

№5 МАЙ 2015

Турбизнес

Travel Trade Russia

WWW.TOURBUS.RU

• ШТИЛЬ И ШТОРМ
• КРУИЗНОГО
• СЕЗОНА

КРЫМ
www.kryptontour.ru
туроператор
КРИПТОНТОУР

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2015

18 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Номинарование с 1 апреля 2015 г.

Голосование с 16 июня 2015 г.

Церемония награждения

1 октября 2015 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

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



УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗАТОР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



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

anex
tour



PEKAWA

anextour.com

+7 (495) 799 9292

Скидка до 15% на весь турпакет!

ТУРЦИЯ



2+2=2! Детям бесплатно!

ИСПАНИЯ



Гарантированные комнаты!

ГРЕЦИЯ



Подарки от Роза Хутор!

СОЧИ



Первый вылет 10.06.2015!

КРЫМ



АКЦИИ • Лучшие предложения





MAXX ROYAL

RESORTS

Ощутите сущность роскоши

БЕЛЕК | КЕМЕР
АНТАЛЯ

XCLUSIVE
Travel



Тел. 8 800 775 00 04
xclusivetravel.com

Главный редактор Тина Катаева
t.kataeva@tourbus.ru
Бренд-директор Анна Евневич
Арт-директор Анастасия Боброва
Корреспонденты: Екатерина Базанова,
Дарья Костикова,
Елизавета Богадист,
Софья Константинова,
Геннадий Габриэлян,
Константин Исааков,
Владимир Сергачев,
Александра Полянская
Дизайнер рекламы Надежда Калистратова

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 8 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации 017214 от 20.02.1998.

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

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

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван Калашников
i.kalashnikov@tourbus.ru
Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru
Заместитель генерального директора Александр Попов
a.popov@tourbus.ru
Директор по рекламе Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru
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
l.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Кристина Сивова
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru
Отдел event Руководитель Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев
Софья Константинова
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

ПЯТЬЗВЕЗД

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

8 СОБЫТИЯ

Выставки и конференции

- Конференция ANEX Tour Объединения и партнерства
- Новые партнеры
- Создан «Союз турагентств»

Деньги

- Израильские субсидии

Путеводитель

- Курорт в Тверской области

Транспорт

- «Аэрофлот» запретил онлайн-скидки
- Чартерный поезд в Анапу
- Электронная очередь в Крым

Визы и мир

- Мультивизы в ОАЭ
- Британия становится дороже

Онлайн-обучение

- Уроки итальянского

ТЕМА НОМЕРА

14 СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ СЕЗОНА ЛЕТО-2015 ПРОВЕРИТ НА ГИБКОСТЬ

22 Workshop «Турбизнес»: работа на отлично!

ДИСКУССИОННАЯ ДУЭЛЬ

24 Саморегулирование: за и против

ПРОФЕССИОНАЛ

26 Весь мир здесь и сейчас: возможности динамического пакетирования
29 Вышеградская четверка в Казахстане

ТЕХНОЛОГИИ

30 Яндекс — скрытая угроза?

ГОСТИНИЦЫ

32 Фокус-открытие



РЕГИОНЫ РОССИИ

- 34 Югра
- Югорские каникулы
- Крым
- 36 Путешествуем за здоровьем
- Ставропольский край
- 38 Живая вода Кавказа
- Калининградская область
- 39 Дом янтарного солнца
- РЫНКИ
- Морские круизы
- 40 Шторм и штиль
- круизного сезона
- Испания
- 44 В Испанию за покупками
- Франция
- 48 Рандеву с удачей
- Мальта
- 50 Укрытый уголок Мальты
- VIP-КЛИЕНТ
- 52 Отпуск — это творческая командировка

«АРТ-ТУР» представляет ДУБАЙ



ИЗ ВЕСНЫ В ЛЕТО!

Пять лучших предложений от отелей:

**Waldorf Astoria Dubai
Palm Jumeirah 5* –
от 59 900 руб.**

- Ужины в подарок!
- Дети до 12 лет проживают бесплатно!

**Jumeirah
Zabeel Saray 5*deluxe –
от 67 900 руб.**

- Дети до 16 лет проживают бесплатно!

**Madinat
Jumeirah 5* deluxe –
от 74 900 руб.**

- Повышение категории номера до Ocean View в Mina A Salam!

**Jumeirah
Beach Hotel 5*deluxe –
от 80 900 руб.**

- Ужины в подарок!
- Дети до 16 лет проживают бесплатно!

**Atlantis The Palm,
Dubai 5*deluxe –
от 89 900 руб.**

- Ужины в подарок!
- Дети до 15 лет проживают бесплатно!

В стоимость входит проживание на 7 ночей за человека с перелётом, питанием, страховкой.

ПРОЕКТ

Des TiN ATI ONS

Проект destinations активно расширяется. Сегодня это не только тематические выпуски журналов «Турбизнес» и Business Travel, но и онлайн-академии, онлайн-викторины, ньюслеттеры, страноведение.

В нашей рубрике «Страны» на сайте tourbus.ru представлена разнообразная и полезная для поездок информация, накопленная нами за время существования проекта. За 15 лет путешествий собрано множество интересных сведений о городах и странах. В их числе, например, великолепная Фландрия и загадочный Оман, «лечебная» Венгрия и магическая Чехия, помпезная Великобритания и сдержанная Швеция, романтическая Франция и экзотическая Корея...

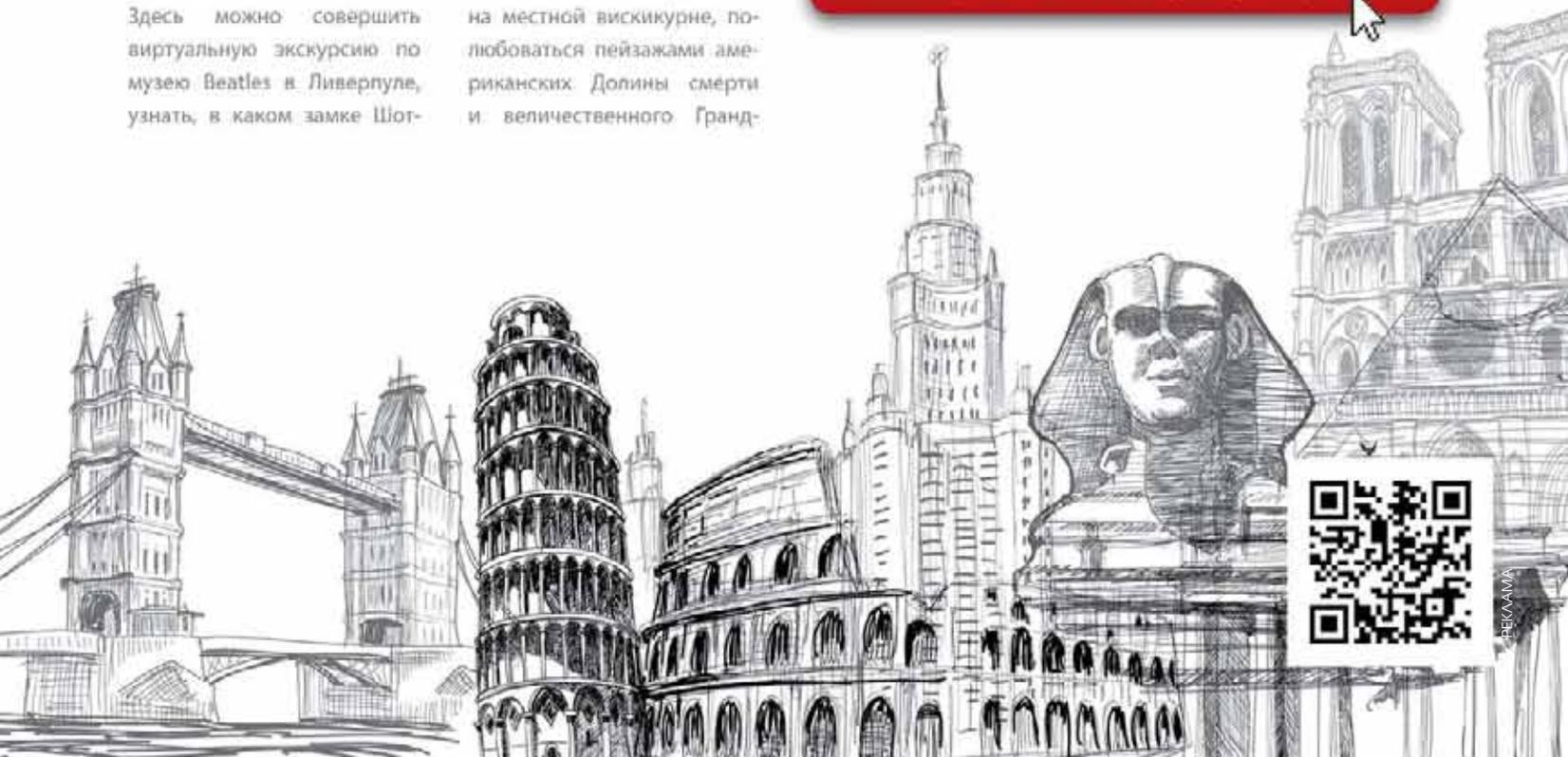
Здесь можно совершить виртуальную экскурсию по музею Beatles в Ливерпуле, узнать, в каком замке Шот-

ландии лучше переночевать и какой виски попробовать на местной вискикурне, полюбоваться пейзажами американских Долин смерти и величественного Гранд-

Каньона. Особенно подробно представлена Германия, где у нас много партнеров. В рубрике «Страны» есть советы, куда можно поехать за здоровьем и какие уникальные процедуры выбрать, где остановиться и как удобнее добраться. Мы рассказываем о гастрономических удовольствиях и памятниках ЮНЕСКО, не забываем патристично поведать о родном турпродукте.

В ближайшее время мы пополним нашу туристическую «кладовую» разделами о Дубае, Таиланде, Сингапуре, Испании, Израиле, Доминикане, Кубе, Мальте и других направлениях.

<http://tourbus.ru/geography/>



РЕКЛАМА

ОБЪЕДИНЕНИЯ И ПАРТНЕРСТВА



Новые партнеры

«Библио-Глобус» и «Магазин горящих путевок» заключили стратегическое партнерское соглашение. И теперь ведущее франчайзинговое объединение и крупный туроператор будут работать «в режиме максимального взаимного приоритета». Один из главных пунктов договора касается развития сотрудничества в области внутреннего туризма, в том числе активного продвижения пакетных туров с железнодорожными перевозками от «Библио-Глобус». Генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин так прокомментировал эту важную для рынка новость: «Одной из проблем агентств, входящих в сеть, является их «заточенность» на продаже пакетных туров. Они нередко сталкивались с трудностями при реализации путевок по России, им не совсем ясно, как реализовывать туры без перелета. Благодаря соглашению с «Библио-Глобусом» они получили тот продукт, который им наиболее подходит по профилю. «Библио-Глобус», в свою очередь, получил хорошего продавца». Стратегическое партнерское соглашение также заключили московский туроператор «Карлсон Туризм» и петербургская компания «Инфлот Круиз энд Ферри». Они объединят свои агентские и клиентские базы, а также выработают единую маркетинговую стратегию.

Создан «Союз турагентств»

«Сеть магазинов горящих путевок», «Горячие туры» и «Сеть ТБГ» вышли из альянса туристических агентств (АТА) и создали новое объединение в сфере туристического ритейла — Ассоциацию «Союз турагентств» (АСТА). Президентом новорожденной ассоциации был избран председатель правления некоммерческого партнерства содействия развитию турагентской деятельности «Турагент» Леонид Черкасский. АСТА сразу же получила государственную поддержку: в состав ее

правления вошел глава Ростуризма Олег Сафронов. «Союз турагентств» намерен выступать с законодательными инициативами, направленными на то, чтобы агентский рынок стал прозрачнее и очистился от «компаний-фантомов» и компаний-однодневок. В планах также сформировать на базе АСТА несколько профильных комитетов, в том числе по обучению и сбору инициатив, а также открыть представительства в каждом федеральном округе РФ и создать единый реестр турагентств. Раскол в АТА, который органи-

зовывался для координации работы сетевых турагентств, произошел меньше чем через два года после его создания. Теперь в нашей стране вместе с Российским союзом туриндустрии и Ассоциацией туроператоров России функционируют уже четыре профессиональных объединения. Некоторые из опрошенных «Турбизнесом» экспертов не считают установившуюся тенденцию позитивной и опасаются, что появление новых объединений может размыть усилия по отстаиванию интересов участников туррынка.

ДЕНЬГИ

Израильские субсидии

Министерство туризма Израиля запустило поощрительную программу для российских авиакомпаний и туроператоров, которые возят отдыхающих на морской курорт Эйлат. Она будет действовать с 6 октября 2015 года по 22 апреля 2016 года. Претендовать на возмещение 45 евро за каждого пассажира смогут компании, которые выполняют не меньше 16 рейсов в указанный период. Заявки на участие принимаются до 15 июня. Сумма компенсаций для каждой компании может в итоге составить до €1 млн.



ТРАНСПОРТ

«Аэрофлот» запретил онлайн-скидки

С 27 апреля группа компаний «Аэрофлот» запретила онлайн-агентствам делать любые скидки при продаже билетов на свои рейсы. С нарушителями перевозчик обещает без предварительного уведомления разрывать сотрудничество в одностороннем порядке. Таким образом «Аэрофлот» планирует увеличить продажи через собственный сайт и кассы, а также защититься от посредников, которые сначала демпингуют, а потом не могут расплатиться с долгами. Большинство экспертов, опрошенных «Турбизнесом», сошлись во мнении, что решение «Аэрофлота» негативно повлияет на работу многих агентств, особенно мелких. Некоторые из экспертов даже увидели в решении перевозчика попытку монополизировать билетный рынок.



ЦИФРА МЕСЯЦА

«ТУРПОМОЩЬ»
ИСКЛЮЧИЛА
ИЗ РЕЕСТРА
ОБЪЕДИНЕНИЯ ПОЧТИ

1000

ТУРОПЕРАТОРОВ

ПУТЕВОДИТЕЛЬ



Курорт в Тверской области

По решению правительства в Конаковском районе Тверской области создадут особую экономическую зону туристско-рекреационного типа. С помощью привлеченных частных инвестиций власти планируют построить там всегодный курорт мирового уровня, ориентированный на семейный, выездной и деловой туризм. По плану, до 2023 года должно быть реализовано 10 проектов стоимостью 24,9 млрд руб. В дальнейшем курорт сможет принимать более 6 млн отдыхающих в год. Основой новой экономической зоны стала территория «Завидово», где уже есть гостиница Radisson, яхт-клуб и поле для гольфа.

Исключенные из «Турпомощи»

«Турпомощь» опубликовала список исключенных из реестра объединения туроператоров. По данным на 21 апреля, 930 были исключены за неуплату членского взноса, еще 24 подали заявления о прекращении деятельности в сфере выездного туризма. Основную часть списка составляют небольшие компании, например, «Оли Трэвел Старс», «ЛА-ТУР», «Римские каникулы», «КРИСТ тур», «Волга-тур». Также там присутствуют компании «Полар тур», «Геонт», «Интерхоум», ранее исключенные из реестра туроператоров. Кроме того, в «черном списке» значатся юридические лица крупных туроператоров, например, «Музенидис Трэвел Оренбург», «Библио-Глобус Оператор», «Веди Тур Групп — СПб». Это связано с тем, что с конца 2014 года компании проводят оптимизацию своих структурных подразделений. Еще в числе исключенных присутствуют компании, прекратившие свою деятельность: «Солвекс-трэвел», «Атлас», «Идеал-Тур», агентство «ДАВС», а также испытывавший финансовые трудности «Астравел». Взносы оплатили 826 туроператоров. В фонде «Турпомощи» на данный момент находится более 170 млн рублей. Общее собрание членов ассоциации состоится 21 мая.



ТРАНСПОРТ

Чартерный поезд в Анапу

«Библио-Глобус» совместно с РЖД запускает чартерный поезд по маршруту Москва–Анапа. Он будет возить туристов, купивших пакетные туры, с 10 июня по 26 августа и совершит 19 рейсов. В составе 12 вагонов-купе, рассчитанных на 436 мест. Часы прибытия и отъезда максимально подстроены под check in — check out в гостиницах. По расписанию чартерный поезд прибывает в Анапу в 12.50 и отправляется обратно в Москву в 16.45. Время в пути составляет 28 часов 10 минут. Как обещает «Библио-Глобус», во время поездки пассажиров будут развлекать аниматоры.

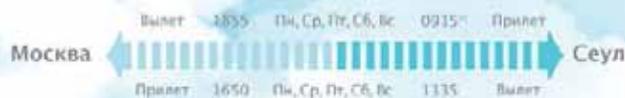


Электронная очередь в Крым

Министерство транспорта в этом году планирует увеличить пропускную способность Керченской переправы вдвое: до 10 тысяч автомобилей и 50 тысяч пассажиров в сутки. Для этого в начале летнего сезона начнет работать электронная очередь. Пока не совсем понятно, как именно она будет функционировать, но туроператоры надеются, что можно будет бронировать места на паромках для автобусов заранее. К началу мая должны завершиться ремонтные работы на причалах.



Korean Air предлагает новый уровень приватности и комфорта авиаперелетов. Отдохните в кресле Престиж-класса, раскладывающемся на 180 градусов. Оцените все преимущества современной системы развлечения, открывающей доступ к 50 фильмам, 60 видеопрограммам и 500 музыкальным альбомам.



Бизнес-класс Korean Air.
Престиж, которого вы заслуживаете.

Москва: +7 (495) 725-2727 / Санкт-Петербург: +7 (812) 703-0736/37
Иркутск: +7 (3952) 485-923 / Владивосток: +7 (4232) 433-444





ВИЗЫ И МИР

Мультивизы в ОАЭ

Дубайский визовый центр в Москве и в Санкт-Петербурге начал выдавать мультивизы сроком действия на 30 и 90 дней, чего раньше не делал. Многократная виза на 30 дней обойдется в \$ 182,52, а на 90 дней в \$ 462,52. Оплата производится в рублях по курсу на день подачи документов. Эксперты, опрошенные «ТБ», сошлись во мнении, что нововведение вряд ли хоть как-то повлияет на туристический поток в ОАЭ, зато сильно облегчит жизнь тем, кто летает в Эмираты в командировку.

ОПРОС МЕСЯЦА

ОТРАЗИЛАСЬ ЛИ НА ВАШИХ ПРОДАЖАХ ТУРОВ СТАБИЛИЗАЦИЯ КУРСА РУБЛЯ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ?

ДА, УРОВЕНЬ ПРОДАЖ ТУРОВ ЗАМЕТНО УВЕЛИЧИЛСЯ

20,5%

УВЫ, ПРОДАЖИ ТУРОВ ПРОДОЛЖАЮТ ПАДАТЬ

28,2%

НЕТ, ПРОДАЖИ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ИЗМЕНИЛИСЬ

38,5%

МЫ ПЕРЕШЛИ НА ПРОДАЖУ РУБЛЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

12,8%

Источник: опрос на портале www.tourbus.ru

Британия становится дороже

С 6 апреля начали действовать новые тарифы на получение визы в Великобританию. Теперь туристическая виза сроком до 6 месяцев обойдется в £85, а за двухлетнюю просителю придется заплатить £324. Виза для представителей иностранного бизнеса подорожала до £535. Сбор, как и раньше, оплачивается банковской карточкой в личном аккаунте на сайте визового центра. По словам исполнительного директора АТОР Майи Ломидзе, в первое время увеличение размера сборов может вызвать небольшой спад турпотока, но это будет кратковременное явление.



ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЕ



Уроки итальянского

Италия — это одно из самых любимых зарубежных направлений у россиян. Ее туристические возможности поистине безграничны: в Италию едут, чтобы увидеть всемирно известные достопримечательности, отдохнуть на морских, озерных и термальных курортах, насладиться изысканной гастрономией, приобрести брендовые вещи, принять участие в карнавалах и праздниках.

Каждый итальянский регион уникален. Изучить страну досконально, пожалуй, не под силу никому, но расширить свои знания об Италии можно на сайте онлайн-академии <http://www.italy-learning.ru/>

Она состоит из 10 разделов: «Почему Италия?», «Города и области», «Отдых на море», «Отдых на озерах», «Горнолыжные курорты», «Этногастрономический туризм», «Термальные курорты и оздоровительный отдых», «Шопинг», «Выставка ЕХРО-2015», «МИСЕ и событийный туризм».

Проект призван способствовать продвижению Италии во всем ее разнообразии как единого туристического направления. Сейчас обучение в академии проходят почти 400 человек. Те, кто ее успешно завершил, — а в проекте приняли участие уже около 100 выпускников — получили сертификат «Дипломированного турагента по Италии». Приглашаем к участию в академии всех желающих!

Тб workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в осенней серии workshop «Турбизнес»

7-11 сентября	Тольятти – Ульяновск – Пенза – Саратов – Волгоград
21-25 сентября	Екатеринбург – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород
28 сентября–2 октября	Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск
6-9 октября	Пермь – Челябинск – Тюмень – Сургут
13-16 октября	Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск
20-21 октября	Владивосток  – Хабаровск 
22-23 октября	Астана – Алма-Ата
26-29 октября	Мурманск – Архангельск – С.-Петербург* – Калининград
29-30 октября	Минск – Витебск 

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РОССИЯ – 17 тыс. руб. (за один город)**,
СНГ – 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входят: предоставление рабочего места (с табличкой и бейджи), рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах), размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание по программе.

** Скидки на участие предоставляются индивидуально при бронировании не менее 10 городов

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

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

Дополнительно предлагаем:

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop,
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (48 руб./кг.),
- пакеты обслуживания (от 6 тыс. руб. в российских городах, включая трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ – от 10 тыс. руб. в одном городе),
- размещение рекламы в каталоге workshop (от 6 тыс. руб.),
- заочное участие в workshop (Россия – 8,5 тыс. руб., СНГ – 10 тыс. руб.),
- организация индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций различной сложности в городах России и СНГ.

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

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 380 МЕРОПРИЯТИЙ В 50 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА

* Мероприятия пройдут в формате бизнес-завтрака





Лето-2015 проверит на гибкость

Выездной сезон 2015 года станет своеобразной лакмусовой бумагой: к его окончанию «на коне» останутся только самые гибкие и готовые максимально быстро реагировать на изменение ситуации компании



в феврале). По данным агентства OneTwoTrip, после 8 апреля зафиксирован рост продаж билетов на летние месяцы почти на 20%: это связывают с приближающимся сезоном отпусков и с укреплением российской валюты. Причем в топ-10 вошли такие средиземноморские направления, как Тиват, Барселона и Ларнака.

Оптимизма добавляет и то, что, по сведениям OneTwoTrip, 71% всех купленных на данный момент авиабилетов с вылетом на летние месяцы приобретены по зарубежным направлениям. «Сейчас ощущается явный рост интереса клиентов к отдыху, но сказать, каковы будут объемы и программы в сезон, затруднительно, — говорит глава петербургского регионального представительства компании «Росстур» Дмитрий Мазаников. — Основные направления летнего зарубежного отдыха наверняка останутся теми же, что и раньше, — Турция, Греция, Испания». Ситуация, похоже, меняется к лучшему. Но эксперты уверены: лето-2015 будет непростым и нервным.

Уравнение С НЕИЗВЕСТНЫМИ

В целом средиземноморский сезон 2015 года напоминает уравнение со многими неизвестными, в результате чего его решение становится практически невозможным.

Первая неопределенность — уровень покупательского спроса. Так называемый «потребительский индекс Иванова», рассчитанный в апреле 2015-го аналитиками Sberbank Investment Research, показал: 23% россиян планируют сократить расходы на отпуска. И хотя индекс потребительской уверенности относительно уровня IV квартала 2014-го повысился (на 2%), многие россияне все еще готовы пожертвовать отпуском ради экономии. «Что человеку плакат «Приезжайте в Испанию!», когда у него нет денег?» — спрашивает по этому поводу Владимир Каганер, генеральный директор компании Tez Tour.

ВЛАДИМИР КАГАНЕР,
генеральный директор
компании Tez Tour



Второе неизвестное — курс валют. Да, с января 2015-го рубль, вопреки цене на нефть, отыграл у доллара и евро больше 20% стоимости. Но продолжит ли он свой рост — не ясно. Третье — неопределенность с перспективами сезона, обусловленная провалом раннего бронирования, отсутствием глу-

В МАРТЕ
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ «ЯНДЕКСА»

3,5 млн

РАЗ ЗАПРАШИВАЛИ ТУРЫ ЗА РУБЕЖ,
+ 6,2% К ФЕВРАЛЮ

«Средний класс
будет
экономить
и предпочтет
Турцию».

ВЛАДИМИР КАГАНЕР

«Сезон может оказаться как провальным, так и нормальным: многое зависит от целого ряда причин», — с мнением генерального директора питерского оператора «Аврора-БГ» Любомира Христова, скорее всего, согласится большинство. И хотя на рынке хватает пессимизма, надежда есть: в марте 2015-го пользователи «Яндекса» 3,5 млн раз запрашивали туры за рубеж (на 6,2% больше, чем

ЛЮБОМИР ХРИСТОВ,
генеральный директор
питерского оператора «Аврора-БГ»



В АПРЕЛЕ ПРОДАЖИ БИЛЕТОВ НА
ЛЕТНИЕ МЕСЯЦЫ ВЫРОСЛИ НА

20%

Источник: OneTwoTrip

«Основные направления летнего зарубежного отдыха наверняка останутся теми же, что и раньше, — Турция, Греция, Испания».

ДМИТРИЙ МАЗАНИКОВ

бины продаж и тягой туристов к самостоятельной организации поездок. По разным оценкам, сокращение объемов продаж по акциям раннего бронирования — от 60 до 90%, а большинство пакетов продается «с колес» на глубину в 2–3 недели. Это

Клиент будет экономить

Какие из популярных у россиян стран Средиземноморья могут рассчитывать на наименьшее падение массового турпотока из России? В первую очередь это Турция и Греция: в отличие от всех остальных, они в наибольшей степени зависят от приезда россиян. Для этих стран потеря даже 10–15% наших туристов означает многомиллионные недоборы в бюджеты. В Испании, Хорватии и на Кипре граждане РФ тоже желанные гости, но они не играют в сфере туризма роль «первой скрипки»: там преобладают туристы из Германии и других стран ЕС.

Эксперты уверены: сейчас для массового российского туриста каждый евро имеет значение, а основным критерием при выборе тура стала цена. Владимир Каганер полагает: «Средний класс будет экономить и предпочтет Турцию», а по VIP-турам

делает перспективное планирование полетных программ невозможным, толкает туроператоров к крайне осторожному ценообразованию и предпочтению регулярных рейсов. И это далеко не все неизвестные.

не исключено снижение, поскольку их часто приобретали те, кому выезд за рубеж не рекомендован. «Сейчас за рубеж едут лишь те, у кого есть деньги, — отмечает руководитель Good Time Николай Букреев. — А таких изрядно поубавилось.

НИКОЛАЙ БУКРЕЕВ,
руководитель Good Time



Но, несмотря на проблемы, люди отдыхом интересуются, а отложенный спрос рано или поздно приведет к росту объемов продаж».

Интерес к отдыху в странах Средиземноморья растет. По данным АТОР, в марте объем запросов по Турции (по отношению к февралю) вырос на 14,7%. Число запросов на туры в Италию увеличилось на 10,9%. Испания «прибавила» 30,4%, Кипр — 39%,

ИВОР ВУКЕЛИК,
директор по продукту, контрактингу и маркетингу компании TUI Russia



Греция — 9,6%. Директор по продукту, контрактингу и маркетингу компании TUI Russia Ивор Вукелик считает, что по итогам сезона Турция и Греция потеряют не более 15% российского турпотока, а большинство средиземноморских европейских направлений — до 40%.

ЕЛЕНА КОКОЕВА,
PR-специалист компании ANEX Tour



«В целом по рынку планируем сохранить объемы прошлого года, — констатирует PR-специалист компании Anex Tour Елена Кокоева. — Исходя из рыночной ситуации и покупательской способности, возможно, увеличим поток на стандартные 30%». Вероятность роста объемов она объясняет тем, что в качестве основного перевозчика у Anex Tour стартовала чартерная авиакомпания Azur Air, что дает возможность формировать турпродукт по максимально комфортной для клиента цене.



Греция

На выставке ITB в Берлине страна обозначила амбиции по сезону 2015 года: Греция намерена принять 25 млн туристов, заработать на них 14 млрд евро. А «выпадающий» российский турпоток греки хотят восполнить за счет Германии, поскольку еще в 2014-м там приняли 2,5 млн немецких туристов.

Оценки же по российскому турпотoku разнородны: одни эксперты прогнозируют снижение турпотока до 50%, другие — в гораздо меньших объемах.

АНАТОЛИЙ ГАРКУШИН,
генеральный директор
компании «Пантеон»



«Раннее бронирование по Греции оказалось практически провальным», — говорит генеральный директор компании «Пантеон» Анатолий Гаркушин. При этом он полагает, что наибольший спад ожидает сегмент дешевых туров: продажи в нем «просели» примерно вдвое больше, чем в дорогом.

Руководитель же петербургского представительства «Музенидис Трэвел» Елена Неццкая менее категорична. «Спад на греческом направлении мы ощущаем,

ЕЛЕНА НЕЦЦКАЯ,
руководитель петербургского
представительства
«Музенидис Трэвел»



Турция

АЛЬПЕР ОЗКАН,
советник по культуре и туризму
при посольстве Турции в РФ



По оценке советника по культуре и туризму при посольстве Турции в РФ Альпера Озкана, сезон-2014 для туристического рынка страны прошел успешно: в ней отдохнули 36 млн туристов, из которых до 4,5 млн — россияне. Причем, несмотря на сложности прошлого лета, турпоток из РФ все равно показал рост более 5%.

Относительно же сезона 2015 года есть опасения: в течение первого квартала, по данным TUOFED (Ассоциация отельеров Турции), количество русских туристов снизилось на 26%. И, скорее всего, тенден-



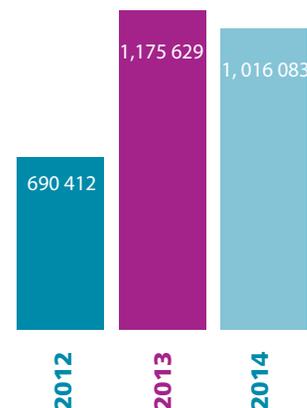
но в целом ожидаем сезон с оптимизмом, — говорит она. — Сократили объем перевозки, не стали выходить на Кос, но спектр предложений сохранили и полагаем, что клиенты в Грецию обязательно полетят».

«Для всего российского рынка год будет непростой, — отмечает генеральный директор Ambotis Holidays Виталий Стаматов. — Но наши продажи туров в Грецию с каждым днем растут». Согласен с этими мнениями и Владимир Каганер, полагающий, что через операторов народ поедет в островную Грецию: там и выбор побольше, и цены пониже. «Наш греческий ассортимент пополнился Родосом: летать будем на собственных бортах 2 раза в неделю», — добавляет Елена Кокоева из Anex Tour.

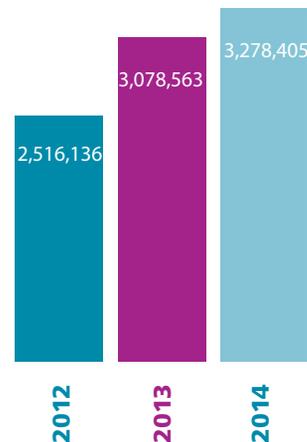
ция спада в объеме 25—30% сохранится весь сезон. Для турецкой экономики это означает потерю как минимум \$2 млрд. Причем в анатолийском регионе удар будет наиболее сокрушительным, поскольку здесь в общем въездном турпоточе россияне занимают до 25%. Что и заставляет власти страны идти на беспрецедентные меры.

Турецкая сторона подтвердила: с 1 апреля по 31 мая 2015 года власти страны будут платить по \$6 тысяч за каждый чартерный рейс, осуществляющий перевозку туристов из РФ. Оплачивать чартеры, по данным TURSAB (Ассоциация турператоров Турции), готовы при загрузке рейса в объеме не менее 100 человек. Елена Кокоева из ANEX Tour констатирует ответную реакцию на предпочтения: «Скидки от отельеров, компенсации для чартеров

КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ,
ПОСЕТИВШИХ ГРЕЦИЮ



КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ,
ПОСЕТИВШИХ ТУРЦИЮ



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек

«У Турции и Кипра фактически нет альтернатив российскому рынку, они «сидят на игле» и будут готовы пойти на всё в борьбе за нашего туриста».

ВЛАДИМИР ВОРОБЬЕВ

и спад курса валют способствуют оживлению интереса и росту продаж за последний месяц». К тому же на турецком направлении ожидается и жесткая конкурентная борьба — кроме завсегдатаев, на него возвращается Natalie Tours.

По оценке Ивора Вукелика, брони по Турции в 2015-м в основном пойдут в режиме last minute, а от возможного снижения цен на отели может пострадать качество услуг. «Российские туристы сейчас склонны понижать класс отеля, у них востребованы «четверки» и даже гостиницы 3*, — констатирует он. Солидарны с его мнением и представители Ассоциации отельеров и инвесторов Турции (TUROB): они также полагают, что российские туристы в этом году поедут по принципу last minute.

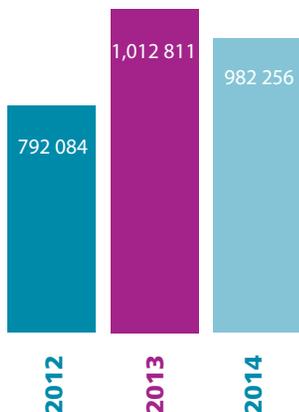
ВЛАДИМИР ВОРОБЬЕВ,
президент Natalie Tours



В свою очередь, президент Natalie Tours Владимир Воробьев уверен, что в условиях достаточной транспортной доступности и отсутствия виз самой большой опасностью для турфирм в «турецком» сезоне станет рост числа самостоятельных туристов. «Если авиакомпании снизят цены на регулярную перевозку в безвизовую Анталию — туристы полетят туда сами», — полагает он.



КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ,
ПОСЕТИВШИХ ИСПАНИЮ



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек

Испания

ЛУИС БОВЕС МАРТИН,
советник по туризму посольства
Испании в Москве



Падение российского турпотока на испанские курорты в сезоне 2015 года эксперты оценивают в объеме от 30 до 50%. Однако советник по туризму посольства Испании в Москве Луис Бовес Мартин заявляет: «Мы не оставим без внимания наши продукты, востребованные со стороны российского туриста, и надеемся на восстановление туристического потока из РФ».

Вместе с тем испанская сторона понимает, что спрос со стороны россиян может сместить-

ся в более дешевый сегмент туров, а наибольшие потери понесут самые популярные курорты. В частности — Каталония, где за последние годы туристы из РФ по количеству стали вторыми после немцев. Местные власти и отельеры не слишком стараются завлекать россиян скидками и бонусами, поскольку Испания традиционно интересна и соседям по ЕС (Британии, Франции, Германии и т. д.). Статистика Frontur за первые месяцы 2015-го показала: на фоне падения турпотока из РФ общее число туристов в Испании растет. Но и российская, и испанская стороны уверены: «дорогой» турист из нашей страны в Испанию (включая и Канарские острова) все равно поедет. По мнению Ивора Вукелика, самый большой спад

российского турпотока может ждать такие курорты, как Коста-Дорада и Коста-Брава. По оценке Владимира Каганера, Испания может «просесть» на 40% — в первую очередь в Каталонии, на массовом «российском» курорте. «Ситуация характеризуется тем, что туда есть полеты на лоукостерах, а отели находятся в свободном доступе», — отмечает он.

«Предстоящий сезон в Испании будет первым, в котором мы работаем с собственной принимающей компанией, — отмечает Елена Кокоева. — У нас пополнился список эксклюзивов и гарантированных номеров в лучших отелях, в Барселону поставлена программа с вылетами из 12 городов России, а на Мальорку летаем из Москвы 2 раза в неделю. Кроме того, ассортимент туров пополнился новыми экскурсионными программами с посещением городов Франции, Португалии и Марокко».



Кипр

В 2014 году поток российских туристов на Кипр вырос. Однако лишь на 5% вместо ожидаемых 15%. А в сезон 2015 года ожидается спад еще на 20% к уровню предыдущего года. Однако маркетинг-менеджер петербургского офиса Кипрской организации по туризму Мария Михайлова не склонна драматизировать ситуацию и считает, что рост в 5% в 2014-м с учетом политической и экономической ситуации можно считать приемлемым результатом. Что касается нынешнего сезона, киприоты намерены компенсировать спад российского турпотока за счет привлечения немцев и израильтян: в этом году первые в объеме прибавили уже 26,5%, а вторые — более 61%.

Вместе с тем на острове Афродиты понимают, какие потери их ждут: по оценке заместителя пред-

ХРИСТОС МАВРЕЛЛИС,

заместитель председателя совета директоров Кипрского агентства развития инвестиций (СІРА)



седателя совета директоров Кипрского агентства развития инвестиций (СІРА) Христоса Мавреллиса, сокращение российского турпотока на 100 тысяч человек означает недополучение экономикой Кипра 100 млн евро. «У Турции и Кипра фактически нет альтернатив российскому рынку, они «сидят на игле» и будут готовы пойти на всё в борьбе за нашего туриста», — заявил по этому поводу Владимир Воробьев. В связи с чем попытки вернуть россиян на остров предпринимаются даже на президентском уровне.

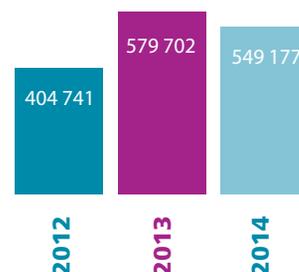


Однако прогнозы делать никто не торопится. Владимир Каганер, в частности, полагает, что Кипр в этом сезоне оказывается в не слишком выигрышной ситуации, поскольку ему приходится конкурировать за туриста с соседними Турцией и Грецией. «А Кипр — дороже, — замечает он. — Отели и без того дают невысокие цены. Если они и «подвинутся», то не ниже уровня рентабельности, а к нему они уже близки».

«Мы не оставим без внимания наши продукты, востребованные со стороны российского туриста, и надеемся на восстановление туристического потока из РФ».

ЛУИС БОВЕС МАРТИН

КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ, ПОСЕТИВШИХ КИПР



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек

Хорватия

РАЙКО РУЖИЧКА,

директор Национального туристического офиса Хорватии в России



«В Хорватии снижение объема российского турпотока будет менее заметным, потому что доля туристов из РФ там невелика».

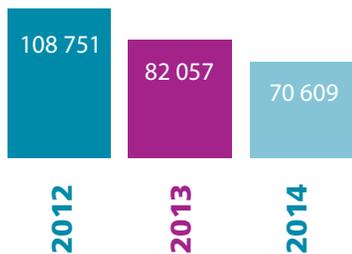
ИВОР ВУКЕЛИК

Данные о российском турпотоке в Хорватию сильно разнятся: например, Райко Ружичка, директор Национального туристического офиса Хорватии в России, по итогам 2014 года называет цифру в 147,2 тысяч российских туристов (примерно на 60% больше нашей официальной статистики). «Россия — очень перспективный рынок, и наша цель — увеличить турпоток до 500 тысяч человек, — говорит он. — За 2015 год кардинально изменить ситуацию не получится, нужно время. Я буду выступать в роли антикризисного менеджера и постараюсь сделать все возможное

для того, чтобы россияне стали активнее путешествовать в Хорватию».

Однако российские эксперты отмечают: если учесть, что в 2014-м в Хорватию приехало 13 млн туристов, то «наших» там — капля в море. Причем после введения виз российский турпоток все время падал — больше всего россиян побывало в этой стране в 2012-м (210 тысяч). Учитывая, что конкретика о способах продвижения Хорватии в России до сих пор нет, а соседи по ЕС вполне могут восполнить недостачу россиян, обольщаться по поводу каких-то мер поддержки российских туроператоров в этом случае не стоит. «В Хорватии снижение объема российского турпотока будет менее заметным, потому что доля туристов из РФ там невелика и больше представлены европейцы, американцы, канадцы, корейцы и другие», — констатирует Ивор Вукелик.

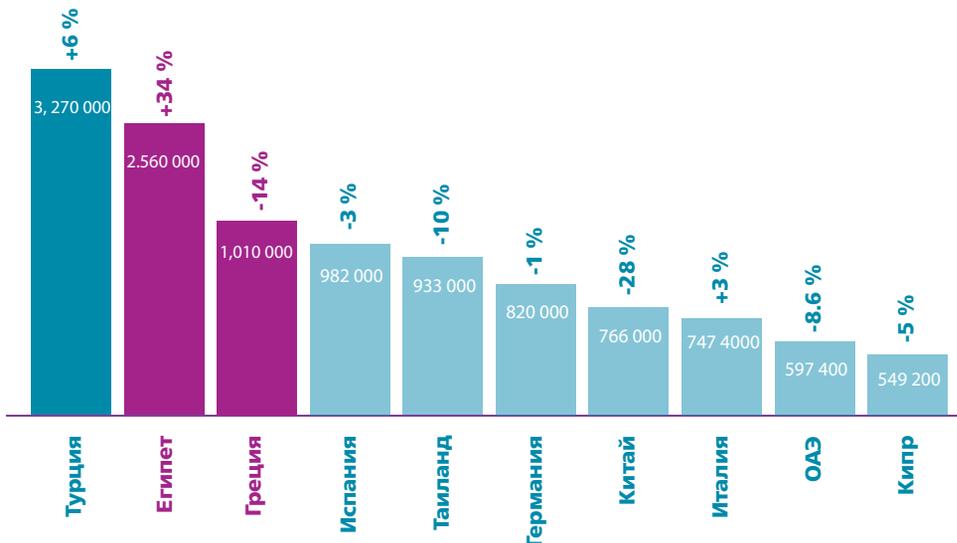
КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ, ПОСЕТИВШИХ ХОРВАТИЮ



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек



ТОП 10 СТРАН-ЛИДЕРОВ ПО ВЫЕЗДНОМУ ТУРПОТОКУ ИЗ РОССИИ В 2014 Г



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек

Черногория

По данным национального статистического бюро Monstat, количество российских туристов, посетивших Черногорию в 2014 году, превысило тот же показатель 2013-го на 6%, достигнув почти 318,5 тысяч. Правда, при этом около 60 тысяч россиян имеют в стране свою недвижимость.

Россияне на черногорских курортах доминируют — их доля достигает 30%. С учетом того, что Черногория — единственное безвизовое и растущее «пляжное» направление на средиземноморском побережье Европы, Ивор Вукелик убежден: летом 2015 года оно прибавит от 20 до 40% объемов. Поэтому TUI Russia организует в сезон рейсы и из Москвы, и из Петербурга. О своем желании участвовать в програм-

мах на Черногорию заявил и питерский оператор «Экспресс-тур». По словам менеджера компании Алены Цыганковой, «выходим на Черногорию, потому что партнер сделал такое предложение, от которого было трудно отказаться...» Логика новичков проста: отсутствие визы, относительно невысокая стоимость туров, желание идти на уступки партнерам и во многом русскоязычный сервис делают свое дело.

При этом, по оценке аналитика TUI Russia Ксении Мазуровой, средняя стоимость забронированного тура в Черногорию в долларовом эквиваленте по сравнению с прошлым годом в целом снизилась на 40%: явно заинтересованные в россиянах, только отели предложили партнерам скидки до 30%.

КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ, ПОСЕТИВШИХ ЧЕРНОГОРИЮ



*по данным Росстата и Пограничной службы ФСБ РФ, всего, тыс. человек



Италия

ДОМЕНИКО ДЕ САЛЬВА,
глава представительства
ENIT в Москве



По данным Национального агентства по туризму Италии (ENIT), по итогам 2014 года турпоток из России в Италию вырос на 3% и достиг 747 тысяч человек.

Как заявил глава представительства ENIT в Москве Доменико де Сальва: «Итальянский турбизнес, несмотря на кризис, рассчитывает на рост турпотока из России в 2015 году». В том числе и благодаря всемирной выставке EXPO, которая пройдет в Милане с 1 мая по 31 октября.

Вместе с тем ситуация с выездом в Италию из России, особенно из ее регионов, в сезоне 2015 года будет весьма сложной. Одна из важнейших причин — отказ от чартерных полетных программ и снятие целой серии рейсов из регионов. Посольство Италии

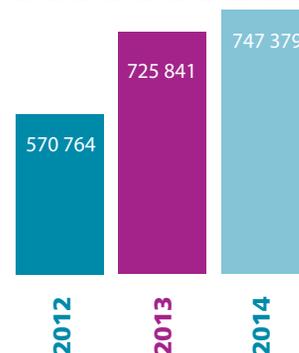
уже официально сообщило об отзыве разрешения у авиакомпании Air One SpA на осуществление рейсов в Катанию из Ростова-на-Дону, Краснодара и Петербурга. Не будет полетов из Питера в Палермо, Пизу, Венецию и Верону. Из Москвы на «крыльях» Air One SpA — в Венецию. А из Сибири не будет вообще ни одной прямой чартерной цепочки в Италию: даже полеты из Новосибирска в Римини отменены.

Вместе с тем Доменико де Сальва констатирует, что в последнее время мы видим позитивные сигналы. «Надо смотреть на перспективы сезона объективно и реалистично: спад, конечно, будет, но не катастрофический, — поддерживает его генеральный директор компании «Арт-трэвел» (Петербург) Мария Ушакова. — Люди, которые финансово готовы поехать на отдых, все равно поедут». По ее оценке, предложение на итальянском направлении станет больше соответствовать спросу, не будет раздутых полетных программ, демпинга и туров «за копейки». 15

«Итальянский турбизнес, несмотря на кризис, рассчитывает на рост турпотока из России в 2015 году».

ДОМЕНИКО ДЕ САЛЬВА

КОЛИЧЕСТВО ГРАЖДАН РФ, ПОСЕТИВШИХ ИТАЛИЮ





1. Coral Travel — официальный туроператор-партнер workshop «Турбизнес»
2. Анжела УЙБО, Ирина СВИДЛОВ и Илона КБЕЯН: «Эстония и Таллин ждут россиян!»
5. Наталия ПОСРЕДНИКОВА, «Робинзон-тур»: «Термальные курорты и спа-отели Венгрии — удачный выбор»

Workshop «Турбизнес»: работа на отлично!

Весенняя серия workshop «Турбизнес», проходившая в российских регионах и странах СНГ, успешно завершена

В РАМКАХ СЕРИИ WORKSHOP
ПРОШЛО

250

СЕМИНАРОВ

СВЫШЕ

4000

ПРОФЕССИОНАЛОВ
ПОСЕТИЛИ МЕРОПРИЯТИЯ «ТБ»

Традиционная весенняя серия workshop, организованная Издательским домом «Турбизнес», прошла в 30 городах России, Казахстана, Азербайджана, Армении и Грузии.

Несмотря на сложные для отечественной туристической промышленности времена, когда происходят серьезные структурные изменения рынка и туркомпании вынуждены оперативно отвечать на вызовы времени, турбизнес в регионах не только жив, но и постепенно восстанавливается после потрясений прошлого года. Цифры говорят сами за себя. Более 4000 профессиональных посетителей проявили интерес к workshop «Турбизнес», обучающим мастер-классам и презентациям участников. В рамках серии workshop прошло 250 семинаров, посвященных летнему отдыху в России, на курортах Средиземноморья и в странах Европы и Азии, оздоровительным и лечебным турам, продаже круизов, автобусных туров по Европе и Скандинавии, обучению в Германии, экзотическим направлениям и другим темам.

Региональные агентства были активны не только в городах, где workshop стали традиционными,

но и в Пензе, Набережных Челнах, Кургане, Барнауле, Кемерово, Великом Новгороде и Ереване, где ИД «Турбизнес» провел мероприятия впервые. В некоторых городах залы для семинаров порой не могли вместить всех желающих. В ходе опроса «ТБ» большинство агентов отметило, что для них очень важна возможность пообщаться с представителями туроператоров лично. Они также признались, что им по-прежнему удобнее работать с традиционными печатными, а не с электронными каталогами.

Официальной страной-партнером весенней серии workshop выступала Испания. Генеральным партнером — компания ApexTour. Официальным туроператором-партнером — Coral Travel. 

Подготовила Людмила Сивова

Осенняя серия региональных workshop «Турбизнес» пройдет в 32 городах России, Казахстана и Беларуси. Впервые в2в-мероприятия примут Владивосток, Хабаровск и Витебск. Roadshow стартуют 8 сентября и продолятся до 30 октября 2015 г. Регистрация участия: www.tb-workshop.ru.





3. Казанский офис компании «Водоходъ»: «Время продавать речные круизы»
4. Андрей СЕРЕБРОВ и Наталья КЛИШЕВИЧ: «Сочи и Санкт-Петербург — российские бестселлеры этого года»



6. «Пегас Туристик»: «Региональные агентства все активнее бронируют отдых за рубежом»
7. Антон МАРТЬЯНОВ, UNITED TRAVEL: «Динамическое пакетирование — новая реальность туристического бизнеса»

8. Александр ЗВОРЫГИН, «Дельфин»: «2015-й — год российского туризма»
9. Валентина Шенк, Офис по Туризму Саксонии: «Приезжайте бесплатно учиться в университетах Дрездена и Лейпцига!»

Саморегулирование:

Очевидно, что отечественная туротрасль нуждается в реформировании. Защитить всех участников рынка? На данную тему размышляют

ЮРИЙ БАРЗЫКИН,

вице-президент Российского союза туриндустрии (РСТ)

Для регулирования туристской деятельности предлагается использовать механизмы саморегулирования. В чем суть этого предложения, его сильные и/или слабые стороны?

Суть саморегулирования не столько в формализованной подготовке законодательных актов, а в готовности рынка обеспечить консолидированное исполнение и контроль за своими стандартами и правилами с соответствующей ответственностью, как персональной, так и коллективной, в добровольно взятом на себя объеме. Саморегулирование может стать лишь одной из форм развития туристской сферы, причем только в том случае, если оно реально будет способствовать защите законных прав участников рынка и интересов потребителей. Есть и ряд ограничений. Так, применение СРО в выездном туризме не оправданно, поскольку все участники, работая с зарубежными партнерами по различным стандартам, занимаются бронированиями туров и услуг в других странах и непосредственно эти услуги не оказывают.

Введение механизмов саморегулирования в туриндустрии может увеличить финансовую нагрузку на бизнес. По расчетам РСТ, туроператору — члену СРО за работу на рынке дополнительно придется платить от 1,5 млн рублей ежегодно. Также сохраняются выплаты по действующему финансовому обеспечению страховым компаниям или банкам.

Должны ли СРО быть обязательными или добровольными?

Всякое объединение должно идти «снизу» и отражать реальные потребности бизнеса. Сейчас нет ни одного СРО туроператоров. Требовать их создания в обязательном порядке — это финансовая нагрузка на бизнес. За 2014 год общий ущерб на туроператорском рынке составил около 4,5 млрд рублей.

При обязательной системе СРО весь ущерб обязаны были бы погасить около 1,5 тысяч «выездных» ТО. Заставлять же честных платить за недобросовестных неправильно.

Помогут ли СРО снизить объем административного регулирования в туризме?

Во всем нужен разумный баланс. Возможно использование отдельных функций СРО. Пример — «Турпомощь», которая за счет общих средств решает проблемы эвакуации туристов из-за рубежа в случае неисполнения обязательств туроператором. При этом совершенно неприемлемо, когда чиновники пытаются уйти от решения проблем, отнесенных к их компетенции, и возложить общую коллективную ответственность на объединение. Поэтому важно избежать дублирования функций и не допустить, чтобы госконтроль и надзор был дополнен еще и контролем со стороны СРО. В этом случае предприниматели получают систему двойного «прессинга».

Насколько целесообразно создание СРО?

На мой взгляд, нецелесообразно. СРО туроператоров искусственные и излишние, поскольку уже созданы объединения, которые могут выполнять их функции. Более того, СРО могут стать средством подавления конкуренции и монополизации «входа» на рынок, что создает богатые возможности для коррупционеров. Ввиду совмещения в СРО трех функций (выработки правил (стандартов) предпринимательской и профессиональной деятельности, контроля соблюдения этих правил и привлечения к ответственности за их нарушение) велика вероятность коррупции и внутри самих СРО.

Станет ли компенсационный фонд СРО панацеей от банкротства компаний? Как отчисления в фонд скажутся на стоимости туров?

При банкротстве крупного игрока никаких средств для компенсации потребителям не хватит. Членство же в СРО накладывает на участников рынка ряд дополнительных обязательств: уплату вступительных и членских взносов, взносов в компенсационные фонды и административные расходы на содержание органов и аппарата СРО. Следует ожидать, что издержки членов саморегулируемых организаций будут включены в цену туров, реализуемых потребителям, что резко понизит конкурентоспособность российских компаний, особенно малого и среднего бизнеса.

Некоторые специалисты считают, что коллективная ответственность в турбизнесе провоцирует недобросовестные туркомпании рисковать. Так ли это?

Высокие риски на туристском рынке обусловлены объективными экономическими факторами, а также безудержным демпингом и отсутствием надлежащего финансового ресурса. Если ТО будут строить свою работу зная, что все их просчеты будут компенсированы и оплачены из фонда СРО, то риски многократно возрастут. Причем в случае банкротства расплачиваться каждый раз придется всем участникам СРО. А сложение всех уже имеющихся рисков с коллективной ответственностью, тем более на падающем рынке, иначе как авантюрой не назову. **ТБ**



за и против

Но смогут ли механизмы саморегулирования туристской деятельности авторитетные профессионалы турбизнеса.

АНДРЕЙ ГАВРИЛОВ,
президент Альянса туристических агентств (АТА)

Для регулирования туристской деятельности предлагается использовать механизмы саморегулирования. В чем суть предложения, его сильные и/или слабые стороны?

Специалисты по-разному оценивают эффективность такого механизма в туристской индустрии. Но в целом даже представители органов власти стали отмечать саморегулирование как стратегическое направление развития отрасли. Основная особенность СРО — коллективная ответственность перед потребителями услуг. А чтобы не платить за ошибки других — необходим контроль со стороны самих бизнесменов за работой каждого члена СРО.

Должны СРО быть обязательными или добровольными?

В различных ситуациях и сегментах СРО могут быть как добровольными, так и обязательными. В частности, в АТА компенсационный фонд формируется на добровольной основе. Но соблюдение внутренних стандартов и вхождение в реестр СРО должны стать обязательными. В противном случае мы не сможем поставить барьер перед недобросовестными и непрофессиональными игроками, которые наносят вред имиджу отрасли и зачастую обманывают туристов.

Что же касается операторского СРО, то коллеги справедливо выступают против увеличения финансовой нагрузки в виде трех фондов (резервного, персональной ответственности, коллективной ответственности) плюс страхование. На мой взгляд, СРО с единым компенсационным фондом может стать наиболее приемлемым механизмом с учетом правильного порядка формирования и расходования средств такого фонда.

Помогут ли СРО снизить объем административного регулирования в туризме?

Саморегулирование как раз и было задумано как путь к снижению административного давления со стороны государства. Только сами предприниматели смогут определить уровень профессионализма и добросовестности своих коллег при приеме в члены СРО. Именно они, а не чиновники, смогут разработать стандарты и требования, внедрять самые лучшие практики обслуживания клиентов, потому что сами непосредственно работают в сфере туризма.

Насколько целесообразно создание СРО?

В целом саморегулирование — это этап перехода от государственного лицензирования к лицензированию со стороны самого рынка. Создавая АТА, мы изначально говорили о саморегулировании, и была проделана большая работа — разработаны проекты типовых договоров ТА-турист и ТО-ТА, сформированы основные направления стандартизации, разработано положение о добровольном компенсационном фонде и сформирован Наблюдательный совет. В Альянсе уже давно работает реестр его членов. Именно благодаря АТА мнение турагентского сообщества стали слышать на рынке, в Госдуме и правительстве. Поэтому и считаем саморегулирование целесообразным.

Станет ли компенсационный фонд СРО панацеей от банкротства компаний? Как отчисления в фонд скажутся на стоимости туров?

Компенсационный фонд — обязательный механизм работы СРО, подтверждающий туристам, что ошибки члена организации будут компенсированы в случае возникновения ущерба. Это повышает доверие потребителей, а значит, и их количество.

Панацеей вряд ли может стать любой механизм. В агентской СРО — одни риски, в туроператорской СРО — другие. От банкротства не застрахован никто, а вот возместить реальный ущерб туристам такой фонд может. Что же касается повышения стоимости, то, как показывает опыт введения финансового обеспечения, затраты на страхование ответственности туроператоров не сказались на спросе, а значит, и на повышении стоимости тура.

Некоторые специалисты считают, что коллективная ответственность в турбизнесе провоцирует недобросовестные туркомпании рисковать. Так ли это?

На мой взгляд, коллективная ответственность, как и СРО в целом, наоборот направлены на то, чтобы вывести недобросовестных игроков из соответствующей сферы деятельности.

Только коллеги-профессионалы могут реально оценить работу турфирмы, ее стабильность и качество. В этом и смысл саморегулирования — бизнес может сам себя регулировать, если это грамотный и ответственный бизнес. **ТБ**



Весь мир здесь и сейчас: возможности динамического пакетирования



United Travel, новый онлайн-туроператор, представил в России систему динамического пакетирования туров формата b2b. И это удачный повод познакомиться с Наджибом Маздурьяром, руководителем восточноевропейского направления, представителем штаб-квартиры United Travel в Братиславе, который курирует российский рынок и продвигает новый сервис бронирования.

Господин Маздурьяр, что привело вас в туризм? С чего начинали карьеру? Как скоро вы оказались на позиции топ-менеджера?

Я сознательно выбрал для себя эту сферу деятельности. Традиционная практика в Германии — учиться и одновременно начинать работать по специальности. Так же сделал и я — 2–3 дня в неделю во время учебы я работал в туристическом агентстве. Поэтому могу сказать, что знаю работу в туристической отрасли, что называется, «от и до» — начал карьеру с должности простого специалиста, получил опыт в продажах, контрактинге и ценообразовании, через 10 лет я достиг руководящих позиций, а через 15 лет стал председателем Совета директоров подразделения ITS / Rewe-Touristik GmbH / Der-Touristik GmbH по России и странам СНГ («И-Турс»).

В вашем послужном списке — российское подразделение ITS («И-Турс»). Какой опыт вы извлекли из работы в ITS? Помогает он вам сейчас?

Могу признаться — когда мы начали работу в России, то сделали все ошибки, которые только можно было совершить. На тот момент мы думали чисто по-немецки. И надеялись, что российский рынок, турагентства и партнеры должны нас понимать с полуслова — ведь мы представляли первого гиганта европейской туристической индустрии, пришедшего в Россию. Но очень скоро мы осознали: для того чтобы успешно развивать бизнес на российском рынке, мы должны говорить на его языке, адаптироваться к его специфике и потребностям.

На тот момент российский туристический рынок невозможно было назвать рынком в европейском понимании этого слова. Он разительно отличался от привычных нам европейских условий: непрозрачные схемы деятельности основных игроков, нездоровая конкуренция, искусственно раздутые объемы и так далее.

Тем не менее мы сумели приспособиться к местным реалиям, и спустя несколько лет восточноевропейское подразделение компании уже показывало устойчивую прибыль. Я не буду сейчас подробно рассказывать о кардинальной смене политики материнской компании, приведшей к закрытию представительства в России, — уверен, все помнят, что мы сделали это достойно, постепенно сокращая объемы и полностью выполнив все обязательства перед партнерами. Я до сих пор сохранил прекрасные отношения с ключевыми партнерами, особенно с агентствами, и рад продолжить с ними сотрудничество уже в новом проекте.

Говоря о сегодняшнем дне, я уверен — будущее рынка именно за проектами, использующими новейшие трэвел-технологии. Если анализировать произошедшие за последнее время массовые банкротства российских туроператоров, то очевидно, что причина — именно в ажиотажной погоне за объемами и в нездоровой конкуренции. А в нашей модели бизнеса не требуется брать жесткие блоки на рейсах, гарантии в отелях и продавать их ниже себестоимости из-за перекосов спроса. Мы продаем реальный продукт в реальном времени. Благодаря такой стратегии мы и наши партнеры-агентства защищены от лишних финансовых рисков.

У вас многолетний стаж в крупнейших европейских туристических компаниях. Видите ли принципиальные отличия в организации туроператорского бизнеса в РФ и на Западе?

По словам председателя правления United Travel Дирка Берлингхоффа, в Европе традиционный туроперейтинг активно вытесняется динамическим пакетированием. А что думаете вы?
Да, отличия есть, и немалые. Европа — это полностью прозрачный рынок, здоровая конкуренция, совершенно иная глубина продаж, а значит, и построение

всех бизнес-процессов принципиально отличается от российского. Согласно европейской статистике, порядка 95% договоров с авиакомпаниями и отелями — элотмент, в отличие от классической российской практики коммитментов.

Отдельно хочу выделить туристические технологии: в этом отношении Европа на несколько лет опережает Россию. Например, классические немецкие туроператоры давно уже поняли, что без электронной коммерции у них нет будущего. Поэтому практически каждый из них открыл отдельные подразделения именно под e-commerce еще 5–6 лет тому назад. Рост динамического пакетирования в Европе стремителен — его доля в общем объеме продаж туруслуг растет в геометрической прогрессии.

Мы прогнозируем такие же революционные изменения и в России — посмотрите, с какой впечатляющей скоростью растет здесь количество интернет-пользователей, насколько усилилась за последние годы электронная коммерция. Будущее российского туризма — за онлайн-ом.

Специалисты туротрасли спорят, переживает ли российский рынок кризис или эволюцию. Что думаете вы?

Каждый кризис — одновременно и большой шанс. В данном случае это, безусловно, кризис для традиционной модели туроперейтинга, однако для электронной коммерции это открытие новых возможностей.

Здесь можно провести аналогию с эволюцией — гигантские «динозавры» исчезнут, а приспособленные к новым условиям онлайн-игроки выживут и окрепнут. И United Travel будет играть важную роль в этом процессе.

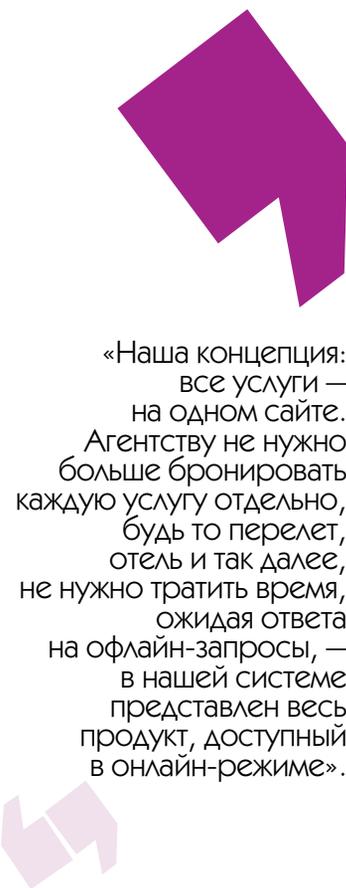
Назовите, пожалуйста, три принципиальных отличия онлайн-туроператора от традиционного ТО?

Во-первых, это минимизация финансовых рисков — повторюсь, нам не нужно брать блоки на чартерах, в отелях и продавать продукт «в минус» из-за колебаний рынка.

Во-вторых, ассортимент. Если классические туроператоры специализируются на традиционных массовых направлениях (будь то Турция, Греция, Египет и так далее), то в нашей системе агентству доступен весь мир, включая и направления массового спроса, причем на любой авиаперевозке, доступной в режиме реального времени, — как регулярной, так и чартерной.

И главное — все услуги только онлайн, все заявленные цены актуальны. Сразу же по факту оплаты агент может распечатать все документы для клиента — ваучер, авиабилет, страховку.

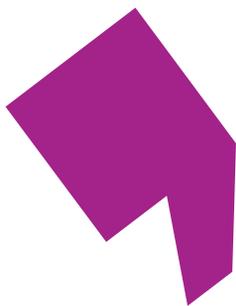
Каковы ваши прогнозы по российскому онлайн-трэвел рынку? Как планируете развивать бизнес в России?



«Наша концепция: все услуги — на одном сайте. Агентству не нужно больше бронировать каждую услугу отдельно, будь то перелет, отель и так далее, не нужно тратить время, ожидая ответа на офлайн-запросы, — в нашей системе представлен весь продукт, доступный в онлайн-режиме».

СПРАВКА «ТБ»

United Travel входит в международную группу компаний, основные направления деятельности которой — туризм и IT-технологии в туротрасли. Головной офис находится в столице Словакии — Братиславе.



«Мы продаем реальный продукт в реальном времени. Благодаря такой стратегии мы и наши партнеры-агентства защищены от лишних финансовых рисков».



ДОСЬЕ «ТБ»

Наджиб Маздурьяр

Генеральный директор UT, Восточная Европа & Азия
Профессиональный опыт в туристическом бизнесе более 20 лет, из них около десяти лет на руководящих должностях: руководитель управления координации ITS / LTU-Touristik GmbH / Rewe-Touristik GmbH в России и странах СНГ, генеральный представитель ITS / Rewe-Touristik GmbH в России и странах СНГ, председатель Совета директоров и представитель акционера ITS / Rewe-Touristik GmbH / Der-Touristik GmbH в России и странах СНГ.

Драйвером роста может послужить в первую очередь рост спроса на внутрироссийскую и азиатскую авиaperевозку — статистика свидетельствует о кардинальном изменении спроса. Конечно же, это связано с ослаблением рубля — теперь клиенты предпочитают отдых внутри России или в Азии, а не в дорогой Европе.

Если же говорить о стратегии развития нашей компании на российском рынке и возможностях роста, то мы уже заложили качественный фундамент — технологии и продукт, о которых многие только мечтают, у нас уже есть. Теперь наша основная задача — это наращивание ассортимента максимальным количеством услуг, доступных в режиме реального времени.

Угрожает ли будущему традиционного туроперейтинга растущая у туристов популярность самостоятельных бронирований в интернете? Почему?

Как свидетельствует европейский опыт, эта тенденция не угрожает тем туроператорам, которые вовремя пересмотрели свою политику в отношении e-commerce как самого перспективного направления.

А у приверженцев традиционной модели туроперейтинга, безусловно, есть все основания для тревоги: численность подобных компаний снижается, за счет уменьшения блоков в отелях и на перевозке их ассортимент сужается, а значит, они уже не соответствуют рыночным трендам.

Что же касается туристических агентств — я уверен, что значительная часть клиентов по-прежнему будет нуждаться в персональном сервисе и грамотных, профессиональных консультациях по подбору туров. Роль турагентств велика, человеческий фактор по-прежнему остается ключевым — об этом свидетельствуют и российская, и немецкая статистика продаж.

Наша задача — дать профессионалам эффективный инструмент работы, позволяющий агенту реализовать любые пожелания туриста и сделать его своим постоянным клиентом.

В чем особенности системы бронирований United Travel? На кого рассчитана она?

Наша концепция: все услуги — на одном сайте. Агентству не нужно больше бронировать каждую услугу отдельно, будь то перелет, отель и так далее, не нужно тратить время, ожидая ответа на офлайн-запросы, — в нашей системе представлен весь продукт, доступный в онлайн-режиме.

United Travel имеет четкую и ясную политику реализации — мы работаем только в формате b2b, то есть только с агентствами, и делаем все для того, чтобы сотрудничество было удобным и взаимовыгодным. Прямые клиенты наших цен не видят — вход в систему бронирования получают только агентства, заключившие с нами договор.

Практически агентство само становится туроператором — собирает в единый заказ все необходимые клиенту услуги, самостоятельно устанавливает агентскую наценку на каждую услугу отдельно или на пакет в целом, фиксированную или в процентах. Выбранная наценка включена в цену на вашем мониторе, которую вы показываете клиенту. Таким образом, и формирование заказа, и ценообразование полностью отданы в руки турагента.

Кроме того, наша система бронирования полезна и для мелких туроператоров, не всегда имеющих возможность получить выгодные закупочные цены от поставщиков. А мы можем дать им такие цены благодаря тому, что в системе представлены услуги как уже «раскрученных» отельных провайдеров, так и пока не известных российской аудитории, плюс интересные контракты с местными DMC.

Мы приложили все усилия для того, чтобы максимально адаптировать систему для российского рынка, учли рекомендации приглашенных на этапе тестирования российских агентств. Эта практика обязательно продолжится и в будущем — мы должны гибко реагировать на малейшие изменения спроса.

Очень большое внимание мы уделяем технической поддержке пользователей. В United Travel функционирует собственный круглосуточный колл-центр, за агентствами закреплены квалифицированные специалисты-кураторы, всегда готовые прийти вам на помощь.

Динамический пакет включает перелет, проживание и страховку. Что еще может быть доступно для такого рода бронирования?

К динамическому пакету могут быть добавлены трансфер и визы — причем в этом же заказе, создавать отдельную бронь не нужно.

В ближайшем будущем наш ассортимент пополнят аренда автомобилей и экскурсии, а значит, мы предложим различные виды пакетов с комбинациями всех доступных услуг.

А кто ваш страховой партнер и почему выбор пал именно на эту компанию?

Мы выбрали ERV — у меня прекрасный многолетний опыт сотрудничества с этой компанией в Германии (материнская компания ERV располагается именно там) и в России. Отмечу, что компания специализируется только на туризме — это значит, что мы можем быть спокойны за наших туристов.

Как выглядит расписание ваших ближайших личных путешествий?

Сейчас самое горячее время для нашего проекта — фундамент заложен, нужно всерьез заниматься развитием, поэтому думать о собственных путешествиях рано. Скажу прямо: сейчас каждая наша новая бронь для меня — как путешествие на Мальдивы. **ТБ**

Вышеградская четверка в Казахстане

Workshop стран Вышеградской четверки с успехом прошел в Астане и Алма-Ате

Страны Вышеградской четверки — Венгрию, Словакию, Польшу и Чехию — сближает культурное и историческое наследие. Подобное объединение в союз стран единой визовой зоны позволяет создавать интересные комбинированные туры, совместными усилиями продвигать уникальные турпродукты и привлекать новые потоки туристов. На сегодняшний день эти страны предлагают большой выбор лечебно-оздоровительных, горнолыжных, гастрономических, а также культурно-познавательных туров по памятникам ЮНЕСКО.

Рабочие встречи, проходившие в формате b2b, показали высокий потенциал подобных мероприятий. В рамках workshop с презентациями выступили Советник по туризму Посольства Венгрии Шандор

Фабиан, директор представительства Словацкого управления по туризму в РФ Любица Алушицева, сотрудник представительства Польской туристической организации в РФ Юлия Ран, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в РФ Роберт Новотны. Свой продукт представили компании: «1000 дорог», Robinson Tours, Crocus Gere Bor Hotel-Wine Spa, Travel Agency Astra, Medicell Hungary Kft, Кехида Термал СПА-комплекс и Аквапарк, Лечебная купальня Хевиза и Ревматологическая клиника им. Св. Андраша и другие.

Workshop в обоих городах поработал плодотворно!

Разыгрывалось много призов и подарков, в том числе ваучеры на проживание в отелях и на курортах Венгрии, Словакии, Польши, Чехии. **TE**





Яндекс — скрытая угроза?

Компания Яндекс активно расширяет свое присутствие в трэвел-сегменте. В начале апреля она объявила о важных обновлениях сервиса «Авиабилеты», а через два месяца — о запуске собственного метапоисковика туров. Старт проекта Яндекс. Путешествия вызвал широкое обсуждение в туристической среде. Эксперты онлайн и офлайна расходятся во мнении относительно перспектив новинки и ее будущего влияния на туррынок.

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

«Изменений будет много. Мы прежде всего ориентируемся на опыт взаимодействия пользователя с сервисом. Как только видим, что не хватает какой-то функции, мы ее заносим в список того, над чем работать».

АРИНА ХОДЫРЕВА,

PR-менеджер
Яндекса

В ПОИСКАХ ЛУЧШЕГО ТУРА

Яндекс. Путешествия представляет собой агрегатор пакетных туров от ведущих российских туроператоров: «Библио-Глобус», «Анекс Тур», Brisco, ICS Travel Group, «Инна-тур», «Интрэвел Столешники», «Интурист», «Натали Турс», «Пакс», «Пегас Туристик», «Русский Экспресс», «Санрайз тур», TEZ Tour, TUI Russia. В сумме их предложения покрывают 30 стран, включая Россию.

Технологическим партнером нового сервиса является компания Level.Travel, через нее и осуществляется поиск туров. Важно отметить, что забронировать выбранный пользователем тур непосредственно на Яндексе невозможно, это можно сделать только на сайтах-партнерах (Level.Travel, Onlinetours, itour и Travelata) или в офисах обычных турагентств.

«Для нас партнерство с Яндекс — это не только способ увеличить приток туристов на наш сайт,

это новая возможность изменить в лучшую сторону отношение людей к покупкам туров через интернет», — говорит сооснователь Onlinetours.ru Константин Победкин. Эксперты компании прогнозируют, что доля Яндекс. Путешествий в сегменте пакетных туров в онлайн уже в этом сезоне может достигнуть 10%.

Одним из главных преимуществ нового проекта является возможность не только сравнивать цены на туры разных туроператоров, но и сопоставлять стоимость пакетного тура с самостоятельным бронированием отдельных его компонентов. Также сервис использует технологию персонализации: в первую очередь пользователю показываются предложения по тем направлениям, которые он недавно искал через Яндекс. Все предложения можно отсортировать по цене, популярности отеля или его рейтингу.

Некоторые эксперты отмечают, что пока сервис «сыроват», не всегда срабатывает функция сравнения

пакетных туров и самостоятельных путешествий, количество туров в выдаче пока очень ограничено.

«По каким-то направлениям предложения находятся, по каким-то — нет. Цены указаны без учета топливных сборов, страховки, визы, но это минус всех онлайн-сервисов. На некоторых направлениях предлагается только наземное обслуживание без перелета. Авиабилеты предлагается подбирать дополнительно. В выдаче нет расшифровки категорий номеров и подробного описания, и, чтобы найти всю необходимую информацию, туристу так или иначе придется уходить со страницы с результатами на сторонние ресурсы. Удобно ли это? — Наверное, все-таки нет», — комментирует Светлана Макарова, генеральный директор сети туристических агентств «Горячие туры».

По словам PR-менеджера Яндекса Арины Ходыревой, проект будет дорабатываться. «Изменений будет много. Мы прежде всего ориентируемся на опыт взаимодействия пользователя с сервисом. Как только видим, что не хватает какой-то функции, мы ее заносим в список того, над чем работать», — говорит она.

МЕСТО ПОД СОЛНЦЕМ

С таким многозначным названием вышла статья на Яндексе, приуроченная к запуску туристического метапоисковика. Эксперты уверены, что сервис обязательно найдет свое место на российском туррынке, однако глобально на нем ничего не изменит.

Любовь Пыкова, генеральный директор московского турагентства «Краски мира», не испытывает беспокойства относительно появления на рынке нового игрока. «Есть клиенты, которые бронируют туристические услуги онлайн, есть те, кто предпочитают приобретать туры в турагентствах. Эти два сегмента существуют параллельно, и такая ситуация будет сохраняться», — полагает она.

Елена Кокоева, PR-менеджер компании «Анекс Тур», согласна: «Не думаю, что это Яндекс. Путешествия — серьезный конкурент для агентств. Скорее просто удобный сервис для туристов, позволяющий отобрать по цене и другим параметрам определенный тур от всех туроператоров одновременно».

Светлана Макарова подчеркивает, что в классических агентствах работают люди с большим опытом, которые прекрасно знают туристический рынок и регулярно общаются с туроператорами, отельерами и своими клиентами, вернувшимися из поездок. «Они могут посоветовать клиенту какой-то конкретный отель, а от другого, наоборот, посоветуют отказаться. Элементарная ситуация — в отеле ведутся ремонтные работы, которые могут доставить туристу неудобства. Турагент об этом знает, а Яндекс знать не может», — отмечает Светлана Макарова.

Надежда Ткач, директор по рекламе и продвижению бренда сети турагентств «Сеть магазинов горящих путевок», тем не менее считает, что Яндекс со своим новым начинанием представляет определенную угрозу для туристического ритейла. «Сервис вышел на рынок в удачный момент. Появилась возможность заполнить «вакуум», который возник в связи с экономическим положением и состоянием спроса. Уходят операторы, закрываются агентства. Их место и может занять Яндекс», — говорит она.

По ее словам, охват аудитории у Яндекса больше, чем у «Первого канала». Яндекс может стать серьезным соперником традиционным агентствам, оттянув у них определенное количество клиентов. Однако глобально на рынок не повлияет. Перспективы проекта будут зависеть от дальнейших шагов его авторов», — полагает Надежда Ткач.

ОДИН БОЛЬШОЙ АГРЕГАТОР

Эксперты в области онлайн-трэвел по-своему смотрят на новинку. По свидетельству Александра Сизинцева, генерального директора онлайн-трэвел-агентства Viletix, туры — это достаточно сложный продукт для онлайн-продаж, и доля россиян, совершающих онлайн-покупки туров, небольшая, и глобально она не растет. «Поэтому учитывая, что доверие потребителей к туроператорам после череды их банкротств еще не в полной мере восстановлено, я не думаю, что новый проект принесет Яндексу на данный момент большую выгоду», — полагает он.

Федор Егоров, директор по отельному продукту компании DaTravel.com, считает, что рано или поздно Яндекс. Путешествия начнет дополнительно сравнивать не только цены на отели, но и добавит перелеты или придет к одному большому агрегатору, где можно будет сразу увидеть все возможные варианты поездки. «Для рынка появление подобных сервисов — однозначно плюс, так как все больше россиян начнут смотреть в сторону онлайн-туризма», — уверен эксперт.

Кирилл Фаминский, генеральный директор онлайн-агентства Pososhok.ru, положительно оценивает решение Яндекса консолидировать предложения по турпакетам, а также сравнение их со стоимостью самостоятельных путешествий. По его словам, данная возможность привлечет большую аудиторию и в перспективе отнимет значительную часть аудитории у других метапоисковиков, поскольку доверие к Яндексу изначально выше.

«Возможность же сравнения стоимости туров с самостоятельными путешествиями будет играть только нам на руку, так как в нынешних условиях стоимость самостоятельных путешествий становится схожей со стоимостью туров при отсутствии рисков и более широких возможностях выбора», — отмечает он. **ТЕ**

«Сервис вышел на рынок в удачный момент. Появилась возможность заполнить «вакуум», который возник в связи с экономическим положением и состоянием спроса. Уходят операторы, закрываются агентства. Их место и может занять Яндекс.»

НАДЕЖДА ТКАЧ,

директор по рекламе и продвижению бренда сети турагентств «Сеть магазинов горящих путевок»

ПО СЛОВАМ РУКОВОДИТЕЛЯ СЕРВИСА «ПУТЕШЕСТВИЯ» ВЛАДИМИРА ГОРОВОГО, В ФЕВРАЛЕ 2015 ГОДА ПОЛЬЗОВАТЕЛИ «ЯНДЕКСА» ЗАДАЛИ БОЛЕЕ

3,5 млн

ЗАПРОСОВ О ТУРАХ. ПРИ ЭТОМ ПО СТАТИСТИКЕ WORDSTAT.YANDEX.RU, С ЯНВАРЯ ПО ФЕВРАЛЬ ТЕКУЩЕГО ГОДА КОЛИЧЕСТВО ЗАПРОСОВ ПО ТУРАМ СОКРАТИЛОСЬ НА

35%

Испания

SENTIDO LANZAROTE
AEQUORA SUTIES

4

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ январь 2015

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Испания, Канарские острова, Пуэрто-дэль-Кармен
Ланзароте (Puerto del Carmen Lanzarote)

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ



От 100 евро

НОМЕРНОЙ ФОНД

398 номеров, из них более половины
категории «полулюкс»

РЯДОМ

Национальный парк Тиманфайа (Timanfaya National
Park), гольф-клуб Ланзароте (Lanzarote Golf 18 hole
golf course)

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Три ресторана, пять бассейнов: «чил-аут» с гидромассажем;
два для взрослых и два для детей, массажный салон, два спортивных
корта, прокат велосипедов и автомобилей, бесплатный Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»

Канарские острова пополнились еще одним отелем. Новая гостиница
Sentido Lanzarote Aequora Suties открылась 3 января в Пуэрто-
дэль-Кармен. В основе концепции этого четырехзвездочного отеля
заложена идея охраны окружающей среды. Расстояние от аэропорта
до гостиницы составляет 5 км, а ее близкое расположение к пляжу
позволяет гостям быстро добраться до побережья, чтобы осмотреть
местные красоты.

Франция

HILTON PARIS OPERA

4*

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ январь 2015

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Франция, Париж,
Рюэ Сэйнт Лазар (Rue Saint Lazare)

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ



От 390 евро

НОМЕРНОЙ ФОНД

268 номеров,
из них 40 категории «люкс»

РЯДОМ

Опера Гарнье, универмаги Printemps и Galeries Lafayette,
вокзал Сен-Лазар

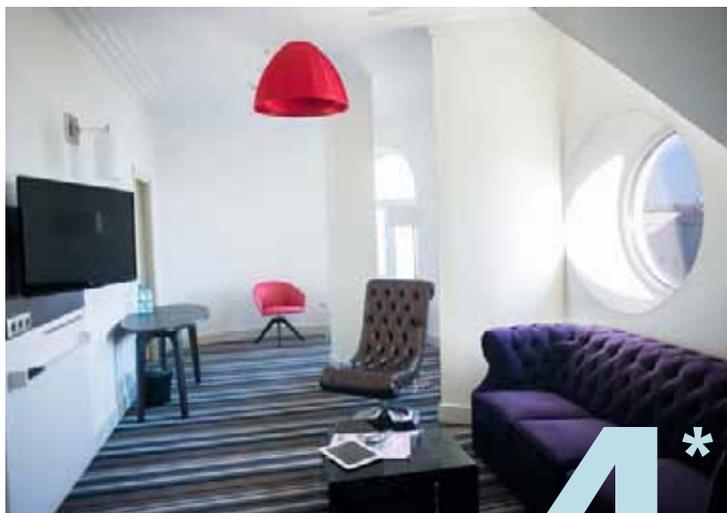
К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Бар Le Grand Salon, кафе Terminus, Le Petit Bar, конференц-зал,
фитнес-центр, химчистка, парковка, бесплатный Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»

Бренд Hilton Hotels & Resorts объявил об официальном открытии
Hilton Paris Opera, который после реконструкции обрел новый облик.
Отель Hilton Paris Opera расположен на правом берегу Сены, в самом
сердце района Парижской оперы. Изначально отель являлся детищем
всемирно известного французского архитектора Жюста Лиша.
Отель начал работу в 1889 году и только в наши дни подвергся рекон-
струкции, стоимость которой составила \$ 50 млн. Известное дизайнер-
ское бюро Richmond International осуществляло тщательный контроль
над процессом реконструкции главного украшения отеля —
величественного Le Grand Salon, а также номерного фонда.

Россия



MERCURE РОСТОВ-НА-ДОНУ

4*

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ декабрь 2014

РАСПОЛОЖЕНИЕ



Россия, Ростов-на-Дону,
Ворошиловский проспект

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ



От 5000 руб. в сутки

НОМЕРНОЙ ФОНД



89 номеров, из них 18 в категории «привилегия»
и 2 категории «люкс»

РЯДОМ



Кинотеатр «Синема Ростов», Государственная филармония,
Музыкальный театр

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Ресторан D'ADJEMOFF, бар TRANSLATE NAME, фитнес-центр, сауна,
массажный салон, химчистка, парковка, три конференц-зала,
бесплатный Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»

Компания Assog открыла уже восьмой отель под брендом Mercure в России, на этот раз разместив его в Ростове-на-Дону. Гостиница расположена в особняке XX века, который был отреставрирован. Рядом с отелем проходит Пушкинская аллея — одна из красивейших улиц в городе. На всей территории отеля предоставляется бесплатный Wi-Fi, ресторан предлагает изысканное сочетание традиционной русской и классической французской кухни. В баре вам смогут предложить прекрасный выбор вин из коллекции Grands Vins Mercure.

HILTON GARDEN INN UFA RIVERSIDE

4*

КАТЕГОРИЯ 4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

апрель 2015

РАСПОЛОЖЕНИЕ



Россия, Уфа, улица Аксакова

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ



От 4000 руб. в сутки

НОМЕРНОЙ ФОНД



167 номеров

РЯДОМ



Арт-центр «Облака», Национальный музей
Башкортостана, стадион «Динамо»,
Республиканский конгресс-холл

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Бизнес-центр, фитнес-центр, 4 конференц-зала, банкетный зал,
лобби-бар, ресторан Great American Grill, магазин The Pavilion Pantry,
комната хранения багажа, бесплатный Wi-Fi.

СПРАВКА «ТБ»

Компания Hilton открыла 7-й отель в линейке Hilton Worldwide 9 апреля 2015 года. Из окон гостиницы открывается потрясающий вид на реку Белая, а центр города находится всего в 10 минутах ходьбы. Гостям предлагается множество фирменных сервисов. Для проведения деловых встреч предназначены четыре конференц-зала, а в просторном банкетном зале можно организовать любое торжество.





Храмовый комплекс
Воскресения
Христового

Югорские каникулы

Вы уже решили, чем это лето будет отличаться от предыдущих? Вы уже придумали, куда отправитесь на отдых с семьей, с друзьями или в одиночку? Времени на раздумья почти не осталось — долгожданная пора отпусков не за горами! Тогда — добро пожаловать в Югру!



Cronwell Park
Добринино

Вы не ошибетесь, если выберете для отдыха этнографическое стойбище или базу, где всей семьей сможете отдохнуть от шума мегаполиса, хлопот и проблем, полностью погрузившись в атмосферу жизни местного населения: пожить в чуме, порыбачить и поохотиться, собирать дикоросы, попробовать национальную кухню и принять участие в процессе ее приготовления.

Этнографический туризм — визитная карточка региона. Туристов привлекает экологически чистый отдых, который дает возможность соприкоснуться с укладом жизни обских угров. В Югре реализуется туристский этнографический проект «Истоки Югры», который рассчитан на организованный индивидуальный и семейный отдых. Его основная идея — показать многообразие культуры, быта, ремесла и традиций народов, населяющих автономный округ.

Туроператоры региона предлагают более 100 семейных туров и маршрутов, где дети и родители знакомятся с культурой коренных малочисленных народов Севера через игровые формы: активные игры с этническими и обрядовыми элементами,

посещение чума, участие в мастер-классах и получение знаний о культуре, истории и фольклоре обских угров, угощение блюдами национальной кухни.

А под руководством опытных мастеров ханты или манси можно позаниматься и рукоделием и смастерить сувенир. Особенным интересом пользуются туры во время национальных праздников: дня оленевода, дня рыбака, праздника обласа, праздника трясогузки и других. Один из значимых проектов в этой сфере реализуется в Нефтеюганском районе — «Детское этническое стойбище «Питлэпси».

Если хочется активного отдыха, то для вас — жемчужина Югры, уникальной красоты горы **Приполярного Урала** с самой высокой точкой Уральско-го хребта — горой Народной (1 895 м). В настоящее время реализуется комбинированный маршрут для семейного и детского отдыха на Приполярном Урале — «Горными тропами священного Урала» (Березовский район), экспедиции по крайним точкам границ автономного округа «Ожерелье Югры», «Экспедиция на Приполярный Урал».

Для любителей рыбалки на туристических базах созданы все условия для ловли рыбы как традиционными способами, как это издревле делают хан-

В 2014 ГОДУ

ЮГРУ ПОСЕТИЛИ БОЛЕЕ

500 ТЫСЯЧ
ТУРИСТОВ

ты и манси, так и с использованием современных снастей. Наиболее популярные виды рыб, которые ловятся в Югре, — щука, карась, налим, окунь, пелядь, плотва, ерш и т.д.

В Ханты-Мансийске в летний период будет возможность посетить этнографическую экскурсию в «Сибирь парк». Это экскурсионная этнографическая программа на территории поселения коренных малочисленных народов Севера с участием хозяев поселения позволяет ближе познакомиться с национальной культурой, погрузиться в традиции коренных народов Севера.

Этнографическая развлекательная программа «Добрые забавы» предлагает гостям Ханты-Мансийска принять участие в развлекательных соревнованиях на звание «Сибирячок Югры».

Краеведческий экомузей города Пыть-Ях приглашает на экскурсию «Традиционные населенные пункты региона» — во время экскурсии проходит знакомство с бытом и культурой, легендами и обрядами коренных малочисленных народов Севера.

В Югорске пройдет ярмарка ремесел «**Город мастеров**». На ярмарке будут представлены работы мастеров различных направлений народно-художественных промыслов, будет возможность принять участие в мастер-классах по изготовлению национальных сувениров.

13 сентября в селе Казым Белоярского района пройдет «**Ягодный фестиваль**», где состоится демонстрация различных способов приготовления блюд и напитков из северных ягод: черники, голубики, морошки, брусники, клюквы, смородины и др. Художественные коллективы проведут ягодный концерт,



профессиональные фотографы — ягодную фотосессию. Во время фестиваля все гости смогут приобрести не только ягоды и ягодные варенья, но и другие заготовки, а также принять участие в тематических конкурсах.

На необъятных просторах югорского края можно с пользой провести отпуск: отдохнуть с семьей на туристической базе или в этнодеревне, покорить горы Приполярного Урала и югорские реки, познакомиться с основными достопримечательностями Югры. **ТВ**

2015
ГОД

ОБЪЯВЛЕН ВРИО ГУБЕРНАТОРА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА — ЮГРЫ НАТАЛЬЕЙ КОМАРОВОЙ ГОДОМ СОХРАНЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ, ИСТОРИЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ НАРОДОВ, НАСЕЛЯЮЩИХ ЮГРУ





Возрождение курортов Калининградской области. Светлогорск

Путешествуем за здоровьем

Львиная доля российских туристов, отправляющихся в путешествие за здоровьем, выбирает зарубежные страны. Виной тому плохая осведомленность россиян о том, какими реальными возможностями в области оздоровления обладают курорты России.

ПОДГОТОВИЛА
СВЕТЛАНА КОНОВАЛОВА

В 2014 ГОДУ В КРЫМУ
ОТДОХНУЛО

3,5 млн
ЧЕЛОВЕК

Источник: Министерство
туризма республики Крым.

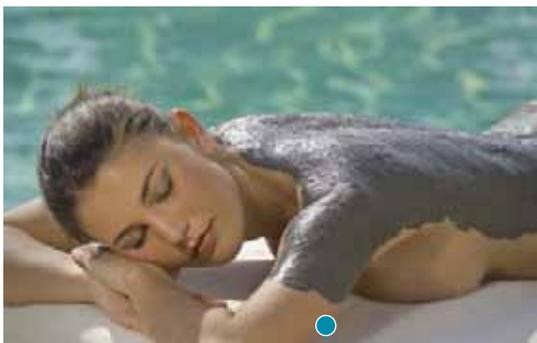
Подмосковье, Ленинградская область, Краснодарский и Ставропольский края, республика Карелия, Сибирь и Дальний Восток — практически в каждый регион страны можно отправиться за здоровьем. Туристов ждет и первый российский курорт Марциальные воды, основанный еще Петром I, и самое крупное соленое озеро Европы Эльтон, расположившееся в Волгоградской области, и знаменитый алтайский город-курорт Белокуриха. Однако наибольшую динамику развития в последнее время показывают Калининградская область, Кавказские Минеральные Воды, Сочи и присоединенный Крым.

НОВАЯ ЖИЗНЬ «ВСЕСОЮЗНОЙ ЗДРАВНИЦЫ»

Море, солнце, горы, минеральные воды, целебные грязи и упоительный аромат степных и горных трав — все это включает с себя емкое понятие «кли-

матотерапия», синонимом которого для россиян стали курорты Черноморского побережья России и, прежде всего, — Крым.

По мнению многих экспертов, потенциал Крыма, как и большинства российских регионов, полностью не раскрыт. А развитие этого пляжного, оздоровительного и экскурсионного направления, как и многих других отечественных мест отдыха, тормозит ряд факторов. Среди них: отсутствие турпродукта мирового уровня, проблемы соответствия «цена — качество», уровень сервиса, сложности с транспортом и т.д. (подробнее «ТБ» №4 «Русские сезоны 2015» стр. 12—16). Что касается Крыма, то министр курортов и туризма республики Крым Наталья Юрченко смотрит в будущее весьма оптимистично и делает ставку на человеческий фактор: «Сервис можно подтянуть, транспортные проблемы можно решить, турпродукт можно разнообразить. Все это не проблема!



Грязелечение продуктами Сакского озера становится все более популярным



«Ялта-Интурист»

А проблема в том, что, чтобы все это делать, представителям нашего туристского бизнеса надо понять: успех любого курортного сезона зависит лично от него. Впрочем, это всем надо понимать». И осознание личной ответственности приходит ко всем игрокам рынка. Так, профессиональное сообщество стремится разрешить транспортную проблему. Например, отечественные авиаперевозчики планируют существенно увеличить количество рейсов из Москвы, Санкт-Петербурга и регионов РФ (подробнее «ТБ» №4 «Черноморский транспортный бум» стр. 30—31).

Многие эксперты прогнозируют рост турпотока в регион. Юрий Бурлаков, генеральный директор туроператора «Криптон», уверен: «В Крыму этот сезон будет успешнее, чем в 2014 году. По нашим прогнозам, рост составит не менее 30%». А по данным Светланы Макаровой, генерального директора сети туристических агентств «Горячие туры», по количеству бронирований Крым за прошедшие месяцы 2015 года вошел в десятку лидеров спроса.

Целебный потенциал крымского климата известен давно. В свое время проблемы со здоровьем привели сюда Батюшкова, Чехова, Некрасова, Ахматову и многих других знаменитых писателей, а в СССР Крым называли не иначе, как всесоюзной здравницей. Теперь, когда отечественная туристическая индустрия переориентируется на внутренний туризм, туристические компании и вместе с ними наши

соотечественники вновь открывают для себя крымские курорты, где можно и отдохнуть, и поправить свое пошатнувшееся здоровье.

В Крыму находится более 700 центров здоровья. Каждый район полуострова имеет свои специфические возможности оздоровления. Так, в западной части Крыма повсеместно применяют сульфидные грязи Сакского озера, а на Южном побережье амплотерапию — лечение с применением винограда или его сока, воздействие которого на организм человека обусловлено высоким содержанием глюкозы, солей калия и фитонцидов, подавляющих размножение бактерий.

Во многих санаториях полуострова практикуют грязелечение и водные минеральные процедуры. Известны целебные свойства минеральных вод Феодосии. Они способствуют похудению и помогают нормализовать обмен веществ. Пользуются спросом соляно-щелочные и сероводородные источники, расположенные недалеко от Феодосии и Керчи.

Популярна в Крыму и спелеотерапия. Правда, лечение проходит не в пещерах, а в специальных кабинетах, что не мешает отдыхающим укрепить иммунитет и избавиться от аллергии.

Южный берег Крыма хорош для лечения болезней дыхательных путей. Множество профильных санаториев расположилось в Керчи, Алушке, Кореизе, Симеизе, Гаспре и в окрестностях Ялты, а Евпатория может стать всероссийским детским курортом. **ТБ**

ТОП 5 САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ОТЕЛИ КРЫМА

- «Ялта-Интурист» (Ялта)
- ТОК «Судак» (Судак)
- «Голубой залив» (Коктебель)
- ОЛЦ «Северный» (Евпатория)
- «Золотой пляж» (Феодосия)

Источник: «Криптон»



РЕГИОН КАВКАЗСКИЕ
МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ В 2014 ГОДУ
ПОСЕТИЛИ 879 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК,
РОСТ

▲ 5%

К 2013 г.

Источник: пресс-служба
министерства экономического
развития региона.



Живая вода Кавказа

Кавказские Минеральные Воды — признанный бальнеоклиматический курорт. Согласно статистике лечебного туризма в России, у него самый высокий рейтинг среди оздоровительных регионов страны данного профиля. Ежегодно здесь лечатся и отдыхают около миллиона человек.

ТУРПОТОК В СТАВРОПОЛЬСКИЙ
КРАЙ В 2014 ГОДУ СОСТАВИЛ
1,2 МЛН ЧЕЛОВЕК, РОСТ

▲ 6,4%

К 2013 г.

Источник: пресс-служба
министерства экономического
развития региона.



Первые письменные упоминания о горячих источниках Пятигорья относятся к 1334 году, а планомерное изучение минеральных богатств началось в эпоху Петра I. Подписанный в 1803 году рескрипт императора Александра I навечно придал КМВ статус лечебной местности государственного значения. Регион не имеет аналогов в мире по количеству и разнообразию типов лечебных минеральных вод: здесь насчитывают более 100 источников минеральной воды 18 разных типов и 40 разновидностей. Здесь же добывают целебную грязь из озера Тамбукан.

«Если у человека серьезное заболевание, ему нужно ехать туда, где ему могут помочь. В нашей стране это Кавказские Минеральные Воды. Если нужно лечиться, то, однозначно, КМВ. Их конкурент, пожалуй, только Белоруссия, но это уже за границей», — отметил генеральный директор туристической компании «Дельфин» Сергей Ромашкин.

На курортах Ставропольского края используются известные кисловодские нарзаны, углекислые воды типа «Ессентуки», пятигорские горячие и холодные углекислые воды типа «Машук», железноводские «Славяновская», «Смирновская», «Бештау», углекисло-сероводородные воды, горько-соленые, сероводородные, содовые, кремнистые, йодобромные, борные и радоновые воды.

Регион Кавказские Минеральные Воды включает федеральные курорты Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск, города Лермонтов, Минеральные Воды, Георгиевск, а также Предгорный, Минераловодский и Георгиевский районы. Каждый из курортных городов в зависимости от состава источников и микроклимата специализируется на лечении различных болезней. Например, в Кисловодске лечат заболевания кровообращения, дыхания, нервной системы, а в Ессентуках — заболевания желудочно-кишечного тракта, печени и нарушения обмена веществ.

Курортный комплекс региона представлен 134 здравницами на 33,5 тысячи мест. В рамках стратегии социально-экономического развития особо охраняемого эколого-курортного региона РФ Кавказские Минеральные Воды до 2020 года здесь модернизируются медицинские учреждения и строятся новые курорты. Например, недавно открыт санаторий «Русь», который в 2014 году Министерство экономического развития Ставропольского края признало лучшим санаторно-курортным учреждением региона.

За последние два года в регионе введено в эксплуатацию 26 объектов санаторно-курортной и туристической направленности, рассчитанных на 2134 места размещения. Среди них: в Железноводске санатории «Плаза-Железноводск» на 268 мест и «Буковая роща» на 66 мест; в Ессентуках — «Казахстан» на 199 мест и «Русь» на 800 мест размещения.

Дом янтарного солнца

Спрос на туры в Калининградскую область растет. «Мы, действительно, наблюдаем увеличение интереса россиян к Калининградской области. Самые популярные направления — Калининград, Куршская коса, побережье», — рассказывает председатель региональной Ассоциации предприятий индустрии туризма Тамара Торопова.

Все участники рынка связывают увеличение спроса с достижениями области в сфере туризма. Наталья Васюкова, руководитель отдела компании «Здравкурорт», отмечает: «Происходит переориентация отдыхающих. Например, тот, кто раньше ездил на лечение в Прибалтику, поехал теперь в Калининград. Но не потому, что там что-то «расцвело», а потому, что за границей отдыхать теперь дорого, и люди ищут альтернативные варианты на территории России».

Тем не менее Калининградской области есть что предложить туристам и в области оздоровительных и экскурсионных программ. На территории региона находятся пять курортных городов, два из которых — Светлогорск и Зеленоградск — федерального значения. Это комфортные места отдыха для не переносящих жару туристов: дневная температура летом — около 25°C. На курортах, богатых целебны-

ми водами и грязями, предлагаются разнообразные оздоровительные программы.

Минеральные воды Светлогорска отличает повышенное содержание йода и фтора, а грязи имеют торфяное происхождение. На курорте лечат нервные заболевания, болезни дыхательных путей, сердечно-сосудистой и пищеварительной систем, опорно-двигательного аппарата. Кроме того, как сообщили в Министерстве туризма Калининградской области, в этом году начнется строительство променады в Светлогорске, будет введена первая очередь веломаршрута по территории Приморской рекреационной зоны, продолжатся работы по обустройству пляжей.

Не менее популярен и Зеленоградск — климатический и бальнеогрязевой курорт с собственными минеральными источниками и залежами целебных грязей в кранцевых болотах. В здешних санаториях активно применяют грязевые аппликации, гидромассаж, жемчужные и фито-солевые ванны. А недалеко от Зеленоградска начинается внесенная в список ЮНЕСКО Куршская коса. Туристы любят полуостров за бесконечные песчаные пляжи, соседствующие с густыми лесами. Здесь есть несколько отелей и турбаз, самая крупная из которых — «Дюны».



Светлогорск. Водонапорная башня грязелечебницы с солнечными часами — визитная карточка города

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ СВЕТЛОГОРСКА:

- «Янтарь»
- «Светлогорск»
- Центральный Военный санаторий

Источник: опрос ТБ.

ВОПРОСА ПРОФЕССИОНАЛУ

Собеседник ТБ — директор Регионального информационного центра туризма Калининградской области Галина Офицерова

Какова динамика спроса туров в Калининградскую область?

Спрос на наш турпродукт увеличивается за счет и организованных групп, и индивидуальных путешественников. Отмечаем также высокий интерес к оздоровительным турам: порядка 25–30% наших туристов приезжает в Калининградскую область за здоровьем.

Назовите, пожалуйста, самые интересные предложения в сфере оздоровительного и медицинского туризма?

На нашей территории располагаются два курорта федерального значения: Светлогорск и Зеленоградск. В позапрошлом году был открыт уже известный на всю Россию кардиоцентр, поэтому теперь есть возможность сделать операцию, а потом продолжить лечение на побережье. В послед-

ние годы у нас появилось такое уникальное предложение, как янтарная терапия. На базе санаториев организуются специальные кабинеты, все поверхности которых выкладываются мелкой фракцией янтаря.

В таких помещениях предлагаются массажи янтарными камнями, гимнастика, дыхательные упражнения. К тому же запущена линейка продукции с вытяжкой из янтаря — янтарной кислотой, которая регулирует внутриклеточные процессы и регенерирует утраченные функции клеток.

Как, на ваш взгляд, пройдет летний сезон в области?

Думаю, у нас будет очень хорошее лето, потому как уже сейчас все объекты размещения вплоть до августа практически проданы, почти все даты закрыты. **ТБ**



«Уже сейчас все объекты размещения вплоть до августа практически проданы, почти все даты закрыты».

ГАЛИНА ОФИЦЕРОВА,

директор Регионального информационного центра туризма Калининградской области

Штиль и шторм Круизного сезона



Принято считать, что круизный сегмент в наименьшей мере пострадал от спада турпотока. Однако, по мнению большинства экспертов, кризис в туротрасли, западные санкции и курсовые колебания заметно сказались и на состоянии рынка морских круизов, поэтому к наступающему летнему сезону участники этого сектора относятся с осторожным оптимизмом.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Туроператоры по морским круизам неоднозначно оценивают ситуацию в этом сегменте рынка. По мнению большинства из них, морской туризм, продемонстрировавший в первой половине 2014 года традиционную устойчивость к негативным фак-

торам рынка, к концу года незначительно, но просел. И если в течение последних лет эксперты отмечали высокую глубину продаж, что отчасти и обеспечивало устойчивость рынка, то нынешние реалии, напротив, породили тенденцию к позднему бронированию круизов и уменьшению бюджетности туров.

Круизный рынок: стагнация или всплеск?

ВАЛЕНТИН ЕЛИСЕЕВ,
президент круизной
компании «Нептун»



«Состояние российского рынка морских круизов такое же, как и во всем отечественном выездном туризме. Это состояние спада и стагнации. Возможно, спад несколько ниже, чем в наземном туризме. Причина устойчивости круизного рынка в большой доле возвратных туристов. Это своего рода страсть, и увлеченные люди готовы идти на жертвы ради своих желаний», — говорит Валентин Елисеев, президент круизной компании «Нептун».

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН,
руководитель департамента
круизов компании PAC Group



«Круизы имеют очень лояльную аудиторию и, по статистике круизных компаний, девять из десяти человек, однажды побывавших в морском путешествии, становятся их постоянными клиентами», — разделяет мнение коллеги Михаил Фельдман, руководитель департамента круизов компании PAC Group.

«Возвратность, безусловно, играет важную роль в стабильности этого сегмента рынка, — соглашается Марина Ионко, представитель Silversea Cruises. — При этом устойчивость, на мой взгляд, объясняется прежде всего тем, что спрос на такой вид отдыха в России пока не так велик. Из общего потока выезжающих за рубеж туристов (порядка 45 млн путешественников в год) на долю морских круизов приходится лишь 70 тысяч».

ЕКАТЕРИНА ИЛЮШИНА,
коммерческий директор
компании Круизный Дом «МК»



«Спад спроса был ощутим во второй половине 2014-го. С января же нынешнего года наблюдается стабильное оживление продаж, — рассказала Екатерина Илюшина, коммерческий директор компании Круизный Дом «МК». — Особенно хочется отметить активность продаж не только на ближайшие месяцы, но и на дальние, например, новогодние круизы,

январские заезды 2016 года, бронирования на каюты класса President siut. Причина такого оживления в двух факторах: отложенный спрос, стабилизация ситуации в стране».

«Мы ощущаем затишье: объемы продаж значительно ниже уровня продаж прошлого года. Несмотря на богатые предложения в том числе по Юго-Восточной Азии, налицо переориентация туристов на внутренний туризм, — говорит Дарья Оуэнс, коммерческий директор компании «Магазин круизов и путешествий». — При этом прогнозы на летний сезон у нас позитивные». «Круизы с отправлением из российского порта Сочи показывают хорошую динамику продаж», — подтверждает Михаил Фельдман.

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ,
замдиректора компании
«Бриз Лайн»



Илья Милитицкий, замдиректора компании «Бриз Лайн», говорит также о переориентации туристов на Азию и Японию. «Основное структурное изменение — переориентация круизных туристов из Европы в Азию и Японию. Что касается спроса, то в 2014 году по сравнению с 2012 и 2013 турпотоки

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТЕ МОРСКИХ КРУИЗОВ

- снижение глубины продаж
- снижение среднего чека на 1-го туриста
- сокращение общего круизного турпотока
- рост популярности Юго-Восточной Азии
- повышение интереса к безвизовым круизам

ТОП 6

КРУИЗОВ-ЛИДЕРОВ У ТУРИСТОВ ИЗ РФ (ПО ВЕРСИИ «ИНФЛОТ КРУИЗ ЭНД ФЕРРИ»)

- Норвежские фьорды и Балтика из Санкт-Петербурга
- Классическое Западное Средиземноморье
- Юго-Восточная Азия
- Круизы из Дубая
- Вокруг Европы
- Канары



Круизный лайнер Quantum of the Seas компании Royal Caribbean International

«Основное структурное изменение — переориентация круизных туристов из Европы в Азию и Японию».

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

вырос примерно на 20%, делать прогнозы на 2015 год представляется непросто», — сказал он.

«Круизы — уникальный растущий вид отдыха, и последние несколько лет мы наблюдаем устойчивый рост. Турпотоки P&A Group в круизной сфере за три года постоянно растут — от 17 тысяч пассажиров в 2012 году до 23 тысяч в 2013—2014 годах, а текущие продажи отстают от прошлогодних лишь на 15—20%, — говорит Михаил Фельдман. — Глубина бронирования в круизном сегменте составляет порядка полугода. Клиенты предпочитают заранее забронировать нужный тип кают на выбранном круизе. В зависимости от экономической ситуации могут быть колебания, но они незначительны. Также на продажи влияет наличие специальных акций и предложений, которые мы получаем от нашего партнера MSC Cruises».

АЛЕКСАНДР ИВАНОВ,

генеральный директор компании «Инфлот Круиз энд Ферри»



«Испытав в конце 2014 — начале 2015 года спад наряду со всеми, круизный рынок достаточно быстро восстановился за счет перераспределения спроса постоянных клиентов между ценовыми сегментами (что возможно даже в пределах ценового диапазона предложений одного круизного отправления) и продолжения экстенсивного роста числа приверженцев этого вида отдыха, потенциал которого сохранится в среднесрочной перспективе», — уверен Александр Иванов, генеральный директор компании «Инфлот Круиз энд Ферри».



ТОП 3

КРУИЗОВ-ЛИДЕРОВ У ТУРИСТОВ ИЗ РФ (ПО ВЕРСИИ КОМПАНИИ «НЕПТУН»)

- Средиземное море
- Азия
- Карибы

КРУИЗОВ-ЛИДЕРОВ У ТУРИСТОВ ИЗ РФ (ПО ВЕРСИИ КОМПАНИИ SILVERSEA CRUISES)

- Средиземноморье
- Русский Дальний Восток
- Карибы

КРУИЗОВ-ЛИДЕРОВ У ТУРИСТОВ ИЗ РФ (ПО ВЕРСИИ КОМПАНИИ «P&A GROUP»)

- Средиземное море (из Сочи, а также из Генуи, Рима, Барселоны)
- Круизы по норвежским фьордам (из Санкт-Петербурга)
- Круизы по Западной и Северной Европе (Исландия, Шотландия, Ирландия)

Морские круизные лайнеры предлагают много необычных развлечений на борту — катание на коньках, скалолазание и даже занятия серфингом

Летний сезон: ПЛЫТЬ или не ПЛЫТЬ?

«Наши иностранные партнеры сформировали в этом году привлекательные ценовые предложения специально для российского рынка, что сразу сказалось на продажах. Так, в середине апреля мы отправили больше 100 человек в круиз из Сингапура в Токио, — рассказывает Дарья Оуэнс. — На летний сезон мы предлагаем круизы по норвежским фьордам по умеренным ценам, специальные тарифы выставлены и на круизы по Средиземному морю и другим направлениям. Например, недельные туры из Барселоны, Стамбула стоят \$599, что, конечно, привлекает туристов. Вероятно, мы не достигнем уровня прошлого года, но и провальным летний сезон точно не будет», — говорит эксперт.

О большой ориентированности круизных компаний на российский рынок говорит и Илья Милитицкий. «Ярким примером служит расширение программы круизов из Санкт-Петербурга лучшей круизной компанией на этом направлении — Princess Cruises. Кроме того, они запустили на эти круизы свой лучший и самый новый лайнер — флагман Regal Princess 5* Lux».

«Даже достижение прошлогоднего уровня продаж уже будет маленькой победой, — продолжает Валентин Елисеев. — В этом году «бюджетные» туристы не поплывут вообще. Средний сегмент ополовинится и на 70% станет «бюджетным». Только VIP-туристы не изменят своего потребительского поведения (или почти не изменят) и численности. Глубина продаж не изменится и будет достаточно низкой, как и в прошлые годы. Чем больше стабильность и выше доходы населения, тем более активно будет развиваться рынок морских круизов в будущем».

Об отсутствии изменений в сегменте люкс-продукта говорит и Михаил Фельдман: «По востребованности он остается на прежнем уровне, также сохранился спрос на самые выгодные



предложения в экономичном сегменте».

«В первые месяцы 2015 года преобладали нехарактерные для круизного сегмента бронирования глубиной 1—1,5 месяца. Начало апреля ознаменовалось оживлением спроса на осенние и даже новогодние круизы. Туристы действительно более внимательно относятся к расходам на отдых, но происходит это не за счет маршрутов и продолжительности круиза, а за счет меньшей требовательности к размещению и использованию специальных предложений, — говорит Александр Иванов.

«Мы надеемся на позитивный сезон, — заявила Марина Ионко. — 50% наших клиентов — возвратные, поэтому мы всегда предлагаем им новые, необычные маршруты, программы. Главный тренд последних лет — русский Дальний Восток (Камчатка, Сахалин), Австралия (Кимберли), заметно увеличились продажи экспедиционных туров в Антарктиду, пользуются спросом круизы по экзотическим направлениям. Традиционно востребованы туры по Средиземному морю и Карибам.

«Самые востребованные маршруты неизменны, — в свою очередь рассказал Михаил Фельдман. — Летом — это круизы по Средиземному морю, тем более что в этом году мы предоставляем возможность отправиться в такой круиз не только из европейских портов, но и из родного порта Сочи, а также Северная Европа и фьорды, особенно с выходом из Санкт-Петербурга. Зимой помимо Средиземноморья наблюдается традиционно высокий спрос на круизы по Ближневосточному региону, с посещением стран Персидского залива — ОАЭ и Омана, а скорое введение дактилоскопии при получении шенгенской визы только увеличит приток туристов в ближневосточные круизы, где оформляются электронные визы», — рассказал Михаил Фельдман. **TE**

Австралия как одно из самых загадочных туристических направлений становится очень популярной у россиян



«Главный тренд последних лет — русский Дальний Восток (Камчатка, Сахалин), Австралия (Кимберли), заметно увеличились продажи экспедиционных туров в Антарктиду, пользуются спросом круизы по экзотическим направлениям»

МАРИНА ИОНКО

менеджер по ключевым клиентам компании TMI Consultancy, PR-агентства круизной компании Silversea Cruises



В Испанию за покупками

Испания стала престижным и модным шопинг-направлением. Отдохнуть на пляже, увидеть потрясающие города Испании, 15 из которых входят в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, отведать блюда местной кухни и получить удовольствие от покупок брендовых товаров по доступным ценам. Все это делает путешествие по Испании очень увлекательным.

ПОДГОТОВИЛА
ЕКАТЕРИНА БАЗАНОВА

ФОТО
ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ОТДЕЛОМ
ТУРИЗМА ПОСОЛЬСТВА
ИСПАНИИ

Россия — второй по важности рынок для Испании с точки зрения туристического продукта «Покупки и Шопинг» (согласно статистике Global Blue).

Наиболее посещаемые зоны для покупок в Испании стали в прошлые годы: район Paseo de Gracia в Барселоне (47%), район Barrio de Salamanca в Мадриде (10,85%), Puerto Banús в Марбелье (9,9%). Среди товаров наибольшим успехом среди россиян пользуются: одежда и мода (55,8%), электронные приборы и товары быта (14,8%), предметы для путешествий, часы и драгоценности.

В Испании можно по очень выгодным ценам приобрести все международные фирменные бренды. Во время ежегодных распродаж скидки составляют 30 — 50%, а в кризис — до 70%. Кроме того, у испан-

цев в любое время года есть чем порадовать туристов. Например, крупнейший испанский универсам El Corte Inglés дает 10% -ную скидку всем туристам, что с учетом TaxFree очень выгодно.



Шопинг в Мадриде

Великое множество магазинов Мадрида — это лучшие международные бренды и дизайнеры; трендовая, авторская, эксклюзивная и демократичная одежда, драгоценности и уникальные местные сувениры; бутики и крупные торговые сети с гибким графиком работы, соблазнительные цены и скидки. В этом году летние распродажи пройдут с 21 июня по 21 сентября.

У туристов популярны пять главных торговых кварталов: Chueca, Centro, Princesa, Cuatro Caminos и Salamanca. Но именно эксклюзивный торговый район Саламанка занял особое место в рейтинге попу-

лярности у россиян. Магазины одежды, ювелирные салоны, антикварные лавки, бутики брендовой обуви, дизайнерская одежда — здесь, в царстве высокой моды, собрано лучшее и самое дорогое. «Профессиональные шопоголики» рекомендуют именно здесь покупать вещи от модных испанских дизайнеров Sybilla, Amaya Arzuaga, Victorio & Lucchino и других, поскольку на родине производителя они обойдутся дешевле, чем в любой другой стране мира. Это в полной мере относится и к таким демократичным брендам, как Mango, Bershka, Zara. Правда за ними стоит отправиться в модный «молодежный» район Аргуэльес (Arguelles).



Испанская кожаная продукция — одна из лучших в Испании



Район Саламанка — «золотая миля» испанской столицы

ТОП 3 САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОРГОВЫЕ РАЙОНЫ У РОССИЯН

1. Барселона, проспект Грасия
2. Марбелья, торговая зона в яхтенном порту Банус
3. Мадрид, район Саламанка

Источник: *Turespaña*





Cereria Subira — старейший магазин Барселоны — был открыт в 1761 году

Торгово-коммерческий центр La Illa Diagonal в центре Барселоны подходит как для индивидуального, так и для семейного шопинга



Торговый комплекс Maremagnum расположен в барселонском порту

Шопинг в Барселоне

Барселона — каталонская столица, город искусств и увлекательнейшего шопинга. Весь город — один большой торговый центр: знаменитая пешеходная торговая 5-километровая улица, изысканные бутики, рынки под открытым небом, мастерские ремесленников, антикварные лавки, соседствующие с картинными галереями и футуристическими торговыми центрами. Очень популярен Maremagnum, который предлагает и шопинг, и развлечения: кинотеатры, рестораны, пабы и дискотеки. А уважаемые туристы любят

делать покупки в самом старом магазине Барселоны Cereria Subira, открытом в 1761 году.

Летний сезон скидок в Барселоне самый продолжительный в Европе. Шопинг-туристам «охоту» за модными вещами, доверившись опыту своих предшественников, наверное, стоит начать с лидера топ-3 самых популярных мест для покупок 2014 года — с проспекта Грасия или с посещения огромного торгового центра El Corte Inglés на площади Каталунья, что позволит быстро сориентироваться в море заманчивых предложений.

El Corte Inglés

Сеть испанских универмагов El Corte Inglés с огромным ассортиментом товаров — крупнейшая в стране. Ее основатель Рамон Аресес Родригес (Ramón Areces Rodríguez) начал бизнес с того, что в 1935 году приобрел ателье и основал на его базе частную компанию. Теперь здесь можно купить одежду, обувь, козгалантерею, товары для дома и офиса, дизайнерские вещи для интерьера, новинки европейских брендов и коллекции предыдущих сезонов по доступным ценам, белье, аудио-, видео- и компьютерную технику, посуду, лекарства, продукты в универмаге и т. д. **TE**

ПОКУПАТЬ ВЕЩИ ОТ МОДНЫХ ИСПАНСКИХ ДИЗАЙНЕРОВ SYBILLA, AMAÑA ARZUAGA, VICTORIO & LUCCHINO И ДРУГИХ, А ТАКЖЕ ДЕМОКРАТИЧНЫЕ ИСПАНСКИЕ MANGO, BERSHKA, ZARA ВЫГОДНО НА РОДИНЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ, ГДЕ ОНИ ОБОЙДУТСЯ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ В ЛЮБОЙ ДРУГОЙ СТРАНЕ МИРА.



Я проснулся и вдруг
почувствовал себя ребенком



Франция. Рандеву с удачей

Крупнейшая французская туристическая выставка года *Rendez-vous en France*, прошедшая в Париже, раскрыла новые туристические возможности Франции для профессионалов российского турбизнеса, которые получили некоторые преференции от местных партнеров.

ТОП 5 САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФРАНЦИИ



● Париж



● Ницца



● Марсель



● Лион



● Байе

Источник:
tripadvisor.ru

МАТТИАС ФЕКЛЬ,

госсекретарь по делам туризма, внешней торговли при МИД Франции



Государственный секретарь по делам туризма Маттиас Фекль подчеркнул на открытии выставки, что туризм остается важнейшей отраслью экономики Франции, обеспечивая прямую занятость около 2 млн человек и принося свыше 7 % ВВП. В 2013 году число прибытий в страну составило 84,7 млн человек, что пополнило казну на 42,2 млрд евро. Тем не менее высококонкурентный характер индустрии, отметил чиновник, побуждает нас создавать и культивировать новые продукты, в том числе в сфере сельского и экотуризма, а также так называемого *slow-туризма*, для чего во Франции существуют все возможности. Сегодня по свету путешествует около миллиарда человек, в скором времени это количество может увеличиться почти вдвое, и Франция как направление номер один во всем мире должна быть к этому готова, заявил Маттиас Фекль.

ИНЕССА КОРОТКОВА,

директор представительства Atout France в России



Россию у нас продолжают считать важным партнером, и мы высоко ценим постоянный интерес российского рынка к нашей стране. Директор представительства Atout France в России Инесса Короткова отметила: «Несмотря на то что российский рынок в прошлом году снизился до показателей 2012 года, а именно — 700 тыс. прибытий во Францию, предстоящий летний сезон не будет провальным». По мнению Инессы Коротковой, «секретным оружием» наших операторов станут их успешные переговоры с французскими партнерами относительно специальных цен и условий. И такие встречи на самом деле увенчались успехом.

ОЛЬГА ПАЛАМАРЧУК,

руководитель департамента FIT&VIP компании PAC Group



Мы получили конфиденциальные тарифы на летний сезон на некоторые цепочки и отдельные отели, и эти преференции позволят предложить клиентам интересный продукт по привлекательным ценам. Уже сейчас мы наблюдаем хорошую глубину бронирований, особенно по Лазурному Берегу и отдыху в провинциях Франции. Летом одним из самых интересных будет предложение для мини-групп — «Лавандовый тур» по Провансу с посещением Авиньона. Индивидуальным туристам мы советуем обратить внимание на джазовый фестиваль в Жуан-Ле-Пен, который ежегодно проходит в середине июля. Лучшие исполнители джаза выступают на открытых площадках с бесплатными концертами — это прекрасная возможность совместить отдых на Французской Ривьере с удовольствием от прекрасной музыки. И, конечно, вне конкуренции — Париж.

ЕЛЕНА ЗИМИНА,

директор европейского департамента компании «Карлсон Туризм»



Разговор об особых условиях для российского рынка идет в первую очередь с отелями. Тут можно ожидать ценовых послаблений. По моему мнению, уровень бронирований в нынешнем летнем сезоне имеет шансы возвратиться к показателям 2013 года. Что запомнилось на парижском *Rendez-vous*? Новое шоу легендарного парижского кабаре «Лидо». На другом полюсе — программа проживания в частном доме в винодельческом хозяйстве в районе Бордо. Рекомендуется выбирать сезон сбора винограда.

Менеджер российского рынка в туристическом офисе Биаррица Мейлис Кабаньё, директор по продажам и маркетингу управления туризма Монако Кристоф Брико и другие собеседники корреспондента «ТБ» выражали достаточный оптимизм в том, что касается сохранения объемов из России и стран СНГ; в частности, господин Брико отметил, что этому послужит проведение в нынешнем году в Монако года России. **ТБ**



ПАРИЖ

В Париже-2015 будет происходить около 300 событий в день. Летом нельзя не побывать на «Пляжах Парижа» — этот проект превращает набережные Сены в подобие курортного городка. В парке Ля-Виллет открылось новое здание филармонии архитектора Жана Нувеля. Главный зал вмещает до 3 600 посетителей. Имена знаменитостей, которых там можно услышать, составляют «афишу мечты».

ЛАЗУРНЫЙ БЕРЕГ

Специальная карточка гостей Лазурного Берега (Cote d'Azur Card — 39 евро на три дня, 54 на шесть, детям — 21 и 29 евро) откроет перед гостями двери более ста музеев. Хиты списка: музеи Шагала и Матисса в Ницце, Пикассо в Антибе, океанографический музей в Монако. Карта позволяет участвовать в ряде экскурсий. В целом экономия весьма ощутимая.



ДОЛИНЫ ЛУАРЫ

Регион долины Луары отмечает в нынешнем году 500-летие восшествия на престол короля Франциска I. Как утверждают специалисты, в 22 года он стал сильнейшим правителем Европы. В программе празднеств участвуют Амбуаз, Ланже, Шамбор и другие замки. В Роморантене и Кло-Люсе состоится реконструкция знаменитой битвы при Мариньяно.



КРЫЛЬЯ ФРАНЦИИ

Air France вводит специальный тариф для деловых путешественников «Эконом-Flex». Такие билеты можно менять и сдавать без дополнительной платы, а в день вылета выбирать более ранний рейс. В партнерстве с оператором связи Orange компания Air France собирается предоставлять услугу платного доступа к Wi-Fi во время полета. Летом начнется трехмесячный пробный период.

РОНА-АЛЬПЫ, ИЛИ ВЕЛОСТАРТЫ

В 2015 году откроется одна из самых длинных велосипедных дорог в мире — ViaRhôna протяженностью в 700 км. Она протянется от Женевского озера через весь регион Рона-Альпы и дойдет до Средиземного моря. И этот 450-километровый участок пути в регионе Рона-Альпы уже функционирует.

АВИНЬОН

Знаменитый своим международным театральным фестивалем старинный город Авиньон в Провансе превратится в июле в город-театр: на спектакли здесь продается до 140 тысяч билетов, и примерно 30 тысяч человек смотрят бесплатные представления. В этом году на фестиваль приглашен спектакль «Идиоты» московского «Гоголь-центра». Российские актеры станут частью международной труппы из 3 500 актеров — именно столько их съезжается сюда, чтобы сыграть свои лучшие спектакли.





© BERTHOLD WERNER

Укромный уголок Мальты

Мальту называют музеем под открытым небом. Казалось бы, все изъезжено и изучено. Но и здесь есть укромные уголки, которые не всегда включаются в экскурсионные маршруты. К ним относятся расположенные на Гозо церковь Та' Пину и символически воссозданный Крестный путь Иисуса Христа, пройденный им по улице Виа Долороса в Иерусалиме.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДР ПОПОВ

ПАЛОМНИЧЕСКАЯ ЦЕРКОВЬ ТА' PINU

Национальная святыня, необыкновенно красивая церковь Мадонна Та' Пину (Our Lady of Ta' Pinu), построенная в 1920–1931 годах, расположена на небольшой возвышенности недалеко от местечка Арб примерно в трех километрах на северо-запад от города Виктория — столицы острова. Отсюда открывается замечательный вид на окрестности.

Изящное строение в романтическом неоготическом стиле с островерхой колокольной (47 м) удивительно гармонично вписывается в окружающий сельский ландшафт. По мнению многих, это самый красивый храм архипелага. Вместе с тем его интерьер скромен, хотя оригинально смотрится прямоугольный фриз над алтарем, который поддерживают четыре колонны, украшенные строгим орнаментом в греческом стиле с позолотой.

Своим именем храм обязан Филипино Гаучи Пино и его семье, которые в XVII в. присматривали за стоявшей часовней. Церковь посещают множество паломников. Здесь, как рассказывают, произошло несколько необычных событий. Первый таинственный случай связан с небольшой часовней. Когда еще в XVI в. часовню по какой-то причине захотели снести, первый же удар камнедробильного молота пришелся по кисти работника. Это восприняли как знамение и работы прекратили.

Второе чудо, по легенде, случилось в июне 1883 года: двое крестьян услышали голос Девы Марии, которая обещала помочь больной матери одного из них, если они будут усердно молиться. Молитвы помогли, и женщина выздоровела. Потом Дева Мария несколько раз являлась и другим местным жителям. А через год Гозо избежал эпидемии



Подробнее в интернете:
www.tapinu.org

чумы, свирепствовавшей на Мальте. После этого часовня стала местом паломничества. В начале XX в. здесь на средства островитян был построен новый храм, а часовня стала частью церковной аспиды.

Говорят, чудеса продолжаются. Во всяком случае, в храме в коридоре за алтарем можно увидеть немало благодарственных свидетельств, включая костыли, гипсовые слепки, протезы, мотошлемы, не говоря уже о множестве фотографий исцеленных. Эта коллекция весьма любопытна для туристов.

МАЛЬТИЙСКИЙ КРЕСТНЫЙ ПУТЬ

Напротив церкви, сразу за парковкой, начинается Виа Долороса, «перенесенный» сюда из Иерусалима извилистый путь по улицам города, которым Иисус Христос шел на Голгофу. Здесь он проходит по склону холма Аммар (Ghammar), что стоит напротив церкви Ta' Pini.

Как известно, на Крестном пути Иисуса отмечено 14 остановок. Трижды он падал, в одном месте Иисус встретил свою мать, в другом Вероника подала ему платок... Поэтому когда здесь в 1996 году начал создаваться мемориальный комплекс, сначала высадили 14 оливковых деревьев, потом рядом появились 14 деревянных крестов. Затем на «мальтийском Крестном пути» были установлены 14 скульптурных групп из белого мрамора, в которых воссозданы события, происходившие на последнем пути Христа, а также некоторые другие эпизоды из его жизни, о которых рассказывают Евангелия. Например, предательство Иуды. Всего было изготовлено 43 фигуры в натуральную величину, причем сделаны они во Вьетнаме. В декабре 2000 года работы по созданию «мальтийского Крестного пути» завершились.

Вход сюда обычно перегорожен цепью. Ее легко перешагнуть, но лучше согласовать свое намерение посетить это место с церковнослужителями. Они не откажут. Но дорога на мальтийскую Голгофу не вымощена асфальтом и склон довольно крутой. **ТБ**

Одна из скульптурных групп на «мальтийском Крестном пути»



© HANS A. ROEBACH

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

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

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p>ICS TRAVEL GROUP МТЗ 000986 М «ТУЛЬСКОЯ» (495) 748-4847 (мк.) www.ics-travel.ru</p>	<p>БНЕЛИО ГЛОБУС МТЗ 011710 М «ЛУБИМКА», «СЕМЕНОВСКАЯ» (495) 504-2555 www.bgoperator.ru</p>	<p>ВАНД ВОРЖ МТЗ 011881 М «ТВЕРСКАЯ» (495) 780-3061 www.vand.ru</p>	<p>ДИАЛОГ МТЗ 00243 М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» (495) 730-2022 (мк.) www.maltaresort.ru</p>
<p>ИНСАЙТ-ЛИНГВА МТЗ 008842 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0522 www.II.ru</p>	<p>ТК МЕЛИТА МТЗ 011106 М «АРБАТСКАЯ» (495) 411-9032 www.maltafour.ru</p>	<p>МИЛЕНИУМ ВОРЖ МТЗ 011238 М «САВЕЛОВСКАЯ» (495) 480-8633 www.mvovoyage.ru</p>	<p>НАТАЛИ ТУРС МТЗ 000887 М «МАЯКОВСКАЯ» (495) 792-56-09 www.natalie-tours.ru</p>
<p>СТБ ТУРС МТЗ 008855 М «ДОСТОСЕВСКАЯ» (495) 799-8779 www.stbtours.ru</p>	<p>ТРЭВЕЛМАРТ МТЗ 011980 М «ТАГАНСКАЯ» (495) 935-8330 www.mymalta.ru</p>		

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

РЕКЛАМА

Отпуск — это творческая командировка

Данил Корецкий, автор популярного «Антикиллера» и еще 45 детективных романов и около трехсот научных трудов, доктор юридических наук, профессор, Заслуженный юрист РФ, рассказывает о своих путешествиях

БЕСЕДОВАЛ
АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ

Где и как вы отдыхаете?

Преимущественно в Европе. Чаще бываю в Чехии, Германии, Австрии. Например, в Австрии очень люблю живописные края Каринтию, Зальцкаммергут. Это чистейшие озера, живописные горы, густые чистые леса и небольшие кукольные деревушки. Очень люблю Вену. А в Чехии — Карловы Вары, где уже много лет отдыхаю, и, конечно, загадочную фантастическую Прагу, которая во многом сохранила средневековый облик. Здесь часто развиваются события моих книг и их названия нередко раскрывают место действия: «Русская зима в Вене», «Бехеровка на аперитив», «Парфюм в Андорре», «Жаркое рождество в Дубае»... Каждая поездка заряжает яркими эмоциями, новыми впечатлениями, откладывает в копилку памяти мелкие, но важные детали. Можно сказать, что каждый отпуск — это творческая командировка, а поскольку планшетник у меня всегда с собой, то плодотворная работа усиливает впечатления от отдыха.

Наверно, и представление о зарубежном криминалитете у вас имеется?

К счастью, в основном из криминологических трудов и статистики преступности. Тамшний криминалитет никак себя не проявляет, во всяком случае, в туристических фешенебельных местах. Замечу, не без грусти, что в целом за рубежом люди более доброжелательные и приветливые, чем в России, в Европе аура более позитивная и спокойная. Хотя кражи — бич любого туристского места в мире (может, за исключением арабского Востока, где за это могут отсечь руку). В Барселоне у невестки украли кошелек, а в Карловых Варах у сына похитили фотоаппарат.

Когда приезжаете что вам интереснее:

лежать на пляже или ходить по музеям? Морской отдых, как правило, не пересекается с музейными маршрутами, а сокровища мировой культуры — с морем. В Турции, ОАЭ или на Крите на первом месте — море, но в последние годы мы чаще

ездим на термальные источники на границе Австрии с Германией — детям хватает бассейнов, кроме того, на арендованной машине путешествуем по окрестностям. Где бы я ни был, обязательно посещаю музеи оружия, это навело меня на ряд мыслей о роли оружия в человеческой культуре, о связи формы оружия с национальным менталитетом, о необычности оружия в ряду предметов, созданных человеческой цивилизацией. А результаты этих размышлений легли в основу созданного мной научного направления: «Криминальной армалогии» — учения об оружии.

Наверняка во время ваших поездок у вас неоднократно бывали запоминающиеся приключения?

Во время отдыха в Дубае мой издатель пригласил на рыбалку в Абу-Даби, находящемся километрах в 60-ти. На катере мы вышли в Персидский залив, любовались на небольшие островки, на которых стоят дома старых шейхов, а может быть, и новых русских. Видели на воде стаю уток, прилетевших из России на своих крылышках, а не на боингах, как мы. Процедурой руководил густо заросший бородой дочерна загорелый араб в шортах. Это был «троллинг» — в воду забрасывались блесны с крючками, они, поблескивая, мчатся за катером, как рыбешка и провоцируют крупного хищника на атаку. Удочки чем-то напоминают убойные ружья, мы надели широкие пояса с подобием стакана ниже пупка — туда вставляется удилице, чтобы не соскочило и не вырвалось из рук. У меня клюнуло первым — удочка согнулась, на конце появилась тяжесть, подчинившись командам бородатого инструктора я крутил катушку, водил удилицем то вправо, то влево, а потом, чтобы не провалить незнакомое дело, отдал бородачу, который сноровисто вытащил на палубу королевскую макрель весом около десяти килограммов. Добыча отчаянно билась, но бородач привычно оглушил ее короткой дубинкой, потом мы сфотографировались с трофеем и моя фотография с этой рыбиной попала на обложку престижного журнала «Спиннинг-трэвел». Так довольно неожиданно и, считаю, незаслуженно, я оказался в роли знаменитого рыбака. А еще через пару часов мы вытащили макрель килограммов на шесть, но после первого гиганта эта уже сильного впечатления не произвела. **15**

«Каждая поездка заряжает яркими эмоциями, новыми впечатлениями, откладывает в копилку памяти мелкие, но важные детали. Можно сказать, что каждый отпуск — это творческая командировка...»

ДАНИЛ КОРЕЦКИЙ

.....

ОГЛУШИТЕЛЬНЫЙ УСПЕХ!

Мюзикл Эндрю Ллойд-Уэббера

ПРИЗРАК ОПЕРЫ



12+

phantom-musical.ru

Создано на основе пьесы Гастона Леру «Призрак Оперы» Оригинальная лондонская постановка Кэмерона Маккинтона и The Really Useful Theatre Company Limited

Театральная компания

«СТЕЙДЖ ЭНТЕРТЕЙНМЕНТ»

ПРЕДЛАГАЕТ СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ И МСЭ-АГЕНТСТВАМИ:

- ГИБКАЯ СИСТЕМА СКИДОК И КОМИССИЙ (ОТ 5 ДО 20%)
— подробности у менеджеров туристического направления
- ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЕ БИЛЕТЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРОВ ГРУПП ОТ 20 ЧЕЛОВЕК
- ВОЗМОЖНОСТЬ БРОНИРОВАНИЯ ЛУЧШИХ БИЛЕТОВ ЗА НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ДО МЕРОПРИЯТИЯ
- БЕСПЛАТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИЙ ЗА КУЛИСЫ

ЛЕТНЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

ДЛЯ ИНОГОРОДНИХ ТУРИСТОВ ЛАНЧ-БОКСЫ (ИЛИ ЛЁГКИЙ ФУРШЕТ)
В АНТРАКТЕ ВКЛЮЧЕНЫ В СТОИМОСТЬ БИЛЕТА.
КОМПАНИЯ ОРГАНИЗОВЫВАЕТ ГРУППОВЫЕ ПОСЕЩЕНИЯ ПОСТАНОВОК,
ПРОВОДИТ ЦЕЛЕВЫЕ СПЕКТАКЛИ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ В СЕБЯ АРЕНДУ ЗАЛА
И КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ФойЕ ТЕАТРА.

Подробности по телефону: +7 (495) 780-35-54

ОТДЫХ
LEISURE

**21-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

15–18 СЕНТЯБРЯ 2015 ГОДА
МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Страна-партнер:



Me



Leisure

ФОКУС
2015

- ✓ Специальная экспозиция и конференция
ОТДЫХ Карьера и Образование
- ✓ Специальная экспозиция и конференция
Gourmet & Wine Travel
- ✓ Специальная экспозиция и конференция
TRAVEL TECHNOLOGY

ОТДЫХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ФОРУМ
Home of Tourism

www.tourismexpo.ru

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

ОТДЫХ
MICE

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

ОТДЫХ
SPA & HEALTH

10-я Международная экспозиция
по медицинскому и лечебно-
поддерживающему туризму

ОТДЫХ
LUXURY

10-я Международная выставка
экологичного туризма

ОТДЫХ
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная экспозиция
Travel Technology

**Спонсор
пригласительного
билета:**



Доминиканская Республика
Все, о чем вы мечтали

Организатор:

MOSCOW RUSSIA
EUROEXPO



VIENNA AUSTRIA
EUROEXPO
Exhibitions and Congress Development GmbH



Федерального
агентства
по туризму



Ассоциация
туроператоров
России



Российского
Союза
Туризма

РЕКЛАМА