здесь можно купить товары многих мировых брендов по весьма доступным ценам. Вопросы безопасности и комфорта пребывания туристов были и остаются приоритетными для властей страны. Поэтому гости из России могут об этом не беспокоиться.

# Таиланд обновляет эмоции

Сегодня 90% зарубежных гостей посещают в Таиланде всего пять-семь известных туристских центров. Специалисты уверены — россиянам еще предстоит открыть в стране множество новых интересных мест и видов отдыха.

ТЕКСТ  
КОНСТАНТИН ИСААКОВ

«Наша задача — представить в полной мере огромный, пока отнюдь не до конца востребованный туристический потенциал страны, — подчеркивает заместитель главы Управления по туризму Таиланда Ютапорн Рернгронаса. — В Таиланде есть все возможности не только для количественного увеличения турпотока, в том числе из России, но и для его качественного изменения. Для этого налицо большие резервы в экологическом и этнографическом туризме, а также в люкс-сегменте».

### «ЗЕЛЕНАЯ ШКОЛА» ДЛЯ ГОСТЕЙ

«В активном сотрудничестве с Министерством туризма и спорта страны мы создали так называемую «Зеленую карту Таиланда», на которую нанесены уникальные природные объекты, рассыпанные по всей территории, малоизвестные даже нашим туроператорам экоотели, формирующие программы отдыха с максимально бережным отношением к природе, ее изучением. Мы привлекаем к работе множество волонтеров, в том числе из России», — рассказывает координатор тревел-сообщества на базе местного Института туризма Питер Ричардс. Своим зарубежным партнерам тайские компании готовы предложить новые турпакеты с заложенными в них базовыми понятиями — «жить» и «учиться». Первая

группа подразумевает погружение туриста в уникальную, аутентичную тайскую реальность, включая проживание в семьях (homestay). Такой туризм основан на общении, а потому каждый из 65 членов этого тревел-сообщества, в которое входят туроператоры и отельеры, разработал свои программы культурных и профессиональных обменов, а также пропаганды местных народных промыслов, гастрономических традиций. Второй принцип новой концепции базируется на понятии «учиться». Это не только пребывание гостя — краткосрочное или длительное — в местных школах или университетах, но и проживание в монастырях, участие в восстановлении буддистских храмов. То есть не книжное, а практическое изучение многих незнакомых для европейца восточных реалий. В рамках детских программ (в том числе в подростковых и молодежных лагерях) ребят, например, научат, как построить импровизированную палатку из подручных материалов, как вести себя на сложных, незнакомых маршрутах.

### ЛОВЛЯ КРАБОВ И СЕЛЬСКАЯ СВАДЬБА

Особый акцент в обновляющейся концепции развития тайского туризма делается на лакшери-сегменте. При этом трактуют его тут совсем не традиционно. Обычно под лакшери понимается дорогой, роскошный отдых:

чем больше денег потратит клиент, тем это для него престижнее. Но современная глобализация привела к тому, что сегодня отели и рестораны класса «люкс» в разных концах планеты предлагают сервисы примерно одного уровня. Теряется очень важное — своеобразие, аутентичность отдыха. «У нашего лакшери несколько иные критерии, — уточняет популярный ведущий программ о путешествиях Long Krung национального телеканала Дэниел Фре-

зер. — Не так важно, заплатите вы за ночь в отеле \$5000 или гораздо меньше. Вы при этом потратите свои деньги в первую очередь на то, чего не увидите больше нигде в мире. Скажем, на участие в ловле крабов или на вечер за свадебным деревенским столом. Например, в северо-восточном регионе Исаан каждый год проходит ни на что не похожий музыкальный праздник. Но что-то я ни разу не видел на нем иностранных туристов».

## Таиланд покажет себя в Москве

В сентябре в российской столице запланировано проведение сразу нескольких мероприятий, посвященных самобытному Таиланду с его уникальными вкусами, красками, запахами

13 сентября — день открытия «Первого Тайского фестиваля». Он соберет гостей в пешеходной части Кузнецкого моста, неподалеку от ТЦ ЦУМ. Здесь в течение двух дней будут выступать мастера культуры, гости смогут приобрести сувениры и печатную продукцию. Также рядом с ЦУМом в эти дни развернется выставка «Королевский проект: деятельность Его Величества короля Таиланда Пхумипона Адулядега по улучшению качества жизни своего народа». Экспозиция расскажет об инициативных проектах,



посвященных решению проблемы наркотиков, борьбе с нищетой и повышению доходов населения, улучшению продовольственного снабжения горных общин, качества продуктов питания. На следующий день в ТЦ ЦУМ стартует «Тайский цветочный фестиваль», который продлится целую неделю. Посетители увидят эксклюзивную цветочную композицию знаменитого флориста Сакула Интакула. С 15 по 28 сентября в гостинице «Арарат Парк Хаятт» пройдет «Тайский кулинарный фестиваль».

»»» Российский рынок по-прежнему остается приоритетным для Таиланда. Показательны прогнозы местных специалистов на текущий год. Международный турпоток, как тут считают, останется на прежнем уровне. А вот российский, скорее всего, вырастет на 9–10%, — уверены тайские эксперты.

### В БАНГКОКЕ ВСЕ СПОКОЙНО

Таиланд в целом можно уверенно отнести к неуклонно развивающимся туристическим дестинациям. Здесь за последние лет 15 заметно поднялось качество сервиса, обновилась инфраструктура. Начало 2014 года для туристической индустрии Таиланда было не слишком успешным. Причина тому известна — политическая нестабильность. Страна устала от затянувшейся борьбы за власть. Военные приняли волевое решение, взяв на себя контроль над ситуацией вплоть до ее полной стабилизации, установив, в частности, комендантский час. Это напугало среднестатистического туриста из Европы. Но только не российского. По итогам пяти месяцев нынешнего года, международный турпоток в Таиланд сократился на 5,9%, а количество российских туристов, наоборот, увеличилось — на 12%.

«Наша основная стратегия в текущем сезоне — идти по пути диверсификации турпотока, — отмечает Ютапорн Рернгронаса. — Важно, чтобы как можно больше людей узнало, что Таиланд — это не только отличный пляжный отдых в Паттайе и на островах. Это удивительной красоты страна с заповедными природными зонами, древними буддистскими храмами, самобытной кухней, впитавшей в себя традиции соседних стран. Наш люксовый сектор ориентирован на опытных путешественников, которые хотят глубже познать нашу страну. На такие нишевые направления во многом делает ставку и московский офис нашего Управления по туризму, привлекая внимание новых российских туроператоров». Пригодятся, в первую очередь путешественникам-индивидуалам, выпущенные недавно мобильные приложения по каждому из здешних курортов — в том числе на русском языке, а также мобильный разговорник Speak Thai.



## Азиатские страны в «плюсе»

На фоне значительного спада российского турпотока практически по всем зарубежным направлениям азиатские страны в этом сезоне вновь демонстрируют положительную динамику спроса. О ситуации в этом сегменте туристического рынка рассказывает директор департамента Азии компании «АРТ-ТУР» **НАРГУЛЬ БУРЖУЕВА**.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Начало летнего сезона 2014 года ознаменовалось падением спроса на азиатские направления, особенно в мае-июне. Это было обусловлено совокупностью политических и экономических факторов. Безусловно, спад произошел далеко не однородно и в июле спрос уже восстановился. Например, Таиланд сохранил турпоток на уровне прошлого года, нет падения спроса на Бали, а интерес к отдыху во Вьетнаме в этом году заметно вырос — прирост составил 30%. Перевозка на этом направлении сбалансирована, избытка мы не отмечаем. Среди главных причин возросшей популярности Вьетнама — гибкая ценовая политика, высокий уровень безопасности, азиатский сервис, во многом превосходящий высокие европейские стандарты, стабильные экономическая

и политическая ситуации, облегченный визовый режим. Цены на турпакеты незначительно увеличились в связи с ослаблением курса рубля по отношению к основным мировым валютам, но говорить о явном смещении спроса в сторону дешевого отдыха не приходится. Азиатский регион идеально подходит для туристов с любым уровнем дохода. В этом сезоне на вьетнамском направлении одинаково хорошо востребован как достаточно бюджетный пляжный отдых, так и сложные комбинированные туры. В этом году мы предлагаем программы с отдыхом в Хойане, в Дананге, Фантхиете, Нячанге. Пользуется популярностью комбинированный 12-дневный тур, включающий посещение старинного города Хойана, признанного ЮНЕСКО объектом Всемирного культурного наследия

и политическая ситуации, облегченный визовый режим. Цены на турпакеты незначительно увеличились в связи с ослаблением курса рубля по отношению к основным мировым валютам, но говорить о явном смещении спроса в сторону дешевого отдыха не приходится. Азиатский регион идеально подходит для туристов с любым уровнем дохода. В этом сезоне на вьетнамском направлении одинаково хорошо востребован как достаточно бюджетный пляжный отдых, так и сложные комбинированные туры. В этом году мы предлагаем программы с отдыхом в Хойане, в Дананге, Фантхиете, Нячанге. Пользуется популярностью комбинированный 12-дневный тур, включающий посещение старинного города Хойана, признанного ЮНЕСКО объектом Всемирного культурного наследия



турного наследия человечества, бывшей императорской столицы Вьетнама Хюэ, четвертого по величине города Вьетнама Дананга, а также отдых на побережье Нячанга. В рамках тура туристы также увидят бухту Халонг — природное чудо с более чем 3000 островками причудливой формы, совершат путешествие по дельте реки Меконг с посещением островов, фруктовых плантаций, познакомятся с кафедральным собором Норт-Дам-ле-Сайгон, китайским кварталом с пагодой Тхиен Хау в Хошимине. В Таиланде нынешним летом популярен отдых на острове Самуй. Отельная база представлена здесь как роскошными отельными брендами Four Seasons, Banyan Tree, так и демократичными гостиницами с хорошими пляжами. Популяризации отдыха на Бали способствует сочетание хоро-

## Вьетнам: разный и прекрасный

Вьетнам год от года становится все более популярным у россиян туристическим направлением. Здесь развитая гостиничная и курортная инфраструктура, прекрасное авиатранспортное сообщение, теплое чистое море и многие километры золотистых песчаных пляжей.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ЗАГЕР

### В ГОСТИ К ЖЕМЧУГУ

Фукуок — один из самых больших вьетнамских островов — за свою долгую историю успел побывать и колонизированной плантацией, и тюрьмой. Теперь это чудесный курорт. Остров сохранил удивительную первозданность. С одной стороны, шикарные и просто хорошие отели, с другой — непередаваемое очарование, привкус приключения. Прямых рейсов из Москвы на Фукуок нет, хотя с 2012 года здесь функционирует новый международный аэропорт. Добраться сюда можно на самолете из Хошимина или Ханоя, время в пути составляет соответственно час или два часа. На Фукуок приезжают отдыхать спокойно и медитативно. Есть здесь и на что посмотреть. Прежде всего, жемчуг — на Фукуоке две крупные фермы по его выращиванию. Времена ныряльщиков за жемчугом давно прошли, теперь дело не пускают на самотек, а аккуратно направляют процесс в нужное русло. Чтобы в раковине образовался жемчуг, в нее помещают инородное тело размером с песчинку. Раковина, защищаясь от вторжения, обволакивает «нарушителя границ» перламутром. Так и получается жемчужина. Процесс этот

небыстрый, занимает примерно два года. На это время обработанные нужным образом жемчужины помещают в специальные шары-поплавки и держат в море. На ферме можно посмотреть, как вскрывают раковину, в которой выросла жемчужина, а также купить любые изделия из жемчуга и перламутра, или просто жемчужную россыпь.

### ПО МОРЯМ, ПО ВОЛНАМ

Прогулка на корабле по морю с купаньями, гуляньями и рыбалкой — общее для всех морских курортов мира развлечение. На Фукуоке оно весьма колоритно. Первой аттракцией на пути следования будет плавающая рыбацкая деревня. Это несколько больших плотов с домиками посередине и выемками, где плещется живность — рыба, морские ежи, крабы, есть даже маленькие акулы. На плоты можно перелезть с корабля, походить, выбрать желаемый морской деликатес, попросить выловить то, что понравилось, чтобы корабельный повар потом это приготовил. Удивительно, но рыбаки держат на таких плотках собак, которые свободно бегают по доскам, собачки очень дружелюбны и общительны.

»»» По данным Вьетнамской национальной администрации по туризму, в первом полугодии 2014 года во Вьетнам приехали **194** тысячи туристов из России — на 26% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

**ВЬЕТНАМ**



**ПОЛЕТЕЛИ**

»» Проще и удобнее всего добраться до Вьетнама с помощью компании Vietnam Airlines, благо из Москвы в страну выполняет семь рейсов в неделю: по понедельникам и пятницам — в Нячанг, по вторникам, четвергам и субботам — в Ханой, по средам и воскресеньям — в Хошимин. С октября 2014 года планируется увеличение количества еженедельных рейсов в Нячанг до трех: добавится рейс по средам, что позволит российским туристическим компаниям формировать туры разной продолжительности, а также предлагать комбинированные программы с посещением Ханоя, Хошимина и других городов Вьетнама и Юго-Восточной Азии.

Можно и самим попробовать порыбачить. Для этого делается специальная остановка, желающим выдаются катушки с леской, где на крючок нацеплены кусочки кальмара в качестве приманки. Конечной точкой прогулки может быть пляж Бай Сао с белоснежным песком, лазурной водой и россыпью кафе и баров.

**ОТ ТЮРЬМЫ ДО ПАГОДЫ**

Очень странно видеть в курортном месте тюрьму, но история есть история. Так называемая «Кокосовая тюрьма» была построена еще французскими колонизаторами, в ней содержали политических заключенных. Волны ключей проволочки, вышки, страшные баракы, и пугающе натуральные сцены пыток категорически не вяжутся с курортным настроением. При тюрьме работает музей, где хранятся фотографии, личные вещи заключенных и многое другое. Для восстановления душевного равновесия стоит посетить одну из старейших пагод на Фукуоке — пагоду Сунг Хынг, где всегда прохладно, спокойно и тихо. Недалеко от пагоды расположен парк, где можно искупаться в прохладных водах горной реки, правда, только в сезон дождей. Стоит учесть, что путь до места купания каменист и извилист и стоит позаботиться об удобной обуви для такой прогулки. Вьетнам известен как крупный поставщик черного перца и рыбного соуса. На Фукуоке можно посмотреть, как растет перец, приехав на его плантацию, а также посетить завод по производству рыбного соуса. И то, и другое можно купить, чтобы готовить блюда вьетнамской кухни дома.

**НЯЧАНГ И ВСЕ, ВСЕ, ВСЕ**

Нячанг — классический приморский курорт с красивой набережной, прекрасным морем, широкими песчаными пляжами с одной стороны, и отелями, кафе, ресторанами, клубами и рынками с другой. Здесь много интересного. Например, аквариум Три Нгуен, где можно не только с максимально близкого, но безопасного расстояния посмотреть, скажем, на акулу, но и покормить черепах, которые плавают в одном из трех бассейнов комплекса. Любителям морских обитателей будет интересен Музей океанографии, где в живом и заспиртованном виде хранится большое количество разнообразных рыб и черепах. Тем, кто любит памятники старины, обязательно нужно посетить действующий монастырь, пагоду Лонгшон. Венчает пагоду огромная фигура белого Будды, к которому ведут 152 ступеньки. По легенде, нужно подняться туда в молчании и обойти статую вокруг, загадав желание. А еще с этой точки открывается прекрасный вид на город. Не менее интересное место — башни По Нагар. Этим строениям много сотен лет, они были возведены еще во времена царства Чамов, поэтому иногда их называют башни Чамов. По Нагар — имя богини, научившей человечество сельскому хозяйству и ремеслам, ей посвящена самая большая башня. На территории комплекса есть Музей истории башен и сувенирный магазин. В Нячанге каждый найдет себе развлечение по душе. Например, тем, кто любит спа-процедуры, интересно будет посетить местные грязелечебницы и минеральные источники. Любителям аттракционов — водных и наземных — обязательно надо побывать на острове развлечений Vinpearl. Туда можно попасть или по воде — на лодке, или по воздуху — на фуникулере.

**К КРОКОДИЛАМ НА ОБЕД**

Водопады Янгбей расположены недалеко от Нячанга, в гористой местности на территории экопарка, так что путь туда весьма живописен. Рядом с водопадами можно купаться — в водоеме водятся мелкие рыбки, которые делают отдыхающим легкий пилинг. В местном ресторане стоит попробовать мясо крокодила и страуса, поскольку рядом расположены соответствующие фермы. На крокодиловой ферме рептилий можно не только посмотреть, но и покормить. Сотрудники привязывают на длинные палки с леской угощение, а туристам остается лишь предложить его крокодилам. Те, конечно, избалованы вниманием, но угощение берут вполне охотно.

**БЕЗ ПОТРЯСЕНИЙ**

«Спрос на направлении был стабильным, не было ни скачков, ни потрясений. Сейчас продажи идут хорошо, глубина достигает октября, есть первые запросы на Новый год», — рассказывает Светлана Голубничая, руководитель вьетнамского отдела компании ICS Travel Group.

Елена Кокоева, PR-менеджер компании «Анекс Тур», констатирует, что интерес к отдыху во Вьетнаме в этом году заметно вырос. В связи с этим туроператор расширил свою полетную программу и в летнем сезоне отправлял туристов в Нячанг и Хошимин из пяти российских городов — Москвы, Иркутска, Кемерово, Красноярска и Новосибирска. Компания также представила новинки, например, тур с отдыхом на острове Фукуок. Тот факт, что все больше россиян едут во Вьетнам летом, подтверждает Ирина Шекочихина, руководитель отдела туризма компании «Амитур». «Глубина продаж летом была маленькой, в основном клиенты спрашивали туры на ближайшие вылеты, продолжительностью 10–12 дней с проживанием в отелях экономкласса, — рассказывает она. — Со второй половины июля ситуация изменилась в лучшую сторону. На данный момент у нас стартовала продажа новогодних туров, и мы планируем закрыть основной объем гарантированных мест к середине ноября». На предстоящий зимний сезон эксперты смотрят позитивно. «От зимы мы ждем хороших результатов, — говорит Светлана Голубничая. — Надеюсь, что сезон обойдется без демпинга, и туроператоры будут аккуратно подходить к формированию charterной перевозки». Елена Кокоева также не ожидает избытка перевозки. В планах оператора — отправить на курорты Вьетнама больше туристов, чем в прошлом году. Региональная полетная программа сейчас находится в стадии разработки.

**СМЕНА ЛИДЕРА**

Нячанг — безусловный лидер спроса нынешнего лета. Благодаря прямым регулярным рейсам из Москвы именно на этом курорте сконцентрировался турпоток из России. Среди достоинств Нячанга Ирина Шекочихина называет удобный трансфер от аэропорта до центра города, широкий выбор отелей и возможностей в плане развлечений и экскурсий. По свидетельству специалиста, чаще всего в Нячанге туристы останавливаются в отелях Vinpearl Resort 5\*, Evason Ana Mandara 5\*, Michelia 4\*, The Light 4\*, Vien Dong 3\*, Starlet 3\*. Светлана Голубничая согласна с тем, что этим летом Нячанг вышел в лидеры, обогнав, в частности, Фантхьет. Спрос на Фукуок, по ее словам, просел, а курорт Дананг, расположенный в центральном Вьетнаме и обладающий большим потенциалом, пока не очень привлекателен для россиян. «У нас лидером продаж стал Нячанг. Семейные туристы также выбирали Фантхьет, а желающие насладиться спокойным и размеренным отдыхом предпочитали Фукуок. Наибольшим спросом у туристов пользовались трех- и четырехзвездные отели», — отмечает Елена Кокоева.



**ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ НЯЧАНГА**

- 1 Аквариум Три Нгуен
- 2 Башни По Нагар
- 3 Водопады Янгбей
- 4 Пагода Лонгшон
- 5 Остров развлечений Vinpearl

**ТУРОПЕРАТОР Балкан**  
www.balkan.ru

Call-центр (495) 628-04-04 с 9:00 до 21:00 без выходных м. Охотный ряд ул. Тверская, дом 7, подпол. 7

**АВИАБИЛЕТЫ**  
ВАРНА БУРГАС СОФИЯ ПЛОВДИВ

**БОЛГАРИЯ**  
БАНСКО БОРОВЕЦ ПАМПОРОВО  
Новогодние туры на горнолыжные курорты  
Гарантированные места

**СЛОВЕНИЯ**  
РОГАШКА СЛАТИНА ТЕРМЕ ОЛИМИЯ ЧАТЕЖ  
Лечебно-оздоровительные туры  
КРАНЬСКА ГОРА МАРИБОР БЛЕД  
Горнолыжные туры

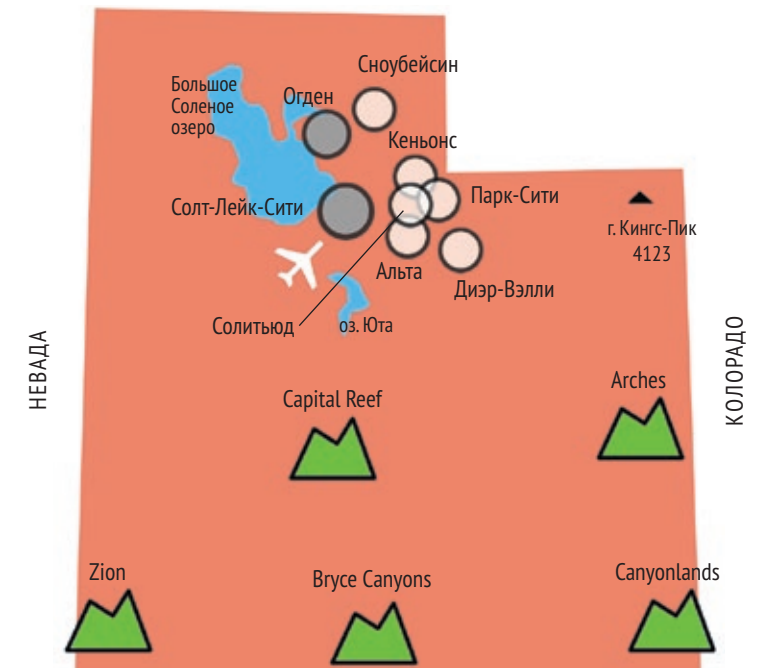
**ПОЛЬША**  
ВАРШАВА КРАКОВ ЗАКОПАНЕ  
Горнолыжные туры. Новогодние заезды  
Городские отели. Экскурсии

**Комиссия агентствам 14%**





## ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ ЮТЫ



# Американские горки

На территории США расположено порядка 300 горнолыжных курортов. В последние годы наряду с уже снискавшими популярность на российском рынке курортами Колорадо укрепляют свои позиции горнолыжные центры штата Юта, известного своим «лучшим снегом на планете» — он в здешних горах сухой и легкий, как пудра.

**ТЕКСТ**  
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ,  
ИВАН КАЛАШНИКОВ

**Р**осту популярности курортов Юты способствуют впечатляющие горные ландшафты, близость к аэропорту Солт-Лейк-Сити, широкий выбор отелей и кондоминиумов, многочисленные рестораны и клубы на любой вкус. Здесь свыше двух десятков крупных горнолыжных курортов высочайшего класса, интерес к которым возрос после проведения в 2002 году в столице штата Солт-Лейк-Сити зимней Олимпиады.

### ПАРК-СИТИ

Курорт, занимающий пятое место в рейтинге лучших горнолыжных центров Америки, высоко ценится как ведущими спортсменами мира (это домашняя база для тренировок сборных США), так и туристами, рассчитывающими на хороший семейный отдых. В то время как взрослые пробуют свои силы на черных трассах, дети чувствуют себя не менее комфортно на специальных игровых площадках. Горнолыжный курорт Парк-Сити — это более сотни трасс (синие — 17%, красные — 52%, черные — 31%), 8 вершин, 9 больших «цирков» с подъемниками,

которые доставляют гостей на центральную улицу города Парк-Сити. На курорте проводится много соревнований по горным лыжам и сноуборду: от классических дисциплин до фрирайда. Особая здешняя гордость — сноу-парки для горнолыжников и сноубордистов. Поскольку это одно из самых любимых мест тренировок и катания фри-стайлеров Америки, лучшие прорайдеры непременно приезжают сюда для повышения уровня. Особенностью парков является их расположение. Четыре из пяти находятся прямо над городом в лесной зоне. Парк-Сити предлагает единый ски-пасс на курорты Диэр-Вэлли и Кеньонс, входящие в его состав. Общая площадь катания с учетом этих курортов составляет более 4000 гектаров. Превратить отдых в незабываемое приключение помогает близость курорта к городу Парк-Сити — основному месту развлечений с его красивой центральной улицей Historic Main Street, национальному парку Capitol Reef, окружающему 160-километровую стену из скальных пород, поднявшуюся из земли 65 млн лет назад, национальному парку Bryce Canyon, напоминающему музей скульптурно-природных чудес под открытым небом,

национальным паркам Zion и Archer (4 часа на автомобиле), Лас-Вегасу (7 часов), парку Grand Canyon (9 часов). Воспользовавшись бесплатным шаттлом, можно добраться до Utah Olympic Park. Здесь, в музее Олимпиады-2002 (вход в парк и музей бесплатный), можно понаблюдать за тренировками именитых спортсменов, а также попробовать себя в санном спорте, бобслее, скелетоне на олимпийских трассах. Дополнит картину отдыха фестиваль независимого кино «Санденс», проходящий на курорте в январе-феврале. Основанный в 1985 году Робертом Рэдфордом, сейчас фестиваль входит в пятерку крупнейших и самых престижных в мире, привлекая ежегодно тысячи туристов, местных жителей и знаменитостей. В 2015 году фестиваль будет проходить с 22 января по 1 февраля. Отельная база курорта представлена гостиницами мировых брендов, включая большое количество роскошных отелей американских марок Montage, St. Regis, Waldorf Astoria. На российском рынке набирают популярность кондоминиумы (апартаменты). Это отличный вариант для отдыха с детьми. Апартаменты выгодно отличаются от гостиниц площадью размещения, наличием кухни и всей необходимой бытовой техники, что позволяет сэкономить на питании, наличием индивидуальных бассейнов/джакузи/патио, удобством парковки. Наиболее популярные кондоминиумы Парк-Сити: Lift Lodge (ski-in/ski-out), Town Lift Condominiums (расположен на Historic Main Street, в некоторых номерах джакузи на балконе), Park Station (в номерах кухня, гостиная с камином, спальня).

**Сезон** — с ноября по апрель  
**Зона катания** — 2100–3080 метров  
**Максимальная длина трассы** — 5600 метров  
**Общая протяженность трасс** — 312 км (регион Парк-Сити, Диэр-Вэлли, Кеньонс)  
**Подъемники** — 16  
**Как добраться** — 35 минут на автомобиле от аэропорта Солт-Лейк-Сити.

### ДИЭР-ВЭЛЛИ

Курорт Диэр-Вэлли расположен на горном хребте Wasatch Mountains в непосредственной близости от Парк-Сити. На протяжении последних пяти лет Диэр-Вэлли, согласно классификации журнала SKI, остается лидером в номинации «Самый респектабельный курорт». За высочайшее качество сервиса, гостиниц, ресторанов, подготовки трасс Диэр-Вэлли часто называют американским Куршевелем. Здесь лыжников ждет многометровый слой знаменитого на весь мир снега Юты и прекрасное внетрассовое катание между деревьями. Примечательно, что Диэр-Вэлли не принимает сноубордистов и лимитирует ежедневное количество лыжников. К услугам гостей — личное бесплатное сопровождение гидами-инструкторами на склонах, отдых в лучших горных отелях США, любые варианты апре-ски, включая знакомство с завоевавшей признание кухней местных шеф-поваров. Отдельно туристам стоит запланировать самостоятельное или эскорт-посещение Tanger Outlet Village, где представлены практически все без исключения известные американские модные



»» Лучшие горнолыжные центры штата Юта входят в объединение Ski Utah. Популярная тройка курортов — Парк-Сити, Кеньонс и Диэр-Вэлли. Они расположены в получасе езды друг от друга и каждый имеет свои изюминки.





**ЛУЧШИЕ ОТЕЛИ РЕГИОНА ПАРК-СИТИ:**



Montage Deer Valley 5\*



St.Regis Deer Valley 5\*



Stein Eriksen Lodge 5\*

Park City Hotel 5\*

Waldorf Astoria Park City 5\*

бренды одежды. Конечно, основной акцент сделан на спортивную одежду и экипировку.  
**Сезон** — начало декабря — середина апреля  
**Перепад высот** — 914 метров  
**Высшая точка катания** — 2917 метров  
**Самая длинная трасса** — 4,5 км  
**Площадь катания** — 820 гектаров  
**Подъемники** — 21  
**Как добраться** — 40 минут на автомобиле от аэропорта Солт-Лейк-Сити.

**КЕНЬОНС**

Кеньонс — самый большой горнолыжный курорт по площади катания в Юте, входящий в пятерку крупнейших курортов США. Вместе с открытыми в 2011 году новыми интересными трассами средней сложности общая площадь курорта составляет 1,6 тысячи га. Зона катания объединяет девять гор с пятью «цирками», шесть природных халф-пайпов, самый протяженный терейн-парк штата Юта и 182 трассы: 10% — легкие, 44% — средней сложности, 46% — сложные. Трассы обслуживают 19 подъемников, что позволяет лыжникам и сноубордистам тратить больше времени на катание. Ультрасовременный высокоскоростной кресельный подъемник Orange Bubble Express (с защитными колпаками и сиденьями с подогревом), запущенный в 2011 году, является одним из самых длинных в Северной Америке. В 2013 году курорт был приобретен компанией Vail Resorts и теперь здесь действует EpicPass (единый билет на подъемник и в 11 горнолыжных курортах США, трех курортах Европы и Японии) стоимостью 709 долларов.  
**Сезон** — с начала декабря по апрель  
**Перепад высот** — 972 метра  
**Верхняя точка катания** — 3045 метров  
**Высота курорта:** 3045 метров  
**Подъемники** — 19  
**Как добраться** — 30 минут от аэропорта Солт-Лейк-Сити.

**СНОУБЕЙСИН**

Сноубейсин был создан «с нуля» на склонах гор неподалеку от шахтерского городка Огден в 1990-е годы. Пункты проката снаряжения, рестораны, магазины, бары — все объединено в одно большое здание лыжной станции из дерева и камня, идеально вписанное в окружающий ландшафт. По интерьеру здание напоминает дорогие отели — всюду хрустальные люстры, камин, дорогая кожаная мебель. Здесь в Сноубейсине, на склонах с великолепным, пушистым снегом будет одинаково комфортно как начинающим спортсменам, так и взыскательным экспертам (зеленые трассы — 20%, синие — 50%, черные — 30%). Сноубейсин, занимающий площадь 1214 гектаров, славится обилием солнечного света и снега и имеет репутацию более спокойного курорта, нежели курорты Парк-Сити.  
**Сезон** — с ноября по апрель  
**Перепад высот** — 988 метров  
**Высшая точка катания** — 2850 метров  
**Площадь курорта** — 1214 гектаров  
**Как добраться:** 40 минут от аэропорта Солт-Лейк-Сити



**ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ОФИСА ПО ТУРИЗМУ ПАРК-СИТИ В РОССИИ**  
 Дарьяна Бояринцева  
 dariana@visitparkcity.com  
 www.VisitParkCity.com

**10 интересных фактов о горнолыжных курортах штата Юта**

**1** Практически все курорты Юты находятся менее чем в часе езды от аэропорта столицы штата Солт-Лейк-Сити.  
**2** Зона катания на курортах США измеряется не километрами трасс, как это принято в Европе, а количеством спусков и площадью склонов. По количеству трасс американские курорты значительно обгоняют альпийские. От верхней точки подъемника может расходиться до 10–15 трасс. Например, на курорте Кеньонс 182 трассы для катания, хотя подъемников всего 19.  
**3** У курортов Юты высотное расположение. Например, Кеньонс находится на высоте 2100 метров. При этом склоны гор на курортах покрыты хвойными и осиновыми лесами.

**4** Одна из главных изюминок местных курортов — легкий сухой снег-пудра (powder snow). Такой снег характерен только для курортов США в силу их южного расположения. Курорты штата Юта находятся на широте Мадрида.  
**5** Американские ски-пассы традиционно гораздо дороже европейских — стоимость однодневного абонемента около \$100. Но за эти деньги туристы зачастую получают много приятных мелочей — бесплатные солнцезащитные помады и стаканчики кофе на нижних станциях подъемников, а также советы и помощь многочисленных ски-гидов на склонах. Для российских лыжников и сноубордистов существует специальный Three resort international pass, кото-

рый возможно приобрести только в России, перед вылетом в США. На территории США данный единый билет на подъемник не продается.  
**6** По сложности горнолыжные трассы в США делятся на 4 категории: зеленый квадрат — для начинающих, синий круг — для лыжников среднего уровня, один черный ромб — для опытных лыжников и два черных ромба — для экстремального внетрассового катания.  
**7** На курортах Юты сезон катания длится очень долго — почти пять месяцев — с конца ноября — начала декабря до середины апреля. В пик сезона глубина снега достигает 6–8 метров.  
**8** На двух самых престижных курортах штата Юта — Диэр-Вэлли и Альта запрещено

катание сноубордистов, чтобы обеспечить комфортное катание горнолыжников.  
**9** На всех курортах Юты работают лыжные волонтеры, которые несколько раз в день собирают группы лыжников и проводят бесплатное ознакомительное катание.  
**10** Курорты Юты можно условно разделить на две группы: появившиеся на месте бывших шахтерских городков и поселков (например, Парк-Сити) и созданные в конце прошлого века «с нуля» (Кеньонс, Сноубейсин). В первых есть улицы со старыми «игрушечными» домами и сохранился особый романтический дух. Вторым свойственна суперсовременная инфраструктура, больше подчиненная спортивному отдыху.

**До Юты на рейсах Singapore Airlines**

Существует множество возможностей перелетов в Солт-Лейк-Сити из Москвы. В столицу штата Юта можно добраться с одной или двумя пересадками. Продолжительность перелета зависит от количества стыковок. Перелет с одной пересадкой занимает около 16 часов, с двумя пересадками — от 18 часов.



Туристам предоставляется широкий выбор рейсов, которые выполняют авиакомпании «Аэрофлот», Singapore Airlines, Lufthansa, Delta, British Airways, American Airlines. Перелет с удобной стыковкой в Хьюстоне (штат Техас) предлагает Singapore Airlines. Транзитная пересадка в Хьюстоне занимает в среднем в два раза меньше времени, чем в известных и крупных авиационных узлах США. В осенне-зимнем периоде авиаперевозчик предлагает перелет стоимостью от 770 евро в экономклассе по маршруту Москва — Хьюстон — Москва, включая все таксы и сборы. Багаж будет следо-

вать до конечного пункта. Нормы бесплатного провоза багажа на бортах «Сингапурских авиалиний» порадуют горнолыжников: 23 кг для пассажиров экономкласса и 32 кг для пассажиров бизнес-класса. Немаловажным преимуществом авиалайнеров Singapore Airlines является хорошая оснащенность

эконом- и бизнес-классов, в том числе увеличенный шаг кресел, просторная туалетная комната, шумопоглощающие наушники, все нужные предметы гигиены, наличие интернета, персональных видеоскранов, спутниковых телеканалов, фильмов по запросу (в том числе и на русском языке или с русскими субтитрами). Пас-

сажиры первого класса питаются по ресторанному принципу. Членство в Star Alliance позволяет пассажирам компании пользоваться различными скидками и программами поощрения постоянных клиентов, удобной разветвленной сетью стыковочных маршрутов. Международный аэропорт Солт-Лейк-Сити находится примерно в 9 км от центра города. Курсируют автобусы-шаттлы до центра города (от \$10 до \$15). Ежедневные автобусы Grey Hound связывают курорт с Лас-Вегасом (\$55, 8,5 часов в пути), Сан-Франциско (\$82, 16 часов), Денвером (\$66, 10–16 часов), Сиэтлом (\$106, 20–24 часа).



## Мальорка диктует моду на здоровье

В рамках европейского форума «Туризм и здоровье», прошедшего в конце июня в Пальма-де-Мальорке, состоялся международный фам-трип, в котором приняли участие туроператоры и тревел-журналисты из Великобритании, Нидерландов, Испании и России

**ТЕКСТ**  
КОНСТАНТИН ИСААКОВ

### СЕКРЕТ ПОПУЛЯРНОСТИ

Мальорку, один из живописных Балеарских островов, российские туристы уже «распробовали» и успели полюбить. На острове 300 солнечных дней в году, прекрасные пляжи, комфортабельные отели. Здесь есть на что посмотреть путешественнику: впитавший в себя элементы готики и классицизма кафедральный собор Пальма-де-Мальорки, дворец Альмудайна — резиденция мавританских и христианских правителей, Епископский дворец. Овеян легендами королевский дворец Бельвер, прекрасны архитектурный комплекс Пуэбло-Эспаньоль, пещеры Дракона и заповедники Галацо и Кала-Мондраго. Вдобавок Мальорка — уникальное место для укрепления здоровья. В таком качестве эта дестинация только выходит на российский туррынок. «Туристический сегмент традиционно является ведущим в экономике Балеарских островов, — подчеркивает Антони Фустер Миро, менеджер балеарского Союза санитарных учреждений, в который входят 26 медицинских центров. — Расширение клиентуры наших лечебно-оздоровительных учреждений за счет пациентов из других стран, без сомнения, даст новый сильный импульс его развитию. Согласитесь, куда еще ехать за здоровьем, как не на модный и современный европейский курорт? А именно таким сегодня является Мальорка».

### ЛЮБОЙ ПРОФИЛЬ

Главный город острова Пальма-де-Мальорка изобилует лечебными учреждениями: госпитали, клиники, медцентры тут практически в каждом квартале. Именно они, а также многочисленные спа-отели и гостиницы с современными велнес- и спа-центрами стали основными объектами посещения для участников международного фам-трипа. Все эти базы прекрасно оснащены в соответствии с европейскими стандартами. В них работают медики с блестящим образованием, хорошим опытом диагностирования и лечения. Во многих из клиник созданы специальные подразделения, ориентированные на привлечение и обслуживание иностранных туристов, в том числе из России. В медцентре Juaneda недавно был создан специальный департамент под кураторством доктора Эрика Каналеса, имеющего немалый опыт и лечебной практики, и организаторской работы в разных странах. Эта служба призвана работать с потенциальной русскоговорящей клиентурой. «В стартовавшем сезоне мы возлагаем особые надежды именно на гостей из России, — отмечает Арина Рогозина, координатор медицинского туризма клинического центра Juaneda, лидера среди международных клиник на Балеарах. — Тем из них, кто при-

езжает сюда на отдых, мы готовы предложить любые медицинские процедуры, в том числе по полису российских страховых компаний. Но я бы рекомендовала приезжать к нам именно на лечение — с любыми показаниями. Подробности есть на нашем сайте, вскоре заработает русскоязычная версия. Здесь же — самостоятельно или через сотрудничающие с нами турфирмы — можно рассчитать сроки и стоимость лечения, воспользоваться консультационной формой «Второе мнение». Поможем мы и с бронированием билетов, размещением в отеле, трансферами. Разрабатываем турпакеты, которые хотим предложить российским туроператорам».

Не менее разнообразны услуги других подразделений медхолдинга Juaneda — офтальмологической клиники Clínica Salva, центра репродуктивной медицины, пластической и эстетической хирургии, где практикуют специалисты по маммологии, неврологии, травматологии, кардиоваскулярной хирургии. Широкий диапазон лечебных программ у Hospital Clinic Balear. Пациента тут встретят русскоговорящие специалисты. Разместят его и сопровождающих в удобных двухместных палатах. В этом центре, кстати, очень сильная база магнитно-резонансной и компьютерной томографии, а в хирургическом отделении есть четыре современных операционных зала. Работают отделение профилактики, отделение боли (исследование, диагностика и лечение). Нельзя не отметить высокую квалификацию врачей и прекрасные условия в Palmarplanes center Quiron Hospital, в котором тоже существует отделение для пациентов из-за рубежа. Или в Clínica Rotger, медицинском центре широкого профиля, где применяются инновационные методики и технологии лечения и

хирургического вмешательства в онкологии, кардиологии, офтальмологии. Как и в профильной офтальмологической клинике Oftalmedic, клинике стоматологии и эстетики лица Marigan Clinic Esthetics. В центре Ibilab — Clinica son moix, который занимается проблемами фертильности и репродукции человека, используют уникальные методики отбора и хранения материала для продолжения рода, искусственного оплодотворения. В Hospital Llevant Porto Cristo работает дом престарелых на 80 человек, здесь подготовлены лечебные и восстановительные программы для людей преклонных лет.

### ВОЗВЫШАЮЩАЯ ЭМОЦИЯ

Для тех, у кого со здоровьем серьезных проблем нет, но надо бы его укрепить, на Мальорке работает множество спа-отелей и гостиниц с соответствующими сервисами. Чаще всего они находятся у самого моря, в зеленых зонах. В каждом — свой уникальный дизайн, свои профессионалы-массажисты, свой набор брендовой косметики. Например, отель Melia Palas Atenea ориентирован на расслабление бизнесменов и бизнесвумен, а в Jumerah Port Soller Hotel & Spa, принимая процедуры, вы будете любоваться из окна Talise spa горными пейзажами у моря. Современный велнес-центр в Hotel Hospes Maricel & Spa порадует изысканными интерьерами. St. Regis Mardavall Mallorca Resort представляет собой классический викторианский особняк, где служащие встречают гостей во фраках, а после сауны и массажа предложат выпить виски с сигарным салом. Центр оздоровления в горном отеле Castel son Claret или в находящемся на юге острова Font Santa hotel Thermal Spa & Wellness удивят гостей многообразием растительности.



»» В последние четыре года турпоток из РФ на Мальорку ежегодно увеличивается в среднем на 30%.



# В гости к соседям

## ФИНЛЯНДИЯ – ЗИМНЯЯ СКАЗКА В СТРАНЕ САНТА-КЛАУСА



Настоящий Санта-Клаус из Финляндии в сопровождении представителей финских партнеров, ведущих туроператоров Москвы и Санкт-Петербурга пригласил российские агентства на серию региональных workshop, чтобы познакомить их с актуальной информацией и новыми программами зимнего отдыха в Суоми. Рабочие встречи проходили с 25 по 29 августа в Нижнем Новгороде, Самаре, Ростове-на-Дону на прогулочном теплоходе и в отеле «Интурист» в Краснодаре. С российской стороны в мероприятии приняли участие компании «Александра Тур», «Джаз Тур», «Пак Групп», «Русский Экспресс», «Верса», с финской – Levin Matkailu Oy, Ruka – Kuusamo / Nordic Holidays, Oulu region / Business Oulu, Vuokatti Travel. В каждом из городов workshop посетили от 80 до 120 специалистов местной туристической индустрии. Организатором проекта выступил Visit Finland при поддержке ИД «Турбизнес».

### АЛЛА ОСИНА, «Русский Экспресс»

Прямое общение между покупателями и продавцами турпродукта очень важно в индустрии гостеприимства. Агентства, особенно в Краснодаре и Ростове-на-Дону, проявили большой интерес к нашему новому направлению — Оулу, которое мы предлагаем как альтернативу Рованиеми. Надеюсь, что участие в workshop поможет значительно укрепить наши позиции на региональном рынке продаж новогодних и рождественских туров.



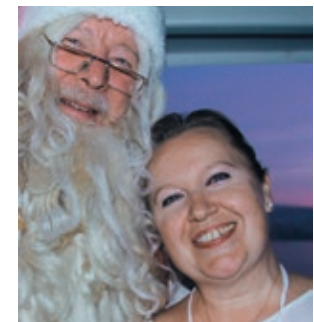
### АРТО АСИКАЙНЕН, Visit Finland

Для многих россиян Финляндия и финский турпродукт ассоциируются с зимним туризмом, семейным отдыхом в стране зимних чудес и со встречей с настоящим Санта-Клаусом. Действительно, Финляндия — самый близкий сосед России — предлагает превосходные возможности для зимнего отдыха. Это уже давно знают российские туроператоры и агентства, которые успешно работают с нашей страной. Организация финских мероприятий в российских региональных центрах, на которых местные агентства получают от столичных туроператоров свежую и достоверную информацию о новых турах в Финляндию, встречаются с представителями финских курортов и сами ощущают волшебство финской зимы на встрече с Санта-Клаусом, для нас очень важна. Таким образом финский турпродукт становится более близким, знакомым и любимым для тех людей, которые предлагают его потенциальным туристам. Заодно и мы — те, кто принимает туристов из российских регионов, лучше понимаем, какие могут быть специальные требования у наших гостей. Рабочие встречи в конце лета прошли весьма успешно. Мы чувствовали, что во всех четырех городах интерес к финскому турпродукту большой, все хотят работать с нашей страной. Мы уверены, что эти встречи положительно повлияют на продажи зимних туров в Финляндию. От имени Visit Finland хочу поблагодарить всех участников и посетителей наших мероприятий за приятную и душевную встречу. Зима близко — ждем вас в Финляндии!



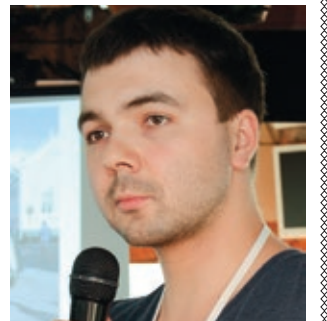
### СВЕТЛАНА МАЛАНИЧЕВА, «Александра Тур»

Workshop, который проводится подобным образом в преддверии зимнего сезона, очень актуален. Агентства из первых рук могут получить новые программы и свежую информацию о турпродукте, задать любые вопросы туроператорам. Это важно еще и потому, что сами туроператоры могут познакомиться с агентствами, узнать о тенденциях спроса и получить необходимую контактную информацию. Активность посетителей была очень велика. Мы чувствовали интерес со стороны агентств. Думаю, в будущем нас ждет плодотворная совместная работа.



### СВЕТЛАНА КОЙВИСТО, Vuokatti Travel

Данные мероприятия очень важны для продвижения, так как на местах в регионах мы можем подробно и точно, от первого лица, рассказать о самом регионе, инфраструктуре, новинках. Отдельно хочется отметить удачный формат проведения workshop на теплоходе. Агентства проявили высокий интерес к обсуждаемым темам, задавали много вопросов. Чувствовалось, что наша информация для них очень важна.



### ГРИГОРИЙ ХАРИТИДИС, Oulu region / Business Oulu

Очень важно проводить подобные мероприятия для продвижения Финляндии, ведь поток туристов в страну из регионов России с каждым годом растет. Продажи Финляндии за пределами Санкт-Петербурга и Северо-Запада России в основном осуществляются через агентства и офисы московских и питерских туроператоров. Поэтому так важно образовывать агентов, рассказывать им про города, регионы и курорты Финляндии, чтобы они могли донести информацию до клиентов. Мне особенно понравилась идея проведения workshop на кораблях, поскольку это резко увеличило интерес к мероприятию со стороны агентов.





- 1 ЕКАТЕРИНА ЧЕРНЯЕВА, «Пять Звезд», РОМАН СТЕПАНОВ, «ANEX tour»
- 2 МАРИНА ТЮРИНА и ДАРЬЯ РУДОВА, «Аэро Клуб Тур», ИРИНА АВЕРКИНА, «ZelenskiCorporate Travel Solutions», ЮЛИЯ ТАРАСОВА «ANEX tour»
- 3 ИРИНА КАРНАУХОВА, «Деминк Трэвел»
- 4 ЮЛИЯ КОЛОМЕЙЦЕВА, «Фан-Тур»
- 5 АЛИ БАТУКАЕВ, «Faberlic», ОЛЬГА КУРЕНКОВА, «ANEX tour»
- 6 ЮЛИЯ ГОРКАВЕНКО и ТАТЬЯНА ГОРКАВЕНКО, «КМП Групп»
- 7 ОЛЬГА КУРЕНКОВА, РОМАН СТЕПАНОВ, ЮЛИЯ ТАРАСОВА, и ЕКАТЕРИНА ШЕВЧУК, «ANEX tour»
- 8 Группа «GQ Band»
- 9 МАРИЯ ПОДОБЕД и КСЕНИЯ КУЗНЕЦОВА, «IBC Corporate Travel»
- 10 МАРИЯ ПАРСАДАНОВА, «АТН Business Travel Solution», КСЕНИЯ ЖЕЛЕЗНЯК, «Городской Центр Бронирования и Туризма»
- 11 ЮЛИЯ ГОРКАВЕНКО, «КМП Групп», ОЛЬГА КУРЕНКОВА, «ANEX tour»

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

## Осенняя палитра «Веди Тур Групп»

Известный российский туроператор по странам Европы и Юго-Восточной Азии представляет свои новинки осенне-зимнего сезона 2014–2015

### ОТВЕДАТЬ ТОКАЙСКОГО В БУДАПЕШТЕ

Традиция проведения осенних фестивалей в Венгрии с каждым годом набирает обороты. Вот уже 23 года подряд венгерская столица приглашает гостей в Будапешт на Международный винный фестиваль, который в этом году пройдет с 10 по 14 сентября. Не упустите повод провести приятный уикенд — благо до столицы токайского всего 2,5 часа лета из Москвы. Главная цель организаторов фестиваля — познакомить гостей с традициями, культурой и искусством венгерского народа. Помимо дегустаций более чем 170 сортов лучших вин, в программе множество ярких мероприятий: концерты классической музыки, выступление венгерских групп, выставки, ярмарки, на которых можно приобрести изделия ручной работы и отведать традиционные блюда великолепной местной кухни. «Веди Тур Групп» приглашает всех гурманов в туры на будапештский Международный винный фестиваль продолжительностью 4–7 ночей.

Прекрасным продолжением культурной программы в осенней Венгрии станет Венский бал в Будапеште. Туристы прилетают в венгерскую столицу 21 ноября. На следующий день, в субботу, всех любителей профессиональных балльных танцев, балета, классической оперы соберет под сводами отеля Intercontinental Budapest. Атмосфера светского раута и изысканное меню банкета (форель-пашот, террин из фазана, оленина в вино-можжевеловом соусе) диктуют свои правила dress-code: для посещения мероприятия обязательны смокинги и вечерние платья. Продолжительность тура — от 4 до 7 ночей.

### ПОГУЛЯТЬ ПО ОСЕННЕЙ ВЕНЕ

«Веди Тур Групп» приглашает провести осенние школьные каникулы в столице Австрии. Прекрасная в любое время года, блистательная Вена становится доступнее с перелетами на рейсах авиакомпании Fly Niki. Заезды продолжительностью от 3 до 11 ночей выполняются 31 октября, 2 и 4 ноября. Золотая осень — самое прекрасное время для экскурсионных туров в Европу. Яркая листва городских парков, идеальная для поездок и пеших прогулок погода, позволяют максимально комфортно насладиться красочными пейзажами и посмотреть самые интересные места страны. Вена — сосредоточение культурного наследия Австро-Венгерской империи, в чем легко убедиться, посетив зимний и летний дворцы Габсбургов: Хофбург и Шенбрунн, известную на весь мир Государственную оперу,



Собор Святого Стефана — резиденцию австрийского архиепископа и символ австрийской столицы. Туристы, которые сумеют покорить 343 ступени, ведущие на северную башню собора, будут вознаграждены великолепным видом на город и смогут сфотографироваться на фоне самого большого колокола Австрии — Пумерин. Окрестности Вены полны тайн, к которым можно прикоснуться во время экскурсии по загадочным уголкам Венского леса: с прогулкой на лодке по подземному озеру, посещением охотничьего замка и действующего монастыря Святого Креста, основанного в XII веке. Стоит побывать на родине Моцарта, в Зальцбурге, и почувствовать очарование этого города, побродив по его старой части, включенной в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

### НОВЫЙ ГОД В ЕВРОПЕ И АЗИИ

Не за горами Новый год и компания «Веди Тур Групп» уже подготовила для своих клиентов различные варианты его празднования. Можно отправиться в тур «Новый год и Рождество в Будапеште» продолжительностью от 6 до 14 ночей (вылеты 28 и 30 декабря, 2 и 4 января). Хорошо провести каникулы в Венгрии, неспешно осматривая городские достопримечательности, путешествуя по стране, наслаждаясь добротной венгерской кухней или поправляя здоровье в многочисленных термальных бассейнах венгерской столицы. Для любителей тепла, моря, солнца и экзотики «Веди Тур Групп» предлагает программу «Новый 2015 год на острове Бинтан» с вылетом 28 декабря рейсом Singapore Airlines. Продолжительность тура — 12 дней. Принадлежащий Индонезии остров в архипелаге Риау пока еще мало известен у нас в стране. Вместе с тем он обладает рядом неоспоримых достоинств: девственная природа тропиков сочетается с безупречным сервисом отелей. Добавьте к этому роскошные спа-центры, беспешиную зону торговли, возможность заняться водными видами спорта (виндсерфинг, водные лыжи, дайвинг, парусный спорт), а также поля для гольфа и 100 км шикарных белоснежных пляжей, — и мысль о земном рае обретет реальные очертания. Осмотрев остров Бинтан, Голландский форт, Королевские мавзолеи, мечеть султана, можно за 45 минут доплыть на пароме до Сингапура, посмотрев сразу две страны за одну поездку. Выгодные цены, интересные экскурсии, лучшие отели, удобные даты вылетов и гарантированные рейсы — путешествие с «Веди Тур Групп» всегда качественно и комфортно.

# Шелковый путь — древний интернет

Развитие индустрии гостеприимства требует постоянного расширения ассортимента услуг. «Шелковый путь» — один из глобальных маршрутов, имеющих большую перспективу. Руководитель программы по Шелковому пути Всемирной туристской организации ООН **АЛЛА ПЕРЕСОЛОВА** дала эксклюзивное интервью «Турбизнесу».

ПОДГОТОВИЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

## Когда стартовал проект «Шелковый путь»?

В нынешнем году отмечается двадцатилетие самаркандской Декларации по туризму на Шелковом пути. В 1994 году в Самарканде 19 стран приняли этот документ. На протяжении двух десятилетий Всемирная туристская организация (UNWTO) работала совместно с ЮНЕСКО и другими организациями ООН, занимаясь консолидацией участников, организацией конференций, подготовкой деклараций. Недавно, во время Генеральной ассамблеи в Астане, по инициативе ряда стран, возглавляемых Казахстаном, был дан новый импульс для развития этого проекта. В результате UNWTO создала специальную программу по Шелковому пути.

## Почему из всех древних маршрутов был выбран именно этот?

Шелковый путь — явление уникальное, многоплановое и сложное. Последние десять лет ЮНЕСКО проводила исследования, в результате которых весь маршрут был разделен на 52 участка общей протяженностью около 50 тысяч километров. Шелковый путь можно назвать древним интернетом. Это была сложная система торговых путей между Западом и Востоком, общее название которых появилось только в конце XIX века.



»» Великий Шелковый путь включен в список Всемирного наследия Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО). Соответствующее решение было принято 22 июня 2014 года на заседании 38-й сессии комитета Всемирного наследия при ЮНЕСКО, проходящего в столице Катара Дохе. В число 33 элементов, предложенных для включения в престижный список, входят столицы и дворцовые комплексы древних империй и ханств, торговые поселения, буддийские пещерные храмы, древние пути, почтовые станции, перевалы, сигнальные башни, участки Великой Китайской стены, фортификационные сооружения, гробницы и религиозные сооружения.

Разумеется, речь идет не только о торговых связях. Вместе с караванами распространялись буддизм, философия, гастрономия. Например, такое блюдо, как пельмени, характерно для всех стран Шелкового пути — от Китая до Италии.

## Расскажите подробнее о реализации программы.

Мы изучили материалы, которые были собраны в течение 20 лет, и определили вызовы, стоящие на пути развития туризма на данном направлении. Потом разработали план действий, который рассчитан на два года. Официальный старт плану был дан в 2014 году в Тбилиси на ежегодном совещании членов нашей группы. Он включает маркетинговые исследования, продвижение бренда Шелкового пути и разработку способов облегчения путешествий по маршруту.

Мы провели маркетинговые исследования 300 тысяч групп в социальных сетях, чатов и блогов, где путешественники делятся опытом и впечатлениями. Приятной неожиданностью стал факт, что на страны Шелкового пути приходится 30% всех обсуждений, связанных с экскурсионными маршрутами. Это говорит о том, что Шелковый путь может стать очень популярным туристским брендом. Этому способствуют и новые тенденции в туризме, когда путешественники уже не ограничиваются одной страной, а хотят познакомиться с несколькими государствами за одну поездку.

У нас был проект, который мы реализовывали совместно с «Глоб Трэкер» — телевизионной программой приключенческого туризма. Был организован киномарафон по Шелковому пути, который проходил по территории семи стран. Очень известные телеведущие совершили путешествие от Пекина до Стамбула. Поскольку аудитория телепрограммы составляет около 30 млн зрителей в 40 странах мира, о возможностях маршрута узнали очень многие.

## Какие страны сейчас входят в проект?

За последние четыре года число стран, официально входящих в программу UNWTO, увеличилось с 19 до 31. В прошлом году к нам присоединились Сан-Марино и Индонезия. Не стоит удивляться членству Индонезии, поскольку существовал как сухопутный, так и морской Шелковый путь. Такие страны, как Индонезия, Малайзия и Бангладеш очень заинтересованы в развитии подобного турпродукта в круизном варианте. Возможно создание и других тематических маршрутов, поскольку, например, Путь специй очень тесно связан с Шелковым путем.

## Россия задействована в этом проекте?

В России Шелковый путь проходит по Алтайскому краю. Регион довольно активно сотрудничает с нами. Например, у нас был совместный проект со старейшей Лозаннской школой гостиничного менеджмента в Швейцарии, одной из самых престижных в мире. Там Шелковый путь стал частью учебной программы. Около 200 студентов разрабатывали проекты развития для десяти стран Шелкового пути.

Алтайский край выступил в качестве спонсора, предоставив возможность победителям конкурса совершить поездку по региону, включающую, в частности, аудит местных гостиниц. В результате Алтайский край получил от студентов вариант проекта развития региона в рамках Шелкового пути, а студенты увидели новые неизведанные места.

## Можно за одну жизнь проехать весь Шелковый путь целиком?

В истории известно очень мало путешественников, которые это сделали. Но есть много людей, которые ежегодно отправляются по маршруту, осваивая все новые и новые этапы. Несколько лет назад каждая страна хотела обустроить лишь свой кусочек пути. Теперь все пришли к пониманию того, что только совместные усилия по продвижению бренда позволят привлечь как можно больше туристов, желающих отправиться по экзотическому маршруту. Несомненно, это увеличит число людей, которые смогут пройти его полностью.



»» Пещерные храмы Лунмэнь в Китае.



»» «Китайская Венеция», городок Фэнхуан в округе Вэйян.

## Наследие Великого Шелкового пути

### КИТАЙ, ПРОВИНЦИЯ ХЭНАНЬ

Город Лоян, ворота Диндин, пещерные храмы Лунмэнь (на фото), перевал Ханьгу

### КИТАЙ, ПРОВИНЦИЯ ШЭНЬСИ

Дворцы Вэйян и Дамин, большая и малая пагоды Диких гусей, храм Синцзяо, могила Чжан Цяня

### КИТАЙ, ПРОВИНЦИЯ ГАНЬСУ

Пещерные храмы Майцишань и Бинлин, перевал Юймэнь, почтовая станция Сюаньцюаньчжи, пещеры Могао, руины города Соян

### КИТАЙ, СИНЬЦЗЯН-УЙГУРСКИЙ АВТНОМНЫЙ РАЙОН

Руины Гаочан (Кочо), Цзяохэ, Бешбалик, пещеры Кизил, руины храма Субаш

### КАЗАХСТАН

Каялык, Карамерген, Талгар, Актобе, Кулан, дворцовый комплекс Акыртас, Орнек, Костобе

### КИРГИЗИЯ

Суяб (Ордукент), Баласагун, Невакет (Красная речка)

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](http://www.tourbus.ru) под кнопкой «Архив тематических выпусков». Проект представлен и в социальных сетях, на наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта. Мы готовы к сотрудничеству.



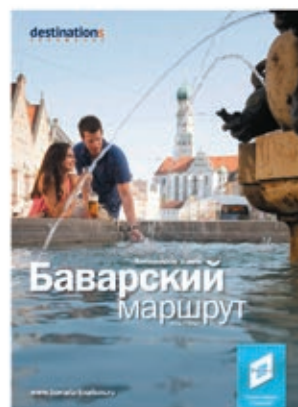
«Татарстан, Казань и многое другое»  
Партнер: Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан  
Объем: 16 страниц



«Шведский край Сконе — скандинавская Ривьера»  
Партнер: Российское представительство туристической организации VisitSweden  
Объем: 84 страницы



«Технологии»  
Возможности применения информационных технологий в туризме с акцентом на прикладные разработки и другие актуальные темы.  
Объем: 24 страницы



«Баварский маршрут»  
Партнер: Баварская туристическая организация Bavaria Tourism  
Объем: 20 страниц

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

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Тематические выпуски ИД «Турбизнес»

**destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Получите бесплатный билет на выставку на сайте:  
[www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)



**МИТТ - это:**

- 2 056** компаний-участников
- 203** страны и региона мира
- 37 436** уникальных посетителей
- 57 737 м²** выставочной площади
- 9** павильонов и залов

Организатор:



ITE Москва  
+7 (495) 935 7350  
[travel@ite-expo.ru](mailto:travel@ite-expo.ru)  
[www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)

Ежегодная официальная поддержка:



Министерство  
Культуры РФ



Совет  
Федерации РФ  
Правительство РФ



Государственная  
Дума РФ



Правительство  
Москвы



UNWTO • OMT • KIBTO



Российский  
Союз  
Туризма

ufi  
Approved  
Event

**Mitt**

Весь мир. Одна выставка.

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

**18–21 марта 2015**

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

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

## Путешествуем с Випсервис: Место встречи – Лондон

**Холдинг Випсервис усилил блок выездного индивидуального туризма слиянием с московским туристическим оператором Fly Express**

### **Вы и Ваши клиенты получают дополнительные возможности**

Более 20 направлений для индивидуальных путешествий на трех континентах

Особого внимания заслуживают программы по Великобритании: открываем малоизвестные регионы страны, изучаем историю с русскоговорящим гидом, совершенствуем английский

### **Вам и Вашим клиентам просто сделать выбор**

В распоряжении Вашего агентства – Личный кабинет, а также менеджеры поддержки

*«Випсервис» – лидер российского рынка продажи авиационных и железнодорожных билетов с 1995 года*

### **Вам и Вашим клиентам легко купить**

Посетите наш сайт [www.vipservice.ru](http://www.vipservice.ru), раздел Туризм

Именно там Вы найдете то, что заинтересует Ваших клиентов: групповые и индивидуальные экскурсионные поездки, обучающие программы, пляжные и праздничные туры

Организация информации облегчает поиск и подбор вариантов

Холдинг Випсервис:

Субагентская сеть  
Корпоративное обслуживание  
Обслуживание частных лиц  
Индивидуальный туризм  
Учебный центр  
Сеть сервисных центров  
Управление гостиничным бизнесом

Москва,  
ул. Новая Басманная, 14/2

Москва +7 (495) 933-23-23  
Регионы 8 (800) 775-87-87  
[tour@vipservice.ru](mailto:tour@vipservice.ru)



**Випсервис**

*Мы работаем так, чтобы нас выбрали сердцем*