

Турбизнес

Travel Trade Russia



- ГЛАВНАЯ ТЕМА -

СЕЗОННОЕ ОБОСТРЕНИЕ

↑ ЛЕТО-2017: КТО В ФАВОРИТАХ У РОССИЯН?

**В ОТВЕТЕ
ЗА ВСЕХ**

КАК УБЕРЕЧЬСЯ ОТ
РОСКОМНАДЗОРА

**ВЫРАСТИТЬ
ПРИБЫЛЬ**

НА ЧЕМ ЗАРАБОТАТЬ
ТУРАГЕНТУ

**ПРАВИЛЬНЫЙ
ALL INCLUSIVE**

НУЖЕН ЛИ СИСТЕМЕ
РОССИЙСКИЙ СТАНДАРТ





**world
travel
market**

6-8 Nov 2017

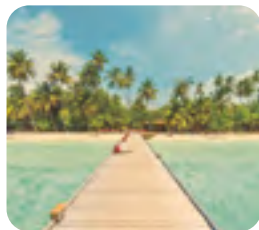
London



Откройте для себя мир



wtm[®]
Серьезный подход к бизнесу



WTM London 2016
привлекла более
5,000
участников

3 ДНЯ
встреч со
специалистами по
закупкам в мире
туризма

51,500
руководителей и
ведущих специалистов
туристических

**Зарегистри-
руйтесь сейчас
на сайте
london.wtm.com**

* Source: Independent research by Fusion Communications, January 2017 **ABC audited figures, February 2017
World Travel Market, WTM, RELX Group and the RE symbol are trademarks of Reed Elsevier Properties SA, used under license.

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
Георгий Осипов
Александра Полянская
Владимир Сергачев
Анна Юрьева

Редакция журнала «Турбизнес»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации от 20.02.1998.

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

Учредитель: ООО «Турбизнес»
Издатель: ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

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

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

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

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

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

Сайт www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL

РЕКЛАМНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Пять звезд

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

- Мимо туризма
- Лето без Египта
- Бахрейн стал ближе
- Ростуризм + Airbnb = ?
- RBT&MA — время выбирать

8

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

- 8 Штрафов хватит на всех
- 10 Содержание держит форму
- 12 Вырастить свою прибыль

ТЕМА НОМЕРА

- 14 Сезонное обострение
- 18 Триумфальный come back
- 19 Холодное российское лето
- 20 PRO Кипр
- 21 Испания продолжает разбег

22 ПРОФЕССИОНАЛ

Жизнь в ритме болеро

ТРАНСПОРТ

- 26 Новости
- 29 Высший класс

30 ГОСТИНИЦЫ

All inclusive по правилам и без

ТЕХНОЛОГИИ

- 32 Привычка к онлайн
- 33 Бот в помощь

34 РЕГИОНЫ РОССИИ

Дороже золота?

- TEZ Tour: больше экзотики
- Tax free идет в Россию
- Обоюдный интерес
- Движение навстречу
- Европейский парад NCL



РЫНКИ

- 36 Быстрее, выше, веселее!
- 38 Табарка, Дугга и другие открытия
- 40 Шире границы, больше объемы
- 42 Каникулы на Майорке
- 43 Душевная и самобытная
- 44 Адриатика: маршрут построен
- 45 Новости Германии

46 ЭТО ИНТЕРЕСНО

Ограниченное предложение

47 VIP-КЛИЕНТ

«Мне обязательно должно быть интересно»





Мимо туризма

Кубок конфедераций не заинтересовал иностранных путешественников.

17 июня был дан старт Кубку конфедераций, который проходил в четырех городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Сочи и Казани. Однако проведение в России восьмого по счету розыгрыша подобного турнира среди национальных сборных под эгидой FIFA практически не сказалось на росте организованного иностранного турпотока.

Леонид Мармер, генеральный директор компании Intourist Thomas Cook, подтвердил: «Организованный поток туристов на Кубок конфедераций практически отсутствовал». По словам эксперта, поехали в основном целевые группы, сопровождающие спортсменов. «Туристического резонанса это событие не вызвало, в числе главных причин — слабое освещение события за рубежом. Если же говорить о чемпионате мира по футболу, который пройдет в 2018 году, то спрос активный, мы получаем много конкретных запросов», — отметил Леонид Мармер.

Лето без Египта

Вместо россиян в Страну пирамид возвращаются туристы из Европы.

Проект протокола между Россией и Египтом о сотрудничестве по безопасности гражданской авиации одобрен, но до сих пор не подписан, и направление, как и предполагали игроки рынка, так и осталось закрытым для наших граждан.

При этом европейцы начали возвращаться на египетские курорты. В середине июня — спустя год и девять месяцев — Чехия возобновила чартерные рейсы в Шарм-эль-Шейх. По оценке АТОР, настоящим европейским «локомотивом» восстановления былого интереса к Египту в Европе выступает Германия. Местные туроператоры сообщают об активном возвращении Египта на немецкий рынок: +50% на осенне-зимний сезон 2017/2018. Вслед за немцами подтягиваются и граждане Швейцарии. Осенью страна планирует запустить прямые рейсы в Шарм-эль-Шейх.

Более того, в Министерстве туризма Египта подтвердили планы по возобновлению субсидий для чартеров в Шарм-эль-Шейх, начиная с этого зимнего сезона. Компенсации будут достигать \$3 тысяч за рейс, что существенно увеличит туристический поток на курорт в предстоящий зимний сезон.



Вопрос месяца

КАК СКАЗАЛИСЬ ПОСЛЕДНИЕ ТЕРАКТЫ НА ЖЕЛАНИИ ТУРИСТОВ ПОСЕЩАТЬ ЗАПАДНУЮ ЕВРОПУ?

Спрос на такие туры заметно упал **21%**

Спрос падал, но быстро восстанавливался **23%**

Спрос практически не изменился **45%**

Несмотря на теракты, спрос на направления вырос **11%**

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



1,1 млн

россиян побывало в Анталии за первые шесть месяцев текущего года, что в 44 раза больше показателей аналогичного периода 2016 года и на 24% превышает показатели 2015 года, — сообщает АТОР со ссылкой на данные администрации турецкого курорта. Только в июне в Анталии отдохнули 584 тысячи наших граждан.



579

пляжей в Испании отмечены «голубым флагом», присуждаемым Европейским фондом экологического образования. Страна лидирует по этому показателю. Больше всего пляжей, отмеченных почетным знаком, расположены в Валенсии, Галисии, Каталонии и Андалусии. На втором месте в рейтинге Греция, на третьем — Франция, далее следуют Турция и Италия.



6,7 млн

россиян выехали за рубеж в первом квартале 2017 года, что, по данным Росстата, на 24% выше аналогичного показателя за 2016 год. Список самых популярных у россиян стран возглавили Финляндия, Абхазия, Казахстан. Также в топ-10 стран вошли Китай, Эстония, Таиланд, Украина, Германия, Польша, ОАЭ.



Бахрейн стал ближе

Официальное туристическое представительство страны открылось в Москве.

Компания AviaGeps назначена официальным туристическим представителем Bahrain Tourism and Exhibitions Authority в России. Офис по туризму планирует инвестировать в новый рынок и увеличивать долю российских туристов. Также в планах компании — активная работа с представителями российской туристической индустрии.

Королевство Бахрейн ежегодно посещает более 10 млн туристов. В 2016 году в страну приехали более 18 тысяч россиян. Прямой перелет из Москвы составляет около 4,5 часов, туристическую визу в Бахрейн можно получить по прибытии на срок до двух недель и при необходимости продлить на аналогичный период.

«Это направление, безусловно, нуждается в продвижении, поскольку россияне крайне мало информированы относительно туристических возможностей этой страны», — считает Артур Мурадян, генеральный директор компании «Спейс Тревел».

Ростуризм + Airbnb = ?

Федеральное агентство решило сотрудничать с ведущим сервисом по кратковременной аренде жилья.

В рамках Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ-2017) Ростуризм и американский сервис Airbnb подписали меморандум о сотрудничестве. «Мы будем взаимодействовать в вопросах укрепления двустороннего сотрудничества в сфере туризма и реализации культурных проектов, направленных на развитие индустрии гостеприимства в России», — объяснили в ведомстве.

Представители турбизнеса действий Ростуризма, который фактически поощрил присутствие на российском рынке сервиса, деятельность которого во многих других странах мира власти запрещают или ограничивают, не поняли. Особенно если учесть, что Airbnb недавно закрыл офис в России, давно известен как альтернатива гостиничному бизнесу и не подпадает под юрисдикцию страны.

«Наш отельный бизнес никак не заинтересован в привлечении на российский рынок такого конкурента, — полагает Сергей Ромашкин, генеральный директор туроператора «Дельфин». — Если учесть, что многие гостиницы РФ сейчас вкладывают деньги в развитие инфраструктуры услуг и подготовку к большим спортивным событиям, такой шаг невозможно назвать своевременным».



РВТ&МА — время выбирать

На сайте www.mice-award.ru открыто онлайн-голосование за номинантов престижной премии.



Номинация на главную российскую профессиональную награду в области бизнес-туризма Russian Business Travel & MICE Award завершилось 15 июня. За победу в 15 номинациях решили бороться более 140 компаний и отелей. С 16 июня начался следующий этап — открытое онлайн-голосование за номинантов, которое продолжится до 15 сентября.

Самая высокая конкуренция — в номинации «Лучшая региональная конгрессная гостиница», где на победу претендует 27 отелей со всех концов страны. Среди номинантов впервые представлены конгресс-отели Крыма.

Острая борьба ожидается и в номинациях «Лучший онлайн-продукт в сфере MICE и делового туризма», «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 5*», «Лучшая конгрессная гостиница Москвы категории 4*», «Лучший организатор конференций в России», «Лучший организатор инсентив-программ в России» и «Лучшее business travel агентство».

Восьмая торжественная церемония награждения победителей и лауреатов премии традиционно пройдет в московском «Президент-Отеле» 5 октября 2017 года.



TEZ Tour: больше ЭКЗОТИКИ

Туроператор заметно увеличивает объемы перевозки в Доминикану и Таиланд.

В предстоящем осенне-зимнем сезоне TEZ Tour совместно с авиакомпанией iFly запускает две собственные полетные программы — на Пхукет и в Пунта-Кану. «Массовый выездной туризм на пляжных направлениях сейчас возвращается к докризисным показателям, а Доминикана и Таиланд демонстрируют заметный рост туристического потока. Мы ожидаем 30%-й рост турпотока по Пхукету и 28%-й по Доминикане», — рассказал коммерческий директор туроператора Александр Буртин.

Программа из Москвы в Пунта-Кану стартует 3 августа, вылеты будут осуществляться дважды в неделю. На Пхукет рейсы iFly стартуют 11 августа, их частота — также дважды в неделю. Полетные программы на этом направлении продлятся до мая 2018 года.

Лада Попело, директор департамента туризма компании «Карибский клуб», не исключает, что с учетом чартеров «Библио Глобуса» и ANEX Tour новые рейсы приведут к избытку перевозки на доминиканском направлении. «Доминикана — направление востребованное, объемы неплохие, но я не думаю, что они будут настолько высокими, чтобы заполнить количество заявленных бортов», — отмечает эксперт.

Tax free идет в Россию

Поспособствует ли новая мера увеличению зарубежного турпотока?

Внедрение в России системы tax free намечено на 1 октября этого года. «Иностранцы, которые будут покидать нашу страну, смогут возвращать налог на добавленную стоимость с купленных здесь товаров», — заявил премьер-министр РФ Дмитрий Медведев. По его словам, сейчас речь идет о налоге в 18%. На первом этапе в механизме tax free примут участие все аэропорты московского авиаузла, а также аэропорты Сочи и Петербурга.

Возврат НДС с покупок, по словам Александра Макляровского, директора департамента въездного туризма компании «КМП-групп», может быть интересен разве что туристам из Китая и Японии, хотя число последних на сегодняшний день невелико. «Европейским туристам покупки в заявленных магазинах будут малоинтересны, поскольку в России цены на брендовые товары выше, чем в Европе», — полагает эксперт.

«Юбилейное» направление

Южно-Африканская Республика стала пятидесятым направлением, которое продвигает «Натали Турс».

Туроператор предложил рынку несколько экскурсионных туров по ЮАР, комбинированные программы, сочетающие посещение южноафриканского государства с Мозамбиком, Замбией, Занзибаром или Маврикием.

Игроки рынка считают решение «Натали Турс» своевременным и разумным в свете отмены виз в ЮАР для российских туристов. В то же время из-за отсутствия прямой перевозки и дороговизны турпакетов страна оста-

Обоюдный интерес

В Санкт-Петербурге официально подвели итоги российско-испанского года туризма.

«Нас очень радует тот факт, что растет не только число российских туристов в Испании, но и то, что испанцы едут в Россию, — заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова, участвовавшая в подведении итогов перекрестного Года туризма Россия — Испания. — Однако в сотрудничестве в сфере туризма обе наши страны только в начале пути».

В рамках перекрестного года туризма проведены десятки мероприятий. Прошло российское roadshow по испанским городам, главный акцент которого был сделан на чемпионате мира по футболу, и состоялся российско-испанский туристический форум. Приятным подарком к окончанию Года туризма Россия — Испания стало появление в Барселоне офиса Visit Petersburg — это пятое туристическое представительство Северной столицы за рубежом.




ется направлением индивидуального туризма. «По своему опыту я знаю, что группы в ЮАР набираются слабо, за исключением высоких дат, таких как Новый год», — отмечает Василий Лебедев, генеральный директор туркомпании «Открытие». «Объемы продаж и спрос на ЮАР незначительны и приход нового игрока ничего кардинально не изменит», — считает Вадим Шувалов, гендиректор компании «Мама Африка».

Выгодное партнерство

Компания «Академсервис» продолжает уже сложившуюся на протяжении последних 25 лет традицию предоставления новых сервисов для своих агентов и покупателей с учетом их пожеланий.

С 9 июня этого года партнеры «Академсервиса» при продаже туристического продукта по цене выше указанной в системе бронирования могут формировать для себя дополнительную выгоду в Личном кабинете на сайте компании. Действуя таким образом, контрагенты «Академсервиса» получают не только финансовое вознаграждение, но и возможность быстро и легко предоставлять все отчетные документы для своих корпоративных клиентов. Важно, что при этом клиенты будут видеть одинаковую стоимость продукта как от системы бронирования, так и от своего агента.

Компания всегда стремилась совершенствовать условия работы для своих партнеров. «В этом году мы предоставим нашим агентам новый набор сервисов, которые серьезно облегчат им жизнь и сформируют более комфортную среду для сотрудничества с нами», — делится планами заместитель генерального директора ООО «Академсервис» Александр Курносов.

В компании уверены, что данная новация позволит агентам значительно повысить свою прибыль и эффективность работы. 



4–8 декабря 2017

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

MedTravelExpo


Санатории.
Курорты.
Медицинские
центры

Реклама 12+



www.mte-expo.ru

1-я международная выставка медицинских и оздоровительных услуг, технологий оздоровления и лечения в России и за рубежом

 ЭКСПОЦЕНТР

Движение навстречу

Тверская область, на территории которой 23–24 июня во второй раз состоялся национальный туристский форум «Реки России», не на словах, а на деле заинтересована в привлечении туристов. Уже со следующего года круизные теплоходы смогут швартоваться в регионе бесплатно.

350–400 тыс.

туристов ежегодно перевозят речные круизные суда по внутренним водным путям России. Доля иностранных путешественников — примерно 75 тысяч человек. Средний возраст российских теплоходов — 43 года, при этом половине из 90 существующих судов уже за 50 лет.

ФЕСТИВАЛЬ КРУИЗОВ

Определены даты главного события круизного рынка России. «Фестиваль круизов», организуемый ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма, пройдет 21 февраля в Санкт-Петербурге и 27 февраля в Москве.

Идея объединения усилий звучала не только в выступлениях экспертов форума, но и на выставке «АртПередвижение»

«Туризм в целом и водный туризм в частности мы рассматриваем как приоритетное направление развития экономики региона.

Особое внимание уделяем инфраструктуре. К сезону 2018 года планируется провести комплексное благоустройство территории для встречи круизных судов во всех наших городах, расположенных на Волге», — заявил на открытии форума губернатор Тверской области Игорь Руденя.

К 2018 году будут восстановлены причальные стенки в Кимрах и Конаково. По словам министра туризма области Ивана Егорова, речные туроператоры узнают об этом первыми, чтобы заранее включить остановки в этих городах в свои маршруты. Чтобы простимулировать круизные компании, за остановки теплоходов в Твери, Калязине, Весьегонске, а также уже названных Кимрах и Конаково, деньги с них взиматься не будут.

«Затвердить» намерения позволит соглашение о стратегическом сотрудничестве, которое было подписано между Правительством Тверской области и членами «Речного альянса» — компаниями «Мостурфлот», «Инфофлот» и «Водоходъ». Кстати, по статистике, в прошлом году в Тверскую область прибыло 218 круизных судов, что на 22% выше показателей 2015 года.

По словам заместителя главы Ростуризма Николая Королева (на фото), внутренние



водные пути проходят по территории 60 субъектов России, 12 из них включены в федеральную целевую программу 2011–2018 годов по развитию внутреннего и въездного туризма, в их числе — Тверская область. С 2014 года в рамках федеральной целевой программы ведется поддержка кластера «Верхневолжский».

На форуме была представлена концепция новой ФЦП, рассчитанной на 2019–2025 годы. Экономический эффект от программы планируется достичь за счет привлечения дополнительных инвестиций в перспективные туристические направления. Таких направлений в проекте 15, на развитии круизного туризма специализируются пять из них: Амур, Каспий, Камчатка — Сахалин, Русская Арктика, Большая Волга. Также на форуме обсуждался проект Минприроды России «Сохранение и восстановление реки Волги».

В мероприятии приняли участие туроператоры, представители судостроительных и судовладельческих компаний, портов, яхт-клубов, общественных организаций, исполнительных органов власти субъектов РФ — всего более 500 делегатов из 40 регионов страны. Организаторами форума выступили Федеральное агентство по туризму, Правительство Тверской области, компания «Завидово Девелопмент» и группа компаний «Конкорд». **ТВ**

www.форумрекироссии.рф



Европейский парад NCL

Летом 2017 года Norwegian Cruise Line, уже в девятый раз подряд получившая награду World Travel Awards как ведущая круизная компания Европы, предлагает самый большой выбор маршрутов по Старому Свету в своей истории.

Сразу пять круизных лайнеров Norwegian Cruise Line бороздят сейчас европейские моря: Norwegian Jade, Norwegian Getaway, Norwegian Spirit, Norwegian Star и Norwegian Epic. Среди особо значимых событий 2017 и 2018 годов — прибытие Norwegian Jade в Саутгемптон и Гамбург и круизы лайнера Norwegian Getaway по Балтике. В 2018 году вновь пять лайнеров Norwegian Cruise Line будут представлены в Европе, при этом Norwegian Breakaway заменит собой Norwegian Getaway.

Norwegian Jade впервые с 2010 года возвращается в Саутгемптон. Туристам предлагается круиз по европейским столицам и две программы путешествий по фьордам Норвегии.



В мае Norwegian Jade совершил новый 11-дневный круиз по британским островам с отправлением из Саутгемптона, на август и сентябрь запланированы два 14-дневных круиза вдоль берегов Норвегии, Исландии и Великобритании. Norwegian Jade станет первым лайнером Norwegian Cruise Line, базирующимся в Гамбурге, откуда туристы смогут отправиться по трем программам круизов в норвежские фьорды, двум 12-дневным маршрутам к Нордкапу и в 14-дневный круиз Норвегия — Исландия — Великобритания. Кроме того, лайнер зайдет в Гамбург 9 сентября для участия в праздничном параде.



Norwegian Getaway возвращается в Европу первый раз после инаугурации в январе 2014 года. Туристам предлагаются девятидневные круизы по Скандинавии, Рос-

сии и странам Балтики в период с мая по октябрь 2017 года. Отправление из Копенгагена с заходами в Варнемюнде (Берлин), Таллин, Санкт-Петербург, Хельсинки и Стокгольм.

КОНЦЕПЦИЯ «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО — ПРЕМИУМ»

Norwegian Cruise Line разработала инновационную концепцию отдыха, в рамках которой туристам предлагается широкий выбор напитков на борту, а все сервисные сборы и чаевые для экипажа уже оплачены. Кроме того, пассажиры люксовых кают могут поужинать в специализированных ресторанах, получить 250 минут бесплатного Wi-Fi и бортовой кредит в размере \$100 на каюту.



Norwegian Breakaway весной 2018 года прибудет в Европу после инаугурационного плавания, начатого в 2013 году. Как и Norwegian Getaway, лайнер повезет тури-

стов в круизы по Скандинавии, России и странам Балтики с отправлением из Копенгагена.

Norwegian Spirit будет совершать новый 10-дневный круиз по Восточному Средиземноморью и греческим островам с отправлением из Рима (порт Чивитавеккья) один раз



в месяц в период с июня по ноябрь 2017 года. Круиз включает в себя заходы в греческие порты — на Миконос, в Афины, на Родос и Санторини, в Ханью на Крите, после чего пассажиры лайнера посетят Валлетту на Мальте, Мессину на Сицилии и Неаполь в континентальной Италии.



Norwegian Star теперь базируется в Которе (Черногория). Сюда он будет приходить после семидневного круиза по греческим островам с отправлением из Вене-

ции. Круизы совершаются регулярно с 16 апреля по 23 июля и с 6 августа по 15 октября 2017 года. Альтернативный маршрут — семидневный круиз по Адриатическому морю и в Грецию из Венеции, он включает в себя заход в Сплит.

Norwegian Epic в любимом многими туристами летнем семидневном круизе из Барселоны и в Барселону в сезоне 2017 года будет заходить еще в один порт — Пальма-де-Майорка. Этот круиз открывает туристам лучшее, что есть в Италии, Франции и Испании. На зиму лайнер отправится в США, а затем вернется в Европу для выполнения круизов весной и летом 2018 года. **TE**



Штрафов хватит на всех

С 1 июля будут кратно увеличены размер и число штрафов за нарушения требований обработки персональных данных. О том, что в связи с этим нужно предпринять турагентам, рассказывает IT-директор Альянса туристических агентств АЛЕКСАНДР ГРИСЕНКО.



Если раньше сумма штрафов в большинстве случаев не превышала 10 тысяч рублей, то теперь может доходить до 300 тысяч рублей. И Роскомнадзор может штрафовать не по одной статье 13.11 Кодекса об административных правонарушениях (КоАП), как было прежде, а по семи (Федеральный закон от 7 февраля 2017 г. N 13-ФЗ). Отдельным блоком проверяются интернет-сервисы, сайты и мобильные приложения, а также договоры и взаимоотношения с разработчиками сайта.

В ужесточении требований есть и плюсы. У руководителей появляется реальный способ борьбы с бывшими сотрудниками, прихватившими с собой клиентскую базу. У них не будет согласия клиента об обработке персональных данных, не говоря уже о полноценной строчке в Реестре операторов персональных данных. Закон защитит также данные клиентов от нецелевого использования третьими лицами, например операторами и отелями, в рекламных целях.

Турагенты обеспокоены законодательными нововведениями. По факту они собирают персональные данные туристов в пользу третьих лиц, туроператоров, которые впоследствии обрабатывают эти данные. К тому же зачастую сведения о клиентах хранятся на сайте или в интернет-базах данных. Кто отвечает за их хранение и обработку? Давайте разберемся.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

Это любая информация, которой достаточно, чтобы по ней идентифицировать человека. Например, информации о ФИО и телефоне клиента достаточно для идентификации. Следовательно, ФИО и телефон вместе — это персональные данные. Исчерпывающего списка персональных данных нет и быть не может. Относятся данные к персональным или не относятся, решается в каждой ситуации отдельно.



КАСАЕТСЯ КАЖДОГО

Сведения о сотрудниках, заявки с сайта, договоры в работе, договоры с исполненными обязательствами, клиентская база — все это персональные данные. Накладывает ли это на вас обязанность уведомить Роскомнадзор о начале обработки персональных данных?

Сколько юристов, столько и мнений. АТА направил запрос в Роскомнадзор и Минкомсвязь, чтобы ведомства дали официальный ответ на вопрос: «Является ли турагент оператором персональных данных?» Пока ответа на запрос нет, рекомендуем принять превентивные меры.

КАК ПОДСТРАХОВАТЬСЯ?

Турагентства могут самостоятельно сделать следующее:

- ✔ Подготовить пакет документов, предусмотренных законодательством о персональных данных и Трудовым кодексом. Он должен содержать положение о персональных данных сотрудников.
- ✔ Добавить на сайт информацию о способах обработки данных.
- ✔ Внести во все договоры пункт о персональных данных.
- ✔ Уведомить Роскомнадзор о начале обработки персональных данных.
- ✔ Отслеживать изменения в законодательстве о персональных данных.

Это минимально необходимые действия. Соблюсти все требования закона могут лишь единицы. Если вы опасаетесь проверки, то обратитесь в юридическую фирму, которая проведет аудит вашей компании на предмет обработки персональных данных и подготовит полный пакет документов. Множество юридических компаний предлагает такие услуги. Их стоимость варьируется от 19 до 160 тысяч рублей в зависимости от объема работы.

Получить подробную информацию и образцы документов, подать уведомление и отслеживать изменения можно на портале персональных данных Роскомнадзора по адресу <http://pd.rkn.gov.ru>.

КАК ПОДГОТОВИТЬ ДОКУМЕНТЫ С ТУРИСТОМ?

Во-первых, внести в договор пункт о персональных данных и способах их обработки, примерно так: «Организация обязуется уведомить клиента по телефону №... о готовности...». Это укажет на то, что номер мобильного телефона необходим для исполнения договора.

Во-вторых, получить письменное подтверждение того, что заказчик согласен сам и им получено разрешение от всех туристов, указанных в договоре, на обработку и передачу персональ-

ных данных третьим лицам для исполнения настоящего договора, систематизации, хранения, а также для трансграничной передачи данных.

Юристом АТА разработан текст согласия клиента, при наличии которого ТА вправе не уведомлять Роскомнадзор, в соответствии с частью 2 статьи 22 Федерального закона №152-ФЗ. Материал размещен на сайте www.atarussia.ru в разделе «Персональные данные».

КАК ПОДГОТОВИТЬ САЙТ?

Вы являетесь оператором персональных данных, если на вашем сайте есть форма обратной связи, запроса консультации, заказ обратного звонка, форма любой заявки, подписка на новости, корзина, оплата, доставка, регистрация, авторизация, в том числе через социальные сети. Не важно, кто является владельцем сайта: физическое лицо или организация. В обоих случаях необходимо зарегистрировать оператора персональных данных. Иначе вас могут оштрафовать на сумму до 300 тысяч рублей.

Чтобы избежать штрафов, нужно разместить на сайте данные юридического лица, согласие на обработку персональных дан-

ных, политику конфиденциальности, пользовательское соглашение. А на каждой форме разместить чекбокс (галочку): «Отправляя сообщение, я принимаю пользовательское соглашение и подтверждаю, что ознакомлен и согласен с политикой конфиденциальности данного сайта». Примеры документов есть на сайте www.atarussia.ru в разделе «Документы».

Также необходимо распечатать договор с хостинг-провайдером для подтверждения того, что данные хранятся в электронном виде на территории Российской Федерации.

1 ЯНВАРЯ 2018 ГОДА — ЧТО ИЗМЕНИТСЯ?

Электронная путевка — это инструмент учета на государственном уровне проданных туров, как это происходит с алкоголем и меховыми изделиями. Уже сейчас тенденция повсеместного учета и интеграции электронного документооборота получила распространение на кассовые аппараты с возможностью передачи данных в налоговую. Недалек тот день, когда электронная путевка будет реальностью. Это снимет часть ответственности с турагентов за хранение данных, потому как в соответствии с пунктом 7 части 2 статьи 22 152-ФЗ компания вправе осуществлять без уведомления уполномоченного органа обработку персональных данных в электронных системах, «имеющих в соответствии с федеральными законами статус государственных автоматизированных информационных систем, а также в государственных информационных системах персональных данных». Таким образом, ответственность за хранение и обеспечение безопасности данных ляжет на оператора реестра электронных путевок.



Содержание держит форму

Казалось, что после апрельской регистрации в Минюсте приказа Министерства культуры РФ об утверждении типовых форм договора о реализации туристского продукта все разговоры по сути вопроса должны уйти в прошлое. Но этого не произошло.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР
СЕРГАЧЕВ

Принципиальных претензий к типовой форме, по крайней мере, две. Первая касается статуса договоров о реализации туристского продукта, заключаемого с участием туроператора либо агента.

Ростуризм считает принятые формы договоров обязательными. В частности, начальник правового управления Ростуризма Иза Арахамия однозначно заявляла, что «они (договоры) должны быть обязательными к исполнению», а председатель правления Национальной ассоциации юристов в сфере туризма Дмитрий Давыденко подтверждал право органов государственной власти утверждать типовые формы договоров и обязывать их исполнять.

При этом руководитель правовой службы АТОР Надежда Ефремова, выступая на встрече с агентами в Ялте и подчеркивая безусловную полезность наличия типовой формы договора, констатировала, что «в законодательстве отсутствует требование

об обязательном и безусловном использовании формы, утвержденной приказом Минкультуры России». «Министерство внесло требования, которые закон устанавливает как существенные: они обязательно должны быть в каждом договоре агента и туриста, — заявила она. — Однако эту форму можно корректировать под свой продукт: Минкультуры и Роспотребнадзор подтвердили, что внимание будет обращать не на тип и форму договора, а на текст и отсутствие условий, ущемляющих права потребителя».

Второй предмет для разногласий — пункты договора, согласно которым «исполнитель обязан оказать все услуги, входящие в туристский продукт». Агенты понимают его так: в случае неисполнения либо ненадлежащего исполнения туроператором обязательств перед заказчиком ответственность будет возложена на турагента. И усматривают в этом нарушение Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», согласно которому отвечать за полноту и качество пре-

доставления услуг обязан как раз оператор. Вместе с тем Георгий Мохов, учредитель юридического агентства «Персона Грата», уверен, что «формулировка «обязан оказать все услуги» не означает, что турагент будет отвечать за их неисполнение: ответственность за составляющие турпродукта в федеральном законе отнесена на счет туроператора».

В своем обращении в Минюст, Минкультуры и Ростуризм нашедшие взаимопонимание в этом вопросе Альянс туристических агентств (АТА) и Союз туристических агентств (СТА) утверждают, что «применение данной формы договора может повлечь негативную судебную практику для турагентов, так как формулировки, прописанные в договоре, позволят в судебных спорах перекладывать всю ответственность за неисполнение договорных обязательств, касающихся ответственности туроператора, непосредственно на турагента».

Представители отраслевых организаций просят привести документ в соответствие с ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» и постановлением правительства РФ № 452 (в ред. от 10.02.2017) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» с учетом мнений и оценок экспертов турагентского сообщества.

Более того, они утверждают, что минкультовская типовая форма договора может послужить пусковым механизмом для начала тотальных проверок турагентов Роспотребнадзором на предмет ее применения, а вот «исполнять ее в существующей редакции невозможно». И подчас называют новую форму договора бомбой замедленного действия, которая со временем может существенно подорвать агентский рынок. **ТБ**

МИНКУЛЬТ РАЗЪЯСНИЛ

Как сообщила директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры РФ Ольга Ярилова, типовые формы договоров обязательны к применению, но турфирмы все же имеют возможность добавлять в них свои пункты.

В частности, в ответе из Минкульта говорится о том, что «положения статьи 10 ФЗ №132 позволяют включать в договоры наряду с обязательными условиями иные условия по соглашению сторон». При этом министерство обращает внимание на то, что «включение иных условий, не предусмотренных типовой формой договора, возможно при условии, что они соответствуют законодательству РФ, не ущемляют прав и законных интересов туристов».



ГЕОРГИЙ МОХОВ

Учредитель юридического агентства «Персона Грата»

Договор потому и называется типовым, что рассматривается как тип, который может изменяться при необходимости. Обязателен только перечень его существенных условий, который есть и в отраслевом законе, и в правилах реализации турпродукта. Это объясняется тем, что правоотношения в туризме нельзя подогнать под типовой договор, так как они весьма разнообразны по предмету услуги, виду туризма, характеру турпродукта, порядку и способу его оплаты, порядку изменения и расторжения договора. Очевидно, что типовая форма предназначена для реализации турпродукта в сфере выездного туризма: в неизменном виде применить ее для внутреннего практически невозможно (не говоря уже о выездном). Типовая форма является рекомендуемой и облегчает жизнь тем, кто работает по типовой же схеме. Следует учитывать, что при осуществлении проверок контролирующие органы (к примеру, Роспотребнадзор) будут использовать ее как эталон, проверяя на наличие пунктов, ухудшающих положение потребителя и сверяя обязательную информацию. Если условия, ущемляющие его права, будут обнаружены (в частности, возможность изменения цены договора, замены отеля, переноса рейса без согласия потребителя и т. п.), могут последовать штрафы.



СЕРГЕЙ ГОЛОВ

Президент Союза туристических агентств

Считаем, что единая типовая форма договора, регламентирующая юридический аспект взаимоотношений турагента с туристом, имеет право на существование, но при условии вариативности, гибкости и добровольности применения. В первую очередь это связано со спецификой и многогранностью деятельности турагента. В договоре обязательно должна быть возможность внесения иных дополнительных условий, регулирующих отношения исполнителя с заказчиком, на основании соглашения сторон. Надо учесть, что в арсенале управляющих компаний сетевых турагентств уже имеются свои формы договоров, которые учитывают специфику и особенности конкретной сети. Для независимых агентств типовая форма договора, на которую они могут опираться, необходима, но в любом случае она должна носить рекомендательный характер.



НАТАЛЬЯ ОСИПОВА

Исполнительный директор ассоциации «Альянс туристических агентств»

Применение предложенной Минкультуры типовой формы договора может повлечь негативную судебную практику для турагентов, она должна быть доработана. Мы разработали свой типовой договор, который полностью соответствует законодательству РФ и учитывает интересы и турагентов, и туристов. Поскольку это все-таки приказ, а не постановление правительства, надеемся, что необходимые поправки будут внесены достаточно оперативно, поскольку многие воспринимают этот договор как обязательный к исполнению, хотя он и носит необязательный характер. Надеемся, что Министерство культуры услышит мнение турагентского сообщества (и бизнеса в целом) и учтет замечания, о которых мы говорим.



ЕЛЕНА ТИМОФЕЕВА

Руководитель агентства «Европа-Тур»

По большому счету, мне все равно, какой будет форма договора между агентством и туристом — лишь бы она позволяла избежать штрафов со стороны контролирующих органов и не приводила к судебным тяжбам. При этом она должна быть максимально простой и понятной как нам, так и клиентам, и не содержать двусмысленных толкований, которые как раз и ведут к разночтениям и спорам. Желательно, чтобы форма договора не была абсолютно жесткой и позволяла бы вносить коррективы, связанные с индивидуальными запросами клиента, в конце концов это можно сделать с помощью приложения. Важно и то, что ответственность должна пропорционально распределяться между сторонами — ситуации бывают разные. Чтобы не получалось так, что в любом случае за все отвечать должен будет кто-то один.

Вырастить свою прибыль

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Ситуация для агентского рынка в России складывается сейчас непростая: в последнее время часть крупных туроператоров снизила размер комиссии, автоматически сделав бизнес розницы менее доходным. И вопрос о том, на чем, кроме нее, зарабатывать агенту, стоит не просто остро — речь порой идет о его выживании как вида.

Логика операторов проста: агент должен получать деньги с оборота, а не за штучные продажи. В их приоритете — прямые и онлайн-продажи без посредников. Застрельщиками процесса принято считать «Библио Глобус» и Sunmar, которые первыми объявили о снижении комиссии. Затем это стали делать и многие другие операторы, урезав размер вознаграждения с прежних 10–12% до 6–9%.

«Мы пытались выжить, применяя новые технологии, совершенствуя сервис, примыкая к сетевым объединениям, — значилось в начале года в петиции «Помогите остановить разрушение турагентского бизнеса» на change.org, подписанной 1346 агентами. — При прежних расходах и сравнительно небольших объемах продаж снижение комиссии способно уничтожить турагента».

Однако время идет, а подавляющая часть агентов жива. И уже понятно, что возврата к прежним комиссионным не будет. За счет чего же еще, потеряв часть доходов, они существуют сейчас и намерены жить дальше?



**АЛЕКСАНДР
ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ**

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР
ТУРАГЕНТСТВА «МАГАЗИН
ПУТЕШЕСТВИЙ»

Нашей фирме скоро будет 25 лет, и это далеко не первый кризис в нашей истории. Отсюда правило №1: откладывай деньги в «тучные» годы для того, чтобы было на что жить в «худые» времена. Мы, как бы тяжело ни было, всегда откладываем определенную часть средств на будущее. В хорошие времена — 10% от чистой прибыли. А сейчас — 3%. Несомненно, сейчас надо зарабатывать на всем, что принесит хоть какую-то «копеечку». Например, мы давно сотрудничаем с одним из издательств, выпускающих путеводители. Они отдают нам «концевые» части тиража, а мы продаем их по более низкой цене, чем в магазине. Немного, но все же прибыль. Мы также сдаем часть нашего довольно большого помещения в аренду фирме, которая оказывает услуги нетуристического характера.



ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ВСЕМ

Активнее продавать дополнительные услуги

Часть игроков агентского рынка уверена: комиссия — комиссией, но дополнительные доходы можно получать, с помощью партнеров легально реализуя клиенту не тур целиком, а его составляющие. То есть авиа- и железнодорожные билеты, номера в отелях, а также услуги по организации трансферов, экскурсий, аренде автомобилей и продаже страховки.

«Реализация сопутствующих услуг позволяет не только заработать дополнительные деньги, но и вывести качество сервиса агентства на более высокий уровень», — считает Светлана Макарова, генеральный директор Объединенной сети ТБГ и «Горячие туры». При этом проблема скрытого формирования турпродукта продолжает активно обсуждаться: пока вопрос упирается в действующее законодательство. «Работа над устранением этой коллизии ведется и, надеемся, увенчается успехом», — констатирует эксперт.



ХОЧЕШЬ ПОДРОБНОСТИ? ПЛАТИ!

Взимать деньги за профессиональные консультации

Ольга Тимохина, заместитель директора Бюро путешествий «Гран-Тур» из Новосибирска, убеждена: туристический консалтинг как дополнительный, но не основной заработок агента, имеет право на существование. Опыт использования такого инструмента в ее компании есть: в ней работали прейскурант на определенные виды услуг (подбор маршрута и сервиса по нему, помощь в бронировании услуг, содействие в оформлении виз) и уже реализуют их. При этом эксперт предупреждает: каждая услуга должна закрываться отдельным договором и не быть связанной с последующей путем зачетов. «Ведь при заключении договора на туробслуживание вычесть стоимость услуги по подбору маршрута — все равно что сделать часть работы бесплатно», — говорит она.

По ее оценке, особенно применима инфоуслуга при работе с новыми клиентами в том случае, если требуется составить несуществующий тур. «Поскольку мы не знаем, куда с нашими наработками пойдет клиент, всю подготовительную работу монетизируем», — продолжает эксперт. — Понравится с нами работать — будет бронировать услугу у нас. А если ушел — наш труд оплачен». При этом оказывать такие информационные услуги должны только профессионалы с опытом организации индивидуальных туров.

Однако другие участники рынка предлагают оплату консультационных услуг зачислять в стоимость приобретенного затем тура.



БЫТЬ ПРОФИ

Монетизировать знания и повышать профессионализм менеджеров

Эксперты советуют привлекать и удерживать лишь тех специалистов, которые умеют склонить клиента к решению в пользу покупки тура «здесь и сейчас». Ольга Тимохина считает, что постоянное повышение уровня профессионализма, которое происходит благодаря расширению знаний и приобретению практического опыта, способствует росту объемов продаж. «Это особенно важно при работе с индивидуальными туристами и оказании информационных услуг», — отмечает она.

РАБОТАТЬ С КЛИЕНТАМИ

Структурировать клиентскую базу и научиться управлять продажами

«Агентствам нужно учиться формировать собственные ассортиментные матрицы и правильно работать с клиентской базой», — советует Светлана Макарова. При этом она отмечает, что ориентироваться на продажу дешевых туров не стоит, поскольку именно бюджетный клиент чаще всего уходит к соседям, предложившим ему чуть большую скидку. «Опыт кризиса показал, что агентства, клиенты которых могли позволить себе не скупиться на отдых, не только продолжали работать как прежде, но и говорили, что с ростом курса валют их доход в рублях увеличился», — замечает она.

Александр Преображенский, коммерческий директор турагентства «Магазин путешествий», считает, что все «нормальные» клиенты уже распределены между агентствами, новых найти очень трудно и затратно. «Поэтому есть смысл работать на «удержание» постоянных клиентов», — говорит он. — Работа с ними дает нам стабильный и, главное — предсказуемый поток заявок». **ТБ**



УЛУГБЕК РАШИДОВ

ДИРЕКТОР ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА
TBS В ПЕТЕРБУРГЕ

Основной и главный источник дохода любого агента — это комиссия. И ничто иное. Можно, конечно, пытаться зарабатывать на дополнительных услугах, однако доходы от этого не идут ни в какое сравнение с комиссионными. Что касается внедрения платных информационных услуг, то мы их не используем. Применять такой инструмент возможно только в отношении случайных клиентов: если речь идет о постоянных, требование оплатить дополнительные сборы может их оттолкнуть.



ДМИТРИЙ МАЗАНИКОВ

РУКОВОДИТЕЛЬ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА «РОССТУР» НА
СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РФ

Снижение комиссии и появление промотарифов — большая беда для агентов. И если честно отвечать на вопрос о том, как еще может агент заработать в условиях высокой конкуренции при минимуме комиссионных, мой ответ — никак. В Санкт-Петербурге, где сотни активных агентств и на предложение оплатить информационную услугу клиент в 99 случаях из ста уйдет за угол к конкуренту, все разговоры об инструментах дополнительного заработка — не более чем статистический шум.

Сезонное обострение

Старт летнего сезона в этом году не обошелся без сюрпризов. Веерные задержки рейсов «ВИМ-Авиа» и последовавшее за этим частичное прекращение чартерной программы стали очередной проверкой турбизнеса на прочность. Однако, как признаются игроки рынка, проблемы конкретного перевозчика незначительно повлияли на спрос, который в этом году вырос в разы.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



По статистике крупнейших турагентских сетей, продажи туров на лето в этом году идут опережающими темпами. В УК объединенной сети ТБГ и «Горячие туры» в начале июня летних туров с вылетами 1 июня — 31 августа было продано вдвое больше, чем в аналогичный период прошлого года. В «Сети магазинов горящих путевок» (МГП) говорят о росте продаж на 40% по сравнению с прошлым годом.

Эксперты сходятся в причинах происходящего: отсутствие резких курсовых колебаний положительно сказывается на объемах бронирований по выездным направлениям. Большую роль играет отложенный спрос, обусловленный возвращением на рынок Турции, который сопровождался значительным снижением цен со стороны принимающих компаний.

Хорошим сигналом для рынка стал успешный ход продаж по акциям раннего бронирования. По оценке Майи Ломидзе, исполнительного директора АТОР, в феврале-марте спрос на поездки за границу был ажиотажным. Он превышал показатели прошлого года на 20%, тогда как Турция росла 50%-ными темпами. Представители туристической розницы подтверждают, что россиян, желающих приобрести путевку с 25–30%-ной скидкой, было много, основной пик продаж пришелся на март.

«В марте нами было реализовано порядка 24% летних туров от общего количества на сегодняшний день», — констатирует Ольга Иванова, PR-директор УК объединенной сети ТБГ и «Горячие туры». Мария Конабеева, директор по маркетингу TBS Group, отмечает, что туристы, которые бронируют отдых заранее, ориентируются в первую очередь не на выгоду в цене, а на условия оплаты,

например рассрочку платежей, и выбор объектов размещения. «Раннее бронирование активнее всего шло по направлениям Греция и Турция», — говорит эксперт.

Сегодня в топе продаж подавляющего числа российских турагентств — Турция. «Страна привлекает россиян разнообразным ценовым предложением», — говорит Сергей Агафонов, генеральный директор МГП. — В структуре наших продаж Турция уверенно занимает первое место, ее доля практически равна 50%». Высокий спрос, по мнению эксперта, позволяет направлению приблизиться к докризисным показателям по турпотоку.

Похожая ситуация в сети туристических агентств «География», где доля Турции достигает 45%. По свидетельству управляющей сетью Елены Шубиной, клиенты, как правило, покупают туры продолжительностью от 10 до 14 ночей, стараются выбирать отели по соотношению «цена-качество». «Сумма среднего чека тура по раннему бронированию в Турцию увеличилась на 10% по сравнению с 2015 годом. Направление демонстрирует хорошую глубину продаж», — отмечает эксперт.

Турция ожидаемо «потеснила» с первого места Россию. Крупные операторы, которые в прошлом году сделали ставку на отечественные курорты, и традиционные лидеры на рынке внутреннего туризма признают, что раннее бронирование шло с отставанием, и фиксируют спад продаж. Тем не менее «второе почетное» — за «нами».

«Если весной туры по России занимали третью позицию, то к началу лета она поднялась на вторую строчку. Однако догнать Турцию, на которую приходится более 36% продаж, ей вряд ли удастся», — комментирует Ольга Иванова. Сергей Агафонов оценивает падение продаж по России на 30–40%. Прочно удерживаться в тройке



МАРИЯ КОНАБЕЕВА

ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ
TBS GROUP

Ситуация, которая происходила с чартерными перевозчиками в последний месяц, очень беспокоит туристов. У нас много запросов на перебронирование туров с вылетом на других рейсах. Клиенты, которые только выбирают себе тур, склоняются к тем авиакомпаниям, которые пока не были замечены в отмене или переносе рейсов. При этом нельзя говорить, что спрос сместился в сторону регулярной перевозки. Все-таки пакеты на «регулярке» и дороже, и представлены не у всех операторов. Кроме того, на многие нужные даты билетов по адекватным ценам уже нет, а на значительные доплаты туристы не готовы.



СЕРГЕЙ САМОХВАЛОВ

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ СЕТИ GLOBAL TRAVEL

То, что перевозки в этом летнем сезоне будет не хватать, было ясно еще на его старте. Спрос пошел вверх, глубина продаж была высокой — уже в конце января и феврале активно бронировались Турция и Испания. Было ясно, что никуда не денутся Симферополь, Сочи, и определенное количество бортов будет «поставлено» на российские направления. К сожалению, осознавая вероятный дефицит провозных емкостей, ни перевозчики, ни туроператоры, ни регулирующие органы не предприняли никаких действий. Почему-то встречи при Ростуризме проводятся тогда, когда уже проблема в самом разгаре. Я считаю, что необходимо вести предупредитель-

ную работу, чтобы предотвратить появление таких ситуаций, как с «ВИМ-Авиа», в будущем.

В текущем летнем сезоне я не прогнозирую ценовых войн на турецком направлении, так как в стране переизбыток «наземки». Возможно, будут соревноваться турецкие отельеры, но туроператоры не станут «играть в демпинг» и свою выгоду не упустят. В европейских странах многие топовые средства размещения уже сегодня стоят на «стоп-сейлах», но что касается трех- и четырехзвездных отелей, то рынок сможет удовлетворить спрос. Интерес к отечественным курортам значительно снизился. Краткосрочный успех сменился спадом, те туристы, которые ездили в Турцию, вернулись к своим привычкам. К сожалению, пока «наши» отельеры пытаются «взять все по-максимуму» в течение трех-четырёх летних месяцев, во внутреннем туризме ничего не изменится.

30 тыс.

Столько россиян, по подсчетам АТОР на конец июня, пострадали от отмены чартерных рейсов авиакомпании «ВИМ-Авиа».

лидеров, по его мнению, направлению позволяет наличие определенной аудитории, тех, кто не готов променять «родные» курорты Краснодарского края и Крыма на «берег турецкий».

Интересно, что «показания» агентских сетей, касающиеся самых востребованных направлений лета, расходятся незначительно. В TBS Group третье место занимает Кипр, четвертое — Тунис, пятое — Греция. В МГП «тройку» замыкает Тунис, далее Греция и Кипр.

В УК объединенной сети ТБГ и «Горячие туры» за Россией следуют Греция, Кипр, Тунис, Испания, Болгария. Однако Ольга Иванова отмечает, что, учитывая прошлогодний опыт, к концу лета можно ожидать изменения в «расстановке сил». В начале лета 2016 года топ-5 выглядел так: Россия, Греция, Кипр, Тунис, Болгария. В конце лета произошли рокировки: безвизовый Тунис занял вторую позицию, а Греция переместилась на четвертую.

Популярность безвизовых направлений очевидна. Любопытно, что в список бестселлеров вернулся Тунис — направление, пережившее резкий спад спроса в 2015 году и рекордный рост в 2016 году, когда число россиян, отдохнувших на курортах страны, превысило 620 тысяч человек. Россияне без боязни возвращаются в Тунис: с 1 января по 20 мая страну посетило более 44 тысяч наших граждан, что превысило показатели за аналогичный период 2016 года на 2,6%.

Еще одно отличие нынешнего летнего сезона от предыдущего — повышенный спрос на летний отдых в Таиланде. «В последние годы Таиланд стал круглогодичным направлением. Некоторые крупные туроператоры оставили чартерные программы на весь летний сезон и удовлетворены загрузкой рейсов», — отмечает Мария Конабеева. Тенденцию подтверждают в сервисе бронирования туров Level Travel. «В списке предпочтений появился игрок, который не был популярным в летнем сезоне, — это Таиланд», — говорит генеральный директор компании Дмитрий Малютин.

В то же время Сергей Самохвалов, директор по развитию сети Global Travel, позитивно оценивая текущую ситуацию на рынке, скептически в прогнозах на год. «На сегодняшний день очевиден перекося спроса в сторону лета. Сейчас, действительно, все игроки в плюсе, многие пребывают в эйфории. Однако рынок из кризиса однозначно в этом году не выйдет», — утверждает эксперт.

По его словам, проблема отсутствия недорогих туров в осенне-зимний период сохраняется, и в октябре, скорее всего, будет наблюдаться резкий спад продаж. Если Египет не вернется на рынок, то россияне предпочтут ОАЭ, Таиланд и Индию (Гоа). «Но эти направления не смогут заменить Египет и не снимут остроту проблемы. Туроператоры будут вынуждены сокращать провозные емкости и умерять свои аппетиты, а турагентам придется затянуть пояс», — считает эксперт. **ТБ**

ВИМ-турбулентность

Авиакомпания «ВИМ-Авиа» серьезно омрачила начало летнего сезона.

Сокращение программы чартерных рейсов «ВИМ-Авиа» поставило туроператоров в крайне затруднительное положение. Найти замену в условиях дефицита бортов было очень сложно, тем более что действовать ANEX Tour, «НТК Интурист», Coral Travel, «Музенидис Трэвел», «ТУИ Россия», TEZ Tour и другим туроператорам надо было оперативно.

Они буквально в ручном режиме решали вопрос

по каждому рейсу и старались максимально выполнить свои обязательства перед клиентами, пересяживая их на рейсы других перевозчиков, в числе которых Red Wings, «Ямал», NordStar, RoyalFlight, AZUR air. В некоторых случаях туристам предлагали перебронировать тур на другое направление или на более поздние даты, еще один вариант — возратить стоимость билетов.

Позднее Минтранс заявил о готовности допустить иностранные авиакомпании к перевозке пассажиров «ВИМ-Авиа», и Росавиация предоставила Bulgaria Air разрешение заменить проблемного перевозчика по маршруту из Москвы в Бургас до конца сезона.

Однако к концу июня ситуация на рынке перевозок оставалась напряженной. Кроме того, что туроператоры несут финансовые

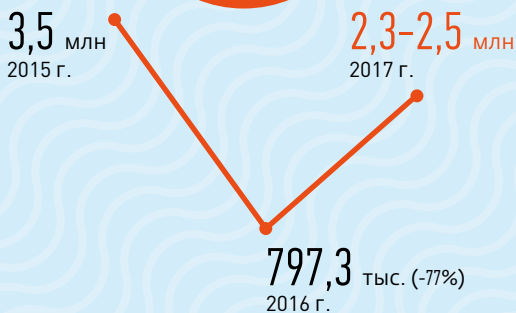


убытки, а агенты испытывают серьезный стресс, это еще и имиджевые потери для всего турбизнеса. Игроки рынка пока уклоняются от ответа о продолжении сотрудничества с «ВИМ-Авиа». Но, как известно, НТК «Интурист» уже задумался о создании собственной авиакомпании.

ТОП-5 летних выездных направлений (количество туристов) *



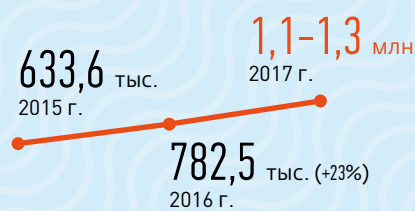
Турция



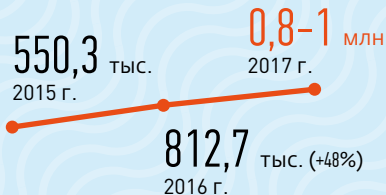
Испания



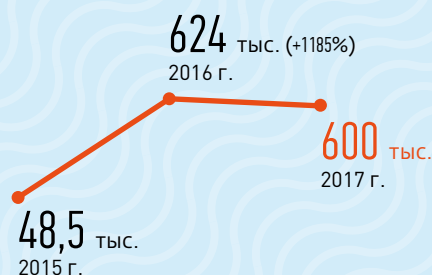
Греция



Кипр



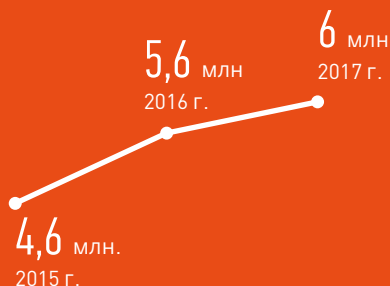
Тунис



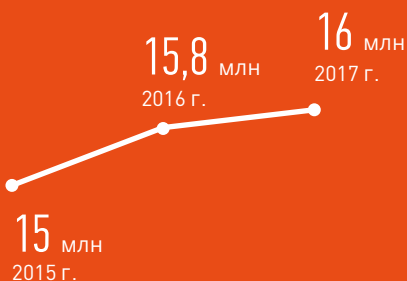
Внутренний туризм (количество туристов) **



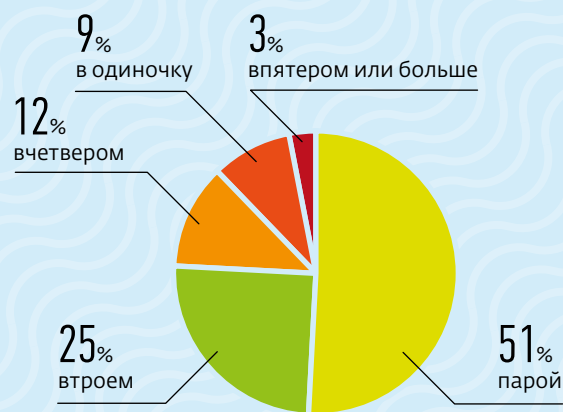
Крым



Краснодарский край



Как путешествуют туристы? ***



95%

номерного фонда в Сочи забронировано на летний туристический сезон 2017 года. Власти города ожидают, что этим летом курорт посетят не меньше 4 млн туристов

2,1 млн

поездок за рубеж с целью туризма, по данным Пограничной службы ФСБ РФ, совершили россияне в первом квартале 2017 года, что на 44,6% больше показателя 2016 года

* Источник: данные Ростуризма, прогноз АТОР

** Источник: пресс-служба администрации Краснодарского края, министерство курортов и туризма Крыма

*** Источник: индекс «Горящих»

Триумфальный come back

Турция — абсолютный лидер летнего сезона. То, что направление оставит конкурентов позади, было очевидно всем участникам туристического рынка еще в апреле. Предупреждение о возможном запрете чартерных рейсов в страну отозвано, и кажется, что ничто не сможет нарушить турецкую гегемонию этим летом.

Несмотря на то что Турция прочно «застолбила» за собой первое место в рейтинге самых популярных направлений, ей вряд ли удастся в этом году вернуться к докризисным показателям турпотока. И хотя турецкие власти еще в марте заявили о том, что ожидают принять 5 млн российских туристов, оценки игроков рынка куда более сдержанные.

В частности, руководитель «ТУИ Россия» Тарас Демура оценивал вероятный турпоток из России в Турцию в 3–4 млн человек, но такие прогнозы он строил до сообщения о возможной отмене чартеров. «Письмо счастья» с предупреждением о возможной приостановке чартерных рейсов в Турцию, разосланное российским авиакомпаниям в преддверии сезона и широко растиражированное в СМИ, затормозило ход продаж на направлении. Негативный эффект был краткосрочным (например, в сети турагентств «Розовый слон» через десять дней темп бронирования полностью восстановился), но все же повлиял на рынок. Определенная часть туристов переориентировалась на другие направления: Россию, Грецию, Кипр.

При этом эксперты отмечают, что рынок был готов к развитию ситуации по негативному сценарию. Более половины объемов авиаперевозок в Турцию у крупнейших туроператоров РФ в наступающем летнем сезоне базируется не на чартерах, а на «регулярке». В частности, разрешение на осуществление регулярных перелетов в Турцию имеют авиакомпании Royal Flight, Pegas Fly и Nordwind.

Бесприигрышный инструмент для привлечения туристов — цена. Исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе называет Турцию «рекордсменом» по ее снижению. «В мае путевку в Турцию можно было приобрести по цене 10 тысяч

рублей на человека с перелетом на неделю в отель 3* по системе «все включено». Летом средняя стоимость путевки в Турцию — 25–30 тысяч рублей на неделю», — комментирует эксперт.

Турецкие отельеры стимулируют спрос и возлагают большие надежды на российский рынок еще и потому, что стремятся нивелировать «проседание» со стороны европейских туристов. Последние серьезно обеспокоены угрозой терроризма и нестабильностью внутриполитической обстановки. По прогнозу Рабочей группы Совета по туризму Антальи, количество туристов из Европы снизится в этом году на 28%, тогда как Россия станет страной-поставщиком номер один на популярный курорт, ее доля в общем въездном турпотоке превысит 35%.

Русских страх не останавливает. Туроператор «Интурист», например, рассчитывает отправить в Анталию порядка 200 тысяч туристов, а всего в Турцию — полмиллиона россиян. «Тур-

ция — локомотив роста на выездном туризме», — сказал генеральный директор «НТК Интурист» Виктор Тополкараев.

По прогнозам туроператоров, в этом году Турция примет до 40% всех россиян, которые отправятся на отдых за рубеж. **ТБ**



Холодное российское лето

За рекордом прошлого года последовал спад, и даже погода не благоволит отечественным курортам. Сравнивая как стоимость, так и «состав» турпродукта, российский турист делает выбор в пользу зарубежных направлений. При этом эксперты не исключают возвращения спроса на «наш» юг в случае ослабления национальной валюты.

В конце июня курс рубля преодолел психологический барьер в 60 рублей, что породило разговоры о вероятном падении спроса на заграничные поездки. По словам Сергея Ромашкина, генерального директора компании «Дельфин», каждое изменение курса сказывается на туристическом потоке. По оценке эксперта, повышение курса доллара на один рубль возвращает на отечественные курорты около 250 тысяч туристов.

Однако речь, конечно, о тех, кто еще пока не определился с местом летнего отдыха, но таких туристов все меньше. По мнению Артура Мурадяна, генерального директора компании «Спейс Тревел», отказываться от зарубежных направлений россияне начнут в случае, если стоимость доллара превысит 70-80 рублей.

К счастью, пока таких предпосылок нет. Исходя из текущей ситуации, а также данных по раннему бронированию, темпы которого, по оценке игроков рынка, отставали от прошлогодних минимум на 10%, Россия по итогам сезона не сможет вернуть себе лидерскую позицию, хотя и останется в топе самых востребованных направлений.

Спрос на Крым в этом году, по свидетельству игроков рынка, сократился, по разным оценкам, от 15% до 30%. Одна из причин — в высокой цене на авиабилеты, которая ведет к тому, что турпакет на «наш» юг проигрывает по цене турецкому предложению. Министерство курортов и туризма Крыма даже обратилось в Федеральную антимонополь-

ную службу с просьбой проверить стоимость авиаперелетов на полуостров. По словам главы крымского ведомства Сергея Стрельбицкого, цены на билеты — около 15 тысяч рублей на пассажира — «убивают» туристическую сферу на курорте.

«Подкачала» и погода.

В конце мая и начале июня температура воздуха на курортах Краснодарского края, например, не превышала 22 градусов тепла. «Впервые за последние 15 лет мы столкнулись с таким холодным летом. Если в прошлые годы 1 июня можно было смело купаться, то в этом году происходит смещение сроков, и я думаю, что высокий сезон начнется в июле-августе», — говорит Алексан Мкртчян, генеральный директор туристической сети «Розовый слон».

Погодные условия, а также отмена части рейсов авиакомпании «ВИМ-Авиа» сказались на загрузке гостиниц в Крыму и Краснодарском крае. По данным операторов, некоторые гостиницы снизили ранее заявленные тарифы для того, чтобы простимулировать спрос. При этом туроператоры отмечают изначальное отсутствие гибкой политики российских отельеров, которые выставляют ровные цены на сезон, а потом, сталкиваясь с недогрузкой, выпускают специальные предложения,

которые уже не дают ожидаемого эффекта.

Не добавляет «очков» внутреннему туризму и муссирование темы о курортном сборе, введение которого в первом чтении одобрила Госдума. Однако даже среди чиновников «нет согласия», и документ рекомендовано доработать. **ТЕ**



ПРО Кипр

Не Турцией единой жив российский турбизнес. В этом году операторы фиксируют ощутимый рост спроса на курорты Кипра. В силу объективных факторов — благодаря наличию хороших пляжей, развитой отельной инфраструктуре, непродолжительному перелету и въезду по онлайн-провизе — направление у крупных игроков занимает «топовое» место в структуре продаж.

По статистике Кипрской организации по туризму, с января по апрель этого года в стране отдохнуло 95 тысяч наших граждан, что на 48,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Россия занимает второе место во въездном турпотоке на остров, оставив позади Грецию, Израиль, Германию, но пропустив на первую строку Великобританию.

По словам Димитриса Димитриу, директора московского офиса Кипрской организации по туризму, существенный рост турпотока из России произошел весной: только в апреле Кипр посетило 47 тысяч россиян, что на 21,8% больше, чем год назад. «Это заслуга ведущих туроператоров, которые расширили свои чартерные программы, — объясняет он. — По итогам года мы прогнозируем дальнейшее увеличение турпотока на уровне 15%. Причем в летние месяцы рост будет меньше, а весной и осенью выше». Туроператоры подтверждают, что направление постепенно становится круглогодичным: приятный климат и интересная экскурсионная составляющая привлекают россиян на Кипр в несезон.

Игроки рынка тоже отмечают, что этим летом Турция не пошатнула спрос на Кипр. «Позиции Кипра в этом году по-прежнему сильны, он в тройке лидеров по популярности, после Турции и Греции», — говорит Лариса Аханова, PR-директор туроператора TEZ Tour. В ANEX Tour подтверждают востребованность направления. В этом году туроператор удвоил перевозку на

остров, поставив чартерную цепочку не только из Москвы, но и из Екатеринбурга, а также увеличил количество квот в кипрских отелях примерно на 30% по сравнению с прошлым годом.

Другие игроки рынка решили не наращивать объемы на направлении. Например, «Пегас Туристик» оставил уровень перевозки на уровне прошлого года. Туроператоры говорят о том, что турпоток на направлении ограничивает отельная база и высокий спрос со стороны европейских рынков, что влияет на загрузку местных отелей, которая близка к максимальной.

По словам Ларисы Ахановой, в начале сезона каких-либо проблем на кипрском направлении не было. Но эксперт не исключает возможности овербукинга. «В прошлом сентябре Кипр «отметился» овербукингом, который был вызван наплывом британских и немецких туристов», — напоминает она. «Овербукинг возможен, но, думаю, в гораздо меньших масштабах, чем в прошлом году», — полагает Анна Филатовская, директор департамента прямых продаж, рекламы и PR туроператора ICS Travel Group. В то же время кипрские власти, заинтересованные в развитии туристической индустрии, считают одним из важнейших приоритетов расширение гостиничной базы на популярных курортах страны. «В этом году добавилось 10 тысяч новых мест в отелях, — говорит Димитрис Димитриу. — Все крупные туроператоры построили свои планы и определили объемы продаж заранее. Так что проблем с дефицитом мест мы не ожидаем». **ТБ**



нической базы на популярных курортах страны. «В этом году добавилось 10 тысяч новых мест в отелях, — говорит Димитрис Димитриу. — Все крупные туроператоры построили свои планы и определили объемы продаж заранее. Так что проблем с дефицитом мест мы не ожидаем». **ТБ**

Испания продолжает разбег

Спрос на туры в страну, по оценкам ведущих туроператоров, минимум на 20% превосходит прошлогодний. Тем не менее не обошлось без ложки дегтя. В этом году на продажах сказались проблемы в работе визовых центров, с которыми столкнулись туроператоры на старте сезона.

Еще ранней весной региональные туроператоры начали бить во все колокола, сообщая о срывах туров в Испанию из-за визовых проблем. Причина известна и кроется в смене подрядчика МИД Испании по приему визовых обращений, которым стал BLS International Services Ltd.

С началом работы BLS прием заявлений на выдачу испанской визы одновременно прекратили визовые центры в 24 городах России. Потом визовые центры в регионах стали открываться, хотя и с опозданием, однако они не справлялись с нагрузкой. Туроператоры отмечали нехватку сотрудников, а также небрежное отношение к документам.

Все это приводило к серьезным задержкам выдачи виз: в регионах их оформление занимало по три недели. Притчей во языцех стали и огромные очереди в московском офисе BLS, где клиентам, которые приезжали к назначенному времени, приходилось ждать по несколько часов.

«Стрессовое» начало сезона не лучшим образом сказалось на направлении: многие турагенты просто отговаривали клиентов от Испании, дабы не стать заложниками ситуации. В выигрышном положении были обладатели шенгенских виз.

В конце июня туроператоры констатировали, что визовая обстановка улучшилась. «Ситуация с выдачей виз складывалась непросто, но сейчас более-менее стабилизировалась, — комментирует Анна Малинина, директор по продажам «Натали Турс». — Мы работаем в тесном ежедневном кон-

такте с консульством Испании, стараясь контролировать прохождение документов на всех этапах. Должна отметить, что консульство предпринимает все необходимые действия для решения возникающих вопросов — оперативно и в рабочем режиме».

Эксперт характеризует спрос на Испанию в этом сезоне как ажиотажный, причем он вырос не только со стороны российского рынка. Европейцы, которые обычно предпочитали отдых на островах, в этом году не менее активно бронируют материковую Испанию, в частности, курорты Каталонии. «Наплыв туристов большой, поэтому с точки зрения размещения сезон достаточно напряженный», — отмечает Анна Малинина.

«Трудности с подтверждением есть только по отдельным категориям номеров, таким как съюты и коннекты, и в основном на пиковые августовские даты», — отмечают в пресс-службе туроператора BSI Group. При этом, по свидетельству компании, чаще всего туристы запрашивают отдых в августе и сентябре.

Туроператоры также отмечают сбалансированность перевозки на рынке в этом году: ее объемы сравнимы с прошлогодними. Особенность сезона еще и в росте интереса к комби-

нированным турам. И хотя приоритеты россиян остаются прежними — провести отпуск на побережьях Коста-Брава и Коста-Дорада, на островах Майорка и Тенерифе, заметно вырос спрос на программы, сочетающие отдых на побережье и пребывание в Барселоне и Мадриде. **ТБ**



Жизнь в ритме болеро

Продолжаем разговор с «отцами-основателями» — представителями первой волны российского туризма, которые наполнили это слово международным содержанием. О смене форматов и настроений на рынке рассказывает АРАМ АНТОНЯН, генеральный директор компании «Болеро Тур».

Чувствуете ли вы себя ветераном почти два десятилетия спустя после старта «Болеро Тур»?

Нет. В нашем бизнесе понятие «ветеран» слишком «убыточное». Все любят молодых и энергичных. Поэтому стараюсь в зеркало не смотреть, чтобы не обнаружить там ветерана, и чувствую себя бодро. А возраст дает возможность смотреть на все с высоты птичьего полета и вовремя остановиться или взять паузу.

Какие у вас отношения со скепсисом? В отношении профессии, в частности.

К сожалению, очень хорошие. Мы большие друзья. А как вы хотели? Состояние выживания, в котором мы находимся уже лет пять, способствует выработке как раз тех гормонов, которые «дружат» с этим самым скепсисом.

Отрасль сегодня скорее жива или скорее мертва?

Турбизнес в прежнем виде скорее мертв. Но он радикально видоизменяется, и обновляющийся формат свидетельствует, что пациент скорее жив. Туризм — это пища, которая будет существовать всегда. Его «здоровье» было бы крепче, если бы не лидеры, которые целенаправленно уничтожают престиж этого бизнеса и добивают его.

Список фамилий будет в приложении?

Да мы все его знаем! Это те руководители, которые болели «капитализацией», гонялись неизвестно за чем и угробили свои успешные компании, потрясающие бренды. Наши коллеги, которые будут это читать, отлично поймут, о ком идет речь. Кое-кто из них воскрес и опять старается что-то делать. Дай им бог здоровья!

Перманентный кризис отрасли — общее место.

Или это уже не кризис, а неизбывное состояние?

Это глобальная ситуация, с которой следует считаться. Нужно понимать, что курс рубля не вернуть, а политическая ситуация вряд ли будет способствовать динамичному развитию туризма. Мы живем в новых реалиях! Люди, которые рабо-



тают сейчас в нашем туризме, можно сказать, творят чудеса. Чудеса смекалки, выдержки, выживаемости... А одна из самых серьезных проблем — это законотворчество, которое, по-моему, направлено на то, чтобы окончательно блокировать все процессы. Начать с того, что последний закон о туризме писали под руководством Министерства культуры. Руками людей, которые ни разу никуда ни одного человека не отправляли. Вы понимаете, что это такое? Ведь к осмыслению некоторых вещей годами приходишь. Вот, например, только после 25 лет в туризме я понял, что доминантная точка нашей работы — это не отправить человека, а вернуть его. Смешно? Нет! Уже несколько лет, как не смешно! Для того чтобы получить операторское страхование, приходится прилагать колоссальные усилия, убеждая страховщиков, что мы не верблюды. После этого наступает очередь «Турпомощи», куда мы перечисляем тоже немалые деньги. Но это никак не исключает появления на рынке мошеннических схем и крупных аферистов, даже в рамках нового закона, к сожалению, это вполне возможно.

Самые горячие темы последнего времени — снижение комиссии крупными туроператорами и промотарифы.

Как будет развиваться ситуация в этих областях?

Эпидемия демпинга вредит бизнесу уже давно. Мы не можем договориться между собой о корпоративном поведении, но это необходимо. Назовите это как угодно, хоть сговором, но без этого никак. И хуже всего то, что туроператоры «компенсируют» демпинг тем, что уменьшают комиссию агентствам.

Выходит, рынок приговорен к 5–7% комиссии?

Да. Это часть новой формации, новой деформации, я бы сказал, и никуда от этого не деться. Агентства должны привыкнуть к этим цифрам. Возможно, дальше будет еще хуже. А промотарифы — блеф чистой воды.

Вы тоже снизили комиссию?

Здесь история вот такая: 5–7% платят операторы-мажоры, у которых избыток продукта. Наша расходная часть чуть меньше. Направления, которые мы предлагаем, вне зоны большой конкуренции. Да, одно время мы платили 14–15%, сейчас — меньше. Но к цифрам 5–7% не пришли по одной простой причине: не с кем будет работать.

Как вы считаете, кульбит «ВИМ-Авиа» — это частный случай или предвестник нехорошей тенденции?

Это не первый кульбит. За последние десять лет их было столько! В этих историях — и с «ВИМом», и с «Трансаэро» — просматривается самая большая проблема: рынок скоро полностью сконцентрируется в руках одной авиакомпании, «Аэрофлота». Умирает самое главное — конкуренция. Это беда. Когда нет конкуренции, начинается то, что мы видим.

Что это сулит применительно к чартерам?

Надеюсь, что очередного коллапса не случится. К концу прошлого года мы почувствовали импульсы того, что рынок хочет восстановиться. Ему тяжело, но он хочет.

Как вы относитесь к Цифре с большой буквы — электронной путевке и прочему? И в целом к регулированию рынка в теперешних условиях? Каким оно должно быть, если должно?

Рынок должен быть полностью, стопроцентно регулируемым. В этом бизнесе — и не только в этом, во всей стране! — должен доминировать закон. Но закон грамотный, понятный, адекватный, актуальный. Из которого следует, что при неправильной трактовке такого-то пункта наступают соответствующие последствия. Абсолютно приветствую электронный документооборот. Нужно перестать тратить бумагу. Развитие должно соответствовать времени. В этом наше будущее.

Вы сказали однажды, что отрасль стала площадкой для неудачников. Это актуально?

В агентском бизнесе эта ситуация продолжается до сих пор. Люди дарят друг другу туристические компании, и всем кажется, что они могут заниматься туризмом. Что касается крупного операторского бизнеса — нет, там сейчас все достаточно профессионально. Случайных людей в этом секторе практически не осталось.

Теперь о «Болеро Тур». Как вы позиционируете свою компанию?

Лет десять назад я почувствовал, что ситуация на рынке сильно меняется: туризм становится событийно зависимым и это превращается в хроническую проблему. В 2007 году мы приняли решение расширять диапазон предложений в сторону бизнес-трэвела, организации мероприятий и тому подобного. Первые два года были катастрофически тяжелыми, поскольку я сунулся в сегмент бизнеса, где практически ничего не знал, совершил все возможные и невозможные ошибки, которые периодически напоминают о себе. Но свое место мы, я полагаю, нашли.

Мы говорим о бизнес-трэвеле как о стержне сегодняшнего «Болеро»?

Да.

А туристическая часть осталась?

Конечно! Это душа. Мы как были компанией, которая с любовью и удовольствием организует сложные индивидуальные туры, так ею и остались. По поводу разнообразия предложений хочу сказать: если лет 10–12 тому назад мы работали по определенному перечню стран, а остальными старались не заниматься, то сейчас делаем абсолютно все. Сегодня туристический профессионал обязан быть универсалом.

Когда-то все такой подход критиковали, и вы тоже. Что изменилось?

Да, я тоже. Изменился темп. Все нужно делать оперативно, практически молниеносно. Блестяще. И еще: тогда у нас остро не хватало информации. Сейчас ее можно добыть за считанные минуты.

«Болеро-тур» занимается классическим оперейтингом, имеет круизное подразделение, работает в сфере MICE. Что приносит наибольший доход и выгоду?

Если рынок начнет хотя бы чуть адекватнее работать и эта тенденция сохранится, самой доходной частью будет все-таки индивидуальный туристический департамент. Эта сфера нестабильна, но если начинает работать, то дает наибольшую выгоду.

Какие маркетинговые инструменты вы используете? Скажем, бизнес-завтраки — это полезно или уже за кадром?

Это по-прежнему актуально, но не в таких количествах, как раньше. Если я устраиваю утреннее мероприятие и вывожу туда несколько мелких тем, которые агентам неинтересны, и поэтому они пришли просто плотно позавтракать — это одна история. Если же я пригласил агентства познакомиться с актуальным продуктом, поразмышлять вслух, подискутировать, а заодно и подкрепиться — это результативно.

А выставки?

На них я уже давно поставил жирный крест. Не работает — это раз. Безумно дорого — это два. И абсолютно не понимаешь, чего ты там достиг. Если от выставок и есть какой-то эффект, то длится он пять дней, не больше.

Что нужно делать туроператору сегодня, чтобы о нем помнили и на шестой день?

Мы переформатировали отдел продаж, и он пошел в народ, общаться с агентствами, объяснять, рассказывать, показывать. Когда современному человеку нужно на две ночи поехать в Цюрих, то он заходит на онлайн-сервис, бронирует гостиницу, авиабилеты и улетает. А когда надо организовать поездку, скажем, в Африку на сафари или качественный экскурсионный тур по Италии — это только с профессионалами.

Вы гоняетесь за новыми розничными партнерами?

Да, конечно, хотя это рискованно, потому что они в любую секунду могут исчезнуть. И новый закон уже крайними делает не агентства, за все эти истории отвечает оператор. Но мы все равно идем вширь.

Занимаетесь ли вы прямыми продажами?

Это дает хорошую прибыль. Я это дело очень люблю, но не конкурирую с собственными агентами. Никогда не нарушаю правил. Напрямую могу продать и больше, и дороже, но никак не дешевле.

Когда было интереснее всего работать?

После кризиса 1998 года. Лучший взлет начался в 1999-м и продолжался несколько лет. Золотое время для нашей компании. Я поймал волну. Удалось правильно оце-

нить ситуацию и выбрать востребованные направления — Китай, Тайвань, Гонконг. Участвовал в создании «Китайского клуба». До сих пор помню, что самую первую группу — она состояла из 11 человек — мы отправили на Тайвань.

Почему туризм стал профессией и что было до него?

Это долгая история. Я по первой профессии музыкант, активно и успешно гастролировавший профессионал. Окончил консерваторию как кларнетист-саксофонист. Почему туризм? В 1995 году, оказавшись в Москве, я попал в сложную, практически безвыходную ситуацию. Все решила случайная встреча. Меня взяли в одну очень известную и мной до сих пор любимую компанию курьером. Я и сейчас благодарю человека, который руководит ею. Через несколько лет я уже смог открыть «Болеро Тур» и предложить туристам окунуться в музыку странствий. Название — дань моей прошлой жизни.

Есть ли цели, которые остались нереализованными?

В профессиональном плане — очень много. Мы двигаемся вперед, ставим задачи, стараемся их выполнять. Если не удастся, то это остается целью. Но в плане масштабов бизнеса не намерен развиваться ни в коем случае. Хочется сохранить то, что есть. В личностном смысле я так и остался не до конца реализованным музыкантом.

Предпочтительные места отдыха?

По-настоящему отдыхаю только дома, в Армении.

Вы берете в руки кларнет или саксофон, когда есть свободное время?

К сожалению, нет. Я не могу взять саксофон и играть для своего удовольствия — только для того, кто слушает. И всегда это было экзаменом для меня. Это большая ответственность. Надо играть очень хорошо или просто не играть. Я сейчас профессиональный слушатель.

Контрольный аккорд: как часто звучит в вашей душе «Болеро»?

Это музыкальное произведение для меня — олицетворение глубокой философии. «Болеро» начинают барабаны — так стучит человеческое сердце. Если мы развиваемся подобно теме этой симфонической сюиты, значит, наша жизнь интересна и что-то из себя представляет. Если этого не случается — мы живем монотонно, непонятно, в дне сурка. «Болеро» для меня — вдохновляющий флаг. **ПБ**



Беседовал
Геннадий Габриэлян



Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академию издательского дома «Турбизнес» принимают без экзаменов.
Занятия проходят на «факультетах»:
«Израиль», «Маврикий», «Саксония», «Штутгарт и земля Баден-Вюртемберг».

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов.
Для этого надо либо зайти на сайт www.tourbus.ru в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление, либо зарегистрироваться на любом из «факультетов» по их веб-адресам.

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

Желаем успеха!



ИЗРАИЛЬ

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

www.israel-learning.ru

Министерство туризма Израиля создало новый туристический продукт, в рамках которого в течение одной поездки можно последовательно гостить в обоих городах. При покупке тура турист получает бонусы общей стоимостью до 100 евро.



ШТУТГАРТ И ЗЕМЛЯ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

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

www.stuttgart-swgermany.ru

В названии земли Баден-Вюртемберг в слове «Баден» (в пер. с нем. – «купаться») «зашифрован» ее курортный характер. По количеству термальных источников этот регион Германии находится на первом месте. Здесь свыше 60 курортов.

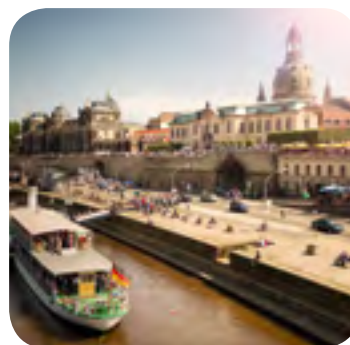


МАВРИКИЙ

Онлайн-академия «Маврикий» недавно была обновлена. В структуру добавлен визуальный ряд. Программа построена так, чтобы изучать материал было интересно, а ориентироваться — легко. Если студент неправильно ответит на один из вопросов, система подскажет, где была допущена ошибка. Турагенты, окончившие онлайн-академию, получают сертификат «Дипломированного специалиста по Маврикию».

www.mauritius-learning.ru

На Маврикии запрещено строительство новых гостиниц. Разрешены только реновация, реконструкция и строительство новых отелей на базе старых. Работы проводятся постоянно, благодаря чему гостиничный фонд поддерживается в отличном состоянии.



САКСОНИЯ

Главный приз онлайн-академии Саксонии — поездка в этот замечательный немецкий регион. Чтобы стать его обладателем, необходимо внимательно изучить все тематические курсы, которые теперь снабжены видеороликами, и выиграть лотерею. Учебный материал представлен в основном и факультативном видах.

www.saxony-learning.ru

В музыкальном Fratus Museum в городке Маркнойкирхен выставлено более 200 экспонатов: скрипки, гитары, усилители. Особенно хорошо представлены 1960–1970-е годы. На гитарах «Фрамуз» играли Элвис Пресли, Пол Маккартни, Ричи Блэкмор...



Блокада Qatar Airways

Катарская авиакомпания вынужденно приостановила полеты в четыре страны Ближнего Востока, но продолжает расширять маршрутную сеть.

В начале июня Объединенные Арабские Эмираты, Бахрейн, Египет, Саудовская Аравия, Йемен, Мальдивские острова, Маврикий и власти восточной части Ливии объявили о разрыве дипломатических отношений с Катаром, обвинив его в поддержке мусульманских экстремистов. Ряд из этих стран заявили о приостановке авиационного и морского сообщения с Катаром, а также о запрете на использование воздушного пространства самолетами Qatar Airways.

Однако все рейсы авиакомпании Qatar Airways, за исключением приостановленных полетов в Саудовскую Аравию,

ОАЭ, Египет и Бахрейн, выполняются по расписанию. Более того, в ближайшее время маршрутная сеть перевозчика продолжит расширяться, будут начаты полеты в Ниццу и Скопье.

Российские туроператоры не видят большой проблемы в случившемся и отмечают, что Qatar Airways пользуется хорошим спросом у туристов, направляющихся на островной отдых по дальнемагистральным направлениям. «Qatar Airways просто не будет летать в страны, которые разорвали с Катаром дипломатические отношения. Стоит признать, что тот же Бахрейн не так востребован у российских туристов, а в Доху перевозчик летит через Иран», — говорит Арам Антонян, генеральный директор компании «Болеро Тур». «Российским туристам интересна Qatar Airways прежде всего для полетов в Юго-Восточную Азию, а здесь никаких изменений не произойдет», — констатирует Софья Рисова, генеральный директор компании «Флейм тревел». — Перевозчик предлагает привлекательные тарифы и хорошие стыковки».

Как будет развиваться мировой авиарынок

Современные тренды в индустрии авиаперевозок: комплексный подход.

Согласно исследованию, проведенному Лондонской школой экономики по инициативе компании Amadeus, основным движущим фактором развития отрасли остается конкуренция с низкобюджетными перевозчиками. Развитие сегмента лоукостеров способствовало изменению привычных представлений о составе услуг, предоставляемых авиакомпаниями.

По мнению экспертов, дифференциация пакетов услуг, предоставляемых «обычными» авиаперевозчиками, станет основным трендом развития отрасли на ближайшее десятилетие. С большой долей вероятности авиакомпании будут внедрять расширенную линейку тарифов для различных групп путешественников, а также предоставлять больше дополнительных услуг и заниматься комплексной организацией путешествий, предлагая своим клиентам вместе с билетом забронировать отель, арендовать машину, получить возможность приоритетного прохождения предполетного досмотра и оплатить длительную парковку своей машины в аэропорту.

Традиционные авиаперевозчики с сильными брендами, скорее всего, будут развивать прямые продажи внутри своих стран. С другой стороны, по оценкам многих турагентов и операторов GDS, сложность процесса дифференциации предложений, напротив, вынудит авиакомпании использовать посредников для реализации комплексных продуктов. Растущая сложность предлагаемых продуктов и услуг открывает новые возможности для GDS и других агрегаторов.



10 млрд рублей

Такие убытки понесли российские авиакомпании в 2016 году. Это на 1,5 млрд больше, чем в 2015 году. По словам президента Ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта Владимира Тасуна, основной убыток в 33 млрд рублей авиакомпании получили на внутренних рейсах.



30-е место

занял «Аэрофлот» в рейтинге 100 лучших авиакомпаний по версии компании Skytrax. В прошлом году российский перевозчик занимал 40-ю позицию, при этом в рейтинге десяти лучших восточноевропейских компаний «Аэрофлот» занимает первую позицию. Авиакомпания S7 Airlines заняла в сотне лучших 95-е место в списке.

ТОП-10

лучших авиакомпаний мира

- 1 Qatar Airways, Катар
- 2 Singapore Airlines, Сингапур
- 3 ANA (All Nippon Airways), Япония

- 4 Emirates, ОАЭ
- 5 Cathay Pacific, Гонконг
- 6 EVA Air, Тайвань
- 7 Lufthansa, Германия
- 8 Etihad Airways, ОАЭ
- 9 Hainan Airlines, Китай
- 10 Garuda Indonesia, Индонезия

Источник: консалтинговая компания Skytrax

ОДЫХ
LEISURE

**23-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

19–21 СЕНТЯБРЯ, 2017

МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

М ВЫСТАВОЧНАЯ



**ПЛАНИРУЕМ ЛЕТО
ОСЕНЬЮ!**

We



Leisure

0+
Реклама

ОДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ

Home of Tourism

www.tourismexpo.ru

E-mail: violetta@euroexpo.ru | Тел.: +7 (495) 925 65 61/62

ОДЫХ
MICE

13-я Международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям

ОДЫХ
LUXURY

13-я Международная выставка эксклюзивного туризма

ОДЫХ
SPA & HEALTH

13-я Международная экспозиция по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму

ОДЫХ
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная экспозиция Travel Technology

При поддержке



Под патронатом

Организатор:

МОСКВА, РОССИЯ
ЕВРОЭКСПО



Отель-партнер:



Партнер деловой программы:



Курс на Европу

Авиакомпания «ЮТэйр» связала Москву с Берлином и Веной.

Перевозчик начал ежедневные регулярные рейсы из Москвы в Берлин и Вену. Полеты осуществляются из московского Внуково в аэропорты Тегель и Швехат. Минимальная цена билета в одну сторону составляет на этих рейсах 5903 рублей без сдаваемого багажа и 7488 рублей с багажом.

Эксперты рынка позитивно воспринимают появление дополнительной перевозки на направлениях. Александр Турченко, генеральный директор компании «Чайка-Тур», отмечает, что сейчас Москву и Берлин связывают только «Аэрофлот» и S7, поэтому рейсы «ЮТэйр» будут востребованы. «Немецкая столица — второе по популярности направление у туристов после Мюнхена», — констатирует эксперт.

В Швецию по-новому

«Сингапурские авиалинии» стали летать из Москвы в Стокгольм.

Авиакомпания Singapore Airlines открыла регулярное авиасообщение по маршруту Сингапур — Москва — Стокгольм. Новые рейсы выполняются из аэропорта Домодедово ежедневно, кроме среды и воскресенья.

Стокгольм — второй после Копенгагена город Скандинавии, куда отправляются рейсы Singapore Airlines, и второе после Сингапура направление, на котором авиакомпания осуществляет прямые рейсы из Москвы. Ранее перевозчик осуществлял перелет через российскую столицу по маршруту Сингапур — Москва — Хьюстон. Теперь сингапурский рейс «продлили» до шведской столицы.

Российский «суперлайнер» МС-21 совершил свой первый полет 28 мая этого года. По прогнозам Минпромторга, за 20 лет будет произведено около тысячи самолетов этого типа.



Еще одна «Победа»?

В России может появиться еще один лоукостер.

Авиакомпания «Победа» — единственный на сегодняшний день лоукост-перевозчик в России — в ближайшем будущем может столкнуться с реальной конкуренцией. Российские финансовые инвесторы рассматривают возможность создания в стране еще одной низкобюджетной авиакомпании. Как сообщила газета «Коммерсантъ», консультации по этому поводу шли с малайзийской Air Asia, венгерской Wizz Air, турецкой Pegasus.

Новый перевозчик, скорее всего, будет создаваться на базе российской авиакомпании, уже имеющей сертификат эксплуатанта, обсуждается организация его рейсов из крупных региональных аэропортов.

По мнению экспертов рынка, ситуация в сегменте лоукост-перевозок в России не изменилась: по большому счету их просто нет. Авиакомпания «Победа», которая по своему статусу должна летать из Жуковского, этого не делает. Появление новой низкобюджетной авиакомпании с низкими тарифами пошло бы отрасли на пользу.

Из Жуковского — в Рим

Подмосковный аэропорт «приобрел» еще одно направление.

Авиакомпания «Уральские авиалинии» открыла новый рейс в Рим из подмосковного аэропорта Жуковский. Полеты в итальянскую столицу стартовали 7 июля, рейсы выполняются по пятницам. Минимальная стоимость перелета в одну сторону — 180 евро. По информации АТОР, оператор РАС Group уже взял блок мест на новом рейсе.

В то же время игроки рынка сомневаются в успехе новой полетной программы. «Не совсем понятно, на что рассчитывают «Уральские авиалинии», предлагая перелеты из Жуковского по ценам, которые на 15–20 евро отличаются от тарифов «Аэрофлота», — говорит Елена Герасимова, менеджер по направлению Италия компании «Ванд».





Высший класс

Выдающийся сервис на борту — визитная карточка Korean Air. Этой весной национальный авиаперевозчик Южной Кореи пополнил свой парк первым Boeing 787 Dreamliner, где представлены обновленные классы обслуживания.

Кorean Air стал первым эксплуатантом дальнемагистрального лайнера нового поколения Boeing 787 Dreamliner в Южной Корее. В каждом Boeing 787 располагается 269 кресел: шесть элитных кают Kosmo Suites находятся в первом классе, 18 комфортабельных коконов — в престиж-классе и 245 эргономичных кресел — в экономклассе.

Boeing 787 зарекомендовал себя как представитель более экологичного поколения воздушных судов. Благодаря использованию композитных материалов он расходует на 20% меньше топлива и производит на 20% меньше выбросов в атмосферу, чем его предшественники. Dreamliner Korean Air обеспечивает пассажирам качественно новый комфорт перелета: в салоне более влажный, чем обычно в самолетах, воздух, выше потолки, намного больше иллюминаторы, а система внутреннего освещения работает в пяти режимах — взлет, обед, закат/рассвет, сон и посадка.

Пассажир первого и престиж-класса получает индивидуальное пространство длиной

190 см. Для того чтобы выйти из каюты, нет необходимости тревожить соседей. Широкие кресла оборудованы розеткой электропитания, USB-портом, большими мониторами. Много места для гаджетов, с которыми не расстаются современные путешественники. Шаг между креслами в экономклассе, каждое из которых оснащено индивидуальной системой развлечений, — 86 см.

До конца года в парк Korean Air поступят пять Boeing 787, к 2019 году флот авиакомпании увеличится еще на пять лайнеров. Вместе с новым флагманом в авиапарке корейского нацперевозчика насчитывается 175 современных самолетов, среди которых — легендарные по своим размерам и оснащению лайнеры A380.

Первые A380 были введены в эксплуатацию в 2011 году. Их салон — самый просторный среди салонов A380 других авиакомпаний. В трех классах обслуживания 407 кресел. В каждом лайнере A380 авиакомпании Korean Air расположены три бара и лаунж-зоны, а также первая в мире бортовая витрина Duty Free. **ТБ**

ВОРОТА В АЗИЮ

Международные перелеты Korean Air выполняются из сеульского аэропорта Инчхон, лучшего транзитного аэропорта мира 2016 года по версии премии Skytrax World Airline Awards. На территории аэропорта находятся гольф-поле, музей корейской культуры и галерея традиционного искусства. В ожидании трансферного рейса пассажиры Korean Air могут отправиться на одну из бесплатных экскурсий по Южной Корее.

- 1 Бортовая витрина Duty Free на лайнере A380
- 2 Элитные каюты Kosmo Suites в первом классе обслуживания
- 3 Престиж-класс Boeing 787 Dreamliner



All inclusive по правилам и без

Губернатор Краснодарского края Вениамин Кондратьев предложил ввести российский стандарт системы all inclusive, закрепив законодательно «минимальный обязательный набор услуг», который в него войдет. Губернатор уточнил, что Краснодарский край готов выйти с такой инициативой на федеральный уровень и пояснил, что сейчас этот стандарт каждый отельер «понимает по-своему».

Система all inclusive существует с середины прошлого века. Ее придумал основатель сети Club Med Жерар Блитц и первоначально внедрил на курортах Карибских островов. Тогда услуга предполагала в первую очередь неограниченное количество элитного алкоголя для клиентов. Формат начал набирать популярность и впоследствии стал особенно интенсивно развиваться в Турции.

All inclusive востребован на курортных направлениях, но единого стандарта, что именно предлагать клиенту, не существует. «Наполнение» услуги каждый отель определяет для себя сам.

В России, как говорят и чиновники, и игроки рынка, all inclusive набирает обороты. Как рассказал министр курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края Христофор Константинопольский, сейчас «все включено» действует в 25 гостиницах края — на курортах Сочи, Анапы, Геленджика. При этом в регионе для отельеров подготовили методические рекомендации «Все включено»

и «Ультра все включено», которые намерены внедрить, начиная с текущего сезона.

Одна из гостиниц, запустивших у себя эту систему с 1 июня этого года, — Rixos Krasnaya Polyana Sochi. All inclusive в гостинице включает питание (завтрак, обед и ужин по типу «шведский стол», а также утренний и послеобеденный кофе-брейки), широкий выбор напитков алкогольных и безалкогольных, посещение спа-комплекса, бассейна, сауны, хаммама, услуги детского клуба.

По данным регионального отделения РСТ в Крыму и Севастополе, на полуострове по системе all inclusive работает более половины четырех- и пятизвездочных отелей, а также 15% трехзвездочных. По словам Бориса Зелинского, президента группы компаний «Кандагар», такую услугу следует внедрять более активно, так как она востребована туристами.

В целом за последние пять лет число российских отелей и гостиничных сетей, где применяется система all inclusive, выросло примерно до 10%, сообщает заместитель главы Ростуризма Сергей Корнеев. **ТБ**



ЕЛЕНА МОСИЙЧУК

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР «AZIMUT ОТЕЛЬ МУРМАНСК»

Из высказывания властей Кубани можно сделать вывод, что у них есть намерение не столько прописать стандарт системы или режима питания в отеле, сколько определить общий пул услуг, который должен получить гость в отеле с системой «все включено». Введение дополнительного стандарта системы «все включено» для тех услуг, которые никак не связаны с питанием, окажется по факту очередным нелегким испытанием для добросовестных отельеров. Каждое средство размещения предлагает индивидуальный набор услуг, зависящий от местоположения, специ-

фики направления деятельности (бизнес-отель, курортный отель, санаторий, горнолыжный отель) и сезонности, и подгонять всех под единую шкалу не имеет смысла. Эти особенности рынка необходимо учитывать при разработке любого стандарта.

Если речь идет о формировании стандарта режима питания по системе «все включено», в этом есть смысл, если будут прописаны минимальные требования. Российский вариант all inclusive может включать завтрак, обед и ужин с промежуточным питанием, анимацией, но без алкоголя, опять же из-за разнообразия типов отелей в РФ. Если минимальный набор требований будет разным для отелей разных направлений, то для курортных гостиниц можно включить наличие пляжа и бесплатный трансфер к нему в случае удаленного расположения.

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

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

КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ОСЕНЬ 2017

СЕНТЯБРЬ 11–15	НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → ТОЛЬЯТТИ → УЛЬЯНОВСК → САРАТОВ → АСТРАХАНЬ
СЕНТЯБРЬ 25–29	ПЯТИГОРСК → СТАВРОПОЛЬ → КРАСНОДАР * → РОСТОВ-НА-ДОНУ * → ВОЛГОГРАД
02–06 ОКТЯБРЬ	ОРЕНБУРГ → УФА → САМАРА * → КАЗАНЬ * → Н.НОВГОРОД
09–13 ОКТЯБРЬ	ПЕРМЬ → ЕКАТЕРИНБУРГ * → ЧЕЛЯБИНСК → ТЮМЕНЬ → СУРГУТ
17 ОКТЯБРЬ	МОСКВА «Снежный Калейдоскоп»
19 ОКТЯБРЬ	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
20 ОКТЯБРЬ	КАЛИНИНГРАД
24–27 ОКТЯБРЬ	ЯРОСЛАВЛЬ NEW → ВЛАДИМИР NEW → РЯЗАНЬ NEW → ТУЛА NEW
24 ОКТЯБРЬ	МИНСК
НОЯБРЬ 01–02	АЛМАТЫ* → АСТАНА
НОЯБРЬ 09	ТАШКЕНТ
НОЯБРЬ 15–17	БАКУ → ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН

* – WORKSHOP ПРОХОДИТ В ФОРМАТЕ «НАЗНАЧЕННЫЕ ВСТРЕЧИ + СВОБОДНЫЕ ВСТРЕЧИ»

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ

И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: 19 000 руб. (1 город)

СНГ: 30 000 руб. (1 город)

МОСКВА: 30 000 руб.

для российских компаний.

В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

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

ИСПАНИЯ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

Россия:

20 мин. – 6 000 руб.,
30 мин. – 9 000 руб.,
40 мин. – 12 000 руб.

СНГ, Москва:

20 мин. – 8 000 руб.,
30 мин. – 12 000 руб.,
40 мин. – 16 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop – от 14 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 53 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 8 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 15 000 руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 9 000 руб.)
- заочное участие в workshop (Россия 9 500 руб., СНГ 15 000 руб.)
- организацию индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций для компаний в городах России и СНГ различной сложности.

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

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

- Возможно незначительное изменение в порядке городов и датах проведения.

- Скидки на участие предоставляются индивидуально, в зависимости от количества забронированных городов.

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

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

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

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

Людмила Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru
Кристина Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru
Виктория Лерова / perova@tb-workshop.ru
Елена Архипова / e.arhipova@tb-workshop.ru
Илья Плясунов / i.plyasunov@tb-workshop.ru



Привычка к онлайн

Что сегодня представляет собой онлайн-трэвел-рынок и какие изменения происходят в его сегментах, рассказали участники второй ежегодной конференции TRAVELHUB.

ТЕКСТ
СОФЬЯ
КОНСТАНТИНОВА

НА ВЫЛЕТ

Российский рынок авиаперевозок выходит из кризиса. Пережив уход «Трансаэро» в 2015 году и запрет на полеты в Турцию с конца 2015 года по начало лета 2016 года, отрасль постепенно восстанавливается. С января по апрель этого года российские авиакомпании перевезли 27,1 млн пассажиров, что на 20,8% больше показателя за аналогичный период прошлого года. По оценкам экспертов, при сохранении нынешних темпов роста в этом году авиарынок может достичь пассажиропотока в 100 млн человек.

По статистике исследовательского агентства Data Insight, билеты на самолет занимают 55% всех туристических услуг, продающихся в интернете. Эта доля практически не меняется на протяжении последних нескольких лет. Однако здесь есть особенность: в авиасегменте активнее всего растут прямые продажи авиакомпаний. Например, группа «Аэрофлот» нарастила долю прямых продаж с 25% в 2015 году до 30% в 2016 году. Доля онлайн-продаж у S7 в 2015 году уже достигала 30%, а в минувшем году превысила 35%.

Эта тенденция ухудшает экономику онлайн-трэвел-агентств. «Уже пятый год подряд в ОТА снижается средний чек на авиабилеты, в первую очередь продаются безбагажные тарифы», — сказал Дмитрий Яковлев, генеральный директор OZON Travel. При этом эксперт отметил, что российские перевозчики, активно развивающие гибридные бизнес-модели, все равно нуждаются в агентствах и не смогут продавать 70–80% билетов напрямую, как это делают лоукостеры.

ДОСТИГНУТЬ ПАРИТЕТА

На протяжении последних семи лет количество пассажиров, выбирающих железнодорожный вид транспорта, сокращалось. Отрицательную динамику Максим Казанов, директор по инвестициям компании

UFS, объясняет ростом благосостояния населения и гибкой коммерческой политикой авиакомпаний. Другими словами, россиянам стало выгоднее летать на самолетах, а не ездить на поездах.

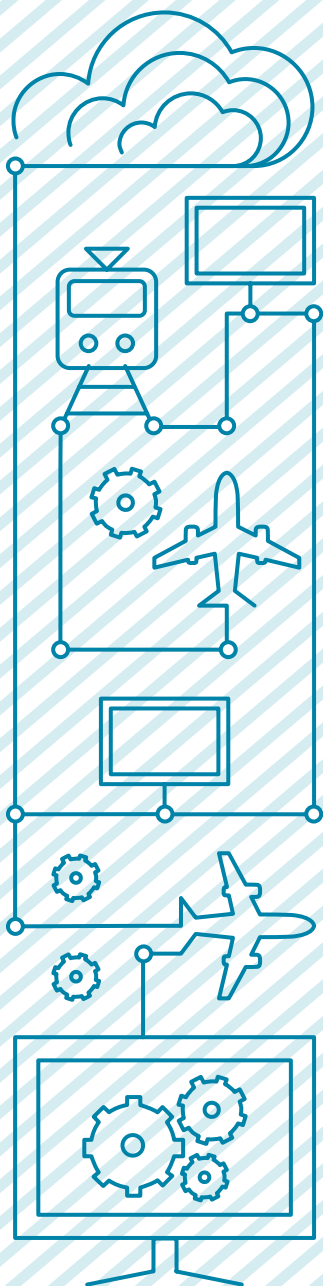
Однако с 2016 года железнодорожный сегмент рынка начал расти. В минувшем году РЖД перевезли 101,4 млн пассажиров, что на 4% больше, чем годом ранее.

Год от года РЖД наращивают долю электронных продаж: в 2016 году она достигла 40%. В UFS считают, что к 2020 году доля онлайн еще вырастет, однако весомым останется и процент офлайн-продаж. Согласно прогнозу компании, продажи через мобильные устройства увеличатся с 3% до 10%, онлайн-продажи турагентств — с 4% до 5%, продажи через сайт РЖД — с 29% до 35%, но 46% билетов на поезда будут по-прежнему продаваться в кассах вокзалов и через терминалы самообслуживания.

«ПАКЕТЫ» РАСТУТ

Продажи турпакетов в интернете на сегодняшний день, по статистике Data Insight, занимают 3%. Константин Победкин, генеральный директор компании OnlineTours, признает, что проникновение онлайн в этом сегменте одно из самых низких, но, по его оценке, доля турпакетов, реализующихся в интернете, в два раза выше. По оценке эксперта, порядка 2,5% туров в сети продается через онлайн-сервисы, еще 3,5% — через сайты туроператоров. Речь о таких игроках рынка, как «TUI Россия», ANEX Tour, «Пегас Туристик» и «Библио Глобус».

Эксперт уверен: пакетные туры по массовым пляжным направлениям в среднем в полтора-два раза дешевле, чем самостоятельная организация отдыха там же. Константин Победкин прогнозирует, что в 2017 году пакетными турами в России воспользуются не менее 8 млн человек, а объем рынка пакетных туров в России может достичь 280 млрд рублей, продемонстрировав рост на 60% по сравнению с 2016 годом. **ТБ**



БОТ В ПОМОЩЬ

Тренд последнего времени — чат-боты. Роботы-консультанты общаются с клиентами в мессенджерах и стремятся стать незаменимыми помощниками в организации путешествий. Есть мнение, что в ближайшей перспективе боты заменят мобильные приложения, а в далекой — турагентов. Пока же они используются как средство для повышения лояльности пользователей.

ПОЛЕТ БЕЗ ЗАБОТ

«Связной Трэвел» первым в России запустил русскоязычного бота в Facebook Messenger. AviaBot понимает разговорную речь, преобразует ее в поисковый запрос и предлагает в ответ варианты перелетов. После получения результатов поиска пользователь может сразу перейти к бронированию и оплате подходящего авиабилета.

В новой версии AviaBot научится оформлять возврат и обмен авиабилета и отвечать на часто задаваемые вопросы, а также будет выдавать контактные данные авиакомпании. Чат-боты есть и у других онлайн-сервисов. @AviaSalesOfficialBot в Telegram поможет узнать стоимость билетов по интересующему маршруту буквально за пару секунд. Для быстрого поиска перелетов можно воспользоваться и @OneTwoTrip_bot.

ВОВРЕМЯ НА САМОЛЕТ

Шереметьево создал официального бота аэропорта в мессенджере Telegram. После ввода города назначения @Sheremetyevo_bot сможет максимально оперативно предоставить список рейсов на вылет и прилет на ближайшие шесть часов. Помимо номера рейса в сообщении указываются авиакомпания, терминал обслуживания, время вылета или прилета и статус рейса.

С ПОМОЩНИКОМ ПО ПУТИ

Бот от UFS.Travel подойдет тем, кто хочет купить билет на поезд за несколько минут. В ответ на команды пользователя онлайн-помощник расскажет о доступных направлениях, свободных местах, стоимости и времени интересующих рейсов. После этого он продаст билет в самом мессенджере, без переходов на сайт компании. Оплаченный билет бот сохранит в переписке в формате PDF, а также вышлет его по e-mail.



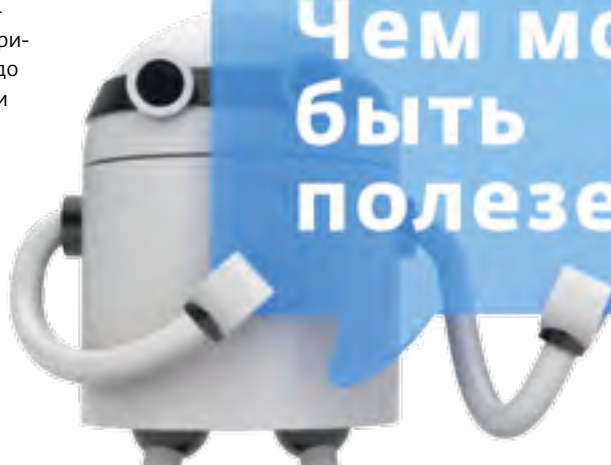
АНДРЕЙ ОСИНЦЕВ
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР
«СВЯЗНОЙ ТРЭВЕЛ»

Чат-бот — это полноценный бизнес-инструмент, однако на данном этапе он в большей степени «отвечает» за обслуживание клиентов и за повышение лояльности пользователей, а не за продажи. Тем не менее боты помогают продавать, предоставляя удобные для клиентов инструменты взаимодействия с онлайн-агентствами. Если пользователю удобно взаимодействовать с компанией через Facebook и у него есть положительный опыт «общения» с ботом, то впоследствии он может стать клиентом, который будет использовать приложение сервиса, сайт и другие каналы. Что касается лояльности, то для многих самостоятельных путешественников наличие «фана» в приложении или боте — важный фактор выбора именно этого сервиса.

60%

россиян, согласно исследованию Mobile Travel Report от KAYAK.ru, знает, что такое чат-боты. Большую осведомленность демонстрирует молодежь в возрасте от 18 до 24 (85%). 71% опрошенных успели ими воспользоваться. Примечательно, что россияне более осведомлены о том, что собой представляют чат-боты, чем европейцы. К примеру, всего 22% респондентов из Германии ответили утвердительно на вопрос о ботах.

Чем могу
быть
полезен?



Дороже золота?

Символично, что разработка нового брендового российского туристического маршрута «Серебряное ожерелье» завершается в то время, когда отмечается 50-летие первого из таких маршрутов — «Золотого кольца России». Смогут ли «новые» сокровища заменить «старые»?

ТЕКСТ
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



СЕРГЕЙ РОМАШКИН
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ТУРОПЕРАТОРА «ДЕЛЬФИН»

Мне кажется, что «Серебряное ожерелье» — понятие несколько искусственное и в маркетинговом, и в логистическом плане, то есть вести речь о сформированном бренде пока преждевременно. Идея сыровата. Понятно, что напрашивается ассоциация с «Золотым кольцом России». Но тот маршрут был более компактен и отчетлив по своему смысловому наполнению. В «Серебряном кольце» единой темы нет, «ожерелье» распадается на разные тематические куски. Например, Санкт-Петербург логично объединять с Царским Селом, Павловском, Гатчиной, Петергофом, но не с Волховом. Так что маркетинговые и брендовые аналогии тут просто не работают. Что делать? Возможно, для начала раздробить «маршрутов громадь» на более мелкие, зато связанные и по смыслу, и по логистике фрагменты, и именно их продвигать на туристический рынок, отрабатывая, в частности, межрегиональное взаимодействие. Тогда на формирование комплексного маршрута уйдет, скажем, двадцать лет.

«Золотое кольцо» создавалось в 60-е годы со всеми присущими советскому туризму той поры чертами: преимущественно государственной оплатой путевок и огромными организованными группами. Тематика экскурсий была ориентирована главным образом на историю Древней Руси.

«Серебряное ожерелье», в пределах которого находится большая часть памятников нашей страны, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, создается в иных условиях. Россияне больше путешествуют самостоятельно, а власть осознала, что для развития туризма нужно заниматься всем, вплоть до обустройства теплых туалетов.

Наступило время расширения тематики туристских программ: от паломнических до экстремальных, от историко-промышленных до гастрономических. Эпоха внимания к малым населенным пунктам, малым природным объектам, малым народам.

Суть «Серебряного ожерелья» — в создании туристического кластера, охватывающего всю его территорию. Для начала планируется запустить единый интернет-портал.

Иначе говоря, все это — очередная попытка организации широкомасштабного межрегионального взаимодействия в туризме.

Надежду на успех отчасти дает то, что создание маршрута осуществляется в пределах 11 областей одного — Северо-Западного — административного округа. При этом, как утверждает заместитель министра культуры РФ Алла Манилова, речь идет не о том, чтобы «замкнуть» Северо-Запад в единый туристский маршрут, а о том, чтобы создать под единым брендом «Серебряное ожерелье» каталог маршрутов. Например, «Петровские города» (Санкт-Петербург, Шлиссельбург, Петрозаводск, Архангельск, Вологда) или «Путешествие в Древнюю Русь» (Великий Новгород, Старая Ладога, Олонец, Белозерск, Кириллов).

Но сомнений у турбизнеса хватает. Расстояния между объектами, включаемыми в «Серебряное ожерелье», измеряются сотнями километров. Количество и качество дорог в регионе за последние полвека мало изменились. Поэтому многие туроператоры по внутреннему туризму испытывают скепсис относительно перспектив нового кольца. По их мнению, маршрутов как таковых — то есть тех, что были бы готовы для продажи клиенту, пока нет. **ТЕ**



МАКСИМ ОДИНЦОВ

Начальник управления информации и общественных связей администрации Вологды

Создание «Серебряного ожерелья» имеет две цели. Первая — чисто имиджевая. И в масштабах России вообще и в Северо-Западном регионе в частности давно ощущалась необходимость в появлении большого межрегионального проекта, своего рода зонтичного бренда. Его предназначение — объединить все виды туризма, которые можно развивать на территории СЗАО — от пляжного в Калининградской области до экстремального в Мурманской области и Ненецком АО. Вторая цель — чисто практическая. То есть непосредственное создание самых разнообразных тематических маршрутов, которые сегодня уже находятся в предпродажном состоянии — реестры маршрутов и туроператоров уже составлены. Санкт-Петербург станет для «Серебряного кольца» главным транспортным хабом. Для меня как для жителя неформальной столицы «Серебряного ожерелья» очень важно, что на более высокий уровень выйдут и те маршруты, которые давно знакомы туристам, как, например, в Кириллов, Великий Устюг и Белозерск, и те, что пока не так популярны — в Череповец, Вытегру и Устюжну, и туристическая «целина» — села Усть-Печеньга и Пожарище.

Серебряное ожерелье России



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Входная «триумфальная арка» маршрута. «Он был рожден имперской стать столицей, В нем этим смыслом все напоено, И он с иною ролью примириться Не может. И не сможет все равно». Город в туристических рекомендациях не нуждается.



ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Здесь можно увидеть рыцарские замки — в Выборге, древние крепости — в Копорье, дворянские гнезда — в Приютино, таинственные парки — в Монрепо, вспомнить героические страницы минувшей войны — на легендарной «Дороге жизни».



РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ

«Остроконечных елей ресницы над голубыми глазами озер» — это из песни о Карелии. Здесь расположен самый старый русский курорт, Марциальные воды. И созданные далекими предками рукотворные чудеса — кто не знает Кижей?



АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна молчаливых, несчетных и закалившихся в условиях экстремального климата людей — поморов. Здесь можно не только познакомиться с их культурой, но и прокатиться на колесном пароходе, построенном в начале прошлого века.



ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Северной Фиваидой звали когда-то эти места — за основанные древними подвижниками уединенные обители, славные художественными сокровищами. Сегодня подвижников сменил другой почтенный старец — Дед Мороз.



КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Янтарный край соединил в себе памятники русской и немецкой культур. Здесь самые западные наши курорты, заповедная Куршская коса с танцующим лесом, Музей мирового океана, форты, кирхи и променады, могила Иммануила Канта и памятник барону Мюнхгаузену

МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Легендарная Лапландия, где, по преданию, год делится на один бесконечный день и одну бесприсветную ночь. Край полярных сияний, первородной тундры, «королевских» рыбалок и единственной в России деревни, целиком построенной из снега и льда. И при этом — обетованная земля для любителей горных лыж.



НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

«Где Россия, там и Новгород!» — не без гордости говорили когда-то о себе не знавшие татарской плети вольные граждане города на Волхове. Единственный в городе золотой купол святой Софии по-прежнему отражается в его водах, а голос вечного колокола доныне слышен в перезвоне валдайских колокольчиков.



ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

«Меньшой брат» Великого Новгорода — последняя вечерая республика. Не только защищала страну с запада, но и давала приют многим знаменитым изгнанникам — от литовского князя Довмонта до Александра Сергеевича Пушкина.



РЕСПУБЛИКА КОМИ

Нигде нет такого количества колдунов, как в зырянском крае, говорили в старину. А где колдуны — там и чудеса. «Семь столбов» на плато Маньпупунёр. Первые добытые в России серебро и золото. Самые большие в Европе заповедник, национальный парк и болото. Единственная в России шахта, где добывают нефть. И многое другое.



НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ

Здесь, в самой малонаселенной части России, можно при лютном морозе искупаться в термальном источнике, посетить созданный самой природой Каменный город, увидеть города-призраки — Амдерму и Пустозёрск и высадиться на колдовском острове Вайгач.





Быстрее, выше, веселее!

Мальта — одно из лучших мест Средиземноморья для активного отдыха круглый год. Здесь можно заниматься не только дайвингом, но и рыбалкой, парусным спортом, скалолазанием, парапланеризмом, вейкбордингом, пулевой стрельбой и стрельбой из лука, легкой атлетикой, теннисом, сквошем, отправиться на джип-сафари или исследовать тайные уголки островов на двухколесном транспорте. Наконец, любители испытать себя в чем-то новом могут поиграть в «шары» — это традиционное мальтийское развлечение для серьезных мужчин.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДР
ПОПОВ

НАЦИОНАЛЬНЫЕ РЕКОРДЫ

В августе 1999 года на Мальте состоялся самый долгий волейбольный матч. Он длился 220 часов. Первым мальтийцем, имя которого было вписано в Книгу Гиннеса, стал в 1980 году Альберт Риззо. Он совершил заплыв продолжительностью 72 часа.

Мальтийские вертикали. Казалось бы, Мальта с ее равнинными пейзажами мало подходит для альпинизма. Но и здесь есть

интересные для покорения высоты. Это обрывистые береговые утесы, с которых к тому же открываются потрясающие виды на прибрежную полосу и морские просторы. К примеру, в районе деревушки Дингли, известной своими живописными скалами. А поднявшись на скалы в районе Меллиха-Бей, понимаешь, что это, может быть, лучшее место в мире для параглайдинга и парапланеризма.

Экотуризм на Мальте набирает все большую популярность — это и пешеходные прогулки, и поездки на велосипедах,

и наблюдение за птицами, даже парусный спорт, но самое интересное — погружение в местную природу и традиции, когда, например, можно провести день на ферме, поработать по хозяйству, принять участие в приготовлении сыра, выпечке хлеба или сборе винограда.

И, конечно, отведать натуральных фермерских продуктов. К слову, домашнее мальтийское вино обладает приятным «крестьянским» вкусом, бутылка стоит несколько евро. Программы «зеленого» туризма предлагаются во многих мальтийских деревнях. Ряд туристических мест на Мальте, включая отели, имеет сертификат экологической безопасности.

К активному «экологичному» отдыху относятся и сегвей-туры. Бесшумные оригинальные двухколесные аппараты словно



специально придуманы для Мальты с ее небольшими расстояниями. Особенно удобны сегвеи для поездок по мальтийским проселочным дорогам.

Fishing Mania. Лучшее время для рыбалки на Мальте — с апреля по ноябрь. Можно поймать голубого тунца, рыбу-меч, мальтийскую лампуку.

Пешком или на велосипеде. На Мальте проложено несколько специализированных маршрутов, позволяющих побывать в недоступных для автотранспорта уголках. Лучшее время для этого — с осени до весны, когда Мальта расцветает.

Верховая езда очень популярна на Мальте. Большинство центров конного спорта находятся в Марсе, здесь можно взять напрокат лошадей и получить уроки верховой езды. Конные прогулки предлагают и некоторые отели. Скачки проводятся каждое воскресенье с октября по май.

Гольф на Мальте считается зимним видом спорта. В это время года сюда обычно съезжаются его любители из слякотной Европы. Здесь им очень рады и стремятся максимально удовлетворить пожелания гостей. К примеру, для постояльцев гостиницы Grand Hotel Excelsior 5*, что стоит в Валлетте недалеко от Городских ворот, два раза в день предоставляется бесплатный трансфер до спортивного центра Marsa, где есть поле на 18 лунок.

Стрельба по тарелочкам и мишеням — одно из самых любимых занятий на Мальте. Каждое воскресное утро можно наблюдать соревнования или тренировочные стрельбы.

На мальтийских пляжах можно попробовать себя в разных видах водного спорта от виндсерфинга до катания на водных мотоциклах.

Под парусом. В специализированных школах дают уроки ходьбы под парусом. Можно зафрахтовать яхту и отправиться в круиз вокруг островов.

Rolex Middle Sea Race — классическая морская регата, которая проходит ежегодно в октябре. Чтобы принять в ней участие, надо быть профессионалом. Тысячи туристов съезжаются на Мальту, чтобы понаблюдать за красивым спектаклем на воде. **ТЕ**

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

www.visitmalta.com/ru/sports-and-activities
www.facebook.com/visitmalta



БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

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

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ANEX TOUR МТ1 016189
 М «КИТАЙ ГОРОД»
 8-800-77-55-000
www.anextour.com

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

СТЪ ТУРС МТ3 006955
 М «ДОСТОЕВСКАЯ»
 (495) 789-8779
www.stbtours.ru

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

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

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

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

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

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

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

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



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



Табарка, Дугга и другие открытия

Эту страну не назовешь новичком на российском рынке — ее «туристический стаж» насчитывает около 25 лет. Но по-настоящему наши соотечественники «распробовали» Тунис в прошлом году, когда на отдых туда отправилось рекордное число россиян — 622 тысячи человек! Такие средиземноморские курорты, как Сусс, Хаммамет и Монастир, давно завоевали популярность у туристов. Теперь настало время открывать Джербу, Бизерту и прочие интересные природные и исторические места.



1. КАРФАГЕН

Знаменитый Карфаген, бывший на протяжении многих веков столицей Финикийской империи, сегодня, пожалуй, самая посещаемая туристами достопримечательность Туниса. Он включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Даже фрагменты сохранившихся построек — амфитеатра, акведука, храмов — позволяют мысленно перенестись на две с лишним тысячи лет назад и почувствовать величие огромного древнеримского города. Отдельной экскурсии с фотосессией заслуживают руины подвальных помещений гигантских бань императора Антонина Пия. Раскопки пунического, римского и византийского периодов демонстрируются в Национальном музее Карфагена, а коллекция древней мозаики — самая большая в мире — в музее Бардо.



2. СИДИ-БУ-САИД

Небольшой живописный город находится на морском побережье всего в 4 км от Карфагена. Сиди-бу-Саид часто называют «мусульманской Испанией» за сходство с пиренейской страной его гористого побережья и традиционных белых домов со ставнями ярко-синего цвета. Здесь творили многие известные художники — Поль Клее, Александр Рубцов, Август Маке. Во время прогулки по Сиди-бу-Саиду стоит выбрать одно из многочисленных кафе и на террасе с видом на живописную бухту выпить ароматного мятного чая. А потом купить на рынке яркую самобытную керамическую посуду — пиалу или тажин — или остроносые туфли-бабуши.



3. ЭЛЬ-ДЖЕМ

Еще за несколько веков до нашей эры здесь, на пересечении торговых путей из стран Африки к Средиземноморью, римляне построили город. Его главным украшением был и остается до сих пор Колизей, рассчитанный на 30 тысяч зрителей, третий по размеру и самый сохранившийся в мире. Туристы могут сделать фото на арене, пройти по ярусам, спуститься в подземные помещения — «места ожидания» для глади-



аторов и диких животных. В Колизее в Эль-Джеме регулярно проходят музыкальные фестивали с участием ведущих исполнителей и оркестров мира, театрализованные представления.

4. БИЗЕРТА

Бизерта — самый северный город и порт Туниса. Туристов сюда притягивают сохранившийся Старый город, крепость VI века с мечетью, увенчанной двадцатью куполами, Океанологический музей. Но в первую очередь — память о русской эскадре, располагавшейся здесь с 1920 по 1924 годы и готовящейся к возвращению в охваченную Гражданской войной Россию. О ней рассказывает экспозиция Дома-музея Анастасии Ширинской-Манштейн. В комнатах воссоздана обстановка дореволюционной России, хранятся фотографии из жизни моряков, документы Императорского флота, одежда и предметы быта. Недалеко находится храм Александра Невского с корабельными иконами и Андреевским стягом.

5. ТАБАРКА



«Визитная карточка» курорта — старинная крепость, где когда-то держала свой гарнизон генуэзская семья, купившая у оттоманского престола право добывать кораллы. Крепость неплохо сохранилась, с ее верхней части открываются захватывающие виды на покрытые сосновыми и дубовыми рощами горы и широкие пляжи из белоснежного песка. Каждый год в Табарке проводятся джазовый фестиваль и Праздник коралла, на котором представлены тунисские ремесла, музыка и культура.

6. ДУГГА

Древнеримский город Дугга благодаря множеству частично уцелевших зданий включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В руинах римских вилл и бань можно увидеть мозаики на полах и стенах, в садах и дворах — основания фонтанов. О былом величии Дугги напоминают колонны и стены храмов Сатурна, Юпитера и богини Минервы, акрополя, капитолия и хорошо сохранившийся мавзолей. Если попасть в Дуггу во второй половине дня ближе к закату, то фантастические видовые снимки гарантированы. И даже трех часов экскурсии будет мало.



7. СУСС

Сусс — самый популярный у российских туристов средиземноморский курорт Туниса. Изюминка города, возведенного финикийцами, — медина VII в., одна из самых интересных и крупных в Тунисе (внесена в список Всемирного наследия ЮНЕСКО). Она окружена средневековой стеной высотой 8 м и протяженностью 2 км. Чтобы почувствовать колорит древнего Туниса, нужно сделать покупки на базаре Сук-эр-Рибба, осмотреть старинный резервуар для воды — Цистерну Софра, катакомбы Доброго Пастыря, крепость-монастырь Рибат и просто побродить по запутанным улочкам старой части Сусса.

8. МЫС КАП-БОН

Любители активного отдыха получают незабываемые впечатления, отправившись на один день на мыс Кап-Бон, расположенный в полутора часах езды от Сусса. Местные жители говорят, что это один из десяти самых красивых диких пляжей мира. Здесь прозрачное море в окружении гор и скал и совсем мало туристов. Арендовав для компании на несколько часов морской катамаран, можно позаниматься снорклингом и порыбачить. А потом отведать жареную рыбу и морских ежей, которых тут же приготовит экипаж судна.

9. ДЖЕРБА

Это самый крупный остров у побережья Северной Африки. Здесь круглый год солнечно и тепло, чему способствует близость пустыни Сахара (до нее всего 100 км). Оторвавшись от пляжного отдыха и талассотерапии, туристы могут посетить природный и этнографический парк Djerba Explorer, «столицу» острова город Хумт-Сук с мединой и невысокими бело-голубыми домиками, пообедать в одном из лучших караван-сараев Туниса El Fondouk. В один из дней стоит побывать в крупнейшей синагоге в Африке: на Джербе мирно соседствуют мусульманство и иудаизм. **ТБ**



Шире границы, больше объемы



МЫ ЗАВОЕВАЛИ МИЛЛИОНЫ СЕРДЕЦ

Перед началом сезона туроператор ANEX Tour провел в турецком Белеке масштабное выездное мероприятие для турагентств, в рамках которого раскрыл свои летние планы и рассказал о выходе на новые направления.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА
ПОЛЯНСКАЯ

КАК ДОБРАТЬСЯ

Полетная программа ANEX Tour в Турцию базируется на регулярных рейсах «Аэрофлота», Turkish Airlines и на чартерных рейсах авиакомпании AZUR air. Вылеты осуществляются из Москвы и 33 городов России. Аэропорты прилетов: Анталья, Аланья, Даламан, Бодрум, Стамбул. Новинки сезона — прямые перелеты в аэропорты Бодрум и Аланья.

ИЗ КРИЗИСА — В ТУРЦИЮ

На конференции, официально открывшей форум ANEX Workshop-2017, руководители компании из Турции и России рассказали о перспективах развития туристической индустрии двух стран, позициях туроператора на рынке, познакомили участников с новинками и планами компании на летний сезон.

По словам председателя совета директоров группы компаний ANEX Tour Нешета Кочкара, прошедший год был очень сложным для турецкого туризма. «Но мы достойно приняли этот удар и смогли изыскать возможность для развития. Благодаря кризису мы совершили большой скачок. Помимо открытия новых направлений, в 2016 году мы вышли на рынок Германии, который стал для нас четвертым после России, Украины и Казахстана», — заявил он.

Нешет Кочкар отметил, что поток российских туристов в Турцию восстанавливается уверенными темпами, ведь ценность турец-

ких курортов не в последнюю очередь в том, что по соотношению цены и качества они по-прежнему вне конкуренции.

ANEX Tour располагает обширной гостиничной базой на направлении. Приоритетные партнеры компании — сеть Rixos, отели Von, Senza, Rubi, Granada, Alara. Туроператор имеет лучшие цены в отеле Selectum Luxury Resort 5* (Белек), который открыл свои двери в апреле после полной реновации. В этом году ANEX Tour впервые стал работать с регионом Бодрума, где тоже предлагает широкий выбор средств размещения.

ПЛАНОВ — ГРОМАДЬЕ

Сергей Гушин, руководитель отдела маркетинга туроператора, рассказал, что на сегодняшний день ANEX Tour успешно работает более чем на 40 туристических направлениях и, более того, — постоянно открывает новые. В прошлом году ассортиментная линейка компании пополнилась такими



странами, как Тунис, Кипр, Черногория, Иордания, Мальта, Грузия, Куба, Италия, Португалия, Китай и Мальдивы.

В этом году оператор «запустил» Маврикий, Азербайджан и итальянский остров Сицилию, анонсировал открытие продаж туров на Сейшелы, Бали и Занзибар.

ANEX Tour обладает широкой сетью принимающих компаний. В прошлом году были открыты офисы туроператора в Доминиканской Республике, Китае, ОАЭ и на Майорке, в этом году — на Крите, Родосе и Кипре.

ЛУЧШЕ, ЧЕМ В КИНО

Помимо официальной части ANEX Workshop-2017, турагентов ждала насыщенная развлекательная программа. Отель Granada Luxury Belek 5* на несколько дней стал настоящей съемочной площадкой, где разме-

стились павильон со спецэффектами, зона хореографии, студия звукозаписи, декорации и художественная мастерская. Все было организовано в лучших традициях Голливуда.

Каждый участник окунулся в неповторимую атмосферу киноискусства, узнал все стадии производства фильма, почувствовал себя звездой мирового масштаба. С гостями работали профессиональные костюмеры и визажисты, фотографы и операторы. Премьерный показ кинокартины с элементами мюзикла, экшена и комедии состоялся по время заключительного гала-ужина. Сюжет фильма раскрывал двадцатилетнюю историю успеха ANEX Tour.

В свободное время представители туристической розницы общались с коллегами и обсуждали полноценное возвращение Турции на российский рынок и активные продажи на этом направлении. **TE**

THE LAND OF LEGENDS

THEME PARK • HOTEL • SHOPPING AVENUE

Самый большой тематический парк Анталийского побережья, на территории которого расположено множество водных горок и аттракционов, шопинг-авеню, концертные площадки, рестораны и пятизвездочный отель, созданный специально для детей. В проектировании парка принимал участие всемирно известный постановщик шоу «Цирк дю Солей» Франко Драгоне. Ежедневная развлекательная программа длится весь день, унося гостей в мир волшебства и фантазий. По вечерам проводятся зрелищные шоу, дискотеки и концерты популярных исполнителей. Для гостей отелей сети Rixos вход и трансфер в парк THE LAND OF LEGENDS — бесплатный.

«ЗВЕЗДНЫЙ» ФИТНЕС В RIXOS SUNGATE

Параллельно с ANEX Workshop-2017 в отеле Rixos Sungate 5* (Кемер) проходил первый спортивный фестиваль Body & Mind Week. Такие оздоровительные «недели» теперь включены в досуговую программу отеля. Занятия различными видами фитнеса проводят тренеры международного уровня в течение всего дня.



SELECTUM LUXURY RESORT 5*

Особенности этого отеля, расположенного на первой береговой линии Средиземного моря и имеющего песчаный пляж протяженностью 250 м, — в утонченной роскоши, интерьерных изысках, безупречном сервисе и великолепной кухне.

Территория Selectum Luxury Resort обширна, при этом он рассчитан всего на 600 человек и располагает 297 номерами, как бутик-отель. Более 75% комнат имеют вид на море. Номера в отеле большие, их минимальная площадь — 62 кв. м, с высокими потолками, деревянными полами, широкими кроватями. Все они оформлены в роскошном стиле, основные цвета — бирюзовый, бордовый, золотой. В отделке использован бархат. Гостей обслуживают около 700 человек, что обеспечивает каждому постояльцу практически индивидуальный сервис.

На территории гостиничного комплекса расположены олимпийский бассейн и бассейн с морской водой, спа-центр с крытым бассейном, 16 теннисных кортов, три футбольных поля, 10 полей для гольфа и многое другое. Для маленьких постояльцев работает мини-клуб, есть детские теннисные корты и водные горки.

Каникулы на Майорке

Самый крупный остров Балеарского архипелага славится мягким климатом, роскошными пляжами и пышной природой. Он как будто создан для туристов, чтобы они наслаждались здесь жизнью и предавались безмятежному отдыху.



МЫ ЗАВОЕВАЛИ МИЛЛИОНЫ СЕРДЕЦ



КАК ДОБРАТЬСЯ

Перевозка туристов ANEX Tour осуществляется рейсами чартерных авиакомпаний. Вылеты из Москвы два раза в неделю, по средам и субботам выполняют NordStar и AZUR air. Программа продлится до октября. Из Санкт-Петербурга до сентября три раза в месяц летает AZUR air.

В текущем летнем сезоне туроператор ANEX Tour отмечает существенный рост спроса на туры в Испанию. «По нашим ощущениям, лето 2017 станет одним из лучших сезонов на направлении», — говорит руководитель направления Испания компании Анна Абашкина.

Отдых на Майорке, по мнению эксперта, можно рекомендовать разным категориям туристов. Семьям с детьми будет интересно посетить Аквариум Пальмы, считающийся одним из лучших в Европе, аквапарк Western Water Park или парк развлечений Marineland. Разнообразные аттракционы, скалодром, перевернутый дом — тематический парк Katmandu придется по нраву юным путешественникам.

Майорка располагает широкими возможностями для активного отдыха. Это может быть прогулка на катамаране или парусной яхте, полет на воздушном шаре, посещение морских пещер, дайвинг или виндсерфинг. Славится Майорка бурной ночной жизнью: зажигательные вечеринки давно

оценили туристы из Германии, Англии, Франции и Швейцарии.

Отличительная черта острова — большое количество природных и культурно-исторических достопримечательностей. Например, классическая обзорная экскурсия по острову включает посещение Сьерра-де-Трамунтана — горного хребта, протянувшегося вдоль северо-западного побережья Майорки и внесенного в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Стоит побывать с экскурсией в Пальме-де-Майорке, посетить величественный Кафедральный собор и готический замок Бельвер, насладиться красотой небольшого городка Вальдемосса, где жили композитор Фредерик Шопен и писательница Жорж Санд.

Анна Абашкина также советует побывать на вечернем танцевальном шоу в поместье XVI века Son Amar, окруженном апельсиновыми и миндальными рощами. «Это представление — сочетание высочайшего уровня мастерства исполнителей с самыми современными музыкальными и световыми технологиями», — говорит эксперт. **ТБ**

ANEX TOUR РЕКОМЕНДУЕТ

OCcidental CALA VINAS 4*

Отель расположен в уютной бухте Кала-Виньяс с песчаным пляжем и пологим входом в море. До столицы острова — 15 минут на такси или автобусе. Это идеальный вариант для отдыха с детьми, в отеле есть двухкомнатные номера категории family. Отличное питание, на выбор — концепции «Полупансион», «Все включено» и «Occidental+». Эксклюзивное право продаж на российском рынке.

MELIA CALVIA BEACH 4*

Бывший Sol Antillas 4*, полностью реновированный отель, расположен на первой береговой линии песчаного пляжа в городе Магаллуп. Большая часть номеров имеет вид на море. Рядом с отелем — разнообразные бары, рестораны, пабы, а также знаменитый клуб Nikki-Beach.

SOL BARBADOS 4*

Один из самых популярных отелей Майорки, расположенный рядом с Melia Calvia Beach 4*, туроператор рекомендует как для семейного отдыха, так и для молодежи. Большая квота номеров различных категорий — standard, standard room pool view, standard sea view с максимальным размещением двое взрослых + двое детей.

SOL GUADALUPE 4*

Рядом с этим отелем построен известный парк аттракционов и развлечений Katmandu, поэтому Sol Guadalupe — прекрасный вариант для семейного отдыха. Здесь находятся два детских бассейна, водные горки, мини-клуб, мини-диско, игровая площадка. Питание разнообразное, есть круглосуточная кухня самообслуживания для родителей с детьми.



Душевная и самобытная*

Болгария — одно из ключевых летних направлений для компании ANEX Tour. К преимуществам страны туроператор относит отсутствие языкового барьера и доброе отношение к нашим соотечественникам, широкие песчаные пляжи и развитую курортную инфраструктуру, а также вкусную и полезную кухню.



МЫ ЗАВОЕВАЛИ МИЛЛИОНЫ СЕРДЕЦ

ANEX TOUR РЕКОМЕНДУЕТ

PLANETA 5*

Отель находится в 25 км от международного аэропорта Бургас, в центральной части курорта Солнечный Берег. Размещение здесь подойдет как для семей, так и для молодежи. В отеле предусмотрена анимация, развлекательные программы для детей.

MPM HOTEL KALINA GARDEN 4*

Расположенный в центре Солнечного Берега отель славится высоким уровнем сервиса, предлагает отличное питание по системе Premium All inclusive и активную анимацию.

MARLIN BEACH 4*

Прекрасное расположение — в северной части курорта Солнечный Берег, расстояние до пляжа — 10 м, до центра города — 1,5 км. Работает по системе All inclusive, отличается разнообразием питания.

MOONLIGHT 5*

Сочетает отличный сервис с хорошим расположением: на первой линии Черного моря, в курортном поселке Святой Влас, в 4 км от курорта Солнечный Берег. Отель имеет собственную зону на песчаном пляже.

MORSKO OKO 4*

Находится в северной части курорта Золотые Пески, в живописном месте, в 50 м от песчаного пляжа. Был реконструирован в 2009 году. Предлагает питание по системе All inclusive.

Болгария прочно закрепила за собой имидж комфортного, безопасного, доступного направления. Самые популярные курорты страны — Золотые Пески и Солнечный Берег — ориентированы преимущественно на семейный отдых с детьми. Здесь большое количество отелей, расположенных на первой береговой линии и имеющих пологий вход в море, а также разнообразие кафе, ресторанов, аквапарков. Кроме того, Золотые Пески пользуются спросом у молодежи, предпочитающей провести вечер в баре или на дискотеке.

Поклонникам умиротворенного отдыха понравится в Елените — это уникальное место по своим природным и климатическим характеристикам, здесь находятся центры

бальнеологии. Это достаточно уединенный курорт — ближайший город Святой Влас находится в 4,5 км, — но с развитой инфраструктурой. В частности, отели в Елените работают по системе «все включено» и предлагают бесплатное посещение аквапарка.

Одно из самых посещаемых и известных мест Болгарии — Несебр, город старинных храмов, включенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

По словам руководителя направления Болгария ANEX Tour Екатерины Игумновой, недельный отдых семьи, состоящей из двоих взрослых и двоих детей, в июле в отеле 3* обойдется в 1284 евро, в отеле 4* — в 1428 евро, тур с размещением в пятизвездной гостинице с питанием по системе «все включено» можно будет приобрести за 1568 евро. Из «бюджетных» новинок эксперт рекомендует отели Parnasse 3* в Созополе, Elvira 2* в Равде, Topics 2* в Святом Власе.

На болгарском рынке туроператор работает с принимающей компанией GO2HOLIDAY. «Благодаря этому сотрудничеству вся наша полетная программа на 100% подтверждена номерами в отелях с наилучшим сервисом», — говорит эксперт. **ТЕ**

WORKSHOP «ДОЛИНА РОЗ»

В период с 25 по 31 мая в отеле MPM Arsena в Болгарии туроператор ANEX Tour организовал выездное мероприятие в формате workshop. В мероприятии приняли участие более 100 представителей турагентств Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Екатеринбургa, а также более 20 отельных цепочек Болгарии.

КАК ДОБРАТЬСЯ

Полетная программа выполняется charterными рейсами авиакомпании AZUR air. Из Москвы перевозчик летает дважды в неделю в Варну и шесть раз в неделю в Бургас. Также до Бургаса осуществляются рейсы из 10 городов России.

* «Болгария душевная и самобытная» — популярная экскурсия с таким названием знакомит туристов с культурными и гастрономическими традициями болгарской «глубинки»



Адриатика: маршрут построен

Этим летом Хорватия обещает стать одним из наиболее востребованных россиянами европейских направлений отдыха. Оптимальный способ добраться до страны из Северной столицы – воспользоваться рейсами авиакомпании Croatia Airlines в Загреб.

НА КРЫЛЬЯХ CROATIA AIRLINES

Авиакомпания осуществляет более ста полетов в день в 39 пунктов назначения в 24 странах Европы. Располагая 14-ю современными воздушными судами, в настоящее время Croatia Airlines расширяет маршрутную сеть и в сезоне 2017-го открыла сразу четыре новых направления, предлагая желающим отправиться из Загреба в Стокгольм, Осло, Хельсинки и Бухарест. «У нас серьезные планы на расширение: уверены, что с нашей помощью все большее число россиян воспользуется возможностью посетить Загреб, а также курорты Хорватии и многие города Европы», — говорит по этому поводу Домой Доротич, менеджер по продажам Croatia Airlines.



Среди преимуществ направления эксперты называют близость страны, большой выбор видов отдыха, высокий уровень безопасности и качества сервиса.

Как важный плюс оценивают и компактность Хорватии, благодаря чему склонные к активному образу жизни туристы могут всего за неделю изучить всю страну.

Как отмечают представители московского турбизнеса, в сезоне 2017 года спрос со стороны россиян на Хорватию увеличился по сравнению с 2016-м на 10–50%. При этом в Петербурге оценивают возросший спрос скромнее (до 20%), а одной из причин торможения продаж туров в Хорватию называют отсутствие прямых рейсов на курорты страны. «Если сравнить с недалеким прошлым, когда из Петербурга были организованы прямые чартерные рейсы в Пулу, к примеру, сейчас объемы продаж не так велики, — говорит Лилия Фаизова, специалист по направлению компании Good Time Travel. — Сейчас операторы не рискуют «поднимать» чартеры из Петербурга в Хорватию, предпочитая пользоваться услугами регулярных перевозчиков».

Среди них специалисты уверенно называют регулярную перевозку из Петербурга в Загреб авиакомпании Croatia Airlines. Она летает по маршруту Петербург — Загреб дважды в неделю, обеспечивая не только быструю доставку туристов в столицу Хорватии, но и удобные стыковки как с внутренними, так и с международными

рейсами. Вылетев из Питера почти в семь вечера, еще до полуночи по местному времени можно оказаться в Пуле, Сплите или Дубровнике. А предлагаемые Croatia Airlines рейсы по Южной Европе — наиболее удобный и быстрый вариант перелета во многие города, куда из Петербурга (да и из России в целом) нет прямой перевозки.

Хорватия по-домашнему уютна и при этом дарит возможность интересно проводить время не только на пляже. В Загребе гвоздем пешей экскурсионной программы станет двуглавый неоготический собор Вознесения Девы Марии. Улочки Верхнего города полны старинных зданий и музеев, среди которых легко найти Хорватский исторический, Музей современного искусства, Галерею наивного искусства и даже весьма оригинальный Музей разбитых сердец. А рядом с башней Лотршчак, из которой регулярно стреляет пушка, слегка пугая туристов, находится смотровая площадка с отличным видом на город.

В Сплите можно побывать во дворце римского императора Диоклетиана и посидеть в кафе, на месте которого много веков назад распивали вино древние римляне. Посещение Дубровника делают практически обязательным чистое море, великолепный сервис, богатая ночная жизнь и близость к Венеции. Есть и другие привлекательные с точки зрения туризма города. Если позволяет время, стоит проехать по всему хорватскому берегу Адриатики. **ТЕ**

#GermanySimplyInspiring

Национальный туристический офис Германии подвел итоги туристического 2016 года.

За истекший год в Германии зарегистрировано 53,6 млн прибытий (+3%). Россия, входившая много лет в первую десятку по количеству посещений этой страны, спустилась на 15-е место. С 2013 года число российских туристов в Германии сократилось на миллион с небольшим — с 2,6 млн до 1,5 млн в 2016-м. Но в начале 2017 года наблюдается стабильный прирост: +21,3% с января по март. В общем объеме посещений 53% составляют поездки с туристско-познавательными целями, около 30% — деловой туризм, остальное — посещение родственников и друзей.

Средняя продолжительность поездки — 9,5 дней. Общий оборот за 2016 год составил 1,8 млрд евро. Около 80% российских путешественников бронируют свои поездки через интернет. Всего же на Германию приходится 8% выездного российского туризма.



ФОТО VISITBERLIN.DE

Саксония для пенсионеров

Для осмотра местных достопримечательностей почтенный возраст — не помеха.

Саксонская Швейцария — один из самых волнующих природных ландшафтов Европы. О невероятной красоте этих мест хорошо известно, но сложилось впечатление, что их горные прелести доступны только людям с определенной физической подготовкой. Это не так. Знаменитый горный массив Бастай и его главную достопримечательность мост Бастайбрюке, проложенный над пропастью глубиной 194 м, посещают даже люди, которые не расстаются с тростью. Их привозят на автобусах, и от паркинга до моста остается пройти не так уж много. Старики потихоньку добираются до моста, по мере сил посещают ближайшие смотровые площадки. Туроператоры могут делать выводы об организации сюда специальных туров для пенсионеров.



Инновации в небе

Группа Lufthansa объявила 2017 год годом цифровизации.

В течение ближайших трех лет компания вложит 500 млн евро в развитие цифровых проектов. Для реализации масштабных планов уже создано подразделение Lufthansa Innovation Hub с офисом в Берлине. Штат из 20 человек призван объединить деятельность авиакомпании с небольшими тревел-стартапами. Ведь именно они, по уверению сотрудников Lufthansa, выходят на рынок со свежими нетривиальными идеями.

За несколько месяцев работы Lufthansa Innovation Hub было запущено несколько новых продуктов. Среди них чат-бот Милдред — сервис, круглосуточно предлагающий лучшие цены на авиабилеты группы Lufthansa. Найти Милдред можно в Facebook Messenger по запросу «Lufthansa Best Price». Также было разработано мобильное приложение eJournal. Установив его на свои портативные устройства, пассажиры авиакомпании за три дня до полета получают доступ к базе журналов, выпущенных на 18 языках. Совместно с немецкой компанией RIMOWA, специализирующейся на чемоданах и багажных сумках, Lufthansa Innovation Hub разработала электронную багажную бирку.

Самый важный проект — доступ к широкоформатному интернету на ближне- и среднемагистральных рейсах. Уже 180 самолетов компании, в том числе летающих в нашу страну, предлагают услугу выхода в Сеть.

граниченное предложение

Живописная швейцарская деревня Бергюн привлекла к себе внимание всего мира. Еще бы: местный мэр официально запретил ее фотографировать и пригрозил путешественникам штрафом. Конечно, все оказалось не более чем рекламной уловкой. Между тем в некоторых странах всерьез вводят ограничения для туристов.



ВЕНЕЦИЯ

Власти одного из самых популярных итальянских городов намерены запретить строительство отелей в историческом центре из-за притока отдыхающих. Также под запрет попадет переоборудование уже существующих зданий в объекты размещения. Более того, 99% горожан Венеции на всенародном голосовании высказались за закрытие портов города для захода крупных круизных лайнеров. По их словам, десятки тысяч туристов, которые сходят с судов на берег, делают жизнь в Венеции невыносимой.



ПЕРУ

Самый знаменитый памятник страны — древний город Мачу-Пикчу — рискует быть включенным в список объектов Всемирного наследия, находящихся под угрозой, из-за большого количества туристов. Для уменьшения их числа с 1 июля на объекте будет введен пропускной режим. Билеты будут продаваться либо с 06.00 утра до полудня, либо с полудня до 17.30. Посещать памятник архитектуры можно будет только в сопровождении гида и группами численностью до 16 человек.



ИСЛАНДИЯ

Страна, которые последние годы испытывает туристический бум, — для сравнения в 2010 году она приняла 490 тысяч иностранных гостей, а по итогам текущего года ожидает уже 2,3 миллиона туристов, — задумалась о том, чтобы сократить число гостей. Правительство Исландии рассматривает возможность увеличения туристического налога, а также лицензирования доступа к ряду достопримечательностей для турфирм для того, чтобы сохранить уникальную природу острова.

РОССИЯ

Поселение Кинерма, расположенное в Карелии, в 2016 году было признано самой красивой деревней в России. Почетный статус повлек за собой недовольство местных жителей, которые пожаловались властям на слишком большое число любопытных туристов и даже предложили прикрывать дорожный знак с названием населенного пункта. К слову, конкуренцию Кинерме составляют село Десятниково в Бурятии, деревня Погост в Архангельской области и село Вятское под Ярославлем.

8 МЕСТ, ГДЕ «НЕ ЛЮБЯТ» ТУРИСТОВ

1. Остров Ко-Кай, Таиланд
2. Бутан
3. Барселона, Испания
4. Амстердам, Нидерланды
5. Горячие источники онсен, Япония
6. Санторини, Греция
7. Национальный парк Чинкве-Терре, Италия
8. Арлингтон, США

Источник: газета The Independent



«Мне обязательно должно быть интересно»

Блистательный танцовщик, лауреат многих международных конкурсов, режиссер, продюсер, автор и вдохновитель проекта «Русские сезоны XXI века», председатель правления Благотворительного Фонда им. Мариса Лиепы Андрис Лиэпа отметил в этом году свое 55-летие.

Андрис, вы часто повторяете, что балет для вас — огромная часть жизни. Благодаря ему вы объехали весь мир, в 1988 году став первым советским танцовщиком, которому правительство официально разрешило работать в иностранной труппе.

Свою карьеру я начал на сцене Большого театра, где в течение восьми лет — с 1980 по 1988 год — станцевал практически все ведущие партии. В то время выездная виза была только у меня и у пианиста Виардо. И я не остался на Западе и не попросил политического убежища. Понятно, что артисту хочется постоянно развиваться, осваивать новый репертуар. Я сам поступал так же: работал два года в американском балете у Барышникова, потом у Бежара. Но я вернулся, потому что понял: в России для меня самая благодатная почва. Как ни странно, но здесь в творческом плане я могу делать все, что хочу, а вот в США, при всем их демократическом строе, всегда находится человек, который стоит над тобой и диктует, что и как нужно делать.

Вы жили и работали во многих уголках земного шара, стали «человеком мира»...

Самые первые мои гастроли с труппой ГАБТ прошли по городам Польши: Варшава, Познань, Лодзь. Затем мы с моей партнершей Ниной Ананишвили стали приглашенными артистами в труппе «Нью-Йорк сити балле». В том же 1988 году я начал работать в Америке, исполнив партию

принца Зигфрида в новой постановке «Лебединого озера», осуществленной Михаилом Барышниковым, танцевал в «Ромео и Джульетте» Кеннета Макмиллана, «Скрипичном концерте» Джорджа Баланчина. После того как я вернулся в Россию, с Кировским балетом мы гастролировали в Париже, Лондоне, Вашингтоне и Токио, я выступал в театре «Ла Скала» с Карлой Фраччи, на сцене Парижской Оперы с Изабель Гирен, работал с Морисом Бежаром в Лозанне. Работал как приглашенный солист в Римской опере, Шведской опере и других прославленных балетных труппах. Но сколько бы я ни ездил, ни путешествовал, я всегда возвращался туда, где мне интереснее работать, — на родину.

Что балет дал вам? На какие жертвы ради него пришлось пойти?

Я не устаю повторять, что балет для меня — это огромная часть жизни. Человек, который заразился вирусом любви к балету, без этого уже жить не может. Мне он дает ощущение самовыражения, я искренне люблю свою профессию. Но, как любая работа, требующая самоотдачи, балет отнимает часть жизни, которая могла бы быть потрачена на семью, на отдых, на другие жизненные блага. На поездки в том числе.

Вы награждены высшей наградой Латвийской республики «Орденом трех Звезд» и всегда называли Латвию своей второй родиной. С 1997 года вы являетесь председателем

правления Благотворительного фонда им. Мариса Лиепы и ежегодно организуете концерты в память отца в городах России и Латвии. Расскажите, почему.

Так случилось, что первым языком, на котором я заговорил, стал латышский. Я родился в Москве. Детство прошло на улице Неждановой, теперь Брюсов переулок. Но вскоре после моего рождения мама забеременела Илзе, и меня отправили в Ригу, где я прожил до трех лет. Когда сестра родилась и немного подросла, меня вернули обратно в Москву, и мне пришлось адаптироваться к новым условиям. Сегодня я регулярно посещаю Латвию и считаю ее второй родиной.

В преддверии своего 55-летия вы реализовали много творческих проектов. Что в планах на будущее?

Кто-то шутит: круглый отличник, две пятерки. Чувствую, что сил много, творческих планов громадьё. Так, на сцене Кремлевского дворца у меня прошел юбилейный вечер «Fifty five» с участием знаменитых исполнителей из России, Италии, Испании, Великобритании и Венгрии. Это родная, любимая мной сцена, с ней многое связано. Впервые я вышел на нее еще в 1971 году, будучи учеником балетной школы. Здесь мы ставили все премьеры «Русских сезонов». Также в атриуме Торговой галереи в Охотном Ряду в Москве у меня открылась выставка фотографий и личных сценических костюмов. В планах — переговоры в Италии по поводу выступления в честь Дягилева на открытой площадке в Венеции. В моей жизни случился прекрасный момент, когда мы с Ниной Ананиашвили танцевали в Венеции на площади Сан-Марко «Ромео и Джульетту». И я всегда мечтал приехать туда и сделать такой вечер, посвященный Сергею Павловичу. Наверное, не было человека, который бы сделал больше для пропаганды русской культуры на Западе. Его «Русские сезоны» начались с 1906 года, закончились в 1929-м, когда его не стало. А скончался он в Венеции, похоронен на острове Сан-Микеле. Там удивительное место. Когда я приехал в Венецию в первый раз, а это случилось на мой день рождения — 6 января 1990 года, мой приятель отвез меня на этот остров имени Святого Михаила Архангела. И, находясь в каком-то фантастическом состоянии, именно там, в маленькой этой часовне я принял решение, что из Америки уезжаю обратно в Россию и буду работать в Мариинке. Так вот Господь распорядился. Для меня это, конечно, уникальный момент в жизни. Несколько лет назад мы с Мишей Куснировичем и с «Черешневым лесом» ездили туда и восстановили все русские могилы. Венеция! Это удивительный, фантастический город, в который я буквально сейчас отправляюсь. Я бывал там в разное время года, а вот во время карнавала не приходилось, я — в предвкушении!



Какие еще города особенно дороги для вас?

Я обожаю Италию. В свое время с Васильевым и Улановой мы объездили всю страну, более 20 городов. Я много работал во Флоренции, в Сполетто, маленьком городке, расположенном в итальянской провинции Перуджа. Очень полюбил Бари, хотя и был там один-единственный раз. Там проходит балетный конкурс, председателем которого является Нина, — для меня это интересная история. Особое место в моем сердце занимает Рим — в нем я прожил пять лет, работая в «Ла Скала». В итальянской столице я знаю практически каждую улочку, там очень много знаковых для меня мест.

Еще, пожалуй, Грузия, Тбилиси. Я остался в восторге от Тбилисского государственного театра оперы и балета имени Палиашвили, который не так давно был отреставрирован. Этот театр — настоящая жемчужина архитектуры. Построен в мавританском стиле, и вид фантастически красивый. Под старый Новый год мы в один день отметили десятилетие Общества друзей грузинского балета, мой день рождения и организовали новогодний бал. Было все, что нужно!

В области балета мы по-прежнему «впереди планеты всей»?

Ничего не изменилось. Мы — законодатели в этом виде искусства и лидеры! У нас блестящая школа и уровень исполнительского мастерства. Конечно, балет возник не в России, а пришел к нам из Франции, зародившись при этом в Италии. Но весь мир считает, что балет — это исконно русское, и наши великие танцовщики это постоянно подтверждают!

Покинув большую сцену, вы пробуете себя в разных жанрах искусства...

Есть хорошая фраза: «Я нахожусь в таком возрасте и в таком положении, когда могу себе позволить не делать того, чего не хочу». О себе могу сказать то же самое. Мне обязательно должно быть интересно. Я люблю все виды искусства и все жанры и постоянно меняю их. Мне не нравится заикливаться на чем-то одном. В детстве я страстно увлекался лепкой, родители даже надеялись, что в семье растет великий скульптор. Для меня балет — это ведь своего рода ожившая скульптура. Я буквально лепил из себя танцовщика. Например, разрабатывал форму своей ноги с рельефной икрой, — специально подкачивал, будто лепил. В Нью-Йорке, получив травму и оказавшись на две недели в гипсе, я первым делом поехал в художественный салон и закупил глины, чтобы творить. Уйду на пенсию — отращу бороду и стану спокойно заниматься скульптурой. Может, даже сделаю выставку, с которой буду ездить по всему миру, кто знает. **ПБ**

Беседовала Татьяна Бутурлина

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 180 печатных изданий, около 130 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF и E-версиями можно ознакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

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

Мы готовы к сотрудничеству.

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

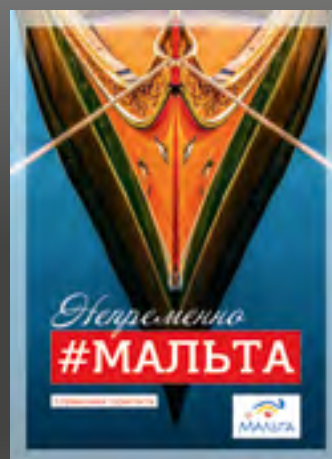


**ЕЖЕГОДНОЕ ИЗДАНИЕ
ОБ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЯХ В ТУРИЗМЕ**
Объем: 20 страниц

15-й ВЫПУСК



**НОВЫЙ ПРОЕКТ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ
АЭРОПОРТА МЮНХЕНА**
Выходит шесть раз в год
Партнер: аэропорт
города Мюнхена



НЕПРЕМЕННО МАЛЬТА
Объем: 24 страницы
Партнер: Представительство
Мальтийского управления по туризму
в России

НОВЫЙ ВЫПУСК В СЕНТЯБРЕ



**НОВЫЙ ПРОЕКТ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ ОФИСА
ПО ТУРИЗМУ ШВЕЙЦАРИИ**
Выходит восемь раз в год
Партнер: Switzerland Tourism

8-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD 2017

15 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Церемония награждения
5 октября 2017 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



СТРАХОВОЙ
ПАРТНЕР



ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР

