

№7 Июнь 2014

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia

12+

Выездной
туризм -
тренды
и лидеры

Приложение
Летняя карта
путешествий

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

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2014

18 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование до 15 июня

Голосование до 15 сентября

Церемония награждения 1 октября

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:



BUSINESS TRAVEL

conference.ru

ОРГАНИЗАТОР:

toevents
ТУРИЗМ И МICE

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР:



Madrid

Making business a pleasure

MADRID
CONVENTION
BUREAU



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

Командировки в Мадрид гарантируют множество положительных эмоций.

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

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

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

info.mcb@esmadrid.com
(+34) 91 758 55 28
www.esmadrid.com/mcb

esmadrid.com/mcb

iMADRID!

Главный редактор Елена Борисова
e.borisova@tourbus.ru

Заместитель
главного редактора Ян Хвилер

Заместитель
главного редактора,
главный художник Алексей Пелевин

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

Дизайнер Надежда Калистратова
Корректор Марина Мартынова

Сайт www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
Софья Константинова
Александра Полянская

Тематические выпуски Destinations
Александр Попов
Светлана Коновалова
Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Почтовый адрес: 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 ПИ №ФС77-18985

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

При использовании материалов ссылка
на журнал «Турбизнес» обязательна.

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

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор
ИД «Турбизнес»

Иван Калашников
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор

Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители
генерального директора

Елена Борисова
Александр Попов

Директор по рекламе

Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы

Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации
и распространения

Руководитель

Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop

Руководитель

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

Отдел event

Руководитель

Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

BUSINESS TRAVEL

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ТУРБИЗНЕС»

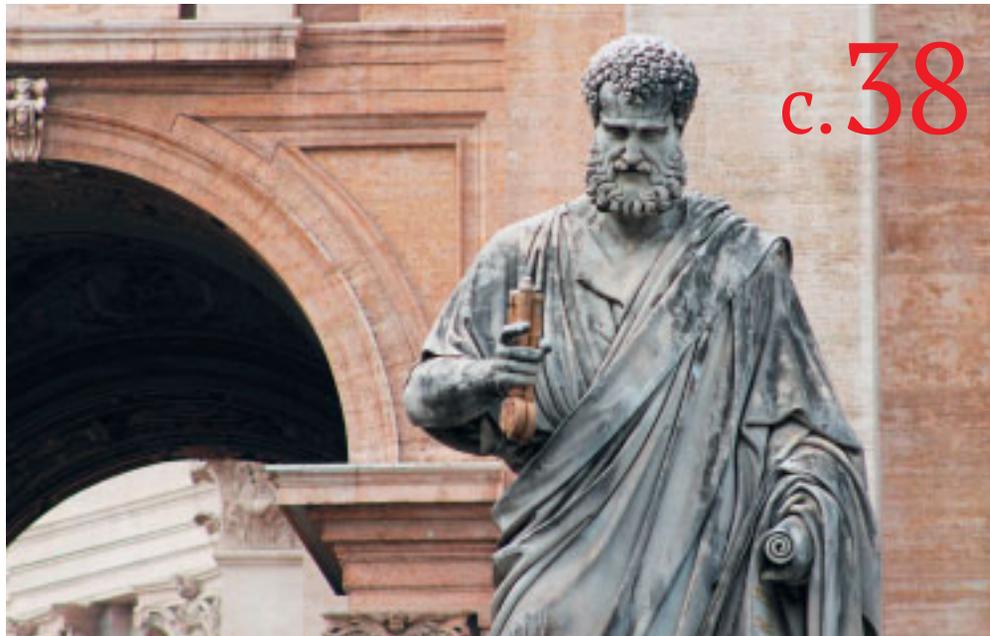
Destinations

ТУРБИЗНЕС

Пять звезд

© ООО ИД «Турбизнес»

Перекрестный год туризма Италия–Россия: соотечественников охватила «италомания»



В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

- 4 Включились в борьбу
- 8 Худой мир или добрая ссора?
- 11 Туриндустрия для поколения Y

10 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

ТЕМА НОМЕРА

- 15 Спринтеры и стайеры
- 20 Правила хорошего тона
- 24 Предпочтения меняются

ТРАНСПОРТ

- 26 На своих крыльях
- 27 Динамичные тарифы

28 РЕГИОНЫ РОССИИ

ГОСТИНИЦЫ

- 30 К чему обязывает «зеленый» статус

ПРОФИЛЬ

- 34 Миллионер из трущоб по-гречески

РЫНКИ

- 36 Мальта – места под солнцем
- 38 На земле, в небесах и на Комо
- 41 Марокко класса «люкс»
- 44 Тунис: умножаем на два
- 51 Первый в гонке лидеров

48 VIP-КЛИЕНТ

ПРИЛОЖЕНИЕ

ЛЕТНЯЯ КАРТА ПУТЕШЕСТВИЙ

made in Italy



Отпуск "made in Italy" специально для вас.

Самое богатое в мире культурное наследие, тепло Средиземного моря, прекрасные пейзажи, неповторимый вкус итальянской кухни и крупные события по случаю ЭКСПО 2015: ваше путешествие станет незабываемым. В Италии все это и гораздо больше.



www.italy.travel



Включились в борьбу

Новый руководитель Ростуризма **ОЛЕГ САФОНОВ** представил свою программу действий

Недавно вступивший в должность временного исполняющего обязанности руководителя Федерального агентства по туризму Олег Сафонов на первой встрече с журналистами заявил: «Нет нужды повторять, что во всем мире идет борьба за турпотоки и туризм является одной из самых высокодоходных отраслей экономики. Он тесно связан практически со всеми отраслями мирового хозяйства. Поэтому в числе главных задач Ростуризма сегодня — создание соответствующим образом подготовленного механизма привлечения в туризм отечественных и иностранных инвестиций».

Новый руководитель Ростуризма считает, что с выполнением принятой несколько лет назад Федеральной целевой программы развития внутреннего и въездного туризма до 2018 года — на нынешний год под нее выделено без малого 5 млрд рублей — существует немало серьезных проблем, прежде всего в регионах.



Некоторые регионы, как известно, весьма преуспели в развитии внутреннего и въездного туризма. На этом фоне очень заметным противоречием, по мнению Олега Сафонова, выглядит то, что на мировом туристическом рынке Россия в целом пока не имеет ни известных брендов, ни яркого слогана: «Без них туристическую отрасль не продвинешь». Он сообщил, что в ближайшее время Ростуризм намерен заняться подготовкой к открытию представительств ведомства в разных странах мира.

«Турпоток в Россию из-за рубежа растет, только Москву за прошлый год посетило более 5 млн иностранных туристов, — отметил Олег Сафонов. — Больше всего среди них было гостей из Германии и Китая. Но я обратил бы внимание вот на что: в турпотоке из Китая преобладают люди среднего и старшего возраста, которых интересуют по преимуществу революционная и советская тематика. И если мы хотим этот турпоток сохранить, то стоит ориентироваться по большей части на китайскую молодежь».

Важное место на пресс-конференции заняли вопросы, связанные с туристическим развитием Крыма. «В прошлом году Крым посетило почти 6 млн человек, из них в коллективных средствах размещения остановились всего 1,5 млн отдыхающих, это положение, безусловно, должно измениться, — подчеркнул Олег Сафонов. — Мы должны понимать, что речь должна идти о развитии крымско-кавказского региона в целом, о создании крупнейшего туристско-рекреационного кластера, который включал бы и побережье Азовского моря».

Свежие силы

Начало работу подведомственное Ростуризму Федеральное государственное унитарное предприятие «Национальная корпорация развития туризма»

ФГУП был передан Министерством культуры РФ в ведение Федерального агентства по туризму в 2013 году. Основными направлениями работы корпорации станут участие в реализации мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», работа по проектированию, строительству и развитию туристских кластеров на территории России, участие в программах продвижения туристического потенциала российских регионов.

На базе ФГУП «Национальная корпорация развития туризма» в сотрудничестве с Институтом развития туризма и курортного дела (ИРТиКуд) и при поддержке Федерального агентства по туризму начал работать Всероссийский call-центр «Путевка в Крым 2014», созданный для облегчения получения информации по вопросам отдыха в Крыму. Call-центр работает круглосуточно, без выходных и праздников. Бесплатный телефон для звонков из России 8-800-77-000-77.

ПОСЕТИ ХОРВАТИЮ. ПОДЕЛИСЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ.



#LoveCroatia
#Плитвицские озера
@Борис@Наташа




ХОРВАТИЯ

ХОРВАТСКОЕ ТУРИСТИЧЕСКОЕ СООБЩЕСТВО

www.horvatia.hr

ВОПРОС МЕСЯЦА

КАКОВА, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА НОВОГО РУКОВОДИТЕЛЯ РОСТУРИЗМА?

30%

Развитие внутреннего туризма

40%

Продвижение России за рубежом

13%

Контроль за деятельностью туроператоров

17%

Совершенствование законодательной базы

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



»»» Объединение компаний коснется технологической стороны — агентства получают усовершенствованную систему онлайн-бронирования туров, в том числе по РФ, с бронированием мест в автобусе, единым личным кабинетом, возможностью оплаты через системы tourpay, rayonline. Будет реализована возможность добавления в пакет любой путевки обслуживания и экскурсий по Москве.

«Вышеградская четверка» приглашает

Традиционный туристический workshop Венгрии, Польши, Чехии и Словакии пройдет в середине июня в Азербайджане и Казахстане

17 июня мероприятие состоится в Баку, в отеле Grand Hotel Europe 5*, а 19 июня — в гостинице Soluxe Hotel Astana («Пекин Палас») в Астане. Время работы в обоих городах: с 10 до 16 часов.

В рабочих встречах примут участие директор представительства Словацкого управления по туризму в РФ Любица Алушицова, директор представительства Польской туристической организации в РФ Анджей Сераковски, советник по туризму Венгерской Республики в РФ Шандор Фабиан, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в РФ Роберт Новотны, а также представители туристической индустрии стран «Вышеградской четверки». Программа мероприятия будет включать презентации руководителей туроператоров



и курортов четырех стран, b2b встречи и неформальное общение, а также фуршет. Предыдущий зарубежный workshop V-4, организованный при поддержке ИД «Турбизнес», состоялся в ноябре прошлого года. Тогда представители «Вышеградской четверки» побывали в Киргизии, Казахстане и Узбекистане. Мероприятия посетили более 250 сотрудников туркомпаний Бишкека, Алма-Аты и Ташкента.

«Туртранс-Вояж» и «Анкор» в холдинге

Главной причиной объединения компании указывают давно назревшую необходимость рынка автобусных экскурсионных туров в сильном поставщике

Руководителем холдинга станет Дмитрий Фоминцев, генеральный директор «Туртранс-Вояжа» (на фото). При этом состав команды и руководства компаний останется прежним. Ольга Санаева, генеральный директор «Анкора», продолжит совмещать руководство компанией и свою деятельность в качестве члена президиума правления РСТ, члена комитета Торгово-промышленной палаты РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности и как представитель регионального совета РСТ.

«Мы никогда не брали займов, кредитов, имеем собственные офисы. Готовы пожертвовать прибылью ради туриста. В этом пла-

не наши компании равны. Наши различия — в ассортименте, программах. У нас сейчас активно развивается внутренний, детский, въездной туризм, у «Туртранс-Вояжа» — сильные позиции в Европе. Здесь мы дополняем друг друга. А визовые службы, бухгалтерию, IT-отделы мы объединяем, чтобы оптимизировать бизнес», — рассказала Ольга Санаева. «Туртранс-Вояж» и «Анкор» уверены, что от их объединения выиграют все — сами компании, агентства и туристы. Так, на весь ассортимент холдинга распространится формула «Туртранс-Вояжа» — «любовь и забота», организация поездок и подготовка гидов будут проходить по высоким стандартам этой компании. Холдинг получит уникаль-



ные наработки «Анкора» в области организации туров по России и приема туристов в Москве, что даст новый толчок к развитию бизнеса. Слияние также позволит создать новые, уникальные продукты, например, тематические экскурсии по Москве в стиле «Туртранс-Вояжа» — по собственным стандартам экскурсионного обслуживания, с удобной системой онлайн-бронирования. По таким же принципам будут организованы туры по Золотому кольцу и другим городам.

Первый во всем

Во Внукове перед летним сезоном открылась лаунж-зона Turkish Airlines

CIP Lounge авиакомпании Turkish Airlines — первый международный фирменный зал по обслуживанию пассажиров рейсов бизнес-класса, открытый за пределами Стамбула, и первый в аэропорту бизнес-зал по обслуживанию пассажиров международных рейсов.

Общая площадь лаунж-зоны составляет 635 кв. метров, она рассчитана на 150 пассажиров. В уютном, дизайнерски оформленном пространстве находятся ресторан с блюдами турецкой и мировой кухни, бар, бильярд, секция для переговоров и телеконференций, детская игровая зона и молитвенные комнаты. Пассажирам предоставлен бесплатный высокоскоростной Wi-Fi. Глава представительства Turkish Airlines в РФ Мефал Дерибаш прокомментировал важное событие: «За 10 лет работы в России пассажиропоток нашей авиакомпании значительно вырос. Мы начинали с одного рейса в день, а сейчас совершаем ежедневно уже восемь рейсов — пять в Стамбул, два в Анталию и один в Анкару, а с 17 июня их уже будет девять. Количество пассажиров, которые летают в бизнес-классе, тоже неуклонно растет. Открытие лаунжа позволит нам еще больше повысить уровень обслуживания».

Председатель совета директоров Turkish Airlines Хамди Топчу добавил, что по темпам роста авиакомпания входит в четверку самых крупных мировых авиапере-

возчиков, а в последние три года признается лучшей компанией Европы по уровню сервиса. «Наши пассажиры уже привыкли к высокому уровню обслуживания на борту. Но они хотят получать хорошее обслуживание и на земле. Поэтому мы разработали новую концепцию лаунжей и планируем открывать их в самых крупных аэропортах. Одним из них является аэропорт Внуково», — заявил он.

Воспользоваться услугами CIP Lounge могут не только пассажиры бизнес-класса Turkish Airlines, но и держатели карт Miles&Smiles Elite, Elite Plus и владельцы членских билетов Star Alliance Gold, а также пассажиры авиакомпаний, имеющих соглашения с Turkish Airlines.



>>> 54%

европейцев собираются отправиться путешествовать нынешним летом, — такие результаты исследования Ipsos-Europe Assistance Barometer, в рамках которого были опрошены более 3,5 тысячи человек из Франции, ФРГ, Британии, Италии, Испании, Бельгии и Австрии. Наиболее высокий показатель продемонстрировали австрийцы — 68%, хуже всего дела с летним отдыхом обстоят у испанцев — 42%. По данным ВЦИОМ, нынешним летом 46% россиян планируют отдыхать у себя дома. За границу намерены поехать 6% респондентов, тогда как при наличии возможностей туда желали бы отправиться 28% опрошенных.

Взяли пример

Вслед за авиакомпаниями РЖД введут невозвратные билеты

Правительственная комиссия одобрила внесенный Минтранс России законопроект о создании нового сегмента доступных невозвратных тарифов на железнодорожном транспорте.

Ранее Минтранс предложил ввести невозвратные тарифы для авиакомпаний. Проект успешно прошел все чтения. Ожидается, что первые невозвратные билеты могут появиться в ассортименте российских перевозчиков через полтора месяца. Сейчас в «Уставе железнодорожного транспорта Российской Федерации» нет положений, предусматривающих реализацию невозвратных билетов. При возвра-

те неиспользованного проездного документа для проезда в поезде дальнего следования не позднее чем за восемь часов до отправления поезда пассажир имеет право получить обратно стоимость проезда. Появление новых невозвратных тарифов «позволит перевозчику дополнить тарифную сетку экономичными невозвратными тарифами и предложить проездные документы (билеты) по существенно сниженной цене, что даст возможность пользоваться услугами железнодорожного транспорта пассажирам как с высокой, так и с низкой платежеспособностью, приведет к

увеличению пассажирооборота, либерализации рынка, улучшит конкурентное положение железнодорожного транспорта», — уверены в Минтрансе.

Проект предусматривает ряд исключений, в рамках которых пассажир сможет вернуть деньги за возврат невозвратного билета. Это, например, болезнь или несчастный случай. Причины должны подтверждаться соответствующими документами. Пассажиры смогут купить как возвратные, так и невозвратные билеты. Информировать об условиях возврата проездных документов должен будет сам перевозчик.

>>> Количество международных прибытий в Москву в первом квартале 2014 года составило 1,291 млн человек, что на

5,3%

больше, чем за аналогичный период 2013 года.



»» По сведениям Ростуризма, в настоящее время в стране 23 крупных туроператора с объемом финансовых гарантий от 100 млн рублей, причем только 9 предприятий на новый страховой период взяли обязательства в размере, превышающем эту сумму. Два года назад компаний, имеющих фингарантии в объеме 100 млн рублей, насчитывалось 43.



»» В первую пятерку российских городов по числу поездок наших соотечественников в 2014 году вошли Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи и Екатеринбург. Столица зимней Олимпиады-2014 опередила другие города России по затратам на проживание. В первом квартале за проживание в гостиницах Сочи туристы платили около 6300 рублей в день. Это в полтора раза больше, чем в Москве (4200 рублей в день). По родной стране россияне путешествовали самостоятельно в этом году в среднем три дня, а в Сочи ездили на четыре дня.

«Нева» максимально гарантирует

По оперативным данным Ростуризма, ЗАО «Фирма «Нева» стало лидером туристического рынка страны по объемам фингарантий на новый страховой период

Объем обязательств по договору страхования гражданской ответственности туроператора на срок до июля 2015 года составил 454,2 млн рублей. Договор, заключенный «Невой» как единым юридическим лицом с московским ЗАО СК «Восхождение», оказался самым масштабным в России по объему фингарантий. Причем в 2014 году они у компании снова увеличились на сумму более 9 млн рублей. По этому параметру соревноваться с «Невой» в России может только одна компания — петербургское ООО «Солвекс-Турне», которое обязалось финансовыми обязательствами на сумму в 450 млн рублей, их будут обеспечивать 5 договоров с тремя страховщиками. В пятерку лидеров по объему финансовых гарантий на новый страховой период по договорам, заключенным на одно юридическое лицо, также входят ООО «Пегас Туристик»

(220 млн рублей), ООО «Верса» (210 млн рублей) и ООО «Пегас» (160 млн рублей).

По оценке ряда экспертов, введение нормы в 12% от оборота при определении объема фингарантий так и не дало желаемого результата: большая часть операторов либо разделилась на ряд формально независимых юридических лиц, либо занижает оборот легальными способами.



ЛИДЕРЫ ПО РАСХОДАМ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В 2013 ГОДУ

	МЛРД. ДОЛЛАРОВ	ДИНАМИКА
Китай	129	+26%
США	86	+3%
Германия	86	+2%
Великобритания	53	+25%
Россия	53	+4%

Источник: UNWTO



ИНОСТРАННЫЕ ГОСТИ В МОСКВЕ

1 Китайцы	62,7 тыс. человек, +8,7%
2 Немцы	57,8 тыс. человек, +3,3%
3 Турки	35,5 тыс. человек, +8,2%
4 Французы	33,0 тыс. человек, +4,4%
5 Итальянцы	31,0 тыс. человек, +9,3%

Источник: Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Данные за первый квартал 2014 года



Худой мир или добрая ссора?

Туроператоры по Тунису расходятся в оценках перспектив летнего сезона

Туроператор «Пегас Туристик» этим летом будет летать в Тунис из 23 российских городов, в прошлом году их было 19. «Началом полетной программы мы очень довольны и фиксируем положительную динамику спроса на направлении», — говорит генеральный директор компании Анна Подгорная. Ценовых войн в этом летнем сезоне эксперт не прогнозирует: «На данный момент чартерная перевозка в Тунис сбалансирована, в этом году операторы подошли к формированию своих полетных программ взвешенно, поэтому демпинга быть не должно. Гостиничная база Туниса сейчас вполне соответствует заявленной перевозке. Стоимость туров в Тунис выросла в этом году примерно на 10%». «Цены в этом году выросли из-за падения курса рубля», — под-

тверждает старший менеджер по Тунису компании «Экспресс Тур» Светлана Михайлова. — Мы сомневались, что раннее бронирование в этом году будет успешным. Но все прошло хорошо. Туристы, которые уже знали, когда и в какой отель они хотят поехать, покупали туры заранее. Объемы перевозки мы не увеличивали, оставив их на прошлогоднем уровне. В прошлом году мы не подняли все заявленные борты из-за экономической нецелесообразности, но в этом году рассчитываем, что полетная программа будет выполнена в полном объеме. Демпинга не ожидаем». Между тем руководитель тунисского направления компании ICS Travel Group Наталья Марголина считает, что уже сейчас ощущается избыток перевозки, чартеров заявлено больше, чем необходимо. «Туры глобально не подорожали, однако цена вырос-

ла в рублевом эквиваленте. Глубины продаж нет, закрыты только даты до середины июня. Туры по акциям раннего бронирования сработали, но не так успешно, как хотелось бы», — констатирует эксперт. По ее словам, продажи на майские праздники в этом году не были удачными, после них ряд игроков решил скорректировать объемы перевозки. «Как сложится сезон? Это зависит от решения туроператоров. Если все то, что заявлено на июнь, полетит, то мы неминуемо получим избыток кресел и демпинг. Если же операторы будут ориентироваться на спрос и оптимизируют перевозку, то сезон войдет в нормальное русло», — уверена Наталья Марголина.

Подробнее о тунисском наступлении в России – в рубрике «Рынки»

>>> Последние два года число российских туристов в Тунисе увеличивается примерно на 50 тысяч человек в год: в 2012 году их было 250 тысяч человек, в 2013 году – около

300 тысяч.

«Пегас» сблизился с «Аэрофлотом»

Значительную часть летней программы с вылетом из Санкт-Петербурга оператор Pegas Touristik построил на рейсах авиакомпании «Аэрофлот»

На бортах «Аэрофлота» оператор собирает-ся выполнять новые полетные программы — цепочки в Ларнаку и болгарский Бургас, а также осуществлять перевозку в рамках уже действовавших ранее программ в Испанию (Барселона и Тенерифе). Кроме этого, лайнеры «Аэрофлота» (наряду с перевозкой Turkish Airlines) будут использоваться на маршруте в Анталию. Оставшаяся часть программ из Петербурга будет осуществляться на бортах авиакомпании Nord Wind — маршруты в Грецию (Ираклион), Тунис, Испанию (Мальорка), в Италию (Калабрия и Олбия) и Египет (Хургада и Шарм-эль-Шейх). Этот же перевозчик берет на себя обслуживание еще одной новинки сезона — маршрута из Петербурга на греческий Родос, который «Пегас» в этом сезоне будет предлагать впервые. Авиакомпания

Икаг продолжит успешную программу полетов в Нячанг вплоть до начала осени. Как подчеркивает руководитель петербургского офиса Pegas Touristik Мария Бакерина, широкое привлечение «Аэрофлота» к выполнению летней полетной программы обусловлено желанием расширить спектр услуг: «На ряде направлений нам не хватало частоты полетов и, соответственно, возможности предложить клиентам более широкий выбор продолжительности программ отдыха».



>>> Новинка сезона — маршрут из Петербурга на греческий Родос, который Pegas Touristik в сезоне-2014 предлагает впервые.

В ФОКУСЕ

«Зеленый свет» малым отелям

В Санкт-Петербурге состоялась Всероссийская конференция «Государственная поддержка малых отелей и малого бизнеса в туризме», собравшая более 500 представителей туристической индустрии

Участники обсудили стратегию развития законодательной базы для малых средств размещения, продвижение малых гостиниц на внутреннем и международном туристском рынке, подготовку гостиничного фонда к чемпионату мира по футболу 2018 года, а также туристский сезон в Крыму и другие вопросы.

«Позади — ряд важных шагов в закреплении понятия «малый отель» в правовом поле. Так, в новый проект классификации объектов туристской индустрии включена методика оценки на соответствие категории для малых отелей. Теперь часть требований, обязательных для крупных гостиниц, не распространяется на малые отели и не будет влиять на их «звездность».

Совместно с Ассоциацией малых отелей мы подготовили проект федерального закона «О внесении изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации», который позволит не переводить помещения из жилого в нежилой фонд для размещения отелей до 50 номеров. Это ключевой закон, которого мини-отели ждут больше 10 лет», — подчеркнула заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

ПАРТНЕРЫ

Пять стран — одна задача

В столице состоялся деловой завтрак, в котором приняли участие полномочный министр Китая в России Чжан Сяо, посол ЮАР в Москве Мандиси Мпахлуа, посол Бразилии в Москве Антонио Жозе Валлим Геррейро, полномочный министр Индии Сандип Ария и заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

Алла Манилова рассказала послам стран БРИКС о национальном многообразии российской культуры, международных связях и форматах международного сотрудничества, в том числе «перекрестных» годах и сезонах культуры с зарубежными странами. Участники встречи пришли к соглашению о необходимости объединения усилий в сфере культуры и туризма. Проведение обменных мероприятий и других совместных акций было определено как приоритетное направление работы и сотрудничества между пятью странами.



ХРОНИКА



Самые яркие события года

В выставочном центре «Гостиный Двор» прошла III Всероссийская открытая ярмарка Russian Open Event Expo 2014, в рамках которой состоялись презентации событийных мероприятий муниципальных образований и субъектов РФ, а также II Всероссийский конкурс в области событийного туризма

Конкурсная программа состояла из 13 номинаций, среди которых были две специальные номинации: «Столица событийного туризма» для муниципальных образований и «Лидер событийного туризма» для субъектов РФ. В номинации «Столица событийного туризма» первое место заняла Калуга, второе — Асбест, третье место досталось Грозному. Лидерами событийного туризма стали Тульская область, республика Бурятия и Нижегородская область. Полный список победителей опубликован на сайте www.sobtur.com.

В рамках ярмарки были организованы тематические круглые столы и семинары, посвященные актуальным темам внутреннего и въездного туризма. Особое внимание было уделено развитию экотуризма. В числе самых ярких туристских событий года отмечены фестиваль «Золотая ладья», праздник, посвященный Дню семьи, любви и верности, фестиваль грибов «В Рязани — грибы с глазами», историко-фольклорный фестиваль «Слава Добрыни» и другие. В церемонии закрытия ярмарки приняла участие директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России Ольга Ярилова.

Туриндустрия для поколения Y

В повестке дня — новые тренды в гостиничном маркетинге

28 мая в московском отеле «Метрополь» прошла конференция Hospitality Marketing Day, организаторами которой выступили юридическое агентство «Персона Грата», консалтинговая группа Travel Expert, издательский дом «Турбизнес». Новые тренды в гостиничном маркетинге стали главной темой выступлений участников делового форума.

По мнению независимого эксперта Екатерины Щербаковой, главной тенденцией ближайшего десятилетия станет появление на потребительском рынке «поколения Y». Представители этого поколения, рожденные в 1977–1998 годах, вскоре станут главными клиентами индустрии гостеприимства. Как следствие, в гостиничной сфере придется больше инвестировать в интерактивные системы общения с клиентом. Эксперт считает, что только при этом условии представители Y-поколения будут активными потребителями гостиничных услуг.

Директор агентства «Редкая марка» Антон Попов разделяет эту точку зрения. Он дал рекомендации по технологии продвижения гостиниц в соцсетях. По его мнению, важно работать в разных соцсетях, обращать внимание на появление новых, постоянно заниматься анализом результатов.



Тема рекламы в поисковых системах доминировала в выступлении менеджера по работе с ключевыми клиентами компании «Яндекс» Алисы Фадеевой. По свидетельству экспертов компании, растет количество запросов на бренд — в прошлом году оно увеличилось на 13%. Спикер поделилась еще одним важным наблюдением: пользователи все чаще ориентируются на официальные сайты гостиниц, игнорируя агрегаторы или мета-поисковики. Основатель и руководитель школы travel-журналистики «Traveloogia» Юлия Шукина указала на основные ошибки гостиничных сайтов: дефицит оригинальных текстов и качественных фото, передозировка информации на главной странице, «отсутствие людей» — на фото и видео зачастую отсутствуют сотрудники и гости отеля. Об экзотическом пока для российских отелей программном продукте — мобильном приложении — рассказала эксперт Елена Лысенкова. Казалось, что электронные бронирования приживутся в России не скоро, но уже немало отечественных отелей осуществляют через электронные каналы более трети своих продаж. Скорее всего, столь же актуальными окажутся и мобильные приложения.

Спикеры конференции рассмотрели и маркетинговые задачи сегодняшнего дня. В их числе — ориентация на новые рынки, прежде всего, Индии и Китая. Два выступления были посвящены привлечению в Россию туристов-мусульман и гостей из Юго-Восточной Азии. Какие условия должен создать для них российский отель — об этом рассказали Ильдар Мусин, президент компании «Спутник — спорт энд бизнес трэвел» и Михаил Вислин, исполнительный директор НП «ОМИТ» «Мир без границ».



ТРЕНДЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

- Появление на потребительском рынке «поколения Y».
- Интерактивные системы общения с клиентом.
- Рост запросов путешественников на брендовые отели.
- Мобильные приложения в гостиничной сфере.
- Новые категории клиентов и виды услуг.

Стремительное приближение

Онлайн-сервис покупки авиабилетов и бронирования отелей anywayanyday.com запустил первую версию бесплатного мобильного приложения для планшетов на платформе Android

Сейчас через мобильное приложение для Android-планшетов доступна только покупка авиабилетов. Бронирование отелей появится в одной из следующих версий. В остальном функциональное наполнение приложения от Anywayanyday для Android-планшетов сохранило основные элементы приложения

для смартфонов на платформе Android, существующего с конца 2012 года. Появились и новые возможности. Экран с результатами поиска представлен в виде матрицы, разделенной на прямые рейсы и рейсы с пересадками, а пользователь может при оформлении заказа добавлять данные пас-

сажиров из записной книжки и редактировать свою личную и контактную информацию в разделе «Мой профиль». Приложение от Anywayanyday для устройств на платформе Android предлагает

разнообразные фильтры, помогающие пользователю выбрать оптимальный вариант перелета от более чем 800 авиакомпаний или проживания в одном из 330 000 отелей по всему миру.

anywayanyday.com

MICE: конкуренция как условие развития

Генеральный директор агентства MaxiMICE **ЕЛЕНА МЕЛЬНИКОВА** обсуждает с корреспондентом «ТБ» актуальные проблемы развития комплекса услуг, связанных с организацией и проведением корпоративных мероприятий, включая координацию и сопровождение проектов, а также логистическую, трансферную и визовую поддержку.

БЕСЕДОВАЛ
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Вы пришли в MICE-сегмент, и шире — в бизнес-трелл, из туроператорского бизнеса. Почему приняли такое решение? Туристическим бизнесом я стала заниматься очень давно — с 1985 года. На каком-то этапе почувствовала, что как личность и предприниматель перестаю чувствовать перспективу; захотелось раздвинуть горизонт. Помолилась Богу, чтобы дал он мне что-то новое, но непременно связанное с передвижением людей по свету, и оказалась внутри замечательного корпоративного сообщества. Мои трелл-навыки стали на службу другим бизнесам — всем известное b2b. Вооруженная трелл-инструментами, я почувствовала себя абсолютно на своем месте. Это любимая работа. До сих пор с благодарностью вспоминаю своих учителей — Сергея Зенкина, Людмилу Пучкову, Дениса Матюхина.

Насколько быстро вы освоились в новой среде? Что в ней порадовало и что огорчило?

Тонкости, как мне кажется, постигла к концу первого года работы. Что насторожило? Пожалуй, тип конкуренции. Я всегда старалась быть лучшей — и для своих клиентов, и в целом в индустрии. Поэтому конкуренция является для меня тем объективным условием, которое помогает завоевывать первое место. Второе такое условие — идти своим путем.



«Свой путь» — емкая формулировка. Не могли бы вы, не раскрывая коммерческих и других тайн, обозначить ее параметры? В данном случае имеется в виду опыт туроператорской деятельности, помноженный на навыки и опыт работы в корпоративном бизнесе. Затем — выстраивание структуры компании, определение ее задач, в зависимости от потребностей клиентов и их видения собственных деловых перспектив. Наконец, изучение и применение опыта зарубежных MICE-компаний, работающих на рынке по полвека и больше.

Какие приемы конкуренции вы бы отнесли к запрещенным? Непонятный и абсолютно неприемлемый для меня способ — это распространение слухов о компаниях-конкурентах. Говорю это на основе собственного неприятного опыта. Рассказывает мой клиент: пришли ваши конкуренты на встречу — люди, которые вас знают, более того — бывшие ваши сотрудники, и две трети предоставленного им для презентации времени посвятили описанию недостатков компании MaxiMICE... Пока их не попросили перейти к делу. К огромному сожалению, подобные ситуации возникали многократно — стоило нам выиграть очередной тендер, как в уши клиентов начинал литься поток «разъяснений» от сторонних лиц относительно квалификации и возможностей MaxiMICE.

Пользуясь случаем, приглашаю всех заинтересованных участников рынка обращаться непосредственно к нам по любому поводу и без такового. Полная информационная открытость — один из принципов нашего коллектива.

Правильнее было бы называть слухи известного рода антипиаром или черным пиаром?

Трудно сказать, что это, может быть. Иногда вроде по-женски хочу расстроиться — клиенты выручают, говорят: «У лжи короткая жизнь, а у правды — длинная». Слабое утешение состоит в том, что основные слухи идут по кругу, практически не меняясь все девять лет существования агентства: «мы демпингуем на рынке», «завтра наверняка обанкротимся» и так далее. Ответственно заявляю: наша компания является собой образец финансовой дисциплины. И с трудовой дисциплиной у нас все в порядке.

Поделитесь, пожалуйста, основами ноу-хау: как можно грамотно выиграть тендер в MICE-секторе?

Чтобы не повторять прописные истины, остановлюсь на одной детали: ни в коем случае нельзя повышать согласованную стоимость услуг — этого мы не позволяем себе никогда. Привлечь клиента может условие постоплаты, и мы его предлагаем. А в целом — надо биться с поставщиком за оптимальное снижение бюджета в пользу клиента и составлять изобретательную программу мероприятия. Для примера скажу, что этой весной мы победили в тендере «Нестле» на поездку в Испанию для группы из 360 человек и в другом тендере — компании «Соллерс-Авто» на поездку в Стамбул для группы из 100 человек. Наше портфолио в этом отношении очень объемно. Оно, собственно, и свидетельствует о доверии к нам со стороны клиентуры.

Слухами порочащего характера обычно пытаются скомпрометировать сильную, энергичную компанию — иначе она просто не подвергалась бы подобным атакам. Давайте обратимся теперь к вашей роли посредника между корпоративным клиентом и площадкой. Это выгодная позиция: вам видны ресурсы обеих сторон, использование которых может не только оптимизировать бюджет проекта, но и добавить к нему те измерения, подсказать которые может лишь агентский опыт...

Верно. Бизнес-мероприятия проводятся для того, чтобы достичь какого-то успеха в бизнесе, даже если это звучит несколько тавтологично. И над решением этой задачи у нас работает целая группа экспертов, включая тех, которых называют сегодня «креативщики». Для меня высшей похва-

лой является отзыв клиента, в котором может говориться примерно следующее: наш сейлс-митинг прошел с большей эффективностью, чем если бы мы проводили его самостоятельно... А многие отели, российские и зарубежные, с удовольствием признают, что в сотрудничестве с нашей компанией открыли для себя новые возможности MICE-сегмента.

Низкий сезон — это страшный сон любой компании, которая занята в подобном бизнесе...

Уточню — в туризме. У нас все наоборот: низкий сезон для туристов как раз высок для корпоративных клиентов. Верные партнеры всегда идут нам навстречу, чтобы оптимизировать цены. В Москве это, прежде всего, «Ренессанс Монарх», «Рэдиссон Славянская», «Милан», «Холидей Инн Сокольники», «Азимут Отель Олимпик», в Подмосковье — «Ареал», «Холидей Инн Виноградово», «Лес Резорт», «Атлас Парк Отель», «Нахабино Москоу Кантри Клуб». И мы отвечаем им взаимностью: даем достойные объемы. Оперативный и скрупулезный расчет с поставщиком — еще один принцип, нарушать который ни при каких условиях нельзя.

Почему вы стали в нынешнем году официальным партнером номинации «Самый яркий MICE-проект года» в проекте Russian Business Travel & MICE Award?

Качество и яркость, если они сочетаются, могут обеспечить продукту олимпийскую высоту — всю жизнь сама исповедовала этот принцип и, кажется, ни разу не ошиблась. MICE-индустрия находится на подъеме, мы намерены всемерно способствовать этому процессу. В этом году мы не являемся конкурентами. Выступая в качестве партнера, решаем организационные вопросы, привлекаем экспертное жюри; работаем с организаторами над тем, чтобы участие и победа в этом соревновании были для участников действительно важным событием в профессиональном развитии.

>>> Компания MaxiMICE зарегистрирована в декабре 2006 года. Сегодня это агентство полного цикла профессиональных операций в области business events — оно оказывает весь комплекс услуг, связанный с организацией и проведением корпоративных мероприятий, включая координацию и сопровождение проектов, а также логистическую, трансферную и визовую поддержку. MaxiMICE, в которой работают 110 сотрудников, располагает базой в четыре с лишним тысячи поставщиков по всему миру. Операционная возможность компании — более 180 проектов в месяц. В головную структуру входят агентство индивидуального туризма MaxiVOYAGE и студия идей «Крапива». MaxiMICE также является частью европейской коммуникационной сети 27NAMES.



Спринтеры и стайеры

Старт высокого туристического сезона 2014 года начался в непростых для отечественного рынка условиях: произошло заметное падение курса рубля по отношению к единой европейской валюте, обострилась внешнеполитическая ситуация, то и дело начинаются разговоры о введении визовых санкций в отношении рядовых туристов. Изменится ли в данных обстоятельствах география отдыха россиян, какие выездные направления нынешним летом окажутся в лидерах, а какие в аутсайдерах?

ПОДГОТОВИЛ ЯН ХВИЛЕР

Турция

Самое популярное направление летнего отдыха россиян перед началом высокого сезона едва не сделало щедрый подарок своим конкурентам — турецкие власти объявили об изменении порядка посещения страны. Введение запрета на въезд для туристов, срок действия загранпаспортов которых составляет менее четырех месяцев, вызвал небольшой переполох на отечественном туррынке. Правда, он не имел глобальных последствий для направления, поскольку срок вступления в силу нового закона был оперативно перенесен на конец года. «Турция заинтересована в увеличении потока российских туристов. Только ради российского рынка власти приняли специальное постановление и изменили срок действия закона «Об иностранцах и международной защите», — пояснили в туристической администрации страны. По свидетельству туроператоров, продажи туров в Турцию на майские праздники прошли вполне успешно, что позволяет надеяться на то, что и в целом сезон на этом направлении сложится удачно. Одна из причин тому — падение курса рубля по отношению к евро и относительная стабильность отечественной валюты по отношению к доллару, что закономерно определяет повышенный интерес туристов к «долларовой» Турции. «Майские праздники традиционно пользуются большим спросом у туристов. Мы не ожидали большого всплеска продаж, поэтому не ставили дополнительные борты, ограничившись заявленными ранее объемами, — отмечает генеральный директор компании «Пегас Туристик» Анна Подгорная. — Загрузка бортов шла хорошо, никаких проблем, связанных с вылетами, мы не отмечаем».



>>> Падение курса рубля по отношению к евро и относительная стабильность отечественной валюты по отношению к доллару определяют повышенный интерес туристов к «долларовой» Турции.

«Майские праздники в Турции прошли позитивно и без форс-мажоров, — говорит бренд-менеджер компании «НТК Интурист» Мария Конабеева. — Через нашу компанию на отдых в Турцию отправилось несколько тысяч туристов. При этом «НТК Интурист» значительно увеличил объемы перевозки. В целом по направлению Анталя рост составил 60%, а по направлению Даламан — 100%. С учетом этого мы считаем начало туристического сезона в Турции успешным».

«Мы наблюдаем в этом сезоне спад интереса к европейским направлениям и одновременно — рост спроса на «долларовые» направления — Турцию и Египет, — поясняет директор по маркетингу и продажам TUI Russia&CIS Ивор Вукелик. — В связи с этим мы в разумных пределах увеличили свои объемы по Турции и Египту». «Мы прогнозировали увеличение турпотока в Анталию из Москвы, поэтому поставили два дополнительных борта в день на период майских праздников. Также на эти даты был поставлен дополнительный борт в Хургаду из Внукова», — рассказывает PR-менеджер компании «Анекс Тур» Елена Захарова. По ее словам, в начале мая оператор отправил на отдых за границу более 50 тысяч человек, и лидером спроса — 25 тысяч туристов — стала Турция.



>>> В 2013 году — первое место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ — 3,070 млн российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом —

+22,35%



Испания

»» Туристические власти Испании прогнозируют существенное увеличение турпотока из РФ в текущем году, однако туроператоры говорят о демпинге и снижении объемов продаж.

Слухи о возможном введении визовых санкций со стороны ЕС в отношении российских туристов, упорно ходившие минувшей весной, заставили многих наших соотечественников задуматься о поисках альтернативных направлений отдыха. В этой связи консульские службы ряда европейских государств сделали официальные заявления, в которых опровергли возможность такого поворота событий. Одними из первых отреагировали испанцы.

«Выдача виз российским туристам, желающим посетить Испанию, идет в обычном режиме. Только в марте текущего года количество выданных виз увеличилось на 12% по сравнению с аналогичным месяцем 2013 года. Предприниматели испанского туристического сектора являются основными сторонниками отмены визового режима с Россией. Уверены, что в 2014 году будет установлен новый рекорд по числу российских туристов в Испании», — заявили представители посольства Испании в Москве.

Согласно испанской статистике, в прошлом году наши соотечественники заняли четвертое место в общем объеме зарубежного турпотока — как по количеству ночевков в стране, так и по количеству туристских прибытий. Одна только Каталония приняла миллион путешественников из РФ, что на 32% превысило показатели 2012 года. Россияне потра-

тили в автономии рекордную сумму — 1,326 млн евро. «Мы уже сумели привлечь российских туристов в Каталонию, теперь наша задача — удержать их. Мы не стремимся поставить новый рекорд по количеству прибытий в автономию, для нас важно сохранить существующий турпоток из России. Несмотря на непростую политическую ситуацию и валютные колебания, российские туроператоры считают, что этот год будет удачным», — заявил заместитель министра предпринимательства и занятости правительства Каталонии Пере Торрес во время своего визита в Москву.

Впрочем, сами туроператоры более осторожны в своих оценках. Так, по свидетельству президента ГК «Нагали Турс» Владимира Воробьева, с учетом всех объективных экономических и политических сложностей, с которых начался 2014 год, начало сезона для компании в целом прошло удачно. В основном это связано с тем, что вовремя были скорректированы полетные программы. Так, программы полетов по Испании были сокращены на 15%. Благодаря этим мерам компании в целом удалось сохранить цены даже на испанском направлении, которое особенно «просело» у большинства туроператоров в начале сезона. «Не дожидаясь изменений ситуации на рынке, многие наши коллеги уже обвалили цену даже на июнь. И себя загнали в низкую ценовую нишу, и задали тон другим. В итоге на сегодняшний день Испания оказалась одним из самых дешевых направлений», — отмечает Владимир Воробьев. По словам эксперта, ситуация на рынке должна стабилизироваться уже к концу июня. Но полностью продажи не восстановятся, и падение объемов в целом по Европе сохранится.



»» В 2013 году — шестое место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ — 1,013 млн российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом —

+27,87%



Греция

»» Туроператоры расходятся в оценке перспектив летнего сезона на греческом направлении: часть экспертов говорит о значительном спаде продаж, другие называют ситуацию на рынке достаточно стабильной.

Греция, которая только начала выходить из глубокого социально-экономического кризиса, в прошлом году приняла рекордное количество туристов из нашей страны. По данным Росстата, турпоток на этом направлении вырос более чем на 70%.

«За последние годы мы завоевали новые высоты, а именно — изменили отношение к туризму в Греции в лучшую сторону, — отмечает генеральный секретарь министерства культуры Греции Анастасиос Ляскос. — Наша экономика стабилизируется, во многом благодаря туризму. Мы возвращаемся на международный рынок, доказав что наша страна может предоставить отдых на самом высшем уровне».

Одним из важных шагов в деле дальнейшего увеличения российского турпотока греческие власти считают дальнейшее упрощение процедуры выдачи въездных виз. По данным консульства Греции в Москве, в первом квартале 2014 года количество выданных виз увеличилось на 7%. Это существенный прирост, особенно если учесть, что турпоток увеличился в зимний сезон.

Для сохранения позитивной динамики Греция намерена выдавать значительно больше многократных виз. Более того, как сообщили представители Ассоциации греческих туристических предприятий SETE, в ходе встреч с представителями Министерства иностранных дел и посольства Греции в России удалось получить официальные гарантии упрощения визового режима в этом летнем сезоне. «Четыре консульства и 12 визовых центров обеспечивают оперативную выдачу виз для российских туристов — максимум за 48 часов — благодаря тому,

что упрощены многие бюрократические процедуры», — подчеркивает Анастасиос Ляскос. Мнения российских туроператоров о перспективах летнего сезона на греческом направлении несколько расходятся. Так, комментируя результаты работы в период майских праздников, коммерческий директор компании «Южный Крест» Евгений Косинков отмечает полную продажу заявленных объемов на фоне существенного спада в марте, вызванного экономической ситуацией, а также колебаниями курсов валют. «Продажи по Греции соответствовали заявленным объемам по Греции», — подчеркивает эксперт.

Менее оптимистично настроена заместитель директора московского филиала турфирмы «Нева» Светлана Дроздова. «Покупательская способность наших граждан снижается, соответственно, падает спрос на туристические услуги, — объясняет она. — В нашей компании турпоток на майские праздники в этом году по сравнению с прошлым сократился примерно на 30%. Сильнее всего пострадали европейские направления». По свидетельству Светланы Дроздовой, колебания курса валют и значительный рост евро приводят к перераспределению турпотока на рынке: те туристы, которые раньше выбирали Испанию или Грецию, в этом году отдают предпочтение Болгарии и другим, более бюджетным направлениям.



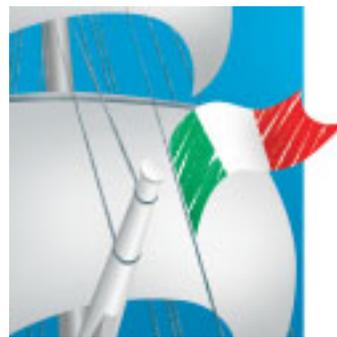
>>> В 2013 году — третье место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ — 1,176 млн российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом —

+70,28%

Италия

В 2013 году заграничными консульскими учреждениями Италии было выдано более 2,1 млн въездных виз, более трети из них — 770 тысяч — получили россияне. Результаты первого квартала 2014 года также позитивные — въездные итальянские визы получили 240 тысяч россиян, что на 14% больше аналогичного показателя предыдущего года. При этом стабильно растет число выданных годовых и многолетних многократных виз. Итальянские власти прогнозируют в 2014 году 15–20%-ный рост турпотока из России.

«В 2013 году рост на итальянском направлении стал одной из самых ярких тенденций туристического рынка. Наш визовый департамент работает с максимальной загрузкой, и основную долю обращений составляют именно запросы на итальянскую визу», — рассказывает бренд-менеджер



>>> «Репетиция» летнего сезона на итальянском направлении прошла не слишком удачно — результаты продаж туров на майские праздники многих туроператоров не впечатлили. Но эксперты уверены в том, что в летние месяцы им удастся наверстать упущенное.

компании «НТК Интурист» Мария Конабеева. Вместе с тем эксперт отмечает общий спад спроса на европейские направления: «Мы видим серьезное падение спроса. Немалую роль в этом сыграло повышение стоимости отдыха в Европе за счет ослабления рубля. В настоящий момент мы корректируем полетные программы в соответствии с текущей рыночной ситуацией. Так, например, нам пришлось перенести старт анонсированной полетной программы по маршруту Москва —



»» В 2013 году – девятое место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ – 726 тысяч российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом –

+27,17%

Пескара на неопределенный срок, до стабилизации спроса и общей экономической ситуации». «Снижение турпотока в Италию с каждым днем чувствуется все острее, но говорить о значительных потерях не приходится, — считает руководитель французско-итальянского отдела компании «Веди Тур» Елена Татарина. — Майские продажи, действительно, «просели» относительно аналогичного периода прошлого года, когда был зафиксирован заметный рост. В этом году мы сократили полетную программу, поэтому надеемся на хорошие результаты летнего сезона». Оптимистично настроены в компании «Южный Крест». «Сейчас мы летаем два раза в неделю по маршруту Москва — Римини, загрузка бортов 100%, с конца мая будет запущена полетная программа Москва — Тревизо», — говорит генеральный директор фирмы Евгений Косинков. В компании «НТК Интурист» объявили об открытии нового для отечественного рынка

итальянского региона Абруццо и запуске чартерной программы из Москвы в Пескару. Сюда запланированы еженедельные вылеты в период с 14 июня по 20 сентября.

Масштабные планы анонсировала компания Ras Group, которая по итогам 2014 года намерена увеличить объем отправки туристов в Италию на 35%, в частности, за счет открытия новых полетных программ. Вылеты в 11 пунктов назначения в Италии будут выполняться из 14 российских городов, в том числе впервые — из Минеральных Вод, Омска, Саратова и Тюмени. Особенно заметный рост — на 167% — ожидается по Сардинии.

По свидетельству генерального директора Ras Group Ильи Иткина, это связано с изменением в позиционировании острова: «В этом году конкуренция по Сардинии на российском рынке усилится. Наш ответ — продукт в новом ценовом диапазоне и превращение Сардинии в доступное место отдыха для россиян».



Хорватия

»» По заявлению туристических властей Хорватии, в обозримом будущем страна планирует ежегодно принимать до 500 тысяч российских туристов. Но, по оценкам туроператоров, эта красивая цифра пока весьма далека от реальности.

На общем фоне роста въездного туристического потока — в 2013 году Хорватия приняла 13 млн туристов — гостей из нашей страны здесь заметно поубавилось. По данным Росстата, турпоток из РФ сократился почти на четверть.

«2013 год на хорватском направлении выдался очень тяжелым. Объем перевозки в разы превышал количество туристов, что привело к повсеместному демпингу, — отмечает руководитель отдела Хорватии и Черногории компании «Русский Экспресс» Юлия Жадан. — Немаловажную роль в этом процессе сыграл туроператор «Библио Глобус», вышедший на направление с большими амбициями. Уход «Асента» немного стабилизировал продажи. Но в целом Хорватия заметно просела».

Традиционно считается, что главной причиной падения турпотока на хорватском направлении

стало введение виз. Но с этим утверждением согласны далеко не все. «Те, кто хотел, все равно поехали в Хорватию. На мой взгляд, нельзя во всем винить введение визового режима. Визу при желании можно было получить за 2–3 дня, все делалось слаженно и оперативно. Снижение интереса связано и с другими факторами, с перераспределением туристического спроса к каким-то другим странам. К тому же, когда открылись визовые центры Хорватии, многие туристы стали организовывать свои поездки самостоятельно, без участия турфирм», — считает руководитель отдела Хорватии туроператора «Ванд Интернэшнл тур» Татьяна Маркова.

«Основные потери происходили за счет туристов, которые выбирали бронирование last minute booking, — рассказывает руководитель хорватского отдела туроператора DSBW Артур Хакимов. — Хорватские отели навстречу нашему турбизнесу не шли, поскольку российский рынок для них далеко не эксклюзивен».

«Сейчас на территории России открыты 20 сервисно-визовых центров. Туристы также могут обращаться в консульский отдел посольства Хорватии в Москве, который был расширен. В 2014 году началась выдача многократных виз, срок действия



»» В 2013 году – 29 место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ – 82 тысячи российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом –

-24,52%

которых составляет не 90 дней, а 180 дней», — подчеркивает министр туризма Хорватии Дарко Лоренцин. По его словам, сейчас для привлечения российских путешественников разрабатываются новые туристические предложения. «Мы надеемся, что утвержденные правительством программы по развитию туризма позволят Хорватии восстановить прежние позиции и довести объем российского турпотока до 500 тысяч туристов в год», — отмечает Дарко Лоренцин. В преддверии высокого сезона о планах по расширению программ отдыха в Хорватии объ-

явил TUI Russia&CIS. В частности, туроператор усилил свое присутствие в хорватском регионе Истрия, добавив в ассортимент курорты Рабац, Всар, Новиград, Ловран, Опатия, Ровинь. Но о резком росте объемов продаж речь не идет. «Мы рассчитываем по итогам предстоящего лета выйти на объемы 2012 года», — заявляет директор по маркетингу и продажам TUI Russia&CIS Ивор Вукелик. Такие же цели ставит перед собой большинство других туркомпаний, работающих на хорватском направлении.

Финляндия

По итогам 2013 года российский турпоток в Финляндию увеличился почти на 77%. По данным Росстата, страна приняла 5,5 млн наших соотечественников, в том числе более 900 тысяч туристов. Россияне истратили в Финляндии 1,21 млрд евро, из которых на покупки было использовано более 908 млн, а на услуги — свыше 301 млн евро.

Впрочем, резкий всплеск спроса на финском направлении для многих туроператоров прошел практически незаметно. В первую очередь, как считают эксперты, это связано с резким увеличением самостоятельных путешественников.

«Финляндия — достаточно стабильное направление, ассортимент неизменен на протяжении многих лет, как, собственно и спрос, не демонстрирующий резких скачков», — говорит директор по туризму компании «Лабиринт» Константин Горин.

«Финляндия активно развивается на прямом рынке продаж, растет число онлайн-заказов. В особенности это касается летнего периода. Зимой, когда ведущие туроператоры ставят блоки мест, количество самостоятельных путешественников заметно уменьшается», — добавляет генеральный директор компании «Джаз-Тур» Валентина Евфорицкая.

Заметным событием на финском направлении в нынешнем сезоне стало открытие в конце апреля авиакомпанией S7 Airlines регулярных рейсов в Хельсинки из аэропорта Домодедово. Они выполняются ежедневно на лайнере Airbus A319 вместимостью 128 пассажиров в двухклассной компоновке. До этого воздушную линию между столицами РФ и Финляндии обслуживали только «Аэрофлот» и Finnair.



>>> По итогам 2013 года российский турпоток в Финляндию заметно вырос. Но туроператоры этого практически не заметили. Главная причина тому, как считают эксперты, — увеличение количества самостоятельных туристов.

«Не могу сказать, что тарифы S7 ниже, чем «Аэрофлота» и Finnair, ценовая политика перевозчиков примерно одинаковая. Однако рейсы S7 могут стать альтернативой для туристов из Москвы и регионов России, так как авиакомпания начала их выполнять из аэропорта Домодедово, а «Аэрофлот» и Finnair летают из Шереметьева», — комментирует ситуацию руководитель отдела Финляндии и стран Скандинавии компании Ras Group Елена Харькова. По ее словам, оценить востребованность новой полетной программы сложно — летом основная масса туристов предпочитает ехать в Хельсинки на поезде или на личном автотранспорте. «На данный момент спрос на Финляндию соответствует прошлогоднему, цены также сильно не изменились», — добавляет Елена Харькова.

С коллегой соглашается руководитель отдела Скандинавии компании DSBW Ирина Паленова: «Подавляющее большинство туристов в летний период едет в Финляндию на поезде. Возможно, рейсы S7 будут востребованы у индивидуальных путешественников. Сейчас туры в Финляндию продаются чуть хуже, чем в прошлом году. Небольшой спад обусловлен в первую очередь колебанием курса валют. Но пока рано делать окончательные выводы, так как, возможно, дело в отложенном спросе».



>>> В 2013 году — седьмое место в рейтинге выездных туристических направлений из РФ — 905 тысяч российских туристов, динамика турпотока по сравнению с 2012 годом —

+76,52%

Правила хорошего тона

«Мы не стали ввязываться в ценовые войны и отправлять туристов на отдых по минимальным ценам», — такое заявление сделал накануне сезона **ВЛАДИМИР ВОРОБЬЕВ.**



ТЕКСТ
СВЕТЛАНА КОНОПЛЕВА

ВЫЕЗДНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ «НАТАЛИ-ТУРС»



В ПЛЮСЕ

Турция
Австрия
Португалия
Морские круизы



В МИНУСЕ

Испания
Мексика
Куба
Доминикана

По словам президента ГК «Натали Турс» Владимира Воробьева, с учетом всех объективных экономических и политических сложностей, с которых начался 2014 год, начало сезона для туроператора в целом прошло удачно. В основном это связано с тем, что вовремя были скорректированы полетные программы. Так, программы полетов в Испанию сократились на 15%, а по Мексике, Кубе и Доминикане — в два раза. В некоторых российских городах вылеты не были поставлены изначально или корректировались по результатам продаж на начало апреля.

«Во многих городах произошло объединение перевозки. Мы не стали ввязываться в ценовые войны и отправлять туристов на отдых по минимальным ценам. Мы просто сократили свои рейсы и пересели на рейсы к коллегам. Например, в Краснодаре вместо своего чартера взяли блок мест на «Уральских авиалиниях», — подчеркнул Владимир Воробьев. Благодаря этим мерам компании в целом удалось сохранить цены даже по Испании, которая особенно «просела» у большинства туроператоров в начале сезона. Руководители «Натали Турс» рассказали на встрече с журналистами, почему «горит» Испания и зачем оператору продавать авиабилеты в онлайн.

«У меня иногда возникает ощущение, что менеджеры некоторых компаний не понимают, почему падают продажи, и видят единственный выход в снижении цен. Люди не покупают туры заранее не потому, что цены высокие. Они просто не знают, что будет завтра, особенно в регионах. Нужно подождать — снизить цены никогда не поздно. Мы тоже это делаем, но в последнюю неделю, когда нужно заполнить отели. А в результате такой политики, не дожидаясь изменений ситуации на рынке, наши коллеги обвалили цену уже на июнь! И себя загнали в низкую ценовую нишу, и задали тон другим. В итоге на сегодняшний день Испания оказалась одним из самых дешевых направлений. Хотя, по нашим прогнозам, ситуация должна

стабилизироваться уже к концу июня. Но полностью объемы не восстановятся и падение объемов в целом по Европе сохранится», — прокомментировал Владимир Воробьев.

«Впрочем, не по всем направлениям идет падение. Показатели по ОАЭ сопоставимы с прошлым годом. Повысить продажи не позволила девальвация рубля. Есть рост по Турции, Австрии, Португалии и морским круизам. Мы сделали ставку на рекламу «Диснейленда» в Париже и не прогадали. Париж в майские «выстрелил». Мы убедились в том, что нужно заранее вкладываться в рекламу по направлению, а не рассчитывать на демпинг в последний момент. Поэтому с мая мы усилили рекламу на телевидении», — рассказала генеральный директор «Натали Турс» Наталия Воробьева. Наталия Воробьева добавила, что, несмотря на опасения относительно визовых санкций, большинство консульств, наоборот, в этом году проявляют лояльность. Тем более что ресурсы готовились под увеличение объемов, а на данный момент они меньше запланированных. Даже консульство Франции выдает полугодовые и двухлетние визы, хотя и не пересматривает срок выдачи виз, составляющий две недели, — максимальный для стран Шенгена.

Владимир Воробьев сообщил, что компания и дальше будет ориентироваться на клиентов массовых направлений, отдающих предпочтение качеству и комфорту и готовых за это доплачивать: «Выездной туризм должен держаться за таких туристов. Другие приведут к разорению туроператоров».

Руководство «Натали Турс» объявило о готовности продавать авиабилеты на свои чартеры через онлайн-системы: «Мы уже это делаем, и продажи растут. Складывается странная ситуация. Очень часто люди покупают дешевые туры именно из-за билетов. Получается, что билет в один конец у перевозчика стоит гораздо дороже, чем такой тур. Так почему не продавать билеты отдельно?»

Кабо-Верде — козырь сезона

В новом сезоне сразу несколько компаний стали активно предлагать на рынке отдыха на Островах Зеленого Мыса

В условиях дефицита новых направлений — а в этом году, в отличие от прошлого, их почти нет — Кабо-Верде стоит считать одним из козырей. Все складывается в его пользу: 14 апреля в Петербурге открылся визовый центр Португалии, готовый выдавать желающим шенгенские визы, со 2 июля начинается регулярные полеты в Лиссабон TAP Portugal. С учетом этого, а также благодаря наличию чартерного рейса в Лиссабон, такие операторы как «Верса», «Нева», «Ветер Странствий» и некоторые другие активно предлагают потенциальным клиентам не только материковую Португалию и Азорские острова, но и Острова Зеленого Мыса.

По мнению руководителя португальского направления «Невы» Татьяны Колесник, появление дополнительных возможностей по перевозке позволяет



удобно стыковать рейсы из города на Неве с обширной полетной сетью TAP Portugal. В том числе с полетными программами в страны Латинской Америки и Африки, включая Кабо-Верде.

ANEX Tour: россияне выбирают Испанию

Специалисты компании уверены, что нынешним летом Испания не сдаст завоеванные позиции и снова станет одной из самых посещаемых соотечественниками зарубежных стран

По данным Росстата, в 2013 году российский турпоток в Испанию вырос на 28% и превысил один миллион человек. Сейчас Испания надежно утвердилась на четвертой позиции в рейтинге самых посещаемых нашими соотечественниками зарубежных стран. При этом в прошлом году 10% общего турпотока в страну (с учетом самостоятельных туристов) реализовал туроператор ANEX Tour. Согласно предварительным результатам продаж, ANEX Tour ожидает совокупное увеличение турпотока на направлении в 4 раза. В связи с этим были увеличены объемы перевозки и

расширена география вылетов. В Барселону этим летом туроператор летает из 15 городов России: Москвы, Архангельска, Екатеринбурга, Казани, Калининграда, Краснодар, Нижнего Новгорода, Новосибирска, Перми, Ростова-на-Дону, Самары, Санкт-Петербурга, Тюмени, Уфы и Челябинска. На Мальорку и Тенерифе — из Москвы. Глубина продаж испанских туров достигает рекордных для направления 98 дней при средней продолжительности заездов в 10 ночей. По мнению Валентина Мускатина, специалиста по развитию испанского турпродукта ANEX Tour, успех Испании

в России случился не в одночасье: «Этому предшествовала планомерная работа как со стороны туристических властей страны, так и со стороны туроператоров, формирующих предложение. В свое время испанские отели пересмотрели ценовую политику и стали предлагать более привлекательные условия размещения. В дальнейшем была проведена информационная кампания по стимулированию массового интереса к направлению, который сформировал имеющийся спрос. Увеличилось количество прямых перелетов на курорты страны из регионов. Чартерные программы

стали доступны практически по всей территории РФ». «С каждым новым сезоном мы стремимся сделать испанский продукт более доступным и разноплановым: расширяем курортную базу, географию вылетов, увеличиваем число гарантированных отелей, помимо классического пляжного отдыха организуем экскурсионные и сити-туры», — говорит Валентин Мускатин.

www.anextour.com
+7 (495) 799 92 92
rus.sales@anextour.com

Взялись за Словению

Туроператор «Библио Глобус» добавил в свою продуктовую линейку туры по Словении

Компания предлагает отдых на курортах Порторож, Срунян, Копер, Сан-Симон. Туры в Словению любой продолжительности будут базироваться на регулярных рейсах словенской авиакомпании Adria в Любляну и перелетах «Трансаэро» в Пулу. По всем маршрутам гарантируется групповой трансфер. Переезд из Пулы до курортов Словении занимает около 2 часов. Туристам предлагается размещение в отелях цепочек

Bernardin Group, Life Class, Terma Krka и Kempinski. Клиенты оператора также смогут приобрести комбинированные туры Словения — Италия. В период с 15 июня по 15 сентября компания будет выполнять групповые экскурсионные программы из Словении в Венецию и Триест. По данным туристического офиса Словении, ежегодно страна принимает около 57 тысяч российских туристов, большинство из которых, примерно 50%, приезжает сюда для оздоров-



ления и реабилитации на термальных курортах. Еще около 30% турпотока отправляется

на побережье Адриатического моря. В среднем россияне отдыхают в Словении 6 дней.

Буря между столицами

2 июня Lux Express начала эксплуатацию регулярного маршрута из Северной столицы до Хельсинки, что вызвало резонанс на рынке автоперевозок

Число перевозчиков, обслуживающих туристов, которые отправляются из Санкт-Петербурга в Финляндию, в этом году вошла компания Lux Express. Запуск рейса вызвал у петербургских перевозчиков волну возмущения: Ассоциация участников рынка заказных автобусных перевозок Санкт-Петербурга даже подготовила обращение к президенту РФ Владимиру Путину, в котором появление нового маршрута Lux Express охарактеризовано как «ухудшение отечественного рынка международных автоперевозок». Представители турбизнеса восприняли это событие более спокойно, поскольку новый регулярный автобусный маршрут мало пересекается с потребностями туристических компаний. Перевозчик предла-



гает услуги высокого качества, но цена их достаточно высока: билет стоит 1190–1490 рублей в одну сторону, тогда как в Петербурге стоимость поездки в Хельсинки на автобусе начинается от 800 рублей. Из Петербурга и обратно Lux Express ежедневно выполняет 6 рейсов. На линиях работают новые автобусы Scania, оборудованные мультимедийными системами. Поскольку это регулярный маршрут, автобусы Lux Express проходят границу без очереди и время в пути до Хельсинки составляет около 6,5 часов.

«Верса» и другая Турция

Летний чартер из Петербурга в турецкий Измир увеличит число отдыхающих на курорте Кушадасы на Эгейском море

В прошлом году чартерная программа была успешной. «В этом сезоне наша программа на Кушадасы стартует 25 мая и предусматривает вылеты 2 раза в неделю на бортах «Оренбургских авиалиний», — говорит руководитель направления компании «Верса» Арина Мишарина. — Это позволяет предлагать клиентам широкий выбор продолжительности программ (от 3 до 28 дней) и самые разнообразные возможности для отдыха на этом великолепном побережье. На значительную часть отелей у нас есть гарантии номеров и, учитывая широкие возможности для отдыха, есть полная уверенность в том, что этот турпродукт сможет удовлетворить даже самых привередливых клиентов, которые уже не раз бывали в Турции». С 1 апреля в Измире открылся

новый пассажирский терминал, который стал самым большим в Турции, трансфер отсюда до наиболее уделенных отелей не занимает более 40 минут. Кушадасы принимают до миллиона туристов в год, однако число гостей из России здесь пока невелико. Курорт действительно отличается от других турецких центров отдыха — как по климатическим условиям (здесь низкая влажность, очень много зелени и лесов), так и по специфике отдыха. Кушадасы больше тяготеют к спокойному времяпрепровождению с разнообразной экскурсионной программой.

Expedia присоединила российский рынок

Крупнейшая в мире онлайн b2b-система по бронированию отелей Expedia ТААР (Travel Agent Affiliate Program) объявила о выходе на российский рынок. Теперь российские агенты получают прямой доступ к предложениям более 240 тысяч гостиниц по всему миру.

Система позволяет легко и просто находить, выбирать, бронировать и оплачивать размещение в отелях по всему миру в режиме онлайн, составлять и редактировать информационные ваучеры для клиентов, формировать отчетность, отслеживать объем полученной комиссии и результаты работы каждого сотрудника агентства. Expedia ТААР имеет дружелюбный пользовательский интерфейс, система проста в использовании и не требует специального обучения пользователей. Размер комиссии за каждое бронирование отображается на экране агента еще на этапе выбора предложений. Таким образом, сотрудник турфирмы заранее может оценить коммерческую выгоду того или иного варианта.

«Система Expedia как таковая в области b2b уже представлена в России, все крупные консолидаторы работают с ней», — отмечает генеральный директор онлайн-трэвел-агентства Biletix Александр Сизинцев. — Например,

сервис бронирования отелей Okto.ru, помимо прямых договоров с отелями, подключен к Expedia». По свидетельству эксперта, полноценно выйти на российский рынок и добиться успеха Expedia ТААР будет непросто: «Сама по себе Expedia интересна, но консолидаторы активно работают с разными вендорами — Travco, Kuoni, Galileo и другими, поэтому продукт Expedia уже не уникален». «Все, кто хотел, уже пользовался b2b-системой Expedia как агент, — говорит генеральный директор Ozon.Travel Дмитрий Яковлев. — Поэтому ничего революционного на рынке не произошло. Правда, прежде при работе с Expedia иногда возникали проблемы со взаиморасчетами. Сейчас система взаиморасчетов упростится».



>>> До 30 июня каждый российский агент может получить дополнительный бонус \$20 за первое бронирование в системе или дополнительно \$100, если общая сумма бронирований составит \$1500. Предложение действительно для отелей категории ESR (Expedia Special Rate) и распространяется на бронирования с заездами до 31 августа 2014 года включительно.



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

Балашиха

east gate

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

Предпочтения меняются

В 2014 году число зарубежных поездок россиян, забронированных через интернет, выросло более чем в три раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Российский сервис онлайн-бронирования отелей Oktogo.ru определил самые популярные туристические направления.

»»» В первую десятку популярных у самостоятельных туристов стран по числу поездок в первом квартале текущего года вошли Италия, Германия, Эстония, Финляндия, Испания, Чехия, Франция, Литва, Таиланд и Турция. Самостоятельно путешествующие россияне выезжали за границу в этом году в среднем на четыре дня и платили за проживание в гостинице в среднем 3,9 тысячи рублей в день.



»»» По сравнению с прошлым годом в рейтинге произошли перемены — место Великобритании заняла Литва, Германия поднялась с пятого места на второе, Италия — с третьего места на первое, с которого на четвертое место переместилась Финляндия. Рейтинг составлен по данным бронирования отелей россиянами для поездок в период с 1 января по 31 марта 2014 года.

»»» В 2014 году в десятку зарубежных городов по количеству поездок россиян вошли Таллин, Прага, Хельсинки, Милан, Вильнюс, Рига, Стамбул, Париж, Будапешт и Берлин. Самый большой прорыв совершили Милан, поднявшийся за год с восьмого места на четвертое, и Вильнюс — с десятого места на пятое. Киев из первой десятки городов по объективным причинам выбыл.

»»» Больше всего за проживание в отелях российские путешественники платили в этом году в США — 6100 рублей в день, а меньше всего — в Польше — 2400 рублей в день. По длительности поездок российских туристов лидирует Испания, куда наши соотечественники приезжали в среднем на шесть дней. Для отдыха на море наибольшей популярностью в этом году пользовался Таиланд, а для зимнего горнолыжного отдыха — Австрия и Болгария.

»»» Самым дорогим городом для путешествий стал Париж, где россияне потратили на проживание около 6700 рублей в день, а самым бюджетным — Вильнюс — 2300 рублей в день. Самые продолжительные городские туры в этом году россияне совершали в Рим и Прагу, где провели в среднем по пять дней. В итальянской столице они тратили на проживание в среднем 3800 рублей в день, что в полтора раза больше, чем в чешской столице — 2500 рублей в день.





Благодаря тому, что 80% подземной территории Венгрии занято термальными водами, оздоровительный туризм играет одну из самых важных ролей в развитии туризма страны. Наибольшей популярностью у российских туристов пользуются следующие курорты: Будапешт, Хевиз (регион Балатона), Дебрецен и Хайдусобосло (Северный Алфёльд), Бюкфюрдэ и Шарвар (Западно-Задунайский край), Залакарош (регион Балатона) и Харкань (Южно-Задунайский край). Хевиз известен благодаря одноименному термальному озеру, Хайдусобосло славится своей йодированной водой и крупным аквапарком, Бюкфюрдэ и Шарвар – расположением в тихих и укромных уголках страны, курорт Харкань – возможностями лечения псориаза. Также Венгрия может похвастаться пещерной купальней на курорте Мишкольцапольца, собственным «Памуккале» в Эгерсалоке и лечебной пещерой в Тапольце.

В Посольстве Венгрии в Москве 20 мая 2014 г. состоялась презентация туристического региона, курортов и отелей Восточной Венгрии. Важность мероприятия подчеркивают выступления Чрезвычайного посланника и полномочного министра Отто Роны; советника, заведующего консульским отделом Чабы Байтаи; мэра г. Хайдусобосло Ласло Шоваго, вице-мэра г. Дебрецена Золтана Пойны и представителя аэропорта г. Дебрецена Жольта Рача. С презентациями выступили также ведущие туроператоры Венгрии, представители туристических офисов, отелей и оздоровительных центров.

О Дебреcene и Хайдусобосло – курортах региона Северный Алфёльд, который находится в Восточной Венгрии, – расскажем подробнее. >>>

Основная информация о стране

Расположение	Центральная Европа
Граничащие страны	Австрия, Словакия, Украина, Румыния, Сербия, Хорватия, Словения
Территория	93,03 тыс. кв. км
Население	9 879 000 чел. (на 1 января 2014 г.)
Столица	Будапешт (1 735 711 чел., 2013 г.)
Крупные города	Будапешт, Дебрецен, Сегед, Мишкольц, Печ, Дьёр, Ниредьхаза
Язык	венгерский
Валюта	форинт (HUF)
Климат	умеренно-континентальный
Зимнее время (разница с Москвой)	-3 ч
Летнее время (разница с Москвой)	-2 ч
Главные реки	Дунай и Тиса
Крупнейшее озеро	Балатон
Член Европейского Союза	с 2004 г.
Член Шенгенской зоны	с 2007 г.

СТАТИСТИКА

С января по март 2014 г. Венгрию посетили 41 007 туристов из России, что на 32,1% больше аналогичного показателя 2013 г. Они провели в гостиницах Венгрии 174 758 ночей, что на 30,6% больше по сравнению с 2013 г.



На востоке страны в 230 км от Будапешта расположен один из древнейших городов Венгрии – Дебрецен. Первое письменное упоминание о нем датировано 1235 г. В середине XVI в. всё население города принадлежало к протестантской церкви, а Дебрецен называли «кальвинистским Римом». В апреле 1849 г. Лайош Кошут провозгласил здесь свержение правления династии Габсбургов и независимость Венгрии.

Местный климат отличается мягкостью и схож со средиземноморским. В 1820 г. в парке «Большой лес» нашли мощный родник, а в 1929 г. во время поисков нефти из скважины пошла горячая вода с полезными свойствами. В парке появились объекты для отдыха и занятий спортом. Близлежащий Хортобадьский национальный парк стал туристической достопримечательностью. В 1958 г. «Большой лес», где находятся дебреценские купальни, получил статус лечебно-оздоровительного курорта. Из центра города туда ходит трамвай. Здесь работают рестораны, есть озеро с прокатом лодок, зоопарк и луна-парк. В 2014 г. в «Большом лесу» открылась самая современная спортивная арена Венгрии.

Термальное богатство

Дебреценская лечебная вода температурой 63°C – щелочно-хлоридная, гидрокарбонатная термальная с высоким содержанием йода, брома, хлорида натрия, кальция, магния, метаборной и метакремниевой кислот. Она эффективна при многих заболеваниях опорно-двигательного аппарата, нервной системы, дыхательных путей, при посттравматических состояниях, при хронических дерматологических и гинекологических заболеваниях, отдельных формах бесплодия.

Медицинские центры Дебрецена оказывают полный спектр диагностических и лечебных услуг иностранным пациентам.

Лечебно-развлекательный комплекс «Акватикум», оформленный в средиземноморском стиле, ждет гостей, желающих зарядиться энергией, вылечиться и отдохнуть. Комплекс крытых и открытых бассейнов с водой различной температуры (от 20 до 40°C) оснащен оборудованием для массажных струй, есть система водных горок, парные. Проводится аквагимнастика, есть ванна с отягощением. Помимо бальнеотерапии в «Акватикуме» применяют электротерапию, грязевые обертывания, лечебный и оздоровительный массаж; всего – более сорока различных процедур.

Экскурсионные возможности

Дважды Дебрецен носил статус столицы – в 1848–1849 гг. и в 1944 г. Сегодня это развивающийся город, второй по величине и по численности населения после Будапешта. Он играет заметную роль в культурной жизни страны. Здесь находится один из старейших университетов страны и проводится знаменитый цветочный карнавал.

Гостям города обычно доставляет большое удовольствие прогулка по Хортобадьской степи-пусте с посещением конного шоу и обедом в пастушьей чарде. В Дебрецене и его окрестностях можно посетить Большую церковь, Кальвинистский колледж с крупнейшей библиотекой религиозной и исторической литературы, музей Дэри, центр современного искусства «Модем», этнографический Дом дубильщиков и другие достопримечательности.



Хайдусобосло: мекка ревматиков...



...И рай для любителей купания. Такие высокие звания Хайдусобосло заслужил благодаря эффективности своих целебных вод и широким возможностям для отдыха всей семьей. Поворотный момент в жизни Хайдусобосло, расположенного в 20 км от Дебрецена, наступил в 1925 г., когда на окраине города с глубины 1090 м на поверхность вырвался природный газ, принесший с собой воду коричневого цвета с температурой 75°C, необыкновенным ароматом и неповторимым составом. Вследствие доказанного лечебного эффекта термальной воды и постоянного развития город стал международно признанным курортом, принимает ежегодно около 280 тыс. туристов и достиг недавно миллиона гостевых ночей.

«Золото» Хайдусобосло

Целебную воду Хайдусобосло называют «кипящим золотом» за высокое содержание в ней йода, брома, хлористого натрия, гидрокарбоната, битума, а также титана, ванадия, меди, цинка, бария и других тяжелых элементов. Целебная вода эффективна в первую очередь при лечении ревматических заболеваний. Отмечено, что при соблюдении медицинских предписаний состояние более чем 90% пациентов, страдающих хроническими заболеваниями опорно-двигательного аппарата, артрозами и дегенеративными заболеваниями, заметно улучшается.

Воды Хайдусобосло также используются при заболеваниях неврологического и дерматологического характера, восстановлении после ортопедических операций, инсульта, лечении полиомиелита, нервных и гинекологических заболеваний, включая бесплодие. Лечебную воду применяют не только для купаний, но и для ингаляций и питьевых курсов (при повышенной кислотности, катарах и язвенных болезнях).

Досуг для всей семьи

В Хайдусобосло находится самый большой водолечебный комплекс Европы, где могут одновременно отдыхать более 25 тыс. человек. Площадь купальни составляет 30 га, поверхность воды – 17 600 кв. м. Здесь есть и пляж, и бассейн с искусственной волной, и жемчужная ванна, и спортивный бассейн, способный принимать международные соревнования по плаванию. Малышей ждут отдельные водные горки, игровая площадка, искусственные волны «морского побережья».

С 2000 г. в Хайдусобосло функционирует первый в Венгрии аквапарк с девятью горками.

Водный дворец Aqua-Palace площадью 15 тыс. кв. м связан с лечебной купальней и пляжем и состоит из трех корпусов. В корпусе купальни с эффектами расположены «Купальный мир», «Детский мир», «Мир саун», плавательный бассейн и индивидуальные купальни. Кроме купания предлагаются различные услуги для семей с маленькими детьми, велнес- и фитнес-сервис, есть несколько ресторанов и кафе. Функционируют корпус серфинга и корпус сквоша.

Туристический сезон в Хайдусобосло наполнен разными интересными событиями, привлекающими отдыхающих: ярмарками, фестивалями, концертами.



ВЕНГРИЯ
больше чем ожидаешь

ВЕНГРИЯ

больше чем ожидаешь



Календарь событий



Контактная информация

Посольство Венгрии в РФ

Москва, ул. Мосфильмовская, д. 62
Тел.: (495) 642-75-00
Факс: (495) 641-75-20
E-mail: mission.mow@mfa.gov.hu

Генеральное консульство в Санкт-Петербурге

Ул. Марата, д. 15
Тел.: (812) 312-92-00
Факс: (812) 312-64-32
E-mail: mission.spt@mfa.gov.hu

Генеральное консульство в Екатеринбурге

Ул. Гоголя, д. 15
Тел.: (343) 355-92-54
Факс: (343) 355-92-55
E-mail: mission.jkb@mfa.gov.hu

Посольство РФ в Венгрии

Будапешт, ул. Байза, д. 35
Тел.: (8-10-36-1) 302-52-30
www.hungary.mid.ru

Посольство Венгрии в Азербайджане

Baku, Icheri Sheher, Mirza Mansur 72
Тел.: (99412) 497-45-81
Факс: (99412) 492-12-73
E-mail: mission.bku@mfa.gov.hu

Посольство Венгрии в Белоруссии

г. Минск, ул. Платонова, д. 1/6
Тел.: (37517) 233-91-68
Факс: (37517) 233-91-69
E-mail: mission.msk@mfa.gov.hu

Посольство Венгрии в Казахстане

г. Астана, ул. Космонавтов, д. 62
Тел.: (00-7-7172) 550-323
Факс: (00-7-7172) 550-324
E-mail: mission.ast@kum.hu

Генеральное консульство в Алма-Ате

Ул. Мусабаева, д. 4
Тел.: (00-7-7272) 551-308
Факс: (00-7-7272) 581-837
E-mail: mission.ala@kum.hu

16–22 июня

Лавандовый фестиваль на полуострове Тихань,
озеро Балатон
<http://www.tihany.hu/index.php/en/events>

02–06 июля

Музыкальный фестиваль Volt,
г. Шопрон, Западно-Задунайский край
http://sziget.hu/volt_english

10–13 июля

Музыкальный фестиваль Balaton Sound, озеро Балатон
http://www.sziget.hu/balaton_sound_english

10–13 июля

XVI Фестиваль «Эгерская бычья кровь» (красное вино),
Эгер и Токайский винодельческий регион
www.egrihegykozseg.hu

25–27 июля

Венгерский этап гонки Formula 1 TM Grand Prix,
Модьород (Будапешт и его окрестности)
www.hungaroring.hu

01–06 августа

Венгерский чемпионат больших парусников,
г. Балатонфюред, озеро Балатон

11–18 августа

Международный музыкальный фестиваль Sziget,
Будапешт и его окрестности
www.sziget.hu/fesztival

15–20 августа

Дебреценский карнавал цветов, г. Дебрецен
<http://www.iranydebreceen.hu/info/flower-carnival/?lang=en>

20 августа

Венгерский национальный праздник
День Святого Иштвана,
празднества по всей стране

10–14 сентября

XXIII Будапештский международный винный фестиваль,
Будапешт и его окрестности
www.winefestival.hu

03–05 октября

Фестиваль, посвященный сбору винограда
в винодельческом регионе Токай-Хедьалья
(Tokaj-Hegyalja),
Токайский винодельческий регион
www.tokaj.hu



Бюро Советника по туризму Венгрии



Москва, ул. Поварская, д. 21, оф. 23
Тел.: (495) 632-01-44 Факс: (495) 632-01-53
E-mail: info@vengria.ru

Профессиональные мероприятия, в которых принимает участие Бюро Советника по туризму Венгрии

17–19 июня

Roadshow стран Вышеградской четверки
(Венгрия, Польша, Словакия и Чехия)
Баку – Астана

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

ПРОЕКТ Destinations

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту. За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 170 печатных изданий, около 120 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF-версиями можно познакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков». Проект представлен и в социальных сетях, на наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта. Мы готовы к сотрудничеству.



«Швеция. Идея и руководство для профессионалов»

Партнер: Российское представительство туристической организации VisitSweden и Туристический центр Корпенгюпел 22 Стокгольм
Объем: 64 полосы



«Технологии»

Актуальные тенденции, временная информационная технология и туризме с акцентом на онлайн-бронирование и социальные сети, новости рынка, глоссарий и др.



«Татарстан, Казань и многое другое»

Партнер: Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан
Объем: 16 страниц



«Ваш гид по Сингапuru»

Партнер: Совет по туризму Сингапура в России и странах Восточной Европы
Объем: 72 страницы

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

На своих крыльях

Россияне стали отдавать предпочтение отечественным перевозчикам



»»» Лидерами по объемам пассажирских перевозок в первом квартале 2014 года традиционно стали «Аэрофлот», «Трансаэро», S7, UTAir и «Уральские авиалинии».

Сейчас из России в Европу выполняют полеты как отечественные авиакомпании, такие как «Аэрофлот», «Трансаэро», S7, «Россия», UTAir, «Уральские авиалинии», так и европейские перевозчики — British Airways, Lufthansa, Air Berlin, LOT, SAS, Alitalia, Air Baltic, KLM, Air France, Iberia, Aegean Airlines, Finnair, Icelandair, Air Europa, Austrian, Turkish Airlines, EasyJet, Vueling, Swiss Airlines, WizzAir.

По данным российского онлайн-тревел агентства Biletix, в первом квартале 2014 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года доля в общем объеме продажи билетов у западных авиакомпаний на наиболее популярных европейских маршрутах, в частности, из Москвы в Париж, Вену, Мюнхен, Барселону и Лондон, сократилась с 45,3% до 32,5%.

Наиболее заметно доля европейских перевозчиков сократилась на таких направлениях, как Барселона (с 36% до 24%), Лондон (с 28% до 20%) и Мюнхен (с 39% до 31%), наименьшие изменения претерпели Париж (с 46% до 45%) и Вена (с 49% до 48%). Доля российских авиакомпаний на лидирующих европейских направлениях выросла: в Барселону с 64% до 76%, в Лондон с 72% до 80%, в Мюнхен с 61% до 69%, в Вену с 51% до 52% и в Париж с 54% до 55%. И это притом, что тарифы европейских авиакомпаний в сред-

нем существенно ниже, чем стоимость билетов на рейсы их российских конкурентов.

«Несмотря на то, что цены на рейсы российских авиакомпаний на европейских направлениях выше, чем у европейских перевозчиков, мы впервые зарегистрировали ситуацию, при которой средний чек по ряду направлений на рейсы российских авиакомпаний растет медленнее европейских. Можно предположить, что принятие закона о невозвратных авиабилетах обусловит дальнейший рост доли российских авиакомпаний на европейских маршрутах», — отмечает генеральный директор Biletix Александр Сизинцев. По статистике Biletix, доля продаж авиабилетов по всем европейским направлениям в первом квартале 2014 года по сравнению с первым кварталом 2013 года сократилась с 28% до 24% на фоне роста объема внутренних авиаперевозок. Это косвенно подтверждают официальные данные Росавиации. За период с января по апрель пассажирооборот на международных авиамаршрутах вырос в среднем на 4,3%, тогда как на внутренних воздушных линиях он увеличился на 10,6%. Рост показателя пассажиропотока составил 5,4% и 14,6% соответственно. При этом процент занятости пассажирских кресел на МВЛ снизился на 1,7%, а на ВВЛ — вырос на 1,0%. Эта тенденция усилилась в апреле, когда международный пассажиропоток увеличился на 1,4%, а внутренний — на 16,1%.

Билеты «Добролета» разлетелись

В ночь с 26 на 27 мая новый российский лоукостер «Добролет» открыл продажу авиабилетов на своем сайте

За 12 часов было выкуплено 4 тысячи билетов, в том числе полностью проданы места на первые рейсы, которые будут выполняться 11 и 12 июня. Их стоимость начиналась от 1959 рублей (в оба конца, включая таксы и сборы).

В текущем году компания также планирует летать из Москвы в Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург, Самару, Махачкалу, Уфу, Калининград, Новый Уренгой. На втором году работы перевозчик расширит географию полетов до 19 городов, а на третьем — до 26 направлений, включая зарубежные.



Динамичные тарифы

Более 90% пассажиров поездов РЖД, включенных в систему динамического ценообразования, видят для себя преимущества от ее внедрения. Об этом сообщил вице-президент ОАО «РЖД» – генеральный директор ОАО «ФПК» **МИХАИЛ АКУЛОВ**.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Динамическое ценообразование применяется в дерегулированном сегменте перевозок пассажиров в поездах дальнего следования — вагоны купе, СВ и «Люкс», вагоны с местами для сидения скоростных поездов. В рамках проекта цена на билет меняется, в зависимости от сезона, дней недели, спроса и количества проданных мест. По мере заполнения поезда в случае высокого спроса на перевозку тариф увеличивается.

В случае низкого спроса, а также при наличии в свободной продаже на рынке более низких тарифов конкурентов продажа по низким

тарифам продолжается вплоть до даты отправления поезда. Такая система позволяет пассажирам существенно сэкономить на стоимости билета в случае его заблаговременного приобретения. На сегодняшний день в систему динамического ценообразования включены более 20 маршрутов, которые обслуживают 118 скорых и пассажирских поездов.

С 1 июня начался третий этап реализации программы, в рамках которого сеть маршрутов будет увеличена до 34 направлений. Среди новинок — маршруты из Москвы и Санкт-Петербурга во Владикавказ,

Новороссийск, Череповец, Петрозаводск, Саратов, Астрахань. Михаил Акулов также добавил, что к концу 2015 года планируется распространить систему динамического ценообразования на все маршруты движения поездов с вагонами купе и СВ по территории России.



>>> Внедрение системы динамического ценообразования должно остановить снижение показателя пассажирских перевозок. С начала 2014 года пассажирооборот на сети ОАО «РЖД» снизился на 4,8% к уровню прошлого года и составил 34,8 млрд пкм, число пассажиров в поездах дальнего следования сократилось на 7% и составило 29,2 млн человек.

Прямо по курсу — Москва

Представительство круизного оператора St. Peter Line открылось в столице

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Компания St. Peter Line в 2013 году перевезла 750 тысяч пассажиров, что на 20% превысило показатели 2012 года. «В феврале 2014 года паромы Princess Anastasia и Princess Maria приняли более 8,5 тысяч гостей, работая в качестве плавучих гостиниц на сочинской Олимпиаде», — рассказал Владимир Молчанов, исполнительный директор St. Peter Line. — В этом году мы открыли офис в Москве, планируется открытие нового офиса компании в центре Хельсинки. Он будет работать и как туристско-информационный центр Санкт-Петербурга, продвигая его как культурную и туристическую европейскую столицу».

По словам Андрея Мушкарева, директора по маркетингу и продажам St. Peter Line, необходимость в открытии представительства в Москве возникла уже давно: «Открытие офиса в Москве — стратегический шаг, позволяющий нам закрепиться на столичном рынке, предоставлять партнерам и прямым клиентам больше информации о круизном продукте».

По прогнозу эксперта, популярностью у жителей Москвы будет пользоваться новый туристический продукт, в который входит размещение в отелях Санкт-Петербурга, экскурсионная программа по Северной столице и, конечно, круиз



Хельсинки — Стокгольм — Таллин на пароме Princess Anastasia. «Мы вели долгие переговоры с «Аэрофлотом» и ОАО «РЖД», в итоге удалось сформировать пакеты с перелетом и железнодорожной перевозкой, специально разработанные

для московского рынка», — рассказал Андрей Мушкарев. — Мы активно поддерживаем наших партнеров-операторов, поэтому предоставляем им свободу выбора: формировать пакет самостоятельно или воспользоваться готовым предложением».

>>> St. Peter Line — единственный паромный оператор в РФ, который работает круглогодично. Четверть всех пассажиров паромы Princess Maria — граждане Финляндии, 45% клиентов на пароме Princess Anastasia — иностранные туристы. По данным компании, в ближайшее время общее количество перевезенных пассажиров на парамах компании достигнет отметки в 2 млн человек.

В Сочи — сверкающие ночи

Нынешним летом на постолимпийской волне у Сочи есть все шансы, чтобы привлечь внимание гостей и увеличить турпоток

ТЕКСТ СВЕТЛАНА КОНОПЛЕВА



**АНАТОЛИЙ
ПАХОМОВ**

Мэр Сочи

»» Планируется, что в летний сезон Сочи посетят

4 млн туристов, около 3 млн гостей ожидается зимой.

В Москве состоялась пресс-конференция главы города-курорта Сочи Анатолия Пахомова, посвященная открытию летнего сезона и проблемам черноморских курортов. «В данный момент Большой Сочи является мощным конкурентом не только Турции, но и любой другой курортной территории, в первую очередь его должны полюбить россияне, — уверен Анатолий Пахомов. — За последние пять лет город преобразился до неузнаваемости. На курорте нет ни одной отрасли, которая не подверглась бы модернизации. Мы провели полную реконструкцию распределительной сети, это 700 километров, где проложен новый кабель, чтобы до населения дошла энергия от двух новых электростанций. На сегодняшний день у нас самая современная и энергетически защищенная система. И сейчас никто не скажет, что в городе Сочи — темные ночи. Ночи в нашем городе теперь сверкающие».

По свидетельству Анатолия Пахомова, в Сочи ликвидированы все свалки вдоль рек, которые их подмывали и несли грязь в море. Мусор сортируется на мусороперерабатывающем заводе, прессуется и вывозится за 300 км от курортной зоны. Решена транспортная проблема. Две новые дороги общей протяженностью 362 км полностью избавили город от пробок. Построен аэропорт с уникальными возможностями, совмещенный с железнодорожным вокзалом, от которого идут электрички, огибающие весь курорт до Сочи, Адлера и Красной Поляны.

Полностью реконструирован порт. Теперь сюда могут заходить круизные лайнеры любого водоизмещения. Уже достигнута договоренность с туроператорами о том, что иностранные туристы во время круизов будут останавливаться в городе на два дня, чтобы осмотреть местные достопримечательности. В первую очередь иностранных гостей, конечно же, интересует Олимпийский парк. Администрации города удалось договориться с МОК о том, чтобы оставить нетронутой олимпийскую символику. Это придает парку дополнительный колорит и напоминает о прошедшей Олимпиаде.

К услугам гостей — 25 новых отелей (12 тысяч мест) разного уровня. Прошли классификацию и аттестованы на «звезды» 960 объектов размещения, включая частные гостевые домики, стоимость размещения в которых начинается от 200 рублей в сутки. «Почему-то считается, что Сочи — дорогой курорт. Это не так. Есть отели, номера в которых стоят 50 тысяч рублей за ночь, но есть и те, что стоят 1000 рублей с завтраком. Наш курорт — для всех, — подчеркнул Анатолий Пахомов. — Цены в городе отрегулированы естественным образом за счет возросшей конкуренции. Это касается и ресторанов, которых стало очень много. На смену лоткам и стихийным рынкам пришли современные торговые комплексы и гипермаркеты».

Кроме отелей и ресторанов, туристов ждет великолепная набережная, протяженностью 6,5 км и новый развлекательный комплекс «Сочи Парк» с современными аттракционами, а также постепенно восстанавливающаяся система санаторно-курортного лечения, начиная со знаменитой Мацесты с ее лечебными водами и грязями, с которой налажено транспортное сообщение. Планируется, что в летний сезон Сочи посетят 4 млн туристов, около 3 млн гостей ожидается зимой. Администрация города видит несколько путей увеличения турпотока. В первую очередь это договоренности с авиаперевозчиками о снижении цен на билеты, а также открытие прямых рейсов из европейских городов. Город готов к проведению мероприятий любого уровня и масштаба.

С 14 по 18 мая в новом порту Сочи прошло крупнейшее международное событие — Черноморская регата учебных парусных судов, в которой приняли участие 18 парусных судов из 9 стран мира, в том числе большие парусники: «Крузенштерн», «Седов», «Мир» и «Надежда». Достраивается трасса «Формулы-1», планируются выставки, фестивали и спортивные события. «Олимпиада задала тон и теперь нас не догонишь», — подытожил Анатолий Пахомов.



Объединяя здравницы России

В этом году компания «Профкурорт» значительно расширила свой ассортимент в Кавказских Минеральных Водах и теперь предлагает отдых не только в профсоюзных санаториях региона. О том, почему это было сделано и какие цели перед собой ставит туроператор, рассказала его коммерческий директор **МАРИНА РОЗАНОВА**.



Какими санаторно-курортными возможностями обладает регион Кавказских Минеральных Вод? Разнообразие типов подземных минеральных источников, лечебная грязь Тамбуканского озера, обилие солнечных дней, чистый воздух и мягкий климат — все это делает Кавминводы многофункциональным оздоровительным курортом, привлекающим туристов круглый год.

Но самый главный ресурс Кавминвод и других отечественных курортов — человеческий. В российских здравницах трудятся особенные люди, большинство из которых воспитаны в традициях курортного дела. Часто встречаются династии врачей. Отрадно и то, что интерес к санаторно-курортному делу проявляет молодое поколение. Мы с вами хорошо понимаем, что в сфере услуг квалифицированный персонал — это основной фактор успешной работы. Наши коллеги, переехавшие работать из Москвы в Кавминводы, шутят: «Жизнь дается один раз! И прожить ее надо на курорте!».

Кавминводы — это ключевое направление деятельности вашей компании. Растет ли спрос на него? Каковы ваши ожидания от летнего сезона? Это первое направление, которое мы начали активно развивать. Но сейчас география наших предложений сильно расширилась, поэтому неверно ассоциировать «Профкурорт» только с Кавминводами. Мы объединяем курорты и здравницы всей России, сохраняя приверженность оздоровительному отдыху.

Ведение здорового образа жизни — модная тенденция, и популярность санаторно-курортных услуг, безусловно, растет. Лечение в Кавминводах — это сложившаяся на протяжении уже многих десятилетий традиция, и с появлением новых оздоровительных и спа-программ она лишь укрепляется. В этом году мы ожидаем повышенный спрос на отдых в регионе.

В Кавминводах расположено 20 санаториев, находящихся под вашим управлением. Какие из них пользуются наибольшей популярностью у клиентов? Наибольшей популярностью пользуются санаторий имени 30-летия Победы, «Родник», санаторий имени М.Ю. Лермонтова, «Дубрава», «Нарзан» и, конечно, уникальное глазное отделение санатория «Пикет». Клиенты возвращаются в эти здравницы из года в год. На мой взгляд, это говорит о многом.

Не так давно вы заключили контракты с другими здравницами региона и теперь реализуете путевки не только в профсоюзные санатории. Чем обусловлено это решение? В связи с

возрастающим спросом на санаторно-курортное лечение и спа-программы мы решили расширить ассортимент, чтобы у клиентов появилось больше выбора. Сегодня в Кавминводах открылось много объектов, которые предлагают гостям респектабельный отдых европейского уровня.

Мы хотим познакомить клиентов не только с новыми программами лечения, но и с новым уровнем сервиса и современными спа и косметическими услугами. Благодаря расширению ассортимента мы стали значительно интереснее для наших агентов, которые уже привыкли к тому, что за качественным оздоровительным отдыхом нужно обращаться в «Профкурорт».

Какие объекты размещения дополнили ваш ассортимент по Кавминводам? Мы заключили контракты с 13 санаториями Кисловодска, среди которых «Красные Камни», «Плаза», «Джинал», «Солнечный» и другие, с восемью санаториями Ессентуков, в частности, с «PLAZA Essentuki» и «Жемчужина Кавказа». В Пятигорске наш ассортимент дополнили санатории «Машук», «Пятигорский Нарзан», «Пятигорье» и ФГБУЗ санаторий имени С.М. Кирова, а в Железноводске — санатории «Бештау», «Буковая роща», «Лесной», «Машук Аква-Терм» и «Плаза СПА».

Хочу подчеркнуть, что «Профкурорт» — это не только профсоюзные здравницы. Наша цель — объединить людей, понимающих важность и необходимость развития курортного дела в России. Мы открыты для сотрудничества и приглашаем к нему санатории и курорты.

Планируете ли вы аналогичным образом расширять свое присутствие в других российских регионах? Мы не ограничиваемся расширением ассортимента только в Кавминводах. У нас появилось много объектов на Черноморском побережье, в средней полосе России и других регионах нашей страны, и мы продолжаем работать в этой сфере. В этом году мы ощутили повышенное внимание со стороны здравниц Крыма. Несмотря на сложности, которые всегда встречаются в начале пути, мы считаем Крым одним из самых перспективных направлений своей деятельности и намерены активно развивать это направление.



ЗАО «СКО ФНП «Профкурорт»
www.profkurort.ru

К чему обязывает «зеленый» статус

Первым в России статус экоотеля получил петербургский Cronwell Inn Стремянная. «Зеленый ключ», используемый в международной классификации «природосберегающих» объектов размещения, требует особых навыков в работе отельера. О них рассказывает исполнительный директор гостиницы **ЕЛЕНА ВАСИЛЬЕВА**.

БЕСЕДОВАЛ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Экоотель должен находиться только за городом или на курортной территории?

Мы не только располагаемся в центре города, но и занимаем здание с историческим фасадом на известной улице Стремянная. Улица сохранила свое название со времени Указа царицы Анны Иоанновны в XVIII веке и была одной из улиц Дворцовой слободы Петербурга, где жили мастера, обслуживавшие царский двор. Стремянная — улочка тихая и спокойная и вместе с тем находится в шаговой доступности от Невского проспекта.

Для отеля такое расположение очень выгодно — последние два года средняя годовая загрузка составляла 83%. В высокий сезон эта цифра увеличивается до 96%. У нас 49 номеров и летом крайне редко бывает, чтобы было свободно более одного номера. Зимой загрузка составила около 60%.

К чему обязывает статус экоотеля?

Мы используем «экологически дружелюбные» средства для мытья и уборки номеров, покупаем бумагу и полотенца, произведенные по технологии отбеливания без использования хлорки.

Смена белья и полотенца осуществляется по просьбе гостей. В списке требований — применение систем контроля отопления, кондиционирования, энергопотребления, водоснабжения и освещения номеров отеля. В ресторанах для приготовления блюд на 80–90% используются продукты местного производства, что существенно сокращает потребность в транспортных услугах, а значит, в меньшей степени наносит ущерб окружающей среде.

Каков портрет приверженцев отелей с «Зеленым ключом»? Это возрастная группа от 30 лет и старше. Большая часть наших гостей — менеджеры и руководители среднего звена, при-



езжающие в Санкт-Петербург по делам. Летом прибывает больше иностранцев — их доля около 60%, а зимой, наоборот, — такая же доля россиян. Среди иностранцев преобладают итальянцы, французы, финны, американцы, японцы. Большинство российских гостей приезжают из Москвы и Екатеринбурга.

Что для вас важно при оценке других гостиниц? Гостиницы, в которых останавливаюсь, я, конечно, оцениваю с профессиональной точки зрения. Считаю это полезным, поскольку есть возможность перенять позитивный опыт. Например, раньше мы использовали много косметики в номерах. Но, бывая в оте-



»» В течение года рост цен на размещение в экоотеле Cronwell Inn Стремянная не превышает 10% — фактически эта цифра соответствует годовой инфляции. Значительно уменьшилась глубина бронирования — раньше она составляла 2–3 месяца, сейчас — 1–2 недели.

лях высокого уровня в разных странах, я заметила, что там активно применяют дозаторы. В результате этот опыт мы применили в Cronwell Inn Стремянная. Теперь разовую косметику мы не используем.

«Зеленый ключ» имеет значение для ресторана отеля? Несомненно, тонкости существуют. Отмечу, что у нас работает собственная пекарня-кондитерская, поэтому к столу на обед и ужин подают свежеспеченный хлеб и вкусные домашние десерты. Изюминка нашего «Фаворита» — классические английские пудинги. Ежедневно для проживающих в отеле с 5 до 6 вечера предлагают традиционный английский чай с фирменной выпечкой кондитерской отеля.

Какими еще способами вы привлекаете клиентов? Акция «Командировка в Санкт-Петербург» рассчитана на бизнес-туристов. Предложение включает скидку на проживание в размере 15–20% и комплексный ужин в ресторане «Фаворит». В пакет также входит завтрак в формате «шведский стол», английский чай с выпечкой в 17.00 и оформление командировочных документов.

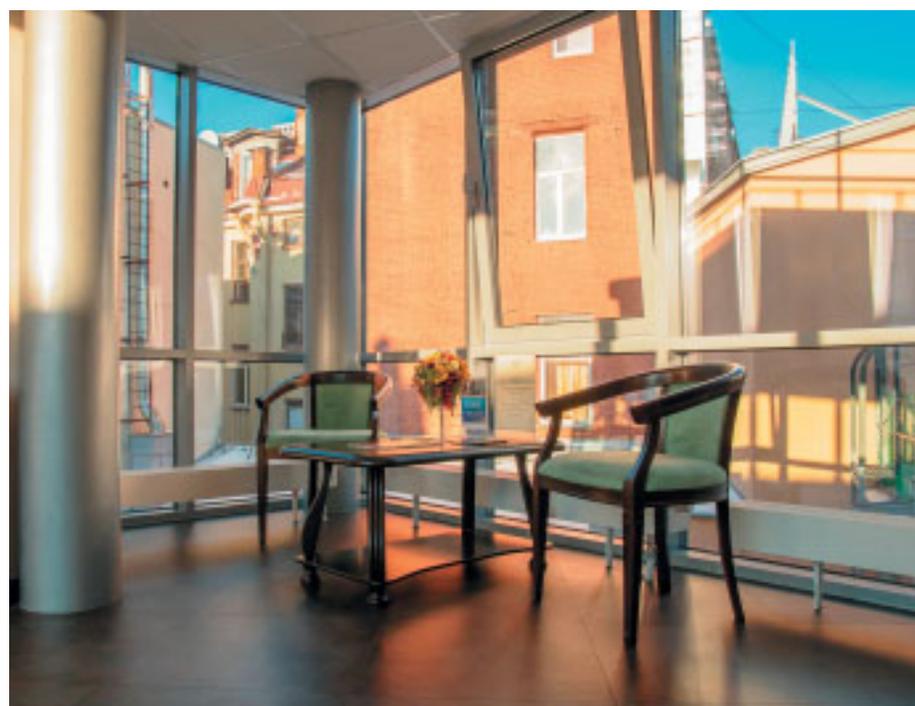
Действует скидка до 35% при проживании с воскресенья на понедельник. Есть скидки при раннем бронировании — 25% за 25 дней до заезда и 15% за 14 дней. Специальные предложения рассчитаны на низкий сезон. В течение всего года действует акция «Гарантия лучшей цены». Если клиент найдет более низкую стоимость на аналогичные услуги, чем на сайте отеля, ему гарантируют скидку в 5%.

Как вы используете интернет в своей практике? Прежде всего, мы активно используем онлайн-бронирование с помощью собственного сайта и организаций, которые оказывают подобные услуги. Число бронирований через интернет растет с каждым годом — если в 2011 году их доля составляла 9%, то в 2013 году она достигла 60%. Кстати, при бронировании с нашего сайта предоставляется скидка 10%.

Также мы используем возможности социальных сетей — организовали группы «ВКонтакте» и Facebook. В соцсетях мы не только рассказываем о возможностях экоотеля, но и приглашаем на наши клубные мероприятия, а также предлагаем обмениваться мнениями о сервисе и качестве услуг, поскольку для нас важна обратная связь. Среди наших постоянных интернет-партнеров система booking.com — на нее приходится около половины онлайн-бронирований.

Считается, что у Cronwell Inn Стремянная имидж клубного отеля. Чем это обусловлено? В 2011 году у нас открылся клуб-музей «История улицы Стремянная». Главной идеей стало создание своего рода клуба, сообщества людей, которым интересна история улицы, окружающая среда Стремянной. Такие формы городских сообществ очень распространены в европейских городах и вносят значительный вклад в благоустройство и приведение в порядок городского пространства с учетом требований к сохранению культурного и природного наследия. Музей работает в формате постоянно действующих выставок. Первая выставка была посвящена общей истории Стремянной улицы и выдающимся людям прошлой эпохи. В течение года проходит четыре таких мероприятия, и сейчас мы предлагаем посмотреть выставку петербургского художника Андрея Иванова «Философия кувшина».

Самый важный вопрос — как сейчас загружен отель? Иностранцы планируют поездки заблаговременно, а в прошлом году курс рубля еще не был таким низким, как сейчас. Возможно, это скажется ближе к лету. Однако может сработать фактор политической и экономической нестабильности. Многие иностранцы считают, что в России стало менее безопасно, а это для них очень важно при выборе страны для путешествия.



ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



HOLIDAY INN КРОКУС СИТИ

КАТЕГОРИЯ
4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
2018 год

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Московская область, город Красногорск

НОМЕРНОЙ ФОНД

Предполагается, что отель на 1000 номеров площадью от 25 до 48 квадратных метров станет самым большим в мире.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Залы для конференций и семинаров (1766 квадратных метров), спорт-бар, два ресторана и кафе, фитнес-центр.

СПРАВКА «ТБ»

Отель будет возведен на территории кластера делового туризма, который в настоящее время создается на базе выставочного центра «Крокус» в городе Красногорске Московской области. В состав кластера войдут 14 высотных зданий. Инвестиции в проект эксперты оценивают в 3 млрд долларов. Объем инвестиций в гостиницу Holiday Inn составит 510 млн долларов.



HYATT ISTRA RESORT & SPA

КАТЕГОРИЯ
5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ
Третий квартал 2017 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ
В 55 километрах от МКАД на берегу Истринского водохранилища, около деревни Новораково.

НОМЕРНОЙ ФОНД
68 номеров и 52 апартаментов для длительного проживания

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Конференц-центр с залом площадью 350 квадратных метров, спа- и фитнес-центр с открытым и крытым бассейнами, круглосуточные ресторан и бар, лобби-бар и ресторан с видом на водохранилище.

СПРАВКА «ТБ»

Компания Vector Investments, которая вложит в строительство отеля \$150–160 млн, входит в Gleden Invest Group, которая принадлежит Александру Клячину, одному из крупнейших землевладельцев Подмосковья. Кро-

ме земель бизнесмену принадлежит гостиничная сеть Azimut Hotels (включает 20 отелей на 9000 номеров), столичные гостиницы «Метрополь» и Renaissance Moscow Olympic. Вложенные средства предполагается окупить за 10 лет. Hyatt Istra Resort & Spa станет третьей гостиницей сети Hyatt в московском регионе в дополнение к открытому в 2003 году Ararat Park Hyatt и Hyatt Regency Moscow Petrovsky Park, открытие которого состоится в 2015 году.



«ОЛЬГОВО»
КАТЕГОРИЯ
5*

НОМЕРНОЙ ФОНД
160 номеров

СПРАВКА «ТБ»

В реставрацию старинной усадьбы Апраксиных в Подмоскowie намерена вложить \$70 млн компания «Гост отель менеджмент», которая управляет гостиничными активами Олега Дерипаски. Проект реставрации уже принят и согласован.

«Гост» планирует создать рекреационно-гостиничный комплекс клубного типа на 160 номеров. Площадь строительных работ достигнет 55,2 га. Перед началом строительства компания рассчитывает снизить кадастровую стоимость земли (сейчас составляет 1,5 млрд руб.). Предполагается, что вложенные в проект средства могут окупиться за 8 лет.

Сейчас под управлением «Гост отель менеджмент» находятся 6 отелей: в Саяногорске, Москве, Нижнем Новгороде, украинском Николаеве, а также 2 отеля в Сочи.

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Отель расположится в исторической усадьбе Апраксиных в селе Ольгово Дмитровского района Подмоскowie.



«ПУЩИНО-НА-НАРЕ»
КАТЕГОРИЯ
Бутик-отель
ДАТА ОТКРЫТИЯ
2018 год

РАСПОЛОЖЕНИЕ
Бывшая загородная усадьба князей Вяземских на берегу реки Нары в деревне Пушино под Серпуховом.
НОМЕРНОЙ ФОНД
Отель будет рассчитан на одновременное проживание 60 человек.

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

Стандартный двухместный номер – 100–150 долларов, номер люкс – 1000 долларов.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

На первом этаже главного строения откроется ресторан, второй этаж будет многофункциональным пространством. В нем предполагается проводить встречи, конференции и другие мероприятия. Для обеспечения комплекса планируется наладить производство собственных экологически чистых продуктов и создать животноводческий комплекс. Все интерьеры будут созданы в историческом стиле с использованием настоящих предметов искусства из личной коллекции инвестора.

СПРАВКА «ТБ»

Над восстановлением исторической усадьбы Пушино-на-Наре в Подмоскowie работает инвестиционная группа компаний ASG, руководство которой намерено реформатировать памятник архитектуры в современный бутик-отель. Одной из трудностей реализации проекта считается утрата территории усадебного комплекса в исторических границах.

Миллионер из трущоб по-гречески

КОНСТАНТИНАС МИТСИС – без преувеличения легенда греческого турбизнеса. Владелец крупнейшей отельной сети Греции, включающей 20 гостиниц категорий 4–5 звезд, создал свою империю с нуля. Благодаря особой атмосфере и комфорту эти отели сегодня пользуются большой популярностью у российских туристов.

ПОДГОТОВИЛА СВЕТАНА КОНОПЛЕВА



Господин Митсис, что для вас Россия?

Я всегда восхищаюсь российским народом, который помог нашей стране и в трудные годы турецкого владычества и в годы кризиса. С детства читаю Достоевского и Толстого. Впервые попал в Москву в 1992 году в составе делегации тогдашнего министра Греции по туризму. Тогда мне наконец удалось увидеть и познать русскую культуру, прикоснуться к этому чуду, называемому Россией. Мне доставляет особую радость тот факт, что русские люди любят Грецию и ценят отели концерна «Митсис». Наши гостиницы ежегодно принимают 90 тысяч туристов из России, и это не предел.

Что вы больше всего любите в России? Есть ли любимая гостиница в Москве?

Я очень люблю гулять вокруг Кремля. Обычно, приезжая в Москву, обхожу два раза Красную площадь и ее окрестности. Мне посчастливилось увидеть и дворцовые интерьеры — как-то я обедал в Кремле с Михаилом Горбачевым. Это для меня было весьма приятно.

Хороших гостиниц в Москве очень много. В последнее время я предпочитаю «Балчуг Кемпински».

Ваша компания не только не пострадала в период кризиса, но даже выросла. Вы открыли новые отели и стали принимать больше туристов. На что сделали ставку?

Сфера моей деятельности — туризм, она никогда не переживала кризис! В концерне «Митсис» работают 4000 человек. И это в то время, когда уровень безработицы в стране достигает 25–27%. За последние годы мы действительно построили три новых отеля. Более того, сейчас мы начали строительство еще трех гостиниц на острове Микonos и надеемся завершить эти проекты за два года.

Но мало построить отели. Успехи компании не являются исключительно нашими достижениями. Мы сделали ставку на туроператоров всего мира, и они помогли нам.

Как ваша стратегия работает в России?

Шесть лет назад четыре концерна объединились, чтобы привезти в Грецию туристов из России. Это компания «Лабиринт», вклад которой в общее дело просто неоценим, одна из крупнейших принимающих греческих компаний Le Grand, которая стала связующим звеном между Россией и Грецией, наш перевозчик Aegian Airlines и моя компания «Митсис». Каждый год мы совершенствуем программы, чтобы наши гости уезжали из страны довольные и возвращались к нам снова. Мы считаем, что турпоток из России вырос за последние 6–7 лет на 600% в том числе благодаря нашим усилиям.

У вас есть кредо в бизнесе? Это касается секрета успеха. Если ты хочешь добиться успеха, ты должен быть трудолюбивым, честным и постоянным. Нужно не просто любить свою работу, а испытывать к ней страсть. А еще я обязан своим успехом двум женщинам — матери и жене. Еще один очень важный момент. Если человек, подобно мне, вырос в трудностях и лишениях, то у него есть опыт выживания, который всегда ему поможет. Я впервые надел обувь в возрасте восьми лет. Думаю, это о многом говорит. В 17 лет я получил ИНН и стал предпринимателем. Подробности сейчас не расскажу, потому что пишу автобиографическую книгу. Она почти закончена, и очень скоро все узнают историю моей жизни.

Вы выделяете какие-нибудь ваши отели?

С таким же успехом можно спросить у родителей, кого из детей они больше любят. И вам ответят, что любят всех одинаково. Мои отели — мои дети. Я люблю каждый из них. Я могу порекомендовать посетить какие-то конкретные гостиницы. Но это не значит, что они лучше других. Для меня это не бизнес, а частичка меня самого. Сейчас гостиниц «Митсис» насчитывается 20, надеюсь, что в скором времени их станет 30.

Что туристы ценят в ваших отелях? Думаю, прежде всего, они довольны уровнем сервиса и едой. Мы каждый день думаем о том, как улучшить кухню в наших отелях, чтобы радовать гостей гастрономическими изысками. И у нас это получается. В каждой нашей гостинице мы стараемся максимально широко использовать международный опыт, все последние достижения и новинки. Мы хотим, чтобы наши гости не просто путешествовали, а получали удовольствие от каждой минуты своего отдыха.

А как вы отдыхаете? Для меня лучший отдых — работа. Ни один предприниматель не должен останавливаться на достигнутом, иначе начнется регресс. Лишь пару раз в год — на Новый год и Пасху я позволяю себе поспать на пару часов подольше. Для меня это уже роскошь.



>>> Если человек, подобно мне, вырос в трудностях и лишениях, то у него есть опыт выживания, который ему всегда поможет. Я впервые надел обувь в возрасте восьми лет. Думаю, это о многом говорит.

40 лет без отпуска

«Я не припомню, чтобы мне в моей жизни приходилось когда-нибудь отдыхать», — утверждает греческий бизнесмен

Владелец крупнейшей в Греции сети отелей Mitsis Константинос Митсис родился незадолго до начала Второй мировой войны в небольшой деревушке в северо-западной Греции, расположенной в пяти километрах от албанской границы. Работать начал в 8 лет — торговал арбузами и дынями, потом стал продавать одежду, которую шила его мать. В 17 лет получил ИНН предпринимателя и купил первую швейную машинку, к 23 годам у него уже была



небольшая швейная фабрика, которая существует до сих пор.

Несмотря на то что с детства он много работал, учебу Константинос Митсис не бросал

никогда. Много читал, мечтал стать режиссером. Получил театральное образование, но продолжил развивать бизнес. Театр навсегда остался его хобби.

Первый отель Ramiga на острове Кос (на фото) бизнесмен начал строить в 1972 году. Сейчас этим отелем управляет его сын Ставрос. Константинос Митсис также является владельцем винного производства и издательства. Рядом с ним в жизни и в бизнесе всегда находится жена Елени.



Мальта — места под солнцем

Благодаря богатой истории и обилию культурно-исторических памятников Мальта идеально подходит для проведения экскурсионных туров. Кроме того, сюда можно приехать, чтобы понежиться на пляже и вволю накупаться.

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

»»» Всего на архипелаге насчитывается 15 «цивилизованных» общественных песчаных пляжей: 11 из них находятся на острове Мальта, и по два — на Гоцо и Комино. Каменистых пляжей около десятка. Семь из них расположены на Мальте. Число отельных и диких пляжей существенно больше.

Отправляясь на архипелаг, включающий Мальту, Гоцо и Комино, следует иметь в виду, что это небольшие острова, преимущественно со скалистыми обрывистыми берегами. Поэтому пляжей здесь немного, в основном они расположены в небольших уютных бухтах. Пляжи, как правило, каменистые, хотя есть и песчаные. Кое-где туристы загорают прямо на гладких горизонтальных скалах, а в воду спускаются по специальным лестницам, что придает пляжному отдыху особый колорит. Поскольку размеры островов невелики, добраться до общественных пляжей достаточно просто. Некоторые прибрежные отели располагают собственными пляжами. Ими могут воспользоваться местные жители и туристы, проживающие в других гостиницах, но вход для них платный. Есть также частные пляжи, где вход платный для всех. В стоимость входит пользование лежаками и зонтами от солнца. Еще есть дикие пляжи, которые разбросаны по укромным угол-

кам архипелага. Они бесплатны, но совершенно не оборудованы. Дикие пляжи предпочитает молодежь. До таких мест непросто добраться на общественном транспорте, поэтому приходится арендовать машину. Среди песчаных пляжей пальму первенства уже многие годы удерживает Golden Bay, раскинувшийся на западном побережье Мальты и зажатый в бухте между двумя мысами. По соседству расположен пляж Ghajn Tuffieha. Чтобы попасть на него, необходимо спуститься по длинной лестнице. Еще один пляж западного побережья — Gnejna Bay — находится неподалеку от города Мджарр. Здесь можно загорать как на песке, так и на белых плоских скалах. Небольшой песчаный пляж Paradise Bay имеется в местечке Чиркэуа возле паромной переправы на остров Гоцо. Поскольку берег высокий, на пляж спускаются по лестнице. Самый длинный мальтийский пляж называется Mellieha Bay. Он песчаной полосой протянулся на побережье у деревни Меллиеха. Это место популярно

у отдыхающих с маленькими детьми, поскольку море здесь мелководное, песчаное дно пологое. Для купания хороша также бухта Pretty Bay в деревне Бирзеббуджа на юго-восточном побережье острова Мальта.

Многие с предубеждением относятся к каменистым пляжам. И напрасно, ведь именно здесь вода в море отличается потрясающей прозрачностью и чистотой, что редко бывает возле песчаных пляжей. Более разнообразный подводный мир можно исследовать при помощи маски с трубкой. На плоских скалах побережья удобно загорать — не нужно постоянно стряхивать с себя прилипший песок. Единственная проблема — жестковато. Каменистые пляжи располагаются вдоль побережья городов Слима, Буджибба, Сан-Джулианс, Зуррик, Аура и Марсаскала.

Если говорить о других островах архипелага, то одним из самых привлекательных пляжей острова Гоцо является Рамла-л-Хамра. Среди остальных он выделяется песком с насыщенным темно-красным цветом. Проехать на пляж можно через город Надур. Это место популярно также у туристов благодаря пещере Калипсо. Правда, последние несколько лет пещера закрыта для посещения, но ее можно рассмотреть с побережья.

Галечный пляж есть в бухте Дуэйра, соединенной с морем гигантским природным туннелем в скале. Это место также называют Внутренним морем. Очень живописна бухта Шленди, на берегу которой расположена одноименная деревня. Вода в бухте отличается кристальной чистотой и насыщенным бирюзовым цветом. Берега окаймляют высокие скальные уступы. Бухта завершается каменистым пляжем Шленди, вдоль которого располагается множество ресторанчиков. Это типичный каменистый пляж, где загорают на черных плоских камнях, а в воду спускаются по лестнице. Достоинство пляжа — живописные ландшафты.

Лучшими песчаными пляжами острова Комино считаются Голубая лагуна и Санта-Мария-Бэй. Море здесь очень чистое, вода имеет яркий бирюзовый цвет. На Коми-

но с Мальты можно попасть на катерах, которые регулярно отходят из Слимы и Буджиббы. С острова Гоцо катера ходят из порта Мджар, деревни Марсалфорн и бухты Шленди.

На всех пляжах мальтийского архипелага предлагается стандартный набор услуг: прокат лежаков, шезлонгов, зонтов от солнца; прокат водных лыж, виндсерфов, каноэ, морских велосипедов, скутеров; полеты на парашюте, катание на «банане»; киоски с напитками и легкими закусками.

МАЛЬТИЙСКИЕ ПЛЯЖИ

- 1 Golden Bay
- 2 Mellieha Bay
- 3 Ghajn Tuffieha
- 4 Paradise Bay
- 5 Ramla l-Hamra

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICS TRAVEL GROUP (800) 0076 +7 (705) 0616 (495) 745-7074 (мск.) www.icstravel.ru	BAJAZ (ИНТЕРЕСНЫЕ ТУРЫ) (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 780-0881 www.bajaz.ru	ДИАЛОГ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 730-2022 (мск.) www.maltatour.ru	МКСАЙТ-ЛИМБИГА (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 785-0822 www.M.ru
TR MEDITA (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 411-8022 www.medita.ru	МАЛЕНЬКОМ ВОЗЛЕ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 603-1181 www.malenykomvoze.ru	НЕВА (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 799-8444 www.nevatravel.ru	СОЛВЕНС-ТРАВЕЛ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 606-1410 www.solvencs.ru
СТЕ ТУРС (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 638-5330 www.stetours.ru	ТРАВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 961-2725 www.travel-express.ru	ТРАВЕЛМАРТ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 905-8330 www.mymalta.ru	КОЖНЫЙ КРЕСТ (800) 0000 +7 (863) 0006 (495) 772-8990 www.kozhnykrest.ru

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



«« Городок Тремеццо на берегу Комо входит в ассоциацию «Самых красивых малых городов Италии».

На земле, в небесах и на Комо

В будущем году Ломбардия ожидает наплыв туристов со всех уголков мира. Планируется, что выставку EXPO-2015, которая пройдет в Милане с 1 мая по 31 октября, посетят 12–14 млн итальянцев и 6–8 млн иностранных гостей.

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

РОССИЙСКИЕ ТУРИСТЫ В ПРОВИНЦИИ КОМО



Источник: ISTAT

НЕПОВТОРИМЫЙ МИР

Ожидается, что многие из гостей продолжат свое знакомство с регионом и отправятся в путешествия по местным городам и весям. К увеличению турпотока готовятся и в провинции Комо, которая расположена на северо-западе Ломбардии, на границе со Швейцарией. В 2013 году в Комо приехали свыше миллиона путешественников (из них 702 тысячи — гости из-за рубежа), которые провели здесь 2,6 млн ночевок (в том числе 1,95 млн — ночевки иностранцев).

К прогнозам на 2015 год местные туристические власти подходят осторожно, хотя никто не сомневается в том, что число гостей вырастет. Впрочем, это не самоцель — задачу превратить регион в массовое направление отдыха здесь никто не ставит. Ставка делается на качество турпродукта, что ярко отражается в девизе местной туристической индустрии — *Un mondo unico al mondo*, что можно перевести на русский как «Неповторимый в мире мир».

Заметно, что русская речь в Комо сегодня слышится все чаще. Хотя доля наших соотечественников в общем объеме турпотока в регион пока невелика —

чуть более 1,5%. Погоду здесь делают туристы из Германии, Великобритании, Нидерландов, Швейцарии, США, Франции, Бельгии и Австралии. Зато динамика туристских прибытий впечатляет.

В 2008 году в провинции Комо побывали примерно 6 тысяч российских путешественников, которые провели в местных гостиницах без малого 16 тысяч ночевок. Итоги 2013 года — 15,8 тысячи туристов из РФ и 42,2 тысячи ночевок. То есть за последние шесть лет эти показатели выросли в два с половиной раза. Кто-то приезжает сюда отдохнуть после деловой поездки в Милан, кто-то приобретает недвижимость. Недавно появился 80-страничный журнал «Озеро Комо» на русском языке, который выпускается 4 раза в год тиражом 10 тысяч экземпляров. На русском языке издаются и некоторые информационные материалы региональной туристической администрации.

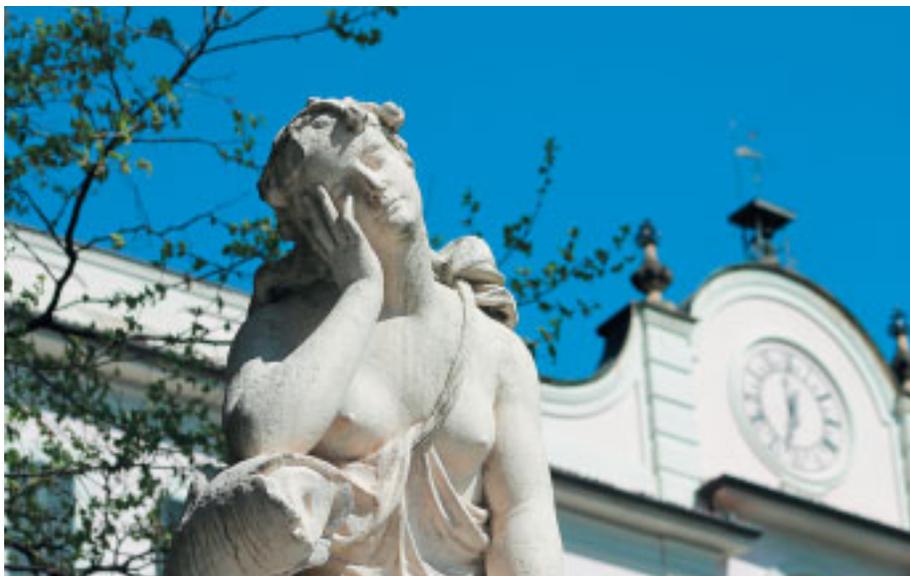
«ИТАЛЬЯНСКИЙ ВЕРСАЛЬ»

Комо — это название провинции, ее административного центра и озера ледникового происхождения, третьего по величине в Италии по площади



<<< Вид на озеро Комо из окон старинной усадьбы.

Villa Carlotta — одна из «жемчужин» побережья Комо.



водной поверхности и первого — по глубине и протяженности береговой линии. Озеро Комо иногда называют «Итальянским Версалем» — по его живописным берегам разбросаны десятки, если не сотни, старинных вилл, построенных в XIV–XVII веках. Их стены помнят многих именитых гостей — здесь бывали Гарибальди и Наполеон, Гёте и Стендаль, Флобер и Лист.

Значительная часть усадеб сегодня принадлежит частным лицам. Наверное, самый известный владелец местной недвижимости — голливудский актер Джордж Клуни. Его имя упоминается здесь столь часто, что почти стало одним из туристических брендов региона. Не отказали себе в удовольствии приобрести виллу на озере Комо и многие другие состоятельные персоны. Например, основатель корпорации Virgin Group Ричард Брэнсон и ресторатор Аркадий Новиков. Кстати, Villa Fontanelle российского предпринимателя прежде принадлежала Джанни Версаче.

Если приобретение виллы в «Итальянском Версале» кажется делом слишком обременительным, усадьбу можно арендовать на сезон или на несколько дней, скажем, для проведения свадебной церемонии. Удовольствие это, конечно, недешевое.

Классический вариант — проживание в одной из исторических гостиниц на берегу озера — тоже сулит путешественнику немало ярких впечатлений. Среди таких объектов можно отметить Grand Hotel Tremezzo, здание которого было построено в начале XX века. Или расположенный на противоположном

берегу Grand Hotel Villa Serbelloni, который принимает гостей с 1873 года. Один из его ресторанов — ресторан молекулярной кухни Mistral — отмечен «мишленовской» звездой.

Любознательные туристы могут прикоснуться к прекрасному, посетив те виллы, которые работают как музеи. Так, гостей приглашает Villa Carlotta, построенная в конце XVII века для состоятельного миланского семейства Клеричи. В помещениях трехэтажного здания можно увидеть старинные картины, скульптуры, мебель. Принадлежащий вилле сад площадью в 70 тысяч квадратных метров входит в ассоциацию Grandi Gardini Italiani, весной он буквально утопает в цветах — здесь произрастают более 150 видов азалий и рододендронов.

На Villa Balbianello снимались сцены поцелуев главных героев фильмов «Звездные войны» и «Казино Рояль» (из саги про агента 007). Целоваться здесь стало доброй традицией и у туристов.

Построенная в XVII веке Villa Olmo своим названием обязана старому дереву (olmo — по-итальянски означает вяз), ныне, увы, не сохранившемуся. В 1859 году, после побед над австрийцами в битвах при Варезе и Сан-Фермо, погостить на виллу приехал Джузеппе Гарибальди. В 1925 году усадьбу выкупили муниципальные власти. Ныне это известное место проведе-

TOP
10

ЗАРУБЕЖНЫЕ ГОСТИ В ПРОВИНЦИИ КОМО В 2013 ГОДУ

- 1 Германия — 356*
- 2 Великобритания — 326
- 3 Нидерланды — 222
- 4 Швейцария и Лихтенштейн — 182
- 5 США — 152
- 6 Франция — 131
- 7 Бельгия — 64
- 8 Австралия — 63
- 9 Россия — 42
- 10 Австрия — 31

* — тысяч ночевков

Источник: ISTAT





На таких гидросамолетах проводятся ознакомительные полеты для туристов.

ния разнообразных выставок, конференций. Из садов Villa Olmo открывается живописный вид на набережную города Комо.

С ВЫСОТЫ ПТИЧЬЕГО ПОЛЕТА

Возможности досуга в Комо на удивление разнообразны. Моционы по берегу озера можно сочетать с наблюдением за жизнью водоплавающих пернатых, во время прогулок по горам есть шанс увидеть диких фазанов, оленей, серн, горных коз. Хочется передвигаться побыстрее — есть прокат велосипедов, сеть

веломаршрутов позволяет посмотреть такие уголки провинции, куда сложно добраться на автомобиле. Для активных туристов — яхтинг, треккинг, экскурсии в пещеры, занятия парапланеризмом. В последние годы в регионе Комо активно развивается индустрия гольфа. Не случайно в октябре 2014 года на Villa Erba состоится выставка International Golf Travel Market. Людям азартным стоит съездить в Кампионе-д'Италия — небольшой итальянский муниципалитет, фактически расположенный на территории Швейцарии. Здесь, на берегу озера Лугано, работает крупнейшее в странах Старого Света казино — Casino Campione.

Находясь в городе Комо, стоит подняться на гору Брунате — с высоты 600 метров открывается красивый вид на окрестности. Восхождение на вершину пешком займет около часа, а подъем на фуникулере — он функционирует уже целый век — длится несколько минут. Не меньшее впечатление производит вид на местные пейзажи с высоты птичьего полета. Ехать в аэропорт для этого не нужно. Практически в самом центре города Комо работает аэроклуб. Он был создан еще в 1913 году как база военной гидроавиации. С 1930-х годов здесь стали организовывать прогулочные полеты для туристов. Недавно аэроклуб Комо занесли в «Книгу рекордов Гиннеса» как старейшую в своем роде авиашколу. В Европе первоначальное обучение полетам на гидросамолетах проводится только здесь. Для гостей города аэроклуб организует прогулочные полеты над озером на различных модификациях самолетов Cessna (на поплавках), которые одновременно могут взять на борт 3–5 пассажиров.

В Европе первоначальное обучение полетам на гидросамолетах проводится только здесь. Для гостей города аэроклуб организует прогулочные полеты над озером на различных модификациях самолетов Cessna (на поплавках), которые одновременно могут взять на борт 3–5 пассажиров.

Неспешные прогулки для эстетов

В Комо сосредоточены редкие даже для Италии, привыкшей удивлять туристов, достопримечательности

Комо — родина Алессандро Вольта, создателя первого химического источника тока. Его именем названа единица измерения электрического напряжения. Знаменитому итальянскому физiku посвящен тематический музей. Интересно посетить Музей шелка — Комо исстари славится как крупнейший центр шелковой промышленности. Кое-где в окрестных горах до сих пор можно увидеть старые тутовые деревья, хотя производство тканей как таковое сегодня признано экономически невыгодным — сырье



закупается в Китае. Но Комо сохраняет свой статус одной из мировых столиц дизайна рисунков на шелке. Внимания гостей региона также заслуживают Музей дерева Riva 1920 и недавно открывшийся музей велоспорта. От городской пристани в небольшие круизы по озеру отправляются суда самых разных размеров: от небольших скоростных катеров до старинного парохода Milano, спущенного на воду еще в 1904 году. Такие вояжи — лучший способ полюбоваться старинными виллами, разбросанными по берегам и склонам гор.



Марокко класса «люкс»

В последние годы интерес российских туристов к Марокко заметно вырос — например, в прошлом году, по данным Росстата, страну посетили порядка 50 тысяч наших соотечественников, а по итогам сезона-2014 ожидается вдвое больше

ТЕКСТ СВЕТЛАНА КОНОПЛЕВА

Чистые пляжи Атлантики и Средиземноморья, комфортный климат, хорошая отельная база, высокое качество обслуживания гостей, широкие экскурсионные возможности, безвизовый въезд, стабильная политическая ситуация и безопасность — все эти факторы привлекают в страну гостей из РФ. Туристы отдыхают на курортах Агадир и Касабланка, посещают Марракеш, Танжер, Рабат, Фес.

СПРОС РАВНОМЕРНЫЙ

«Пока турпоток из РФ не слишком велик, но он ежегодно демонстрирует положительную динамику. По итогам 2013 года наша компания отправила в Марокко 700 туристов. Это вдвое превысило показатель 2012 года. В этом году мы рассчитываем на 20–30%-ный прирост, — рассказывает старший менеджер по Марокко компании «АРТ-ТУР» Ольга Метелькова. Компания сохранила за собой спецтарифы на регулярных рейсах национального перевозчика Royal Air Maroc, выполняющего полеты между Москвой и Касабланкой. «Растущая популярность отдыха в Марокко объясняется доступными ценами, — считает PR-менеджер ком-

пании «Анекс Тур» Елена Кокоева. — Если в прошлом году мы летали в Марокко два раза в неделю, то в этом сезоне частота вылетов увеличена до 3 рейсов в неделю. 70% туров на лето уже реализовано, поэтому «подгорания» не предвидится».

По свидетельству руководителя департамента по связям с общественностью компании Coral Travel Марины Макаровой, сезон 2013 года на марокканском направлении прошел удачно. «Мы реализовали все свои планы. Сезон-2014 начинается на оптимистичной ноте — мы наблюдаем тенденцию к равномерным продажам и устойчиво высокий спрос. К двум своим еженедельным рейсам добавили еще один», — отмечает эксперт. «Перевозка в этом сезоне сбалансирована», — считает руководитель отдела Марокко компании Space Travel Маргарита Лебедева. По ее словам, компания планирует усилить свое присутствие на направлении: «Заявлен чартерный рейс до Агадира с частотой вылетов до 3 раз в неделю. В страну также выполняется регулярный рейс Royal Air Maroc до Касабланки 3 раза в неделю, есть возможность коротких стыковок для перелета в другие города страны». «В 2013 году турпоток вырос примерно на 14% по сравнению с 2012 годом. Новый сезон начался с более



ИМПЕРСКИЕ ГОРОДА

Касабланка
Рабат
Ассилах
Танжер
Тетуан
Шевшауен
Фес
Марракеш

МАРОККО



скромных результатов, возможно, из-за экономической ситуации в нашей стране. Тем не менее мы планируем увеличить объемы продаж на 30% по сравнению с прошлым сезоном», — отмечает Маргарита Лебедева.

ИНТЕРЕС К НОВИНКАМ

Туроператоры единодушно считают марокканское направление отдыха весьма перспективным в нынешнем сезоне. Многие компании делают ставку на экскурсионные программы по стране.

«Туристы наконец заинтересовались не только курортным городом Агадир, но и другими регионами страны. Также наблюдается интерес к нестандартным программам с размещением в риадах. Мы традиционно много внимания уделяем комбинированным турам, поэтому планируем предложить новые варианты путешествий, например, туры с посещением Стамбула и Марокко, — рассказывает Маргарита Лебедева. — Сохраняются договоренности о специальных условиях сотрудничества с Royal Air Maroc, что дает нам серьезные конкурентные преимущества». «Мы насыщаем каждый тур индивидуально-отдельно взятого региона страны. Например, «Имперские города и дюны Сахары» — это маршрут

Касабланка — Рабат — Ассилах — Танжер — Тетуан — Шевшауен — Фес — Марракеш. В рамках программы туристы увидят города и музеи, живописные каньоны и барханы пустыни», — говорит Ольга Метелькова. Компания обновила и программу «Дыхание Андалусии и имперский шарм», отельные новинки представлены вилами класса «люкс» в Марракеше. «Оператор имеет эксклюзивные контракты с ведущими отелями Марокко, поэтому есть возможность формировать турпродукт по привлекательной цене без ущерба качеству», — подчеркивает эксперт.

Coral Travel к новинкам сезона относит третий еженедельный рейс в Агадир на бортах UTAir по воскресеньям. «Также у нас появился новый экскурсионный тур «Атлантика и Культура», который дает возможность туристам совмещать отдых на побережье с осмотром достопримечательностей королевства», — говорит Марина Макаркова.

Новинки есть и у «Анекс Тура». «В 2013 году мы предлагали туристам только пляжный отдых в Агадире. В этом году наша продуктовая линейка пополнилась двумя экскурсионными программами — 8-дневным туром «Имперские города» и 4-дневной программой «Эс-Суейра — Марракеш», — отмечает Елена Кокоева.

«АРТ-ТУР» — о рецепте успеха по-мароккански

С каждым годом шествие Марокко по российской туристической сцене становится все более уверенным. Турпоток из РФ пока не слишком велик, но ежегодно он демонстрирует положительную динамику.

«С учетом возможностей, которыми обладает Марокко, перспективы направления достаточно высоки и рынок продолжит дальнейший рост, — уверена старший менеджер компании «АРТ-ТУР» Ольга Метелькова. — По итогам 2013 года мы отправили в Марокко 700 туристов, что вдвое превысило показатели 2012 года». По ее словам, египетские проблемы во многом поспособствовали повышению востребованности Марокко, ставшего достойной пляжной альтернативой этому направлению. В этом году компания прогнозирует 20–30%-ный прирост числа туристов, большие надежды возлагаются на летние продажи. «Марокко привлекает российских туристов, прежде всего, сво-

ей доступностью, отсутствием ярко выраженной сезонности и визового режима, сравнительной дешевизной. Несмотря на то что отельная база направления представлена в большинстве своем гостиницами высокого класса, мы, имея прямые, эксклюзивные контракты с ведущими отелями, можем формировать турпродукт по привлекательной цене без ущерба качеству», — рассказывает Ольга Метелькова. Туристические предложения Марокко разнообразны: от культурно-познавательного и пляжного отдыха до активного и гастрономического, а также МІСЕ-туризма. Наиболее популярные у российских туристов направления поездов — Касабланка, Агадир и древняя столица Марракеш.

«Программы «АРТ-ТУР» очень познавательны. Мы не пытаемся охватить в одном туре все и сразу, а насыщаем каждую программу индивидуальностью отдельно взятого региона страны», — подчеркивает эксперт. Например, программа «Имперские города и дюны Сахары» — это маршрут Касабланка — Рабат — Ассилах — Танжер — Тетуан — Шевшауен — Фес — Марракеш. В рамках тура «Имперские города» туристы увидят города и музеи, живописные каньоны и барханы пустыни. Большинство туров доступно при бронировании группы от двух человек, но при желании можно выбрать и более экономичный вариант. Говоря о сезонных новинках на марокканском направлении, Ольга Метелькова отмечает обновление

экскурсионных программ «Дыхание Андалусии и имперский шарм» и «Имперские города и дюны Сахары», запуск новых отельных программ, акции и скидки. Отельные новинки представлены вилами класса «люкс» в Марракеше. «В этом году мы сохранили спецтарифы на регулярных рейсах национального перевозчика Royal Air Maroc, выполняющего рейсы из Москвы в Касабланку», — подчеркивает Ольга Метелькова. — «АРТ-ТУР» работает на прямых контрактах с крупными отелями страны. Мы знаем и любим Марокко, предлагаем широкий выбор экскурсионных и комбинированных программ по всей стране, поэтому сотрудничество с нами обещает быть выгодным и стабильным».



МАРОККО

ART TOUR

Туроператор с 1992 года

представляет Марокко

**МАРРАКЕШ
КАСАБЛАНКА
АГАДИР**

**Дешевле, чем
вы думаете!**

ШИРОКИЙ ВЫБОР ОТЕЛЕЙ И ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ

● «Имперские города»
(7 ночей/8 дней) –
от **52 900 руб./чел.**

● «Магия Марракеша
+ Атлантика»
(6 ночей/7 дней) –
от **64 900 руб./чел.**

● Специальные летние
цены в Mazagan Beach &
Golf Resort 5*
(7 ночей/8 дней) –
от **45 900 руб./чел.**

В стоимость включен
перелет а/к Royal Air Maroc



www.arttour.ru (495) 980•21•21

Пейзажи Туниса нельзя назвать »»»
скучными.



Тунис: умножаем на два

«Россия для нас — стратегический рынок. Мы полагаем, что Тунис как туристическое направление способен оправдать все ожидания российских путешественников», — отметила на встрече с российскими журналистами в столице Туниса генеральный директор Тунисского национального офиса по туризму **ВАХИДА ЖАИТ**.

ТЕКСТ ЛАРИСА МАРТЫНОВА

«**П**ри благоприятном развитии событий в 2016 году Тунис примет 800 тысяч россиян, — заявила Вахида Жаит. — Это вписывается в общую стратегию удвоения турпотока: предполагается, что в 2020 году Тунис примет 12 млн туристов. Для сравнения — в 2012 году их было 6,3 млн».

ЦЕЛЬ — ДИВЕРСИФИКАЦИЯ

Последние два года число российских туристов в Тунисе увеличивается примерно на 50 тысяч человек в год: в 2012 году их было 250 тысяч человек, в 2013 году — около 300 тысяч. По количеству въездов в страну россияне заняли четвертое место среди европейцев, пропустив вперед французов, немцев и англичан, но опережая итальянцев. В основном сюда едут отдыхать семьи, в том числе с детьми, молодежь. Отдельная категория гостей — дамы, желающие с помощью талассотерапии улучшить свой внешний вид и поправить здоровье.

Главная идея стратегического плана развития местной туристической индустрии — диверсификация и совершенствование турпродукта, ориентированного на разную целевую аудиторию.

«Тунис — страна с богатой историей, у каждого региона — свое лицо, свои достоинства. Мы будем продвигать страну на мировом туррынке не как единое, монолитное направление, а как тунисскую мозаику, — сообщила Вахида Жаит. — Культура, гольф, МІСЕ-индустрия, спортивный отдых — все это ждет гостей». По ее мнению, турпоток из России в Тунис преимущественно будет расти за счет туристов со средним уровнем доходов и состоятельных гостей. Вместе с тем одним из возможных направлений сотрудничества считается отдых российских пенсионеров на курортах страны в низкий сезон (ноябрь — февраль).

МАРИНЫ И КАТКИ

Популярные курорты Туниса уже известны россиянам. Местная талассотерапия имеет серьезную научную



»»» Тунис увеличивает срок безвизового пребывания для россиян до 90 дней при наличии туристического ваучера и авиабилета на прямой рейс.

В неземных декорациях тунисской пустыни снималось более 50 кинофильмов, в том числе «Звездные войны», «Секретные материалы», «Английский пациент».



Лагерь в пустыне — отличное место для проведения инсентив-туров.



базу и находится под строгим контролем министерства здравоохранения, что гарантирует высокий уровень услуг. Эксперты считают, что их уровень не ниже, чем во Франции, зато стоят они заметно дешевле. В некоторых центрах талассотерапии уже есть русскоговорящие врачи.

«Если будет расти поток туристов из России, то должно расти и число работников отрасли, говорящих на русском языке. Соответствующая программа министерства туризма Туниса действует уже три года, — рассказала Вахида Жаит. — Будущие работники сферы туризма изучают русский язык. Аккредитованных русскоговорящих гидов у нас сейчас 301 человек, вести экскурсии на двух языках (русском и английском) могут 46 человек, на трех — 13 человек».

Министерство планирует постепенно совершенствовать систему классификации гостиниц. На курортах открываются новые развлекательные заведения и площадки для активного отдыха. Строятся новые марины и даже катки. В качестве пилотных проектов рассматриваются остров Джерба и город Тозер. Для них готовят кадры по новым методикам. По некоторым вопросам министерство туризма Туниса консультируется с экспертами Всемирной туристической организации ООН.

Сегодня для продвижения Туниса на российском рынке выделена весьма внушительная сумма — почти 2 млн евро. Планируется размещение рекламы на телевидении, в интернете, метрополитене. Детали кампании еще в стадии проработки. Конкретная формула

поддержки туроператоров и авиаперевозки тоже пока не ясна. «Но есть понимание того, что нужно выходить за границы Москвы и Санкт-Петербурга, привлекая туристов из регионов, — считает Вахида Жаит. — Важно двигаться навстречу друг другу, и помочь в этом должны анонсированные двухсторонние переговоры в Тунисе, в которых наряду с инвесторами примут участие представители туроператоров».

ТУНИССКАЯ МОЗАИКА

Восемь достопримечательностей Туниса занесены в список Всемирного культурного и природного наследия человечества ЮНЕСКО: это медины Туниса (столицы страны) и Суса, руины Карфагена, амфитеатр в Эль-Джеме, Национальный парк Ишкель, пунический город Керкуан, города Кайруан и Дугга.

Географические особенности небольшой страны с древней историей позволяют совершить целый ряд экскурсий, не удаляясь более чем на 200 км от места отдыха. Очень выгодно расположен остров Джерба: отсюда удобно исследовать и Великий юг, и центральную часть Туниса, и средиземноморские север с северо-востоком. На острове работает международный аэропорт, к материке ведет дамба. Джерба — образец религиозной терпимости, здесь издавна мирно соседствуют христианство, мусульманство и иудаизм. Одна из достопримечательностей острова — крупнейшая на Средиземноморье крокодиловая ферма в тематическом парке Djerba Explore.

ПОСЕТИТЬ В ТУНИСЕ

Медины городов Тунис и Сус

Руины Карфагена

Амфитеатр в Эль-Джеме

Национальный парк Ишкель

Пунический город Керкуан

Город поэтов и художников
Сиди-Бу-Саид

Обитаемые жилища
троглодитов

Каньон в Атласских горах

Религиозный центр Кайруан

Тематический парк
Djerba Explore



≡
Термы Антонина в Карфагене и коллизей в Эль-Джеме – самые популярные у туристов достопримечательности страны.

Несомненный интерес для туристов представляет знакомство с Карфагеном и римским амфитеатром в Эль-Джеме вместимостью 35 тысяч человек — он входит в тройку лучше всего сохранившихся подобных сооружений в мире. Гостям непременно стоит посетить городок поэтов и художников Сиди-Бу-Саид, обитаемые жилища троглодитов, каньон в Атласских горах, религиозный центр Кайруан, понежиться в центре талассо-терапии, покататься на джипах по барханам Сахары.

БОЛЬШЕ ДЕЛА

«В этом году количество гостей из России должно составить около 350 тысяч человек, затем оно будет стабильно увеличиваться и в перспективе достигнет отметки в один миллион туристов», — об этом заявил директор московского офиса Департамента туризма Туниса Меджид Кахлауи.

По оценке посла Республики Тунис в РФ Али Гутали, в 2011 году число путешественников из нашей страны

составляло 150 тысяч, а в 2013 году оно уже превысило уже 300 тысяч человек. «Такие темпы позволяют надеяться, что Тунис как направление разнообразного и комфортного отдыха и впредь будет быстро набирать популярность в России», — подчеркивает он.

«Турпоток из России в последнее время стабильно растет на 15–20% в год, и поэтому мы делаем ставку на этот рынок», — отмечает руководитель принимающей компании «Вояж-2000» Бугамура Насер.

«Сейчас нужно поменьше слов и побольше дела», — считает генеральный директор компании НТЛ Лотфи Кебайер. По его словам, необходимо увеличивать объем предложений по Тунису не только за счет пляжного отдыха, но и других видов рекреации. НТЛ серьезно работает над повышением профессионализма своих кадров, недавно запустила новый сайт, который позволяет использовать все современные средства взаимодействия с агентами, включая работу в режиме онлайн.

Представители российского турбизнеса уверены, что ключ к успеху лежит в ценовой плоскости. «Пока тунисская сторона не всегда достаточно гибка в вопросе ценообразования и порой именно в этом отношении проигрывает конкурентам, — считает руководитель компании «Премиум-тур» Александра Гридина. — Однако при условии, что принимающая сторона начнет оперативней реагировать на рыночную ситуацию, в сложившихся условиях турпоток в Тунис из России может быстро расти. В стране, например, есть отели уровня 3*, которые по классу выше, чем аналогичные объекты в Греции или Турции».

ЕВРОПЕЙСКИЕ ТУРИСТЫ В ТУНИСЕ

	2012 ○○○○	2013 ○○○○	ДИНАМИКА ○○○○○○○○○○
Французы	985 217	767 138	-22,1%
Немцы	411 828	424 455	3,1%
Британцы	329 619	408 655	24,0%
Россияне	250 732	296 963	18,4%
Итальянцы	216 633	231 831	7,0%
Всего европейцев	2 965 111	2 896 743	-2,3%
Общее число прибытий	5 950 464	6 268 582	5,3%

Источник: Тунисский национальный офис по туризму



Первый в гонке лидеров

ANEX Tour – the best tour operator in race! Под таким лозунгом завершился четырехдневный «заезд» российских туристических компаний в Турции. Местом проведения «гонки» стал deluxe отель Royal Adam&Eve в Белеке.

С 14 по 18 мая туроператор ANEX Tour в десятый раз организовал для туристических агентств России масштабную выездную конференцию Workshop — 2014. Для юбилейной встречи с партнерами была выбрана тематика «туристических гонок». И не случайно — на конференции собрались представители лучших российских агентств, лидеры продаж туров от ANEX Tour, зарекомендовавшие себя как профессионалы высокого уровня в туристическом бизнесе.

О концепции мероприятия стало известно сразу при въезде в отель: инфодеск на стойке регистрации и программа мероприятия были оформлены в тематическом стиле «Формулы-1». В полном объеме замысел организаторов раскрылся на торжественном гала-ужине, когда под шумные возгласы гостей в зал въехал красный Ferrari, из которого вышел президент холдинга ANEX Tourism Group Нешет Кочкар. Он поблагодарил агентства за хорошую работу, пожелал всем удачного сезона и довольных туристов, и подчеркнул, что за каждым лидером гонки стоит большая и слаженная команда, поэтому успех ANEX Tour — это и успех агентств-партнеров.

Но на этом сюрпризы вечера не закончились. Как только президент холдинга завершил приветственную речь, из-за столов стали подниматься гости и из разных концов зала зазвучали строки популярной песни We are the champions. ANEX's the champion.

Такой импровизированный флешмоб стал неожиданностью для всех присутствующих.

О том, как проходил «заезд» на протяжении всего мероприятия, рассказал видеоролик, транслируемый на экране. Героями сюжета стали сами агенты, что вызвало бурю положительных эмоций и улыбки на лицах гостей. Вечер продолжила шоу-программа известного российского исполнителя, шоумена, актера и телеведущего Тимура Родригеза. Кульминацией вечера стал традиционный брендированный торт ANEX Tour.

В рамках мероприятия также состоялась конференция руководства холдинга ANEX Tourism Group. Представители компании рассказали о результатах своей деятельности за прошедший год и планах на предстоящий сезон, особенностях турпродукта, системе контроля качества и оперейшен-менеджмента. Как заявила Наталья Акимцова, директор по маркетингу и PR туроператора, в 2014 году ANEX Tour отправит на отдых более 1,7 млн туристов. Важной составляющей мероприятия стал обязательный workshop с ведущими отельерами Турции, Таиланда, Вьетнама и Индии. Праздничная атмосфера и количество стендов сделали workshop настоящим событием, масштабной выставкой, с которой на протяжении долгих часов не хотели расходиться гости.

По многочисленным отзывам турагентств, Workshop ANEX Tour превзошел все ожидания и стал грандиозным открытием летнего сезона-2014.

Алиса Аксёнова forever

...Из свежих новостей: возрожденное звание Героя Труда присуждено в числе первых **АЛИСЕ АКСЁНОВОЙ**, на протяжении почти полувека — директору и президенту Владимиро-Суздальского музея-заповедника, в настоящее время — советнику губернатора Владимирской области. При всей неоднозначности отношения к факту подобного возрождения, выбор кандидатуры безупречен.

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



Один весьма известный в туристическом мире человек рассказывал мне об Алисе Аксёновой: «Были мы в Америке в одном очень симпатичном музейном городке. И там у входа в исторический домик сидит, как и положено в глупинке, даже американской, симпатичная бабушка и вроде как вяжет чулок. Тут откуда-то из-за наших спин буквально вылетает Алиса Ивановна, бросается к почтенной леди: «Ну кто же так вяжет? Давай покажу!» И точно, начала показывать. Да так, что результат стал виден почти сразу...» Трудно, кажется, придумать лучший «эпиграф» к этой личности.

Одна очень резвая на язык журналистка недавно назвала её «старейшей чиновницей». Старейшая? Аксёнова, назло всем формулярам и паспортам, самым своим присутствием в отечественной культуре связующая давно прошедшие советские и нынешние времена, по сути, уже вне времени. Аксёнова forever. Живой урок и пример всем нынешним и будущим музейщикам. Всем сомневающимся. «Если у моего артиста что-то не выходит, я встаю и показываю», — говорил, и тоже в очень почтенные годы, классик отечественного искусства. Чиновница? Чиновник в нашем представлении — это нечто сухое, бездушное, скрипучее, затянутое в корсет инструкций и циркуляров. Что-то более несовместное с самой кипучей, энергичной, подвижной натурой Алисы Ивановны, вообразить трудно. «Мир погибнет, если я остановлюсь»? Да, что-то в этом роде — остановиться ей трудно. А если спуститься с высот классики к обыкновенной жизни, то выйдет по принципу героини известного фильма: «У верблюда два горба, потому что жизнь — борьба». Аксёнова, похоже, всегда боролась с кем-то и с чем-то, за что-то и против чего-то с первого дня пребывания на музейных высотах. Сначала — с сушившимся во двориках тишайших и безлюдных музеев бельем. Потом — против сноса доныне стоящей у Золотых ворот церквушки — сегодня в ней одна из лучших музейных экспозиций. А также, за — простите — цивили-

зованные туалеты и против всевозможной самодеятельности в бурно развившемся благодаря во многом ей же туризме. И этих «за» и «против» за полвека набралось поистине без счета.

Туристам всех поколений, созерцающим ныне всевозможные и многочисленные владими́ро-суздальские чудеса — от Спасо-Евфимиева монастыря до превращенного в истинный музейный дворец здания Присутственных мест — запросто может показаться, что все эти редчайшие памятники были всегда. Слово всегда были и казавшийся в советские годы неведомым чудом туристический центр в Суздале и полученное вскоре за заслуги в развитии туризма «Золотое яблоко». Тем, кто и вправду так думает, советую перечитать, вместе с двухтомными мемуарами самой Аксёновой, один из которых посвящен единственно Суздалю, солоухинские «Владимирские проселки». Эта книга и Алиса Аксёнова, выпускница библиотечного факультета института культуры на посту директора новообразованного музея-заповедника появились почти одновременно.

Но это — дела минувших дней. А сегодня ее неспроста сравнивают с императрицей Владимиро-Суздальской, владычицей многого и многих. Музейная империя Аксёновой не только прирастала, но и видоизменялась — в конце 80-х ей пришлось вернуть епархии отреставрированные под музейные экспозиции церковные здания. Музею, похоже, это пошло только на пользу, да и процесс передачи — в отличие от многих прочих регионов — прошел вполне цивилизованно и спокойно. Отличительная черта всякой властительницы, хозяйки — умение выбрать, найти, воспитать себе преемника. И уже при новой «власти» в музейную империю влилась территория, о которой Аксёнова мечтала не один десяток лет — легендарная усадьба Муромцево близ Судогды.

Одним словом, если бы Алисы Ивановны Аксёновой не было, ее следовало бы выдумать. Но она есть — самоотверженный хранитель отечественной культуры.

T6 workshop

ТУРБИЗНЕС

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

8-9 сентября

Сочи – Анапа (Новороссийск)

Впервые! Туристические workshop в городах-курортах Черного моря

11-12 сентября

Воронеж – Саратов

Эффективные деловые встречи в Центральной России

22-26 сентября

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

Лучшее профессиональное roadshow на Юге России

29 сентября - 3 октября **Пермь – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород**

С Урала в Поволжье. Более 1000 региональных агентств-посетителей

7-10 октября

Магнитогорск – Челябинск – Тюмень – Сургут

Традиционные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

13-17 октября

Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск

Самое главное осеннее деловое мероприятие в Сибири

21 октября

Минск

Профессиональный workshop в столице Белоруссии

20-21 октября

Мурманск – Архангельск

Расширяем бизнес на Северо-западе России

28-30 октября

Астана – Алма-Ата – Ташкент

Единственный b2b workshop в Казахстане и Узбекистане

Стоимость участия в workshop:

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

СНГ – 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входит: предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале

«Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей из соседних городов (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость проведения мастер-классов:

30 мин. – 7 тыс. руб.

40 мин. – 9 тыс. руб.

Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов в города проведения workshop к рабочему месту (46 руб./кг.);

- пакеты обслуживания (Россия – от 6 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы по программе, обеды и проживание;

СНГ – от 7 тыс. руб. в одном городе);

- размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.);

- заочное участие в workshop (7 тыс. руб.);

- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.

В пакет обслуживания не входят авиа- и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:

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

Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru



Финляндия – страна-партнер workshop «Турбизнес»



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

ОТДЫХ
LEISURE

**20-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

16–19 СЕНТЯБРЯ 2014

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

0+

www.tourismexpo.ru

Me



Leisure

Генеральный партнер
экспозиции и конференции
«ОТДЫХ Карьера и Образование»:

Официальный перевозчик:

В рамках ОТДЫХ:

SuperJob

АТРАНСАЭРО
АВИАКОМПАНИЯ

ОТДЫХ
MICE

ОТДЫХ
LUXURY

ОТДЫХ
SPA & HEALTH

Организатор:

МОСКВА РОССИЯ
ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA
EUROEXPO
EXHIBITION AND CONGRESS DEVELOPMENT TRADE



При поддержке:



Федеральное агентство
по Туризму



Ассоциация
профессионалов
России



Российский
Союз
Туризмостроителей

ОТДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ТУРИСТСКИЙ
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ