

Турбизнес

Travel Trade Russia

WWW.TOURBUS.RU



.....
ЗАКОН-2015.
ВЫЖИВУТ НЕ ВСЕ?

КРЫМ
www.kryptontour.ru
КРИПТОНТОУР

ОТДЫХ
LEISURE

**21-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

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

Страна-партнер:



We



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
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ
Home of Tourism

www.tourismexpo.ru

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

ОТДЫХ
BUSINESS

15-я Международная выставка
и конференция по рекламе туризма
в корпоративных мероприятиях

ОТДЫХ
GMA HEALTH

15-я Международная экспозиция
по акклиматизации и специализированному туризму

ОТДЫХ
LUXURY

15-я Международная выставка
эксклюзивного туризма

ОТДЫХ
TRAVEL TECHNOLOGY

Международная конференция
Travel Technology

**Спонсор
пригласительного
билета:**



Доминиканская Республика
ВСЕ, О ЧЕМ ВЫ МЕЧТАЛИ

Организатор:

MOSCOW RUSSIA
EUROEXPO



VIENNA AUSTRIA
EUROEXPO
Exhibitions and Congress Development GmbH



Федеральное
агентство
по туризму



Ассоциация
туроператоров
России



Российского
Союза
Туристов-гидов

При поддержке:

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Арт-директор Анастасия Боброва

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
Дарья Костикова
Александра Полянская
Владимир Сергачев
Елена Смирнова

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32

Тел./факс: (495) 723-72-72

Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России
Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации 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 Иван Калашников
ИД «Турбизнес» i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

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

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

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
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL

РЕКЛАМНО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Пять звезд

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

6 СОБЫТИЯ

- Привлечь интуриста
- Поставили неуд
- Успешное знакомство
- Нашли замену
- Минус два

10 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. РОССИЯ

12 ТЕМА НОМЕРА

ПЕРЕПАД ДАВЛЕНИЯ
КАК НОВЫЙ ВАРИАНТ ОТРАСЛЕВОГО ЗАКОНА ИЗМЕНИТ РЫНОК

16 ПРОФЕССИОНАЛ

Рашад Мамедов:
«Всё, до чего я ни дотронусь, превращается в сеть!»

20 ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ

Внутренний туризм: пан или пропал

22 ТРАНСПОРТ

Небесный передел

ТЕХНОЛОГИИ

24 Куда текут реки онлайн-продаж

26 Железная прибыль

РЕГИОНЫ РОССИИ

Югра

28 Новые маршруты Югры

Екатеринбург

30 Малахитовая шкатулка Урала

РЫНКИ

Куба

32 Подлинная Куба – Autentica Cuba!



Египет

34 Стремление к абсолюту

Оздоровительный туризм

38 Австрийский рецепт здоровья

41 Путевка за здоровьем

Балканы

42 Увидеть и полюбить

Испания

46 По следам Гауди

Мальта

50 Три в одном

Болгария

52 Лето. Море. Оптимизм

Хорватия

54 Истрия: место силы

VIP-КЛИЕНТ

56 Симон Осиашвили:
«Мне помог случай»

ТУРЦИЯ
ИСПАНИЯ
ГРЕЦИЯ
ЕГИПЕТ
ТАИЛАНД

ОАЭ
МАРОККО
ИНДИЯ
ВЬЕТНАМ
БОЛГАРИЯ

АНДОРРА
МЕКСИКА
ЧЕХИЯ
ДОМИНИКАНА
РОССИЯ



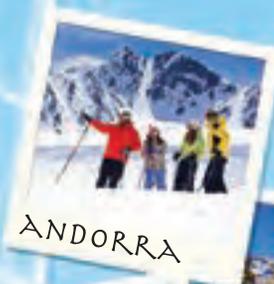
Море солнца крумый год!



MEXICO



EGYPT



ANDORRA



RUSSIA



GREECE



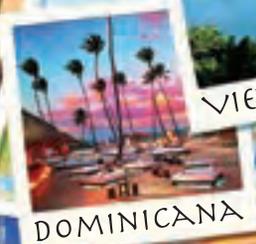
SPAIN



INDIA



VIETNAM



DOMINICANA



CZECH



BULGARIA



UAE



MOROCCO



TURKEY



THAILAND

РЕКЛАМА

anextour







MAXX ROYAL

RESORTS

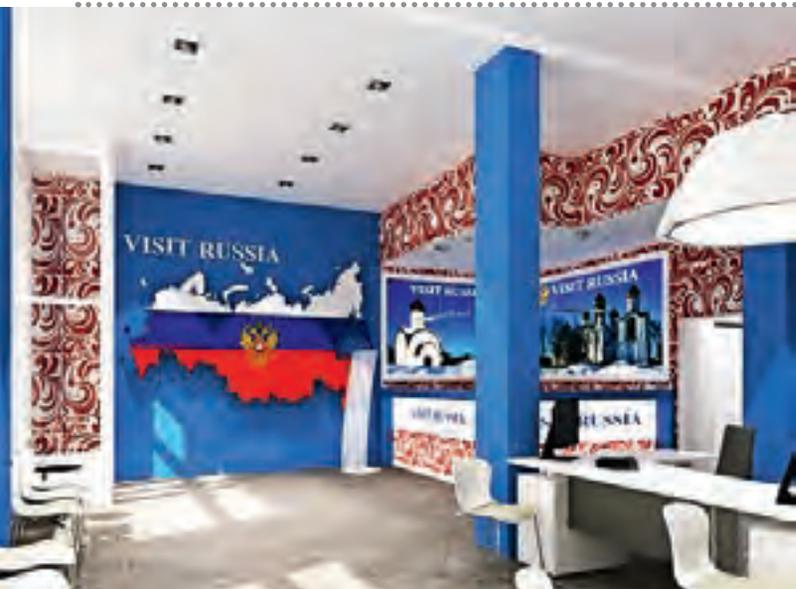
Ощутите сущность роскоши

БЕЛЕК | КЕМЕР
АНТАЛЯ

XCLUSIVE
Travel



Тел. 8 800 775 00 04
xclusivetravel.com



Привлечь интуриста...

В России началась реализация двух стратегически важных проектов, направленных на популяризацию отечественного турпродукта как среди российской, так и иностранной аудитории. Это национальный туристический портал Russia.travel и проект «Visit Russia/Время отдыхать в России», в рамках которого запланировано создание национальных туристических офисов в России и за рубежом, а также проведение национальной рекламной кампании.

Портал Russia.travel призван обеспечить максимум туристической информации о нашей стране, рассказать о потенциале российских регионов и помочь их продвижению на внутреннем и международном туристских рынках. Первые туристические офисы Visit Russia уже начали свою работу в Дубае и Берлине. В нынешнем году также запланировано открытие офисов в Пекине, Хельсинки и Риме.

ЦИФРА МЕСЯЦА

ПО ИТОГАМ 2014 ГОДА, СОГЛАСНО ДОКЛАДУ ВЭФ, ЗАНЯЛА РОССИЯ В РЕЙТИНГЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ПОДНЯВШИСЬ НА 18 ПУНКТОВ С 2013 ГОДА

45

МЕСТО

Минус два

В преддверии летнего сезона российский туррынок покинули два нишевых, но хорошо известных профессиональному сообществу туроператора – «Живые ключи» и «Коннайсанс Тур».

Компания «Живые ключи» объявила о приостановке деятельности из-за скоропостижной смерти его основателя и бессменного руководителя Павла Бородина. Туроператор более 10 лет специализировался на турах в Румынию и являлся первопроходцем на направлении. Именно он организовывал чартерную программу из Москвы на черноморские курорты Румынии, от выполнения которой отказался несколько лет назад в связи с кризисом. Туроператор «Коннайсанс Тур» являлся одним из старожилов рынка. Компания работала с 1994 года, ее основным направлением была Шри-Ланка. В год услугами туроператора пользовались около двух тысяч туристов. В середине марта туроператор был исключен из Единого федерального реестра. Еще до этого фирма приостановила прием заявок на новые путевки, поэтому никто из туристов от прекращения деятельности компании не пострадал.

По мнению многих экспертов, в нынешнем году рынок ждет банкротство еще нескольких известных, преимущественно монопрофильных, туроператоров.



...или не привлечь?

Минкультуры приостановило работу над «прорывным» законопроектом, разрешающим иностранцам находиться в России без визы 72 часа при следовании транзитом через нашу страну. В ведомстве объяснили свое решение непростой политической ситуацией.

Ранее законопроект был одобрен Правительством и принят Госдумой в первом чтении. Он предусматривал безвизовый транзит для пассажиров, прилетающих в 11 российских аэропортов, включая три столичных — Шереметьево, Домодедово и Внуково. При этом в проекте было указано, что российский аэропорт должен быть лишь промежуточной точкой на маршруте туриста, а рейс должен совершаться российской авиакомпанией.

Поставили неуд

Главными итогами состоявшегося 21 мая в Москве общего собрания членов «Турпомощи» стали признание результатов ее финансовой деятельности неудовлетворительными, замена Вячеслава Басова на Александра Осауленко, а также смена состава Наблюдательного совета.

Финансовая сторона работы «Турпомощи» на общем собрании ее членов признана неудовлетворительной, — об этом заявила глава ревизионной комиссии Наталья Китова. При этом в 2014 году на вывоз более чем 39 тысяч туристов из-за рубежа «Турпомощь» потратила большую часть накопленного фонда (293 млн рублей): сейчас он составляет примерно 180 млн рублей, из которых почти 90 млн оставались на депозитах с прошлого года.

По итогам собрания в Наблюдательный совет «Турпомощи» вошли представители туроператоров «Вип-сервис», «Пегас Туристик», Coral Travel, TEZ TOUR, НТК

«Интурист», МИТС, «Туртранс-вожж», «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга», «Звезды путешествий» (Петербург), «Гавань Турцентр» (Владивосток), «Дальневосточный Феникс» (Благовещенск), «Интурист-Самара», «Европорт» (Екатеринбург) и «Эвентин» (Новосибирск). В качестве независимых членов в нем будут участвовать представители Ростуризма, МИД РФ, Центробанка, Росавиации, РСТ и АТОР.

В начале июня прошло первое заседание нового Наблюдательного совета «Турпомощи», на котором был утвержден бюджет объединения, расходная часть которого в 2015 году составит 14,8 млн рублей. Также Наблюдательный совет принял решение о разработке и принятии общего Положения «О Комитетах и Комиссиях». Первой комиссией станет транспортная, ее будет координировать руководитель Комитета по транспорту АТОР Дмитрий Горин.



Александр Осауленко стал третьим руководителем организации с момента ее появления в 2012 году

© ИТАР-ТАСС / АНТОН НОВОДЕЖКИН

В круиз — за чудесами

Этим летом семейное путешествие с St. Peter Line станет еще интереснее: в ассортименте экскурсий оператора во время остановки в Хельсинки появилась новинка — посещение парка аттракционов «Линнанмяки».

Это старейший и один из самых популярных развлекательных парков Скандинавии, обладатель наград «самый надежный бренд» и «самый безопасный парк» Финляндии. Ежегодно его посещают более миллиона гостей. В «Линнанмяки» 44 аттракциона, 11 из которых — бесплатные. Стоимость посещения всех аттракционов — 38 евро, разовый билет на аттракцион обойдется в 8 евро. Также в парке есть аквариум Sea Life и ферма домашних животных KotKot.

Туроператор St. Peter Line уделяет особое внимание семьям, путешествующим с детьми. На парамах есть игровые комнаты, творческая мастерская «ДеЛа'Рук», аквазона с детским бассейном, а в баре юных круизеров развлекают пираты-аниматоры. На берегу туристам предлагается тематическая экскурсия «Детский Хельсинки» и посещение парков «Муруландия» и «Линнанмяки».



В Крыму нашли замену

Новым министром курортов и туризма Крыма назначен Сергей Стрельбицкий, ранее занимавший должность помощника главы республики. Соответствующее решение было принято на внеочередной сессии крымского Госсовета. Сергей Стрельбицкий родился в 1963 году, окончил физический факультет Симферопольского государственного университета. Работал воспи-

тателем в школе и детском санатории «Искра», до 2013 года был заместителем мэра Евпатории.

Он сменил на посту министра Елену Юрченко, которая руководила министерством с марта 2014 года. Эксперты рынка отмечают: ее работа пришлась на сложный период. И надеются, что новоназначенный министр также будет активно развивать и продвигать направление.

Успешное знакомство

В Москве и Санкт-Петербурге с успехом прошли бизнес-завтраки, посвященные туристической привлекательности немецких регионов Баден-Вюртемберг и Саксония. Мероприятия, организованные при активном участии ИД «Турбизнес», вызвали живой интерес у турагентств — в каждом из городов деловые встречи посетили более 40 представителей турфирм.



Ханс-Йорген Голлер

Северную столицу с коллегами посетил Ханс-Йорг Хадбавник, региональный директор по России и Индии Stuttgart Marketing & The State Tourist Board. На бизнес-завтраке 14 мая он рассказал о преимуществах Баден-Вюртемберга, среди которых отличные климатические условия, хорошая транспортная доступность, богатая история и культура, наличие развитой туристической инфраструктуры и высокое качество сервиса по доступным ценам. «Мы намерены всячески способствовать вашим усилиям по привлечению в регион российских туристов и надеемся на плодотворное и взаимовыгодное сотрудничество», — обратился Ханс-Йорг Хадбавник к турагентам.

В Москву с партнерами приехал руководитель Организации по развитию туризма при правительстве Саксонии Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH/TMGS Ханс-Йорген Голлер. Выступлениями саксонских гостей 4 июня были охвачены три темы: «Деловые и



Ханс-Йорг Хадбавник

туристические поездки в Саксонию», «Место встречи — Дрезден», «MICE-бизнес в Лейпциге».

Представители немецкого турбизнеса подчеркнули свое намерение активно работать на российском рынке. Турагенты, в свою очередь, отметили высокий потенциал направлений и выразили желание продвигать их конечному клиенту. Напомним, расширить свои знания о Баден-Вюртемберге и Саксонии можно на сайтах соответствующих онлайн-академий, которые доступны под кнопкой «Онлайн-обучение» на портале tourbus.ru.

ВОПРОС МЕСЯЦА

В ЧЕМ ПРИЧИНА ПЕРЕХОДА РЯДА ТУРОПЕРАТОРОВ В СЕКТОР ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА?

НАДЕЖДА ПОЛУЧИТЬ БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ ДОХОДЫ

23,1%

НАДЕЖДА НА ПОДДЕРЖКУ ГОСУДАРСТВА

20,5%

ЖЕЛАНИЕ ОФОРМИТЬ БОЛЕЕ «ДЕШЕВЫЕ» ФИНГАРАНТИИ

20,5%

НЕ ЗАМЕЧАЮ ТАКОЙ ТЕНДЕНЦИИ

35,9%

Источник: опрос на портале www.tourbus.ru

Korean Air — против тренда

Авиакомпания Korean Air, национальный и крупнейший авиаперевозчик Южной Кореи, увеличивает число рейсов и вводит новые направления полетов в Россию в летнем расписании 2015 года. С 1 июля будут добавлены два новых рейса на маршруте между Сеулом и Москвой, тем самым общее количество рейсов увеличится до семи в неделю. С 26 апреля Korean Air возобновила регулярные рейсы по маршруту Сеул — Санкт-Петербург — Сеул, а 18 мая открыла воздушное сообщение между Сеулом и Иркутском.

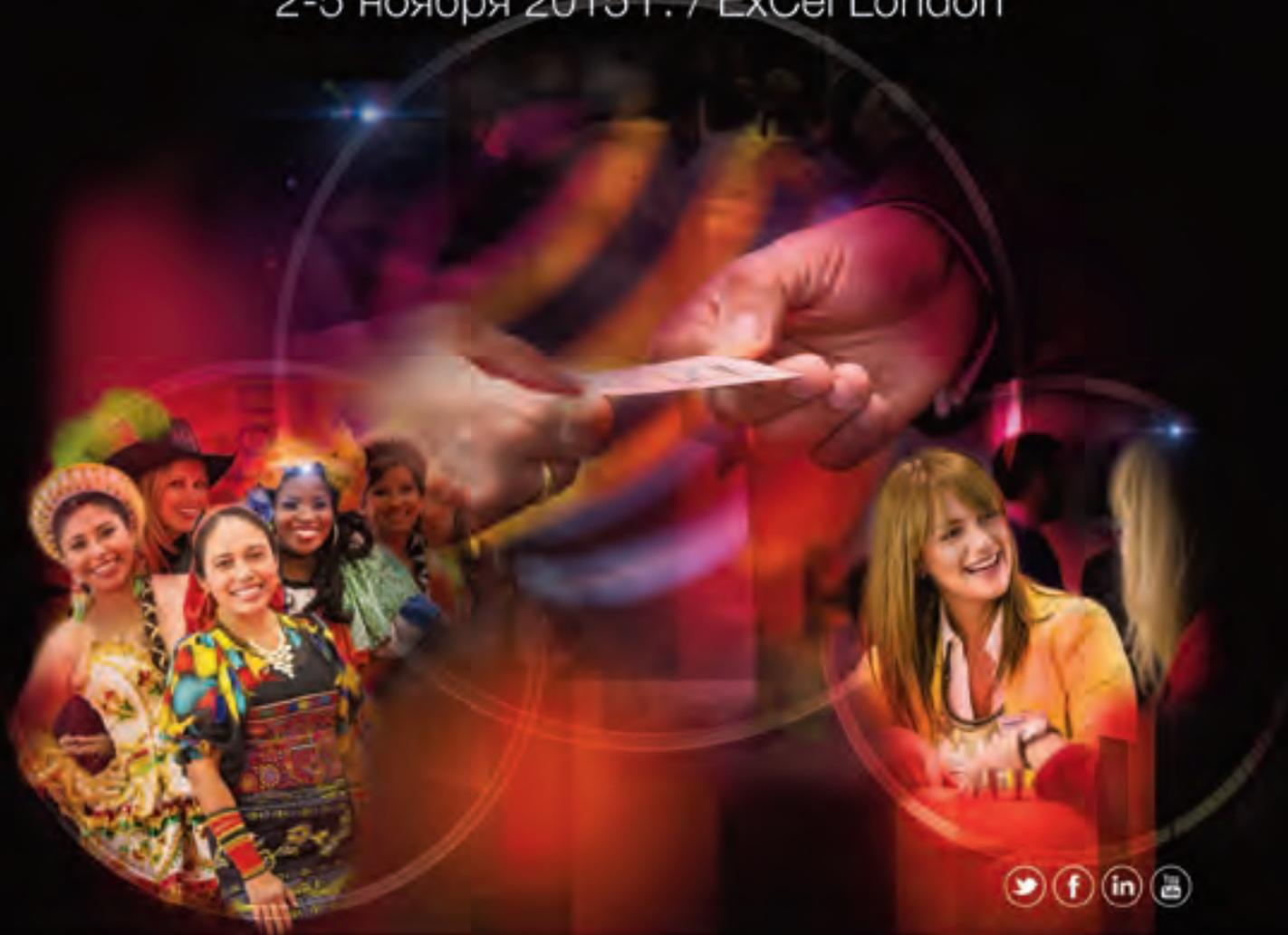
При этом с начала июля и до конца августа на маршруте Сеул — Москва — Сеул будет эксплуатироваться новейшее воздушное судно авиакомпании Korean Air Airbus A330-300. Самолет развивает крейсерскую скорость, равную 879 км/ч, и имеет три класса обслуживания — первый, престиж и эконом. Салон класса «Престиж» оборудован креслами Prestige Suite, которые раскладываются на 180 градусов и не препятствуют проходу пассажиров, занимающих место около окна.

Директор по маркетингу и продажам в России и СНГ Korean Air Джан Сун Сик отмечает, что российский рынок является одним из ключевых и наиболее перспективных для авиакомпании.



Откройте для себя мир

2-5 ноября 2015 г. / ExCel London



WTM[®] значит бизнес

2,5 млрд фунтов
— сумма новых
сделок,
заключенных на WTM[®] 2014 г

Пообщайтесь с
5,000**
участников выставки
со всего мира

Более
50,000**
посетителей из
186 стран

узнать больше
wtmlondon.com

* Source: Independent research by Fusion Communications, January 2015

**ABC audited figures, February 2015

Official Media Partner

Tourbusiness

Official Premier Partner

México
LIVE IT TO BELIEVE IT



world
travel
market

2 - 5 November 2015 • London

В ФОКУСЕ

Десятка лучших

Стали известны имена первых лауреатов премии Правительства России в области туризма. Государственные награды были присуждены 10 авторским коллективам за проекты: «Национальная программа детского туризма», «Свой Сочи: Олимпийское наследие для каждого», «Парк птиц «Воробьи» в Калужской области», «Музей «Мотоавтоарт» в Тульской области», «Парк «Заповедник сказок» в Кировской области», «Инновационная система «Радио Гид», «Система обмена туристской информацией, направленной на продвижение туристских продуктов регионов России», «Подготовка кадров для индустрии туризма», «Кислородный курорт «Парк Дракино» в Московской области» и «Сказочный Сагаалган в Бурятии». Лауреаты премии получили нагрудные знаки и дипломы, а также денежное вознаграждение в размере 1 млн рублей.

«В 2015 году впервые вручаются правительственные премии за достижения в области туризма, и эта премия станет ежегодной. В Минкультуры России проведена колоссальная работа по отбору соискателей на получение премии, эксперты выбрали лучшие проекты. Приятно сознавать, что выбор был нелегким: темпы развития туризма, внутреннего и въездного, не могут не радовать. Я поздравляю лауреатов и финалистов премии — талантливых, творческих людей, настоящих патриотов своей страны», — заявил министр культуры РФ Владимир Мединский.



ХРОНИКА

Знак качества

На территории Российской Федерации в добровольном порядке осуществляется классификация объектов туристической индустрии, в рамках которой им будет присвоена одна из шести категорий: от «без звезд» до «пяти звезд». Об этом в интервью «Российской газете» рассказала Ольга Ярилова, директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России.

По ее словам, при ведомстве создадут совет по классификации, который будет координировать деятельность всех субъектов классификации, утверждать типовую форму свидетельства и знака о присвоении объекту категории, разрабатывать рекомендации по совершенствованию системы классификации.

Уже установлены специальные требования к присвоению «звездной» категории для апарт-отелей, гостиниц, расположенных на территории исторических поселений и в объектах культурного наследия, курортных гостиниц и малых отелей. «Все туристские объекты оцениваются по нескольким направлениям: общее состояние, уровень сервиса, техническое оснащение, предоставление дополнительных услуг, качество и уровень персонала», — пояснила Ольга Ярилова.

ПРОЕКТ

Путешествие «Чайного экспресса»

При поддержке Министерства культуры Российской Федерации Комитетом Республики Ингушетия по туризму совместно с органами исполнительной власти в сфере туризма Северо-Кавказского федерального округа и АО «Федеральная пассажирская компания» впервые был организован железнодорожный круиз «Чайный экспресс» в рамках межрегионального культурно-познавательного туристского проекта «Великий Шелковый путь».

23 апреля 2015 года первый поезд железнодорожного круиза отправился из города Сочи. В течение шести дней участники тура увидели достопримечательности пяти регионов Северного Кавказа. В программу вошли экскурсии по Черкесску (Карачаево-Черкесия), поездка



в знаменитую своими древними башнями и замками Таргимскую котловину (Ингушетия), прогулка по ночному Грозному (Чечня), крепости Нарынкала в Дербенте (Дагестан), история которой насчитывает несколько тысяч лет. Завершилась поездка в оздоровительном центре Минеральных Вод (Ставропольский край).

В круизе приняли участие 250 человек, в том числе 15 туроператоров из КНР, 43 представителя СМИ и российские туристы. С целью развития железнодорожного круиза «Чайный экспресс» планируется его проведение на постоянной основе раз в квартал.

КОНТАКТЫ:

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

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

Workshop ANEX Tour: We Do With Love!

Туроператор ANEX Tour провел ежегодное выездное мероприятие Workshop 2015 в новом роскошном отеле SUENO DELUXE BELEK 5*, открытие которого состоялось непосредственно перед заездом партнеров компании. По традиции во время конференции были подведены итоги прошедшего года и состоялась презентация новых проектов.

Событие, которое проходило с 25 по 30 апреля, собрало более 700 гостей туроператора из 40 крупнейших городов России и представителей отельных сетей. Для своей одиннадцатой встречи с партнерами ANEX Tour выбрал особенную, поэтичную тему — «любовь», новый летний сезон стартовал под девизом «We Do With Love». Очередная встреча специалистов в области туристической индустрии отличалась особенно душевной и теплой атмосферой.

Организаторы подготовили своим гостям насыщенную и креативную развлекательную программу. Так, в первый же день агентам было предложено разделить на группы и снять свой собственный короткометражный фильм о любви, притом в сжатые сроки! На создание сценариев был выделен всего лишь один вечер. Несмотря на ограниченное время участники справились с заданием блестяще, результатом труда стали необычные и яркие видеоролики команд, каждый из которых получился очень оригинальным и веселым.

Конечно же, ключевой частью мероприятия Workshop 2015 стала конференция, на которой компания рассказала о своих планах на будущее, подвела итоги прошлого года и представила новые амбициозные проекты. Одним из



таких проектов стало приобретение собственного чартерного бренда AZUR AIR, вошедшего в состав холдинга ANEX Tourism Group. Несмотря на свой достаточно молодой возраст перевозчик может похвастаться обширной географией полетов, претендуя на роль ведущей чартерной авиакомпании страны в скором времени. Еще одной инновацией компании стало открытие нового сервиса «Авиабилеты онлайн» для турагентств. Сайт позволяет оперативно и легко приобрести билеты для туристов на регулярные рейсы практически в любую точку мира. После конференции были организованы круглые сто-

лы с участием руководителей региональных представительств, московского и головного офиса, где можно было задать интересующие вопросы, познакомиться с руководством холдинга и обсудить рабочие моменты. Следующий день был посвящен встречам с отельерами, которые рассказывали о преимуществах своих гостиничных комплексов и новинках отельных сетей.

Самым запоминающимся и ярким стал последний день выездной конференции: утренний флешмоб с тематическими танцами, олицетворяющими направления ANEX Tour, и роскошный гала-ужин вечером. После флешмоба участники перекидывали друг другу клубки разноцветных нитей, и очень скоро пестрый ковер украсил территорию отеля, став настоящим арт-объектом! Во время гала-ужина для лидеров туриндустрии выступали звезды российского шоу-бизнеса — группа «ВИА ГРА», которых сменил всемирно известный танцевальный ансамбль «Огни Анатолии».

Workshop 2015, организованный туроператором ANEX Tour, поистине стал самым грандиозным мероприятием этого года. Выбранная тема как нельзя лучше отражает партнерские отношения компании и лидеров туристической отрасли российского рынка. Так давайте это делать с ANEX Tour и с ЛЮБОВЬЮ! **ТБ**



Пестрый ковер полетной программы ANEX Tour



Перепад давления



По истечении почти года после череды громких банкротств лета 2014-го стало ясно: нынешний сезон в российском туризме пройдет по старым законодательным лекалам, а изменения — если они будут приняты до окончания весенней сессии Госдумы — вступят в силу не раньше, чем осенью 2015-го. Борьба за изменение основ российского туризма развернулась нешуточная: после первого чтения в Госдуме критикам удалось застопорить ход законодательной машины и отсрочить принятие явно «сырого» закона.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Посчитаем по осени

Работу над принятыми Госдумой в феврале в первом чтении изменениями предполагалось завершить уже к началу сезона 2015 года, но вопрос «завис». Ситуация тревожная, ведь любые поправки в отраслевой закон, будоражащие рынок с мая 2012 года, вызывают большие опасения у его игроков.

ВИКТОР ДАНН,

генеральный директор «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск)



«В России законы традиционно готовятся «под ковром», в результате чего они либо не работают, либо работают так, что и врагов не надо, — констатирует Виктор Данн, генеральный директор «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск). — У регионального туроператорского сообщества есть серьезные опасения, что в результате очередных «инновационных» изысканий в законодательстве не будет ни их, ни нишевого турпродукта». «Все напряжены новым проектом закона, который «подвис», — говорит генеральный директор компании

ВЛАДИМИР КАГАНЕР,

генеральный директор компании Tez Tour



TEZ Tour Владимир Каганер. — Рынок наэлектризован наиболее пугающим вариантом закона от Минкульта». Есть опасения, что и новый закон ситуации не изменит. «В проекте предлагаются инновации, которые точно будут отвергнуты профессионалами», — заявляет по этому поводу вице-президент РСТ Юрий Барзыкин.

ЮРИЙ БАРЗЫКИН,

вице-президент РСТ



Однако изменения в «туристический» закон все же обещают рассмотреть до летних каникул — их обсуждение намечено в Госдуме на 1 июля. До этой даты предполагается «распихать» «узкие» места в проекте: как участники рынка, так и законодатели понимают, что первоочередные перемены должны произойти в механизмах действия фингарантий и работы «Турпомощи».

Взять — и отменить

Поправки в закон «Об основах туристической деятельности в РФ», принятые в 2012 году, были вызваны крахом компании «Ланта-тур вояж». Тогда размер фингарантий оператора стал зависим от его оборота («до» и «после» 250 млн рублей в год), а их сумма, соответственно, составляет 30 млн рублей или 12% от оборота. При этом под оборотом понимается «общий объем денежных средств, полученных туроператором от реализации туристического продукта за предыдущий год».

Однако реальность подтвердила: механизм не работает. Мало того, что туристический «крупняк» правдами и неправдами занижал оборот (ООО «Лабиринт», имея страховку на 100 млн рублей, получило ее на основании оборота в 208,6 млн рублей в год), но даже близкие к реальности показатели не привели к защите прав туристов. ЗАО «Фирма «Нева» при обороте в 3,68 млрд рублей обзавелась фингарантиями в объеме 454,2 млн, а ООО «Солвекс-Турне» (при обороте в 4,55 млрд рублей) — в 450 млн рублей. Результат известен: подавляющая часть из примерно 130 тысяч туристов, пострадавших от деятельности банкротов (а их в России по итогам 2014-го оказалось около полутора десятков), получила от 2 до 20% потраченных сумм.

«Из-за непрозрачности туристического рынка страховщики не могут реально оценить принимаемые риски. Поэтому страховые компании сокращают на нем свое присутствие», — соглашается директор Департамента комплексного страхования путешественников ООО «Страховое общество «Помощь» Гаянэ Календжян. И приводит пример: с августа

ГАЯНЭ КАЛЕНДЖЯН,

директор Департамента комплексного страхования путешественников ООО «Страховое общество «Помощь»



2014-го «Помощь» прекратила заключать договоры страхования ответственности туроператоров выездного туризма, в результате чего ее портфель по этому виду страхования сократился с более чем 160 туроператоров до 31. «Страховой рынок четко дал понять, что не намерен работать с турбизнесом, — считает Анна Подгорная, генеральный директор Pegas Touristik. — Механизм фингарантий нужно пересмотреть».

АННА ПОДГОРНАЯ,

генеральный директор Pegas Touristik



Новый страховой период 2015 года ситуации не изменил: оказавшись крайними, российские страховщики стали массово покидать туристический рынок. А место СК «Восхождение» быстро заняло ООО СК «Лойд-сити», взявшееся страховать чуть ли не каждого четвертого оператора в стране. При том, что с начала 2014-го в его отношении возбуждены 179 исполнительных производств, в феврале 2015 года арбитраж ввел в компании процедуру наблюдения, а с декабря 2014-го «Лойд» регулярно привлекается к административной ответственности за невыполнение предписания Банка России. «Лойд» пытался оспорить введение процедуры наблюдения, но 27 апреля 2015 года Девятый арбитражный апелляционный суд оставил его жалобу без удовлетворения, а в начале июня Центробанк приостановил действие лицензии этого страховщика.

Как предлагается «починить» механизм? В первом чтении проекта закона (а пока только этот документ можно считать легитимным) речь идет о повышении минимума размера фингарантий с 30 до 50 млн рублей (с одновременным изменением формулировки оборота на «общую годовую цену турпродукта» — 3% в 2015-м и 5% в 2016 году). О создании фонда персональной ответственности выездных туроператоров (в него компании должны отчислять по 100 рублей на каждого туриста). И об увеличении взносов в фонд «Турпомощи» путем ввода градации от 100 до 500 тысяч рублей (в зависимости от турпотока компании).

Практически все новации вызвали вал критики со стороны бизнеса. «Нормы, предложенные в законопроекте, неисполнимы, — считает первый вице-президент АТОР Владимир Канторович. — Страховка у крупных компаний должна составлять от 500 млн до

ВЛАДИМИР КАНТОРОВИЧ,

первый вице-президент АТОР



3 млрд рублей. А застраховаться на такую сумму не у кого. И банк гарантию на эту сумму тоже не даст. «Увеличение минимального размера фингарантий защитить права туриста неспособно, — констатирует Гаянэ Календжян. — Оно может коснуться только мелких и средних туроператоров, которые и так менее «рисковые» для страховщиков. Размеры фингарантий избыточны и обременительны для мелкого и среднего бизнеса — и явно недостаточны, чтобы застраховать ответственность крупных туроператоров».

Есть ли альтернатива? АТОР совместно с Всероссийским союзом страховщиков (ВСС) предлагает отка-

Виноваты не агентства и операторы — виноваты законодатели, не создавшие понятных рабочих законов, регулирующих туристическую отрасль. В результате чего честные предприниматели оплачивают авантюризм других, остающихся при этом безнаказанными...

ВИКТОР ДАНН

генеральный директор «Олимпия-Райзен-Сибирь» (Новосибирск)

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД ЧИСЛО ТУРОПЕРАТОРОВ, ЗАСТРАХОВАННЫХ НА СУММУ ОТ

100 млн рублей, УМЕНЬШИЛОСЬ С 23 ДО 15

Цифры первоначального варианта (по поводу фингарантий и взносов в фонды) нереализуемы и внушают многим средним туроператорам опасение, не придется ли покидать рынок. На практике дополнительные поборы за защиту туриста не увеличат, зато приведут к коллапсу туристического рынка. Но сейчас есть надежда, что законодатели прислушаются к мнению экспертов отрасли

ЮРИЙ БАРЗЫКИН

вице-президент РСТ, председатель комитета ТПП по предпринимательству в сфере туризма

КАК ИЗМЕНИТСЯ ЖИЗНЬ ТУРОПЕРАТОРОВ ПОСЛЕ ПРИНЯТИЯ НОВОГО ЗАКОНА?

▼ Многократно возрастет объем финансов, предназначенных на страхование ответственности оператора.

▼ Повысится себестоимость турпродукта.

▼ Придется перестраивать отношения с агентами: в случае принятия нормы «от имени и по поручению» операторам придется отказаться от работы с некоторыми партнерами (либо вводить для них страховые депозиты).

▼ Возрастет экономический порог для входа в ТО-бизнес.

▼ В связи с введением электронной путевки появится необходимость изменения программного обеспечения.

Механизм фингарантий не оправдал себя ни для туроператоров, ни для страховщиков, ни для туристов

ГАЯНЭ КАЛЕНДЖЯН
директор Департамента комплексного страхования путешественников ООО «Страховое общество «Помощь»

Категорически не согласен с идеей о том, что фингарантии не нужны: оставить и их, и фонды персональной ответственности надо. Бизнесу придется тратить на страховку больше, чем ранее, но с точки зрения общественных интересов необходимо совершенствовать систему защиты туристов. Только так мы сможем вернуть доверие к туроператорскому сообществу

ОЛЕГ САФОНОВ
руководитель Ростуризма

заться от фингарантий — и формировать финансовую ответственность оператора за счет фондов персональной (из расчета 500 рублей с человека) и коллективной ответственности (100 рублей с человека).

ОЛЕГ САФОНОВ,
руководитель Ростуризма



Однако руководитель Ростуризма Олег Сафонов ясно дал понять: отказываться от механизмов фингарантий и «Турпомощи» никто не собирается. «Если операторы будут честно переводить средства в фонды персональной и коллективной ответственности, со временем имеет смысл отказаться от финансовых или банковских гарантий, — говорит он. — Но не сейчас». А непрозрачность турбизнеса, которая, по его мнению, как раз и ведет к проблемам с оформлением надежных страховок, может быть преодолена путем введения электронной путевки.

ПО ЭКСПЕРТНЫМ ОЦЕНКАМ, В СЛУЧАЕ ПРИНЯТИЯ ЗАКОНА В ЕГО САМОМ «СЫРОМ» ВИДЕ УЙТИ С ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА (ИЛИ В «ТЕНЬ») МОГУТ ДО ТРЕТИ РАБОТАЮЩИХ СЕЙЧАС ОПЕРАТОРОВ И АГЕНТОВ

Pro и contra

Наряду с темой фингарантий особенно спорной оказалась и «свежая» идея организации в российском туризме саморегулируемых организаций (СРО). Причем речь идет о появлении СРО как для операторов, так и для агентов. И у ее сторонников, и у противников есть серьезные аргументы.

У первых они таковы: создание СРО и передача Ростуризму полномочий по их регистрации позволило бы контролировать рынок изнутри и предвосхищать будущие проблемы.

Логика вторых такая: поскольку на практике в функции СРО фактически входит только лицензирование, схема легко может превращаться в коррупционную. «Если такая организация одна, риск оказаться не соответствующим ее стандартам многократно повышается», — соглашается руководитель юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов.

ГЕОРГИЙ МОХОВ,
основатель юридического агентства «Персона Грата»



Не говоря уже про то, что участие в СРО — мероприятие весьма затратное.

Точки зрения в отношении СРО противоречивые, а сторонников идеи в среде бизнеса крайне мало. «Мы всегда выступали за СРО в туризме и считаем это

На ее введение в течение ближайших трех лет в бюджете запланировано выделение 400 млн рублей. Однако и здесь масса проблем, начиная от расплывчатости формата электронной путевки и завершая серьезными технологическими сложностями. Ведь как «увязать» в единую систему работу всех операторов, имеющих самый разный уровень автоматизации и технического оснащения, мало кто представляет.

Что касается «Турпомощи», которая в 2014-м на вывоз более чем 39 тысяч туристов из-за рубежа потратила большую часть накопленного фонда (293 млн рублей), то ее работа будет скорректирована.

В связи с новациями компенсационный фонд «Турпомощи» предполагается реорганизовать в резервный: в «случае чего» сначала будут расходоваться деньги из персонального фонда оператора. Однако примут ли норму, по которой в фонд надо будет платить от 100 до 500 тысяч рублей, — неизвестно: как говорит генеральный директор «Балкан Экспресс» Алексей Маркелов, «пока не будет ясности с законом — все остальные решения смысла не имеют».

идеалом, к которому стоит стремиться, — говорит Майя Ломидзе. — Однако видим, что в текущих усло-

МАЙЯ ЛОМИДЗЕ,
исполнительный директор АТОР



виях саморегулирование рынка недостижимо». «СРО? Не более чем еще один инструмент, который увеличивает поборы и создает бизнесу дополнительные преграды», — уверен Виктор Данн. «СРО — ненужная прослойка в турбизнесе, которая позволит монополизировать рынок», — констатирует PR-специалист компании Apex Tour Елена Кокоева.

Не слишком привечают идею СРО и в РСТ. «Если наполнить ее реальным содержанием, можно постепенно консолидировать надежных игроков рынка и выработать стандарты бизнеса», — считает руководитель объединения Сергей Шпилько. Однако он не скрывает, что при определенных условиях СРО станет своеобразным слагаемым к доступу на рынок и может привести к его переделу в пользу «своих»

СЕРГЕЙ ШПИЛЬКО,
первый заместитель руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма г. Москвы



компаний. А вице-президент РСТ Юрий Барзыкин и вовсе полагает, что «идея СРО устарела». «Суть саморегулирования — передача контролирующих полномочий тем, кто объединяется в СРО. А сейчас единственный механизм контроля — реестр», — констатирует он. «Требования по СРО для турагентств невыполнимы, — поясняет Юрий Барзыкин. — Сумы, которые предлагают взимать со всех агентов, не покроют объем рисков на туристическом рынке и создадут невыносимые условия для его участников».

Идея СРО уже привела к расколу. Накал страстей нешуточный: на сайте change.org свыше 100 турагентов подписали петицию против создания СРО в туризме и направили ее в Госдуму. «Никакое СРО, собирающееся существовать на поборах, не сможет положительно повлиять на туристический бизнес в РФ, — заявляют организаторы. — Воров и мошенников в любой отрасли должна ждать уголовная ответственность, и за них не должны расплачиваться добросовестные участники туристической отрасли».

Однако в турагентской среде единства нет: если Альянс туристических агентств (АТА) выступает за появление СРО в туризме, то альтернативный ему «Союз турагентств» (СТА) — против. «Если говорить об агентском рынке, то в случае с СРО разрешение на осуществление агентской деятельности будет

выдавать бизнес, а не чиновники, — говорит президент АТА Андрей Гаврилов. — Он сам определит «правила игры» и требования к своим членам, которые и создают преграду недобросовестным туркомпаниям». Причем он уверен, что коррупция и СРО несовместимы. В свою очередь, Сергей Агафонов, генеральный директор сети «МГП», входящей в СТА, констатирует, что «введение обязательного СРО на агентском рынке в данный момент крайне неэффективно и может привести к коллапсу в агентской среде». «На агента ляжет непреодолимая финансовая нагрузка, с которой он как субъект микробизнеса (численный состав сотрудников в компании до 15 человек) не справится, — уверен Сергей Агафонов. — Что однозначно приведет агентский рынок к разорению».

В качестве альтернативы СРО в СТА предлагают ввести обязательный Реестр турагентств. «Его задача — сделать агентский рынок прозрачным и понятным, — поясняет Сергей Агафонов. — Реестр турагентств можно поручить вести и уже действующей структуре. Например, «Турпомощи». Как считают инициаторы этого предложения, основной функционал СРО будет соблюден, но доступ на рынок для легитимных компаний будет не только прозрачным, но и не столь затратным.

Под колпаком

Что касается еще одного спорного пункта проекта закона, работы турагентств только «от имени и по поручению оператора», то и здесь мнения кардинально расходятся.

Договор «от имени и по поручению» влечет за собой рост ответственности туроператора, увеличение объема обязанностей турагента, а также возникновение у турагента ответственности за действия третьих лиц (субагентов), если таковые будут привлекаться агентом с нарушениями закона или договора с туроператором. Фактически речь идет о том, что каждый крупный игрок рынка должен будет «просеять» агентские базы для того, чтобы заключить прямые договоры только с проверенными партнерами, поддающимися контролю. В результате независимым остаться будет крайне сложно.

СЕРГЕЙ АГАФОНОВ,
генеральный директор
сети «МГП»



Против этой идеи выступают многие. «Мы против работы агентов только от имени и по поручению туроператоров», — однозначно заявила Анна

Подгорная, генеральный директор Pegas Touristik. А генеральный директор «МГП» Сергей Агафонов говорит, что в случае принятия нормы «от имени и по поручению» придется «отказаться от независимости и попасть в кабалу или немилость туроператора».

АЛЕКСАНДР ЛАЗАРЕВ,
руководитель компании «Ла-Тур»
(Краснодар)



Но и здесь есть другие мнения: Александр Лазарев («Ла-Тур», Краснодар), к примеру, считает, что принятие такой нормы позволит очистить рынок от непрофессионалов, оставив на нем наиболее успешные независимые агентства, а также входящие во франчайзинг операторов и сетевые агентские образования с едиными стандартами сервиса. И тем самым повысить качество услуг — выживут сильнейшие.

В любом случае эксперты уверены: если сейчас законодательство в сфере российского туризма не будет изменено подобающим (и устраивающим все стороны) образом, последствия могут быть крайне опасными. **ТБ**

Создание туроператорского (туроператорских) СРО с передачей функций регистрации и контроля Ростуризму при сохранении института фингарантий — худший из вариантов. При этом наверняка будет создана питательная среда для очередных мошенничеств

АЛЕКСАНДР ЛАЗАРЕВ

генеральный директор компании «Ла-тур» (Краснодар)

КАК ИЗМЕНИТСЯ ЖИЗНЬ ТУРАГЕНТСТВ ПОСЛЕ ПРИНЯТИЯ НОВОГО ЗАКОНА?

- ▼ В случае принятия нормы «от имени и по поручению» сократится количество агентств: «в деле» останутся только успешные независимые, франчайзинг операторов и сетевые агентские образования с едиными стандартами сервиса.
- ▼ В случае появления СРО придется войти в организацию на ее правила, заплатив соответствующие взносы. Помимо вступительного взноса, агенту нужно будет содержать аппарат СРО, регулярно предоставлять в СРО отчетность о своей деятельности, нести коллективную ответственность перед туристами разорившихся (или умышленно ушедших с рынка турагентств), пополняя компенсационный фонд СРО. А также регулярно проходить аудиторские проверки (за собственный счет).
- ▼ В связи с удорожанием турпродукта по внеэкономическим причинам нужно быть готовым к еще большему снижению числа «выездных» клиентов.

Всё, до чего я ни дотронусь, превращается в сеть!

РАШАД МАМЕДОВ, владелец и генеральный директор TBS Group — признанный ньюсмейкер профессионального туристического поля, причем эту роль он играет органично и непринужденно. Собственно, он просто живет в ней. Живет удачно, что и провоцирует постоянный интерес сообщества.



С чего начинается ваш рабочий день? Вам не страшно входить по утрам на профильные интернет-ресурсы, чтобы обнаружить там новый сюрприз со стороны регулятора или узнать об очередном крахе коллеги-туроператора?

Действительно: пришел вчера на работу и слышу — ушел с рынка казахский оператор Travelsystem. Но ведь в бизнесе нельзя вечно зарабатывать. Иногда приходится и терять... Стиль и методы нашей работы минимизируют такое воздействие любых сюрпризов, которое было бы критичным для компании. Худшее, что может случиться, — это выход из строя компьютерного обеспечения деятельности TBS. Что касается человеческого фактора, то мой самый серьезный оппонент и соперник — это я сам. Если мы договоримся — всё будет в порядке.

Какая деловая среда представляется оптимальной для управляющей компании сетевого объединения — та, в которой торжествует агентское саморегулирование? Стоит ли играть на стороне сил, выступающих за введение жесткого контроля, который оставил бы на рынке только мажоров, сильные агентства? Или в этом аквариуме должны плавать и щуки, и караси?

Всегда считал, что некий регулятор на рынке присутствовать должен. Им может являться и СРО — подержу такой вариант. Главное — ввести и соблюдать стандарты, способные обеспечить качество услуги. Сейчас регуляторским функциям, кто бы их ни пытался осуществлять, явно не хватает мышц.

Есть и моральная, скажем так, сторона вопроса. Как только в туриндустрии появляется успешный игрок, другие тут же пытаются разглядеть за его успехом корыстные причины и цели. Почему, для кого, кто помог — вплоть до проявления открытой ненависти. В других отраслях бизнеса я таких явлений не наблюдаю. Главное объяснение вижу в недостатке в туризме профессионалов. Уволенная сегодня девушка-менеджер находит двести тысяч рублей и открывает на завтра собственное агентство. Появился еще один генеральный директор. Вот с чего надо начинать регулятору... Неплохо было бы также условиться относительно того, что понимать под сильным агентством. Вывески уполномоченного агентства для этого явно не хватает.

А сколько требуется отраслевых объединений для наведения порядка? Теперь их уже два, АТА и СТА...

Первая ассоциация объединила в основном владельцев туристических структур, вторая — наемных работников. Интересы этих групп совпадать не могут. Я глубоко уважаю руководителей АТА и при этом считаю учредителей СТА весьма профессиональными людьми с конкретными целями и задачами. Давайте радоваться тому, что в обе организации входят сильные и интересные компании. А кто возьмет верх — сторонники или противники СРО, мы рано или поздно увидим.

Насколько вы угадали с приобретением сетей «1001 тур» и «Мастер отдыха»? Является ли укрупнение бизнеса тем вектором, который придает стабильность всей отрасли? Где находятся границы управляемости?

Насчет угадали — на сто процентов да. Всем, кто меня знает, известно: я жду кризиса, чтобы приобрести компании. Для меня это время роста. Что касается этого конкретного выбора: я провел анализ и убедился, что «1001 тур» существует не ради вывески, а для того, чтобы обслуживать туристов. После оптимизации штата и решения некоторых управленческих проблем компания находится в хорошем тонусе.

Укрупнение само по себе значит не так много. В неопытных руках оно может создать иллюзию того, что своим успехом ты обязан собственному таланту руководить, в то время как рост показателей турфирмы может быть лишь производным от подъема экономики на каком-то этапе. В эту ловушку попались и некоторые из тех, кто не так давно считался локомотивами туристической отрасли. К наступлению следующего кризиса эти люди оказались полностью неготовы. Туристический рынок иногда расслабляет... А граница управляемости совпадает с границей компетентности. Что ж, будем учиться на ошибках наших друзей и коллег, которым пришлось уйти.

Вы говорили не так давно о стремлении «создать хорошо управляемую сеть» и для этого «сконцентрироваться на избранном числе отелей в определенном круге стран, чтобы дать в итоге заработать и операторам, и турагентам». Не опасаетесь ли вы на этом пути конфликтов наподобие того, который возник у туроператоров Coral Travel и Sunmar, входящих в холдинг OTI Group, с агентскими сетями TBS Group? Чем, кстати говоря, он разрешился?

Ничем. Мы перестали сотрудничать, но соблюдаем взаимный нейтралитет. Цель создания хорошо управляемой сети актуальна как никогда, равно как и мое нежелание действовать под диктовку операторов. Если кто-то умеет продавать, ему достаточно иметь в партнерах пару операторов. К тому же мы владеем такими ресурсами, как ruspo.ru, hotelout.ru и turizm.ru. Из-за рекламы отелей на этих ресурсах, собственно, и возник конфликт — их пытались запугать. Прямо скажу, это грязная игра. И бесперспективная. Жаль, что мои партнеры, которых я давно и хорошо знаю, с которыми мы в свое время одновременно начинали бизнес, выбрали конфликтный путь ведения дел. Если они хотят гордиться тем, что кого-то им удалось отлучить от работы с TBS — пусть это станет им наградой, однако большинство партнерских отелей с нами осталось. Я придаю большое значение этике деловых отношений — точнее сказать, применению этой этики в каждодневном режиме. Одно этого хватило бы, чтобы сделать туристический бизнес более прозрачным.

Попробуем укрупнить масштаб беседы. Признаете ли вы наличие системного кризиса в российской туриндустрии?

Кризис есть, но винить в нем следует самих себя — пусть слабые ищут причины неудач на стороне. Это я о том, что плохие законы якобы дают возможность собственную ответственность умять. Но одну вещь надо обозначить абсолютно четко: туроператор должен нести ответственность за проданный тур исключительно при условии, что уже получил оплату за него от турагента. Это надо зафиксировать на законодательном уровне. А компенсация за аннуляцию тура, которая идет в карман оператора за счет агентства — разве это справедливо?..

Я убежден, что ответственность турагента заканчивается в тот момент, когда он, получив деньги от клиента, расплатился с туроператором. Кроме того, существуют как бы невидимые системе вещи. Например, не выполнившего свои обязательства туроператора сажают под домашний арест. А перевозчики — они что, бесплатно летали, прежде чем отказались возратить людей домой? Или расчеты с ними велись каким-то другим путем?..



Как только в туриндустрии появляется успешный игрок, другие тут же пытаются разглядеть за его успехом корыстные причины и цели. Почему, для кого, кто помог — вплоть до проявления открытой ненависти. В других отраслях бизнеса я таких явлений не наблюдаю



Я придаю большое значение этике деловых отношений — точнее сказать, применению этой этики в каждодневном режиме. Одного этого хватило бы, чтобы сделать туристический бизнес более прозрачным

Законодательные инициативы, направленные на регулирование отрасли, производят зачастую впечатление хаоса. Не пора ли туристическому бизнесу заняться активным цивилизованным лоббированием своих интересов в тех инстанциях, которые определяют законодательную практику в туризме на годы вперед?

Хорошая идея. На месте АТА и СТА я бы попытался провести в законодательные органы своих депутатов, обязательно профессионалов, — может быть, они там сумеют что-нибудь объяснить. Сегодня лоббизм того рода, о котором вы говорите, носит любительский характер и дает скорее случайные результаты.

Где искать точки роста российского туристического бизнеса?

Например, в подготовке адекватных квалифицированных специалистов. Туристические кадры на рынок труда приходят, но с вузовским дипломом ребята за 20 тысяч работать не хотят, а те, кто на это согласен, — люди без хорошего образования, и с работой они не справляются. У TBS собственных офисов — 92 только в Москве, плюс 280 франчайзинговых, и я взял бы на работу человек сто прямо сегодня, но где их найти? Каждый кандидат сразу хочет быть руководителем! В итоге выпускники с дипломами отправляются гидами в Турцию или Египет.

Видимо, нам самим надо идти в вузы или на факультеты туризма и подбирать будущие кадры за полтора-два года до окончания ими курса. Кстати, я мог бы предложить будущим «продажникам» про-

фессиональное форматирование уже на рабочих местах в TBS.

Существует ли рецепт успешного бизнеса, который позволял бы разумно рисковать, благородно конкурировать и при этом всегда побеждать?

Побеждать всегда невозможно — можешь проиграть самому себе. Рецепт... Надо уметь войти в положение каждого менеджера, на любом уровне, вплоть до курьера. Отрицаю схему, при которой владелец компании нанимает управленцев и руководит уже ими. Это не работает хотя бы потому, что наемный управленец, опасаясь конкуренции снизу, не даст ходу перспективным кадрам. Я способен выполнять работу любого своего сотрудника, и потому могу считать, что адекватно контролирую ход событий.

Есть ли у вас сверхамбициозная цель, именно из-за этого и нереализованная?..

Из того, что я наметил сделать в жизни, выполнено процентов пять... Идеи возникают и становятся реальностью достаточно оперативно. Например, недавно у нас появился собственный трансфер — людей в аэропорты возит TBS-такси, их семьдесят, и они наши собственные. Пошли от продаж, добавили услуги, так что же может стать следующим шагом? Отель!..

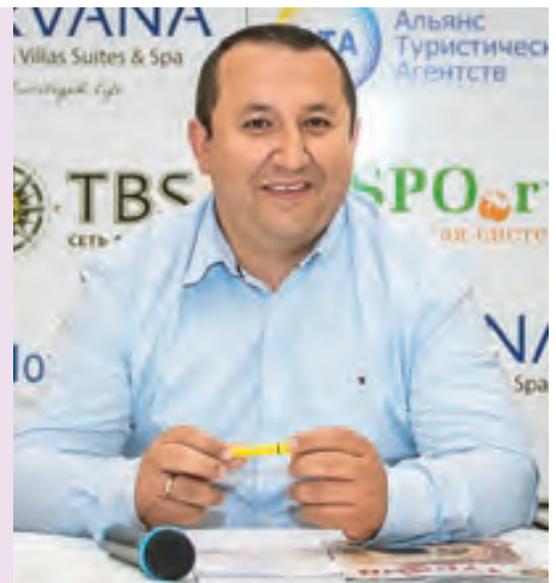
Один?.. Что это решает?

Вы знаете, всё, до чего я ни дотронусь, превращается в сеть!.. А если серьезно, есть мысль о том, чтобы создать холдинговую компанию и заниматься многими вещами. Кроме туроперейтинга! Слишком много рисков. **ТБ**

Беседовал Геннадий Габриэлян

ДОСЬЕ «ТБ»

Рашаду Мамедову 38 лет. Женат, двое детей. В университете турецкого города Эдирне получил диплом компьютерного инженера. В туризме начинал сопровождающим групп, затем гидом на Анталийском побережье, но уже в 2003 году стал директором принимающей компании HotelBeds, принадлежавшей TUI. В 2006 году, после переезда в Россию с женой-россиянкой, получил работу в турецком департаменте компании «Скайвей», позже вошедшей в «Интурист». Работал также в компании ANEX Tour на должности директора отдела маркетинга, затем в «Макси-туре». В 2007 году открыл, вместе с партнерами, собственное дело — центр бронирования «Онлайн-воаж». В 2011 году запустил компанию Travel Business Service (TBS). Любимое место отдыха — Анталья. Хобби — семья.



Всем, кто меня знает, известно: я жду кризиса, чтобы приобретать компании. Для меня это время роста

Тб workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в осенней серии workshop «Турбизнес»

7–11 сентября

21–25 сентября

29 сентября–2 октября

6–9 октября

13–16 октября

20–21 октября

22–23 октября

26–29 октября

29–30 октября

Тольятти – Ульяновск – Пенза – Саратов – Волгоград

Екатеринбург – Уфа – Самара – Казань – Н.Новгород

Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск

Пермь – Челябинск – Тюмень – Сургут

Омск – Новосибирск – Красноярск – Иркутск

Владивосток 🇷🇺 – Хабаровск 🇷🇺

Астана – Алма-Ата

Мурманск – Архангельск – С.-Петербург* – Калининград

Минск – Витебск 🇷🇺

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

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

СНГ – 21 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

* Мероприятие пройдет в формате бизнес-завтрака

Внутренний туризм:

Нынешний летний сезон особенный для отечественных курортов. Им что они ничем не хуже западных конкурентов и, таким образом, в международной конференции WTM Vision и ответившие на вопросы

ТЕКСТ
СОФЬЯ
КОНСТАНТИНОВА



КОНСТАНТИН ГАРАНИН,
директор
по территориальному развитию
курорта «Роза Хутор»



АЛЕКСАНДР ПАНЬКО,
руководитель
офиса
VisitSweden
в России

ВОПРОСЫ «ТЪ»

- Как вы оцениваете рост спроса на путешествия внутри России? Характерна ли для этого года массовая переориентация туристов с зарубежных курортов на отечественные?
- Смогут ли Крым и Кавказ заменить Альпы и Средиземное море?
- Какие маркетинговые шаги необходимо предпринять для увеличения привлекательности нашей страны как туристического направления?

Интерес к путешествиям по России вырос, однако полного переключения с зарубежных курортов на российские не происходит и, на мой взгляд, снижение выездного туризма не будет приводить к пропорциональному росту внутреннего.

Если «Роза Хутор» может чувствовать себя хорошо в силу того, что здесь была построена великолепная инфраструктура, то в других российских регионах она развита в гораздо меньшей степени. Те люди, которые сейчас переориентируются с внешних на внутривосрийские направления, в большинстве случаев не найдут того, к чему привыкли на иностранных курортах.

И это касается не только гостиниц. Инфраструктуру следует рассматривать в более широком смысле: ведь туристу нужно не только проживание, но и культурный досуг — чем заняться, куда сходить, что посмотреть и так далее. Выходит, что мы вроде бы получили «большого туриста», который готов поехать по России, но ехать-то, по сути, некуда. С одной стороны, наши курорты частично заменят зарубежные, но чтобы это реально произошло, им очень быстро, в течение года, максимум полутора лет, надо совершить принципиальный инфраструктурный скачок.

Еще одна серьезная проблема — отсутствие культуры потребления

туристического продукта. В России есть город Торжок с потрясающей архитектурой и вкусными пожарскими котлетами, но турпоток туда микроскопический. При этом когда я рассказываю иностранцам о руинированных церквях Торжка, они приходят в настоящий восторг, так как у них есть культура посещения руин и развалин как памятников, а у нас в руинах видят только «дома под снос».

Я считаю, что главные маркетинговые ходы, которые должна сделать российская туротрасль, — перестать продавать тот продукт, которого у нас нет, а научиться продавать то, что у нас есть. У нас нет шикарных пляжей и жарких морей, но есть северные моря, есть горы. Нужно быть креативными, развивать трекинг, хайкинг, скайраннинг и многое-многое другое. Большое внимание следует уделять повышению уровня образованности туристов. Многие ли знают, зачем ехать в Сочи осенью или весной, что интересного в том же Торжке, Старицах? Сегодня у турбизнеса замечательное время — время возможностей. Те турфирмы, которые выйдут за привычные рамки и предложат что-то новое, смогут захватить нишевые рынки и занять там лидирующие позиции. Однако нужно поторопиться: время возможностей будет длиться не более трех-четырёх лет. **ТЪ**

Вэтом году многие туроператоры переключились на внутренний туризм, но вопрос, получится ли у них работать в этом сегменте, остается открытым.

Большинство туристов пользуется услугами туроператоров потому, что не знают иностранного языка и хотят получить готовый турпакет с чартерным рейсом. По России путешествовать гораздо проще: нет языкового барьера, железнодорожные билеты можно купить онлайн, номер в гостинице также забронировать заранее или снять уже на месте.

Сейчас в России есть ряд курортов, которые ожидаемо будут пользоваться популярностью. Самый яркий пример — Сочи. В город были вложены крупные инвестиции, что позволило ему стать курортом европейского уровня. Однако в мире существует множество уникальных дестинаций, и в России невозможно найти замену, например, Стокгольму или Лондону.

Наша страна привлекательна для туристов благодаря наличию неповторимых природных памятников. Но опять же — российская природа не заменит Красное море Египта. Один из наиболее важных моментов — цены. Сейчас тур,



пан или пропал

предстоит не только выдержать массовый наплыв туристов, но и доказать, сделать себе «задел» на будущее. Эксперты отрасли, принявшие участие «ТБ», спрогнозировали, будет ли это будущее светлым.



ЭЛЬВИРА ТАРАСЕНКО,
директор по развитию
в России и странах СНГ
управляющей компании
Interstate Europe

включающий посещение Финляндии, Швеции, Норвегии и Дании начинается от 20 тысяч рублей. Какую замену можно предложить в России? Поездку по городам Золотого кольца. Но эта замена на один раз, а потом турист все равно вернется в Европу.

Российским дестинациям необходимо активно работать над качеством продукта, ориентируясь на потребности клиентов. Для развития туризма внутри России необходимо наличие транспортной инфраструктуры: это касается и дорог, и дешевой авиaperевозки. Особое внимание стоит уделить вопросам безопасности. Государству изначально нужно создать конкурентоспособный продукт, и тогда он будет работать сам на себя. Также следует развивать туристические кластеры.

Потребительское поведение меняется, россияне стали очень внимательно смотреть на цены. Поэтому мы рекомендуем туроператорам ориентироваться на этот критерий при формировании турпакета, а также создавать что-то уникальное, что туристам будет сложно реализовать самостоятельно. И главное — спокойно продолжать работать, кардинально не меняя стратегию своего бизнеса. **ТБ**

Спрос на отдых внутри России вырос, динамика продаж в сочинских отелях под управлением Interstate положительная. Туроператоры, турагентства, которые до этого занимались преимущественно выездным туризмом, активно налаживают работу с курортом, и мы всячески идем им навстречу.

Зимний сезон был очень удачным для Сочи. На горнолыжные курорты приехало много клиентов высокого уровня, которые ранее предпочитали отдыхать за границей: речь идет о сотрудниках государственных организаций и корпораций — тех, кому был официально запрещен или же не рекомендован выезд за рубеж. Таким образом, Сочи и другие российские направления неожиданно стали интересными и популярными.

Хочется надеяться, что государство не прекратит поддерживать внутренний туризм и развивать инфраструктуру в нашей стране. Если у людей в силу экономических причин не будет возможности выезжать за рубеж, то возникнет монополия, рынок потеряет стимулы к развитию, это приведет к его деградации. Необходимо приложить максимум усилий, чтобы наши туристы делали выбор в пользу отечественных курортов в силу объективных причин, а не потому, что больше некуда поехать.

Я бы со стороны властей задумалась об укреплении имиджа России за рубежом, а также о создании комплексной программы, нацеленной на выработку четкого понимания у российских и зарубежных туристов, чем славен и интересен каждый российский регион. **ТБ**



АНДРЕЙ СУЛЕЙКОВ,
эксперт в разработке
мобильных приложений,
CEO TopTripTip

Топ-5 самых популярных направлений в нашем мобильном приложении очень показателен.

Лидируют Москва и Санкт-Петербург, далее следуют Краснодарский край, Крым и Татарстан. Жители этих регионов чаще других скачивают наше приложение, и этими же регионами больше всего интересуются пользователи программы.

Основной тренд нынешнего года — рост самостоятельных путешествий по России. Кризис заставляет наших граждан сокращать расходы на поездки, поэтому они пытаются экономить и не переплачивать посредникам. Люди сами планируют путешествие, бронируют гостиницу, самостоятельно добираются до пункта назначения, на месте покупают экскурсии и так далее.

Инфраструктура в России не в лучшем состоянии, но быстро изменить мы ее не сможем, поэтому нужно опираться на то, что есть. Сейчас в нашей стране разрабатывается и реализуется множество уникальных проектов. Например, из Архангельской и Мурманской областей ходит ледокольный шаттл на Северный полюс, на Байкале организуются соревнования по зимнему гольфу, в Кировске каждую зиму работает Снежная деревня. Такого рода проекты являются локальными магнитами, притягивающими туристов. Ближайшие несколько лет — это реальный шанс для страны сделать ожерелье из них. **ТБ**

Небесный передел

Значительное сокращение спроса на отдых за рубежом привело не только к падению объемов продаж у туроператоров, но и к заметному снижению международного пассажиропотока. В результате в течение весны 2015 года в Россию перестал летать ряд зарубежных перевозчиков, а отечественные авиакомпании отказались от десятков рейсов за границу. Но находятся и смельчаки, готовые открывать новые направления даже сейчас.

ПО ДАННЫМ РОСАВИАЦИИ,
В ТЕЧЕНИЕ ПЯТИ МЕСЯЦЕВ 2015 ГОДА
ИНОСТРАННЫЕ И РОССИЙСКИЕ
АВИАПЕРЕВОЗЧИКИ ОТКАЗАЛИСЬ
ОТ ПОЛЕТОВ ПО БОЛЕЕ ЧЕМ

100

ЗАРУБЕЖНЫМ МАРШРУТАМ,
КАК РЕГУЛЯРНЫМ,
ТАК И ЧАРТЕРНЫМ



В преддверии летнего сезона зарубежные авиакомпании оптимизировали перевозку в Россию, отечественные — отказались от целого ряда рейсов за рубеж

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

ПАССАЖИРОПОТОК НА
МЕЖДУНАРОДНЫХ ЧАРТЕРАХ
ИЗ АЭРОПОРТОВ МОСКВЫ
В ЯНВАРЕ–МАРТЕ 2015 ГОДА
СНИЗИЛСЯ ПО СРАВНЕНИЮ С
АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ
2014 ГОДА В 2 РАЗА ДО

652,4

ТЫСЯЧИ
ЧЕЛОВЕК

Тенденция сохраняется: по сведениям Aviasales.ru только 15% билетов, приобретенных россиянами на период июнь–август 2015 года, приходится на европейские направления. Одновременно почти две трети объема продаж занимают внутренние направления, которые, в отличие от международного трафика, продолжают стабильно расти.

ПРИНИМАЕМ ВНУТРЬ

Общую картину легко составить по сведениям аэропортов: практически все воздушные гавани РФ фиксируют падение международного трафика на фоне роста внутреннего.

Так, пассажиропоток Домодедово на внутренних воздушных линиях (ВВЛ) в январе — апреле 2015 года вырос на 7,8%, а вот на международных воздуш-

ных линиях (МВЛ) зафиксировано падение в 24,5%.

При этом увеличение пассажиропотока по таким направлениям, как Симферополь, Петербург, Сочи, Калининград и Мурманск, составило 67,4%.

А вот в самом Симферополе пассажиропоток возрос на 340%... В Пулково (Петербург) за этот же период общий пассажиропоток сократился по сравнению с аналогичным периодом 2014-го на 2,3%, однако если поток пассажиров на ВВЛ за 4 месяца вырос на 14,3%, то на МВЛ — упал на 20,4%.

Аналогична картина и в регионах. В Кольцово (Екатеринбург) общий пассажиропоток в первом квартале 2015-го сократился на 13,6%. В Большом Савино (Пермь) — на 7,3%. ОАО «Международный аэропорт Нижний Новгород» обслужил пассажиров на 22,3% меньше уровня аналогичного периода предыдущего года. Храброво (Калининград) — на 9,6%. Но самое главное — при росте внутренне-

го пассажиропотока международный продолжает хиреть. В Нижнем Новгороде он упал вдвое, а в Калининграде — на 34,7%.

«Основная причина — экономическая, — считает Евгений Ильин, коммерческий директор эксплуатирующего Пулково ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» (ВВСС). — Авиакомпания оптимизируют маршрутную сеть в соответствии с уровнем спроса, который имеется». А по оценке Aviasales.ru, на лето-2015 объемы продаж билетов «внутри» страны прибавили около 15%, тогда как зарубежные направления потеряли как минимум столько же.

Отчасти ситуацию обуславливает тренд развития туризма: в течение первого квартала 2015-го, по сведениям PCT, I Fly и Nordwind Airlines потеряли 60% пассажиропотока, Pegas Fly — 43%, Metrojet — 41%, а Nordstar Airlines — 32%. Как считает генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий Горин, больше всего в ходе оптимизации перевозки пострадали «экзотические» направления (Куба, Доминикана, Таиланд и т. д.), а вот «спрос на Грецию, Испанию, Италию, Черногорию и Хорватию сейчас показывает рост». Падение турпотока заставило операторов отказываться прежде всего от вылетов из регионов: многие из них (Pegas Touristik, TUI Russia, НТК «Интурист») сделали это еще в начале года. «К запуску региональных полетных программ надо подходить крайне взвешенно и тщательно просчитывать их эффективность», — говорит по этому поводу генеральный директор НТК «Интурист» Виктор Тополкараев.

ОДНИ УХОДЯТ, ДРУГИЕ РАСТУТ

В условиях падения спроса перевозчики оптимизируют расходы. При этом одни сокращают флот (Nordwind вывел из эксплуатации 10 бортов), другие — переориентируют лайнеры на регулярные (в том числе внутренние) перевозки, а третьи вообще отказываются от невыгодных маршрутов.

И в первую очередь как наши, так и иностранные авиаперевозчики «режут» не востребовавшие зарубежные рейсы из регионов. Еще в конце марта Росавиация опубликовала список из 71 международного маршрута, от которых отказались российские авиакомпании. Как правило, речь шла о ранее полученных назначениях на международные рейсы, которые перевозчики не хотят выполнять.

В списке «отказников» оказались практически все крупные перевозчики страны, включая «Аэрофлот». UTair, к примеру, решила не летать из Петербурга в шесть зарубежных городов. «Трансаэро» отказалась от ряда региональных рейсов в Барсело-

ну, а также от перелетов из Москвы в Гавану и Мумбаи. «Аэрофлот» не захотел летать из Москвы в Канкун и Пунта-Кану. А «Уральские авиалинии» уже в мае 2015-го отсеклась сразу от 40 допусков по ряду направлений. Среди них и такие «отпускные», как рейсы из Москвы в Овду, Жирону, Штуттгарт и Ниш, из Питера и Сургута в Дубай, из Питера, Симферополя и Ростова-на-Дону в Тель-Авив, из Краснодар в Пафос и Будапешт.

Иностранные авиакомпании действуют аналогично: некоторые уходят с российского рынка вовсе, а другие сокращают программы регулярных полетов. По словам заместителя главы Минтранса РФ Валерия Окулова, из России «ушли» компании Air Niki, Cathay Pacific, Thai Airways и Srilankan Airlines. Такие, как EasyJet, CSA или Emirates, сократили частоту полетов. А Delta «урезала» программу на Нью-Йорк, а с 1 декабря 2015 года намерена приостановить полеты в Россию.

Однако не все действуют в тренде. Один из ярких примеров — испанская Vueling, которая в начале мая встретила в Домодедово миллионного пассажира. «За шесть лет наша маршрутная сеть расширилась до 12 направлений, а рейсы сейчас выполняются из семи аэропортов России», — подчеркивает представитель департамента международных продаж Vueling Хесус Бланко. И даже сейчас (в конце мая) Vueling открыла новый маршрут из Петербурга в Малагу. Комментируя этот шаг, главный аналитик агентства «Авиапорт» Олег Пантелеев говорит: «Направление Петербург — Малага интересное, однако его успешность будет зависеть от целого ряда экономических и политических причин».

И это не единственный пример: по данным Росавиации, в апреле допуск на выполнение рейсов из Салоников (Греция) в Петербург, Казань и Ростов-на-Дону получила компания Ellinair, а в мае итальянская Mistral Air назначена перевозчиком на линиях из Вероны в Москву и Питер. А Brussels Airlines, «дочка» Lufthansa, весной 2015-го открыла регулярные рейсы из Петербурга в Брюссель.

На внутреннем рынке главным направлением роста курортных авиаперевозок, безусловно, остается Крым. В первом квартале 2015-го авиакомпании РФ перевезли на полуостров 487,5 тысячи человек, а летом туристов в Крыму намерены считать уже миллионами. Для чего правительство РФ увеличило количество субсидируемых маршрутов в Симферополь до 43 (в перечень дополнительно включили вылеты из 23 городов страны) и установило квоту, по которой не менее 30% от общего количества мест в самолете (в салоне экономкласса) будет продаваться пассажирам по специальному субсидированному тарифу. **ТЕ**

Купить билет до столицы и тур из Москвы часто выходит дешевле, чем тур с вылетом из другого города

ИВОР ВУКЕЛИК

директор по продукту, контрактингу и IT «TUI Россия»

РАЗМЕР СУБСИДИЙ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОГРАММЫ ВОЗДУШНЫХ ПЕРЕВОЗОК ПО МАРШРУТАМ ИЗ ГОРODOB РФ В СИМФЕРОПОЛЬ В 2015 ГОДУ СОСТАВИТ

611,8
МЛН
РУБЛЕЙ

НЕКОТОРЫЕ «ОТПУСКНЫЕ» НАПРАВЛЕНИЯ, ПО КОТОРЫМ БЫЛА СОКРАЩЕНА ПЕРЕВОЗКА ИЗ РОССИИ:

- Куба
- Мексика
- Доминикана
- Таиланд
- Индия
- Шри-Ланка
- ОАЭ
- Израиль



Куда текут реки онлайн-продаж

Онлайн-продажи билетов и других туристических продуктов — это уже значимая, весьма заметная часть российского туристического рынка: в 2014 году туристические услуги через интернет покупали 9 млн человек, которые в сумме через Сеть заказали билетов, отелей и туров примерно на 400 млрд рублей. А что происходит и будет происходить с онлайн-продажами в непростом 2015 году?



ТЕКСТ
БОРИС ОВЧИННИКОВ

Проще всего ответить на этот вопрос применительно к рынку пассажирских железнодорожных перевозок. Последние месяцы не принесли никаких резких изменений: начиная с зимы 2012/2013 объемы пассажирских перевозок сокращаются: политика РЖД по оптимизации расходов в сочетании с конкуренцией со стороны авиакомпаний и автотранспорта дает свои результаты. С лета 2013 года темпы сокращения пассажиропотока на железной дороге держатся на уровне 4–10% в год, и первые два месяца нового года не стали исключением.

В то же время онлайн-продажи билетов на поезда устойчиво растут. На сайте РЖД (а через этот канал проходит около 90% всех покупок железнодорожных билетов в Сети) за 2014 год было сделано около 21 млн заказов и куплено 28 млн билетов. Это более чем на 4 млн заказов превосходит показатели 2013 года. За год доля железнодорожных билетов, продаваемых через сайт РЖД, выросла с 21% до 27%, а недавно перевозчик сообщил о том, что в первые два месяца 2015 года доля онлайн-продаж достигла 31%.

Мы отслеживаем динамику продаж билетов на сайте РЖД, и эти данные — если их очистить от сезонности и пересчитать на суммарные показатели

за 12 месяцев — показывают устойчивый и стабильный рост онлайн-канала. Продолжив линию тренда, мы можем получить прогноз на 2015 год: 32–33 млн заказов, что примерно на 15% выше показателей 2014 года. Это заметное замедление роста — по сравнению с +25% в прошлом году и +50% в 2013 году — но очень неплохой результат на фоне снижения объемов перевозок и на фоне проблем других сегментов рынка online-travel.

Если сокращение пассажирских железнодорожных перевозок — явление не новое, то для авиаперевозок в страны дальнего зарубежья это новая или, точнее, хорошо забытая реальность. Два года назад темпы роста количества пассажиров на международных рейсах составляли около 25% в год, во второй половине 2013 года рынок замедлился до +11%, в январе–сентябре 2014 года показатели были на 3–13% выше, чем в аналогичные месяцы 2013 года. Однако с октября, вместе с новым витком обесценивания рубля, данный сегмент рынка путешествий пошел в пике — нулевой рост в октябре, -6% в ноябре, -8% в декабре, -19% в январе, -22% в феврале. И дело в сезонности — ведь сравнение идет с теми же месяцами осенне-зимнего сезона 2013/2014 годов.

Динамика сегмента международных пассажирских авиаперевозок последних месяцев пока удивительно точно повторяет — и по амплитуде, и даже по календарю — график кризиса 2008–2009 годов. При всех совпадениях, пока есть большие сомнения в том, что 2015 год сможет повторить кривую 6-летней давности (график 1).

В любом случае одно принципиальное отличие динамики рынка в 2015 и 2009 годах уже налицо: 6 лет назад сегмент внутренних авиаперевозок начал сокращаться раньше и сокращался сильнее, чем авиаперевозки международные, а в этом году столь же глубокий, как и в 2009 году, спад на международных линиях сочетается с продолжающимся ростом внутрироссийских перевозок.

Поразительно, но изменение тренда на рынке авиаперевозок практически не отразилось — по крайней мере, пока — на онлайн-статистике. И это при том, что уже в 2014 году 35–40% всех розничных продаж авиабилетов шло через интернет. Если судить по посещаемости, то темпы роста онлайн-продаж не снижа-

ются — но только все дальше расходятся друг от друга тренды для прямых продаж через сайты авиакомпаний и для ОТА. По оценкам на основе данных Webomer, количество посещений сервисов перевозчиков в январе–феврале 2015 года было в среднем в 1,5 раза выше (+54%), чем в аналогичный период 2014 года (график 2). Этот рост намного превышает показатели первой половины 2014 года и даже выше показателей второй половины прошлого года. С посещаемостью сайтов ОТА ситуация противоположная — если год назад они показывали почти такую же динамику, как и сайты авиакомпаний, то теперь по темпам роста посещаемости они отстают в 7 раз.

Баланс сил сдвигается в пользу прямых онлайн-продаж авиакомпаниями в силу целого ряда факторов — тут и более жесткие правила и ограничения, выставляемые перевозчиками агентам, и подпитываемое банкротствами туроператоров и памятью о кейсе Evierra недоверие покупателей к любым агентствам, и вынужденное сокращение маркетинговых бюджетов со стороны ОТА. Уже в 2014 году объем прямых онлайн-продаж авиабилетов перевозчиками почти вдвое превысил продажи через ОТА и можно уверенно прогнозировать увеличение разрыва в текущем году.

Возвращаясь же к утверждению о том, что спрос на авиабилеты в интернете не снижается, в качестве подтверждения можно привести еще один корпус данных — статистику поискового спроса. Если усреднять данные (используется статистика Яндексa) по всей совокупности наиболее популярных запросов, связанных с поиском и покупкой билетов, то окажется, что количество таких запросов как росло в среднем со скоростью около 25–35% в год, так и растет. По другим туристическим темам динамика поискового спроса заметно хуже: частота запросов про визы уже давно сокращается, но если раньше темпы сокраще-

ния составляли около 10% в год, то в первые месяцы 2015 года количество подобных запросов в 2 раза ниже показателей годичной давности; запросы по отелям прибавили +30% в июле–октябре 2014 года, но уже в ноябре рост сошел на ноль, а в начале 2015 года количество подобных запросов снизилось на 25–30%.

Наибольшие же изменения претерпел спрос на туры. Два года назад количество запросов со словом «тур» и указанием любого конкретного месяца росло со скоростью около 100% в год, а в первой половине 2014 года — вплоть до июня включительно — темпы роста держались на уровне около +25%. Но уже в июле количество запросов было на 10% ниже, чем в том же месяце 2013 года, а затем спад усилился до -25% в годовом выражении.

Можно говорить о том, что именно «ушедший» из сегмента туров поисковый спрос обеспечил оживление спроса на отели осенью 2014 года и поддержал динамику спроса на авиабилеты. Более того, динамика спроса на туры еще и объясняет во многом статистику рынка авиабилетов — спад авиаперевозок затронул только международный сегмент именно потому, что в основном он был обусловлен обвалом на рынке готовых туров и чартерных перелетов, ситуация с регулярными рейсами намного лучше. И этим же объясняется то, что фиксируемое официальной статистикой сокращение объемов перевозок практически не отразилось на показателях онлайн-продаж.

В целом же статистика показывает, что, по крайней мере, на данный момент связанные с влиянием кризиса изменения на рынке пассажирских перевозок и путешествий не столь уж и значительны. Исключения составляют сегменты туров и чартерных перелетов. Их масштаб, к счастью, недостаточен для того, чтобы остановить рост онлайн-продаж — постепенный переток продаж туристических продуктов из офлайна в онлайн продолжается. **ТБ**



Баланс сил сдвигается в пользу прямых онлайн-продаж авиакомпаниями в силу целого ряда факторов — тут и более жесткие правила и ограничения, выставляемые перевозчиками агентам, и недоверие покупателей к любым агентствам, и вынужденное сокращение маркетинговых бюджетов со стороны ОТА

БОРИС ОВЧИННИКОВ

партнер исследовательского агентства Data Insight

ДИНАМИКА ПАССАЖИРОПОТОКА НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙСАХ

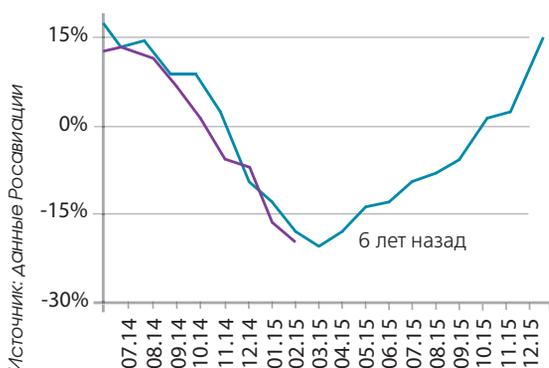


График 1

*без учета рейсов между Россией и странами СНГ

ДИНАМИКА ОНЛАЙН-ПРОДАЖ АВИАБИЛЕТОВ

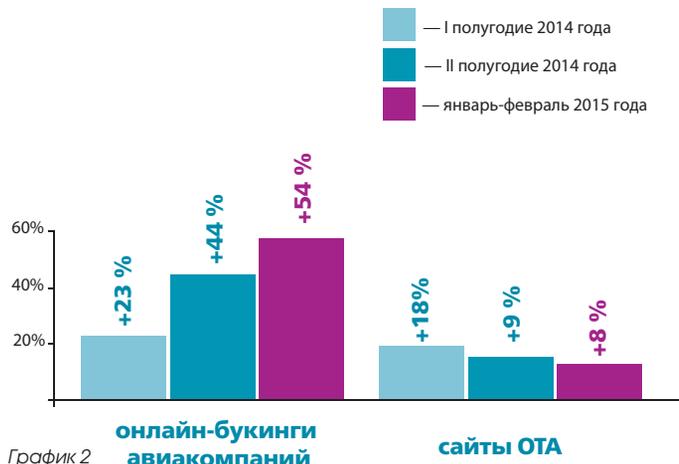


График 2

Источник: Data Insight

31,1%

ДОЛЯ ЭЛЕКТРОННЫХ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ БИЛЕТОВ
ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ПРОДАЖ

Источник: «УФС»



Железная прибыль

В туристической отрасли России наступил переломный момент, и важно правильно сориентироваться в изменившихся правилах игры. С падением популярности выездного туризма и ростом онлайн-сегмента опытным участникам рынка и недавним игрокам открываются абсолютно новые перспективы для привлечения аудитории.

Ростуризм отмечает рост внутреннего туризма на 30% в 2014 году по сравнению с предыдущим годом. И это неудивительно: падение курса рубля вынудило путешественников обратить внимание на альтернативные варианты поездок. В результате 51% всех запланированных путешествий сегодня приходится на российские направления.

«Извлечь выгоду из этой ситуации могут не только турагентства с многолетним опытом, но и новички рынка, а также те, для кого туризм — непрофильный актив, — считает директор по работе с агентской сетью компании «УФС» Виктор Лукаш. — На сегодняшний день технологии позволяют оперативно развернуть билетную кассу буквально за несколько дней или внедрить простой в использовании модуль бронирования, который поможет путешественникам самостоятельно находить то, что им нужно».

НОВЫЙ СЕГМЕНТ РОСТА

«Ключ к успеху — мыслить вне привычных рамок. Например, выбрать новый сегмент продаж. С ростом

внутреннего туризма в России логичный выбор — железнодорожные перевозки. Поезд — наиболее популярный среди россиян вид транспорта. К тому же в сложившейся турбулентной экономической ситуации это верный способ сэкономить», — рассказывает Виктор Лукаш.

Согласно исследованию TripBarometer, проведенному TripAdvisor, в 2015 году 26% путешественников планируют снизить расходы на поездки. При этом стоимость железнодорожных билетов растет лишь на полпроцента в год, а цены на авиаперелеты демонстрируют рост в 20%. По статистике компании «УФС», 31,1% билетов от общего объема продаж — электронные, и это число растет из года в год. Так, в 2013 году продажи составили 58,4 тысячи билетов в сутки, в 2014 году этот показатель превысил отметку в 70 тысяч и продолжает расти.

С позиции агента выбор в пользу железнодорожного сегмента имеет ряд очевидных преимуществ: низкие входные барьеры, стабильный рост, большой территориальный охват. Для сравнения: в России сегодня существует порядка 300 аэро-

АРГУМЕНТЫ В ПОЛЬЗУ ПЕРЕХОДА НА ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ Ж/Д БИЛЕТОВ

- низкие входные барьеры
- стабильный рост
- большой территориальный охват



портов, в то время как количество узловых железнодорожных станций превышает 25 тысяч. Более того, российское железнодорожное сообщение совершило заметный скачок в своем развитии. Это относится не только к впечатляющему росту качества предлагаемых услуг (более комфортабельные вагоны и скоростные составы, запуск бонусных программ и других услуг). Подход к ценообразованию также изменился: теперь цена билета формируется на динамической основе и зависит от сезонности, даты поездки, популярности направления и других параметров.

ОТА С НУЛЯ

Для работы в туротрасли с технологической точки зрения никаких ограничений нет — основная задача состоит в выборе партнера. Компания «УФС», один из ключевых дистрибьюторов электронных железнодорожных билетов в России, занимается разработкой эффективных решений для онлайн-трэвел-агентств. В ее актив входят и собственное онлайн-агентство UFS-Online, и мобильное приложение для бронирования билетов на поезд «ЖД Билеты», и технологии для агентского туристического бизнеса. В последнем случае потенциальным партнерам компании необходимо определиться, в каком масштабе они готовы развивать трэвел-направление. Так, если цель — формирование пакетных туров, то наиболее эффективным решением будет «Электронная касса» — так называемый интерфейс кассира. Для тех, кто планирует привлечь дополнительные доходы, запустив продажи трэвел-услуг через собственный интернет-сайт, оптимальный выход — онлайн-модуль бронирования.

ТРЭВЕЛ КАК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Многие компании, присутствующие в онлайн-среде, могут дифференцировать свой бизнес за счет внедрения трэвел-сегмента, чтобы обеспечить дополнительный доход и повысить конверсию собственного веб-сайта.

Для этого достаточно разместить на своей интернет-странице специальный модуль онлайн-бронирования. Он легко интегрируется в структуру сайта, настраивается с учетом корпоративного стиля компании и обладает простым и дружелюбным интерфейсом. Такой формат предоставит пользователям сайта возможность моментально забронировать подходящее предложение. Онлайн-модуль не только повысит лояльность существующей аудитории, которой теперь не придется уходить на сторонние ресурсы, чтобы забронировать поездку, но и привлечет новых клиентов. «Это решение подойдет банкам, страховым компаниям, ритейлу и многим другим, для кого отрасль путешествий —

не ключевое направление деятельности», — считает Виктор Лукаш. К тому же интеграция онлайн-модуля — верный способ следовать основным трендам туристической отрасли, среди которых — рост популярности индивидуального туризма и онлайн-бронирований.

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД В ОДНОМ ОКНЕ

Несмотря на рост онлайн-сегмента и все новые возможности для самостоятельного бронирования, большой популярностью у российских путешественников по-прежнему пользуются пакетные туры. Формированием таких туров обычно занимаются специализированные, пусть и очень небольшие, туристические агентства. Предложить клиенту полный набор услуг с учетом всех его предпочтений позволяет специальный интерфейс кассира, например такой, как «Электронная касса» от «УФС».

В одном окне агент может сформировать тур «от двери до двери», включая бронирование железнодорожных и авиабилетов, гостиницы и трансфера, оформление страховок.

Весомое преимущество подключения к «Электронной кассе» — оперативность внедрения. Начать работу можно спустя считанные дни после подписания договора, а подключение к системе — бесплатное. Удобное в использовании, это решение позволит быстро начать туристический бизнес. Этот путь могут выбрать как начинающие туристические агентства, так и те, кто хочет дополнить существующее предложение.

Современные технологии открывают много новых возможностей дополнительного дохода для агентов. Важно выбрать правильный сегмент и определиться с форматом, а также подобрать надежного партнера. Это позволит избежать лишних затрат и сосредоточиться на эффективном запуске новых проектов. **ТБ**



Ключ к успеху — мыслить вне привычных рамок. Например, выбрать новый сегмент продаж. С ростом внутреннего туризма в России логичный выбор — железнодорожные перевозки

ВИКТОР ЛУКАШ



УНИВЕРСАЛЬНАЯ ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА





Югра — это ключевой нефтегазоносный регион России, который обладает уникальными природными, культурно-историческими ресурсами, наследием коренных малочисленных народов Севера, современной инфраструктурой. О туристских возможностях региона рассказала начальник Управления туризма Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики Ханты-Мансийского автономного округа — Югры ИННА АРКАНОВА.

Новые маршруты Югры

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНЫ УПРАВЛЕНИЕМ ПО ТУРИЗМУ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА

Какие уникальные туристические продукты предлагает Югра?

Визитная карточка Югры — этнографический туризм. Туры и экскурсии на стойбища и в поселки знакомят с традициями, укладом жизни коренных народов Севера ханты и манси, их национальными праздниками. Туристы участвуют в сборе дикоросов, учатся готовить блюда национальной кухни, под руководством мастеров создают сувениры. Туристские услуги оказывают 15 национальных общин коренных малочисленных народов Севера. С начала действия программы по развитию этого вида туризма этностойбища посетили более 64 тысяч туристов.

Для поклонников активного и спортивного туризма в Югре реализуются туристские экспедиции по крайним точкам границ автономного округа «Ожерелье Югры», тур «Экспедиция на Приполярный Урал». Пять новых маршрутов — пеший, на квадроциклах, велосипедах, лодках, катамаранах и на вертолете — стали итогом состоявшейся в августе 2014 года Югорской туристической экспедиции «Народная-2014», включившей восхождение на самую высокую точку Уральского хребта — гору Народная (1895 м).

Иновацией в сфере экскурсионных предложений стала разработка квест-маршрута по Ханты-Мансийску «Дорогой легенд».

На какие туристические маршруты Вы рекомендуете обратить внимание? На каких туристских ориентирован югорский турпродукт?

В нынешнем году в Югре стартовал туристский проект «Истоки Югры», который рассчитан на организованный индивидуальный, групповой школьный, молодежный и семейный отдых. Его основная идея — показать многообразие культуры, быта, ремесла и традиций народов, населяющих автономный округ. Подготовлен одноименный каталог, который включает более 150 экскурсионных программ и туров по историческим местам и достопримечательностям округа с обзорными экскурсиями, квест-турами и другими интерактивными формами отдыха. Всего на территории автономного округа реализуются более 300 туров, экскурсионных маршрутов и программ.

Какие мероприятия, привлекающие туристов, проходят в регионе?

Событийный календарь Югры очень насыщен и заслуживает отдельного рассказа. Он включает российские и международные культурные, спортивные и деловые мероприятия. Это чемпионаты мира и России по биатлону и шахматам, игры Континентальной хоккейной лиги, Международный фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня», фестиваль «Самотлорские ночи», туристский слет-форум «Просторы



Инна Арканова

Югры», Международный форум «Туризм в северных регионах», фестиваль «Ханты-Мансийск — Новогодняя столица». Особенным интересом пользуются туры, приуроченные к проведению дня оленевода, дня рыбака, праздника обласа, праздника трясогузки и других национальных праздников.

Как развивался туризм в Югре за последние несколько лет?

Внутренний туризм в Югре рассматривается как экономическая импортозамещающая отрасль. Проведена большая работа по развитию индустрии туризма и сервиса, сформирован механизм управления, который обеспечивает эффективное развитие туризма как межотраслевого комплекса, объединяющего и генерирующего развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, народные промыслы, общественное питание, строительство и другие.

Предусмотрена грантовая поддержка проектов и программ, направленных на развитие внутреннего, въездного и этнографического туризма, в виде субсидий. Благодаря этому на территории автономного округа реализуются 32 туристских проекта. В текущем году грантовую поддержку получили 10 проектов. В предыдущие два года введено в эксплуатацию около 20 новых объектов туристской инфраструктуры: базы отдыха, гостиницы, мини-гостиницы, этностойбища, Парк семейных развлечений «Экзотариум», развлекательные комплексы и др.

Как бы Вы охарактеризовали состояние отельной базы региона?

На сегодняшний день в автономном округе 180 гостиниц, общий номерной фонд составляет 5,4 тысячи номеров, вместимость — 10,2 тысячи мест. За последние два года номерной фонд гостиниц увеличился на 12,5%. Это происходит в первую очередь благодаря развитию частного сектора и открытию мини-отелей с номерным фондом до 50 номеров. Проводится классификация объектов гостиничной индустрии. В автономном округе «звездность» имеют 23 гостиницы, что составляет 13% от общего количества гостиниц, из них половина гостиниц — это отели категории 3*.

Сколько туристов посещает регион в течение года?

В 2013 году Югра, по официальным данным статистики, достигла показателя — более 500 тысяч туристов в год. В 2015 году ожидаем увеличения въездного туристского потока и планируем превзойти этот показатель.

Как Вы продвигаете туристские возможности региона на рынке?

Ханты-Мансийский автономный округ — Югра традиционно представлен практически на всех круп-

ных международных выставках. За два предыдущих года представители туристического бизнеса приняли участие более чем в 15 выставках (в Германии, Великобритании, Китайской Народной Республике, Чехии, Словацкой Республике, Италии, Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге). Также проводятся информационные кампании в СМИ и ознакомительные поездки для журналистов.

Заявляем о себе во всероссийских туристических конкурсах. Например, по итогам одного из конкурсов Ханты-Мансийск вошел в пятерку лучших городов России по организации и проведению событийных проектов.

Благодаря развитию деловых отношений с зарубежными партнерами число участников туристской выставки-ярмарки «ЮграТур» выросло до 150, расширилась их география (Чешская Республика, Болгария, Словацкая Республика). Постоянными участниками стали представители Республики Крым, Республики Татарстан, Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Севастополя, Москвы, Свердловской, Тюменской, Курганской областей. Растет число посетителей выставки: в 2013 году — около 4,2 тысячи человек, в 2014 году — более 4,5 тысячи человек.

Какие виды туризма Вы считаете наиболее перспективными для региона?

Большой популярностью у местного населения и гостей автономного округа пользуются базы отдыха. Всего в автономном округе 49 баз отдыха (из них девять горнолыжных баз) с одновременной вместимостью 1,8 тысячи мест.

Возрастает спрос на бальнеологические и оздоровительные программы, которые предлагаются на основе термальной высокоминерализованной воды, лечебной грязи, кедрового масла, ягод и трав сибирской тайги с проживанием в шести современных санаториях единовременной вместимостью более 1 тысячи человек. В 2014 году открылся санаторий «Югорская Долина», предлагающий услуги по грязелечению, светолечению, физиотерапии, фитотерапии и другие процедуры.

Приоритетные направления туризма определены Концепцией развития внутреннего и въездного туризма в Югре: культурно-познавательный, этнографический, событийный, деловой, экологический, спортивный, водный, активный, лечебно-оздоровительный, сельский и автотуризм. Такой комплексный подход к развитию туристской отрасли ведет к созданию конкурентоспособного рынка туристских услуг, решению значимых задач социально-экономического развития региона, способствуя увеличению налогооблагаемой базы и доходов в бюджеты, а также повышению уровня и качества отдыха жителей и гостей нашего автономного округа. **ТБ**

Добро пожаловать в Югру!

В ЮГРЕ
ДЕЙСТВУЕТ

180

ГОСТИНИЦ,
ОБЩИЙ НОМЕРНОЙ ФОНД —

5,4 ТЫСЯЧИ

НОМЕРОВ



**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ТУРИЗМА В ЮГРЕ:**

- культурно-познавательный
- этнографический
- событийный
- деловой
- экологический
- спортивный
- водный
- активный
- лечебно-оздоровительный
- сельский
- автотуризм



Подробности в интернете:
www.tourism.admhmao.ru



Малахитовая шкатулка Урала

Богатое историческое наследие Екатеринбурга, уникальные памятники архитектуры, истории, археологии, культуры и искусства, удивительная природа Урала, национальный колорит привлекают туристов со всего мира.



В 17 км от центра города проходит географическая граница между Европой и Азией

© МБУ «СТОЛИЦА УРАЛА»

Екатеринбург входит в популярный туристский маршрут, проходящий через весь Евразийский континент вдоль Транссибирской магистрали. В городе свыше 600 памятников истории и культуры, из них 43 — объекты федерального значения. Кроме того, в Екатеринбурге действуют 22 театра, 2 филармонии, 50 музеев, 35 художественных галерей и выставочных залов, зоопарк и цирк.

Особый интерес представляют музейные коллекции города. Например, в «Шигирской кладовой» Краеведческого музея экспонируется древнейшая в мире деревянная скульптура — Большой Шигирский идол. Он старше египетских пирамид, его возраст — 9500 лет. Уникальный Каслинский чугунный павильон, зарегистрированный ЮНЕСКО как единственное в мире архитектурное сооружение из чугуна, находящееся в музейной коллекции, хранится в Екатеринбургском музее изобразительных искусств.

МИНЕРАЛЫ И ТВОРЧЕСТВО П.П. БАЖОВА

Земля уральская славится своими драгоценными камнями и изделиями из них. Уральским малахитом выложены колонны Исаакиевского собора в Санкт-Петербурге, уникальные камнерезные изделия украшают коллекции Эрмитажа. Существует множество легенд, объясняющих этот феномен. Вот одна из них. «Урал» по-башкирски — пояс. Есть башкирская сказка

о великане, который носил огромный пояс с глубокими карманами, в которые он прятал все свои богатства. Однажды великан растянул его, и пояс лег через всю землю, от холодного Карского моря на севере до песчаных берегов южного Каспийского моря.

Так образовался Уральский хребет.

Известный писатель Павел Петрович Бажов, уроженец Урала, собрал множество местных преданий и легенд и поведал о них в своих сказках. В шестидесятый день рождения Павла Петровича, 28 января 1939 года, вышла из печати книга «Малахитовая шкатулка» — собрание сказов о Хозяйке Медной горы, о Великом Полозе и его дочерях Змеевках, о земляной кошке с огненными ушами, о лесном козле Серебряное копытце, о рудокопах и старателях, мастерах-камнерезах и гранильщиках. Очень скоро эти истории стали известны миллионам читателей.

Благодаря этому Екатеринбург, без преувеличения, является центром минералогического туризма на Урале. В нескольких музеях представлены коллекции уральских самоцветов и разнообразных изделий из них, а в Историческом сквере выставлена уникальная глыба родонита, истинно уральского камня. Туроператоры Екатеринбурга создают интерактивные туры за изумрудами, турмалинами и бериллами, во время которых на отвалах и выработках под руководством опытных геологов туристы могут заняться поиском самоцветов, не нарушая законодательства Российской Федерации.

35

ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ
ОХВАТЫВАЕТ «КРАСНАЯ ЛИНИЯ»,
ПЕШИЙ МАРШРУТ ДЛИНОЙ
6,5 КМ ПО ИСТОРИЧЕСКОМУ ЦЕНТРУ
ЕКАТЕРИНБУРГА



Подробности в интернете:
www.ekbredline.ru



© НП СРО «ИЛБДЯИ СТРОИТЕЛЕИ УРАЛА»

Панорама Екатеринбурга, административной столицы Свердловской области и Уральского федерального округа

ЗАПОВЕДНИК КОНСТРУКТИВИЗМА

Современный Екатеринбург — единственный в мире город, где насчитывается 140 зданий конструктивизма (авангардный стиль в архитектуре 1920-х годов, для которого характерны строгие геометрические формы и функциональность). Благодаря хорошей сохранности зданий фонд всемирного наследия ЮНЕСКО считает столицу Урала архитектурным ансамблем — памятником конструктивизму. В золотой фонд мировой архитектурно-градостроительной культуры входят Водонапорная башня Уралмашзавода, Дом печати, жилой комплекс «Городок чекистов», Клуб строителей, спорткомплекс «Динамо», Дом юстиции и другие здания и сооружения.

ГРАНИЦА ЧАСТЕЙ СВЕТА

Географическую границу между Европой и Азией очень любят туристы за возможность, сделав всего лишь шаг, переместиться из одной части света в другую. Заслуга научной фиксации границы между Европой и Азией по водоразделу уральских рек принадлежит одному из основателей Екатеринбурга — Василию Никитичу Татищеву, первому русскому историку, знаменитому географу и крупному государственному деятелю первой половины XVIII века. Всего на Урале установлено несколько десятков географических знаков Европа—Азия. Как правило, гости Екатеринбурга посещают стелу на 17 километре Московского тракта, установленную в 2004 году. В основании обелиска заложены два камня, которые символизируют синтез цивилизаций: один привезен с самой крайней точки Европы, мыса Рока, другой — с самого края азиатской части континента, мыса Дежнева. Гости туристического комплекса развлекают профессиональные артисты, зимой устраиваются катания на санях, запряженных ездовыми собаками,

а летом — пикники в тени столетних сосен. Уральский кузнец поможет туристу выковать памятную монету с символикой Екатеринбурга, а потом вручит сувенир — сертификат «Нарушитель границы».

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ

Из множества культурных событий Екатеринбурга в летнем сезоне можно выделить два мероприятия.

Одно из самых ожидаемых музыкальных событий в культурной жизни европейских столиц — Венский фестиваль музыкальных фильмов — органично вписалось в культурную жизнь Екатеринбурга. С 2011 года по инициативе Почетного консульства Австрии и при поддержке Администрации города Екатеринбурга фестиваль проводится и в столице Урала. Под открытым небом на площади перед зданием Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина на протяжении двух недель каждый день демонстрируются кинофильмы с записью шедевров мировой классической музыки. Фольклорный фестиваль «Малахитовая шкатулка» с 2009 года с успехом проходит в Екатеринбурге. Цель фестиваля — позиционирование Екатеринбурга как центра фольклорно-этнической деятельности Урала. Название фестиваля не только созвучно названию одного из сказов П.П. Бажова, но и символизирует богатство традиций народов, издревле населяющих Урал: каждый народ и его традиции представлены одним из самоцветов, собранных в малахитовой шкатулке. Фестиваль проходит в формате народного гулянья, во время которого проводятся ярмарка самоцветов и декоративно-прикладного искусства, творческие мастер-классы, развлекательно-познавательные занятия с детьми, интерактивные игры на полянах, выступления фольклорных ансамблей и показ коллекций «этномоды».

ГОРОД И ГОРОЖАНЕ

Народный интернет-проект «Красная линия Екатеринбурга» был воплощен в реальной жизни при содействии городской администрации и турсообщества. В 2011 году голосованием в интернете было выбрано 35 лучших туристических объектов исторического центра города, а затем их все соединил размеченный на асфальте пешеходный маршрут длиной 6,5 км, быстро ставший чрезвычайно популярным.

Географическая и историко-культурная специфика Екатеринбурга, связанная с его уникальным расположением на границе двух частей света, развитая инфраструктура транспорта и гостеприимства, опыт и традиции организации крупных международных мероприятий делают город превосходным местом для встреч и обязательным для посещения туристическим направлением! **ТБ**



© МБУ «СТОЛИЦА УРАЛА»

Летние фестивали привлекают не только горожан, но и туристов



© МБУ «СТОЛИЦА УРАЛА»

Екатеринбург — крупный центр минералогического туризма

СПРАВКА «ТБ»



Екатеринбург — динамично развивающийся город, расположенный на границе Европы и Азии, на восточном склоне Уральских гор. Население — более 1,46 млн жителей. Город является не только административной столицей Свердловской области и Уральского федерального округа, но и крупным экономическим, транспортным, научным и культурным центром. Расстояние от Москвы до Екатеринбурга составляет 1667 километров, местное время отличается на +2 часа от московского и на +5 часов от гринвичского. Несмотря на расположение в центре континента, Екатеринбург связан со всеми регионами России и зарубежными странами 6 федеральными трассами, 7 магистральными железнодорожными линиями и крупнейшим международным аэропортом России за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Перелет из Москвы в Екатеринбург занимает 2 часа, а путешествие по железной дороге — 25 часов.



1. Workshop в Казани в рамках roadshow Autentica Cuba, 2 июня, отель «Корстон».



Подлинная Куба — Autentica Cuba!

В шести крупных городах России с успехом прошло roadshow Autentica Cuba, организованное Представительством Министерства туризма Кубы в России и ИД «Турбизнес». Roadshow началось в Новосибирске 25 мая, затем его принимали Омск, Тюмень, Екатеринбург и Уфа. Финальное мероприятие состоялось в Казани 2 июня 2015 года.

Свои презентации в рамках roadshow турагентствам представили известная гостиничная сеть Blue Diamond Hotels & Resorts, ведущие туроператоры, работающие на кубинском направлении, — «Гаванатур» и Coral Travel, а также коммуникационное агентство «Рекламный альянс «Таргет-медиа».

Программа roadshow включала семинары представителей Министерства туризма Кубы, на которых они старались увлечь посетителей туристическими предложениями своей страны и рассказывали о новшествах на самых популярных курортах. Workshop сопровождался раздачей каталогов, розыгрышем призов и фуршетом.

Представители туристических компаний из городов, в которых проходило roadshow, не оставили мероприятие без внимания. С возможностями аутентичной Кубы в ходе roadshow познакомились около 250 турагентов. Мероприятие в Екатеринбурге, к примеру, привлекло более 60 профессионалов. Участники roadshow отмечали высокую мотивацию посетителей, которых интересовали такие актуальные вопросы, как развитие инфраструктуры курортных зон, открытие новых отелей, особенности посещения региона в условиях меняющейся политической ситуации и в связи с близостью к США.

«Мы действительно довольны организацией и результатами roadshow. Активность турагентов, принявших участие в мероприятии, была очень высо-

ка», — рассказывает директор Представительства Министерства туризма Кубы в России Эдильберто Риверон Леон. Roadshow стало одной из акций, направленных на популяризацию направления на российском рынке.

Рекламная кампания, проводимая Представительством Министерства туризма Кубы в России в 2015 году, отличается ориентированностью не столько на конечного потребителя, сколько на профессиональную аудиторию, включая продвижение через специализированные издания.

За продвижение туристического продукта Кубы в медиaprостранстве отвечает РА «Таргет-медиа», команда которого проводит работу по созданию положительного имиджа Кубы в глазах потенциального туриста и расширению знаний об Острове Свободы.

«Мы рады наблюдать неподдельный интерес к нашей стране со стороны российских туристических компаний и надеемся на то, что благодаря предпринимаемым нами действиям турпоток из России на Кубу будет расти», — резюмирует Эдильберто Риверон Леон.

Напомним, что предыдущее roadshow Autentica Cuba, организованное Представительством Министерства туризма Кубы в России и ИД «Турбизнес», прошло в сентябре 2014 года в трех российских городах: Нижнем Новгороде, Казани и Самаре. **ТБ**



2. Розыгрыш призов от участников roadshow.
3. Директор Представительства Министерства туризма Кубы в России Эдильберто Риверон Леон во второй раз провел workshop в Казани.
4, 6. Презентация туристических возможностей Кубы. Эдильберто Риверон Леон.



5. Екатерина Барабанова, заместитель председателя Государственного комитета Республики Татарстан по туризму.
7. Наталья Чугункова, менеджер отдела маркетинга «Гаванатур».
8. Виктория Риверон Гонсалес, представитель цепочки отелей Memories и Royalton в России.



Стремление к абсолюту



Египет в силу своей популярности менее других направлений пострадал от кризиса в российской экономике, но для того чтобы стать безусловным лидером на рынке, ему необходимо расширить спектр туристических предложений. О том, что будет для этого сделано, рассказывает руководитель туристического офиса посольства Египта в Москве АХМЕД ХАССАН ЭЛЬГЕНДИ.

ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ
ЕГИПЕТ БУДЕТ ПРИНИМАТЬ

4-5
МИЛЛИОНОВ
ТУРИСТОВ ИЗ РОССИИ

По данным Ростуризма, в минувшем году Египет посетило 2,5 млн туристов из России. Насколько снизился поток в страну из-за валютных пертурбаций?

Статистика Ростуризма базируется на данных пограничных служб, соответственно, отчет ведется по количеству российских граждан, которые выехали из России в Египет. Мы считаем иначе, учитывая всех россиян, прибывающих в Египет со всего мира, не только из России. Поэтому наша статистика отличается в сторону увеличения, мы можем говорить о 3 млн граждан РФ, посетивших нашу страну.

Россия является рынком номер один для туристической Египта, занимая лидирующую 30%-ную долю во въездном турпотоке.

Кризис на направлении сильно не сказался.

Наиболее сильный спад турпотока — 35% — произошел в декабре, но ситуация быстро стала выравниваться. Так, в феврале мы зафиксировали падение потока на 25%, в марте — на 10%.

МИД РФ пока сохраняет рекомендацию не покидать курортные зоны в Египте. Насколько сейчас безопасно путешествовать по стране? МИД РФ выпускает рекомендации в целях максимально обезопасить туристов. Но несмотря на действующие ограничения российские граждане все равно посещают Каир и Луксор. Политическая ситуация в Египте сейчас абсолютно спокойна.

Не так давно нашу страну посещала группа туроператоров из Санкт-Петербурга, в программу которых входил осмотр Каира, Луксора, Асуана и круиз по Нилу. Операторы лично убедились, что никакой опасности для отдыха в Египте сейчас не существует.

В последнее время в российских СМИ активно обсуждалась визовая политика Египта, касающаяся визового сбора, правил для туристов-индивидуалов, возможности посещения страны по российским паспортам...

Решения относительно виз — это прерогатива исключительно Министерства иностранных дел. Индивидуальные путешественники, так же как и организованные туристы, могут получать визу непосредственно в аэропорту. Кроме того, сейчас решается вопрос о введении электронной визы, но точные даты запуска системы пока неизвестны.

Египет устойчиво ассоциируется с пляжным отдыхом. Какие еще турпродукты, на ваш взгляд, смогут привлечь россиян в страну?

Мы намерены продвигать культурный потенциал Египта. Это новое предложение, которое, надеюсь, получит активное развитие на российском рынке. На данный момент туроператоры побаиваются занимать-

ся таким турпродуктом. Мы проведем специальную пиар-кампанию, чтобы смотивировать участников рынка посмотреть на Египет шире и начать реализовывать культурно-познавательные туры в страну.

Подавляющее большинство россиян отдыхают в Хургаде и Шарм-эль-Шейхе — это курорты, где, не выходя из отеля, можно получить все. Луксор и Асуан предлагают другой тип отдыха. Российские туроператоры, как правило, возят туда туристов на один день, а мы хотим, чтобы они задерживались там подольше. Сейчас в Луксоре и Асуане оперируют в основном египетские турфирмы, а отдыхают европейцы.

Как вы охарактеризовали бы конкуренцию с Турцией за российского туриста?

Турция, которая пока занимает первое место в рейтинге предпочтений россиян, предлагает широкий спектр турпродуктов. Мы же пока продаем только море и солнце. Если мы сможем разрекламировать Египет как привлекательную культурную дестинацию, то уверены, что турпоток из России заметно вырастет. Хотя и сейчас, реализуя только пляжный отдых, мы не сильно отстаем от Турции. Помимо культурных программ, Египет может предложить дайвинг, сафари, круизы по Нилу, оздоровительные туры и многое другое.

Как вы намерены выстраивать работу с российскими туроператорами? Есть ли у вас совместные проекты?

Мы активно сотрудничаем с ведущими российскими туроператорами по Египту, у нас есть совместные рекламные кампании, 50% стоимости которых мы берем на себя. Кроме того, сейчас действует программа по субсидированию чартерных рейсов: за каждое занятое кресло, если в самолете продано от 50% до 90% мест, мы платим туроператорам по 30 долларов. Сейчас обсуждается идея оплачивать не только занятые, но и пустые кресла на чартерах.

Каков ваш прогноз на нынешний летний сезон и ближайшую перспективу?

У нас высокие ожидания от летнего сезона. Туроператоры констатируют: в этом году многие россияне предпочли Египет Европе и даже Турции. Это новая тенденция, которая стала проявляться буквально пару месяцев назад. Конечно, ситуация будет зависеть от состояния российской экономики, но настроены мы позитивно. По итогам года турпоток, скорее всего, снизится до 2,2 миллионов россиян, а к 2016 году мы рассчитываем восстановить его до прошлогоднего уровня. Надеемся, что благодаря плотной работе с туроператорами по популяризации культурного туризма через 5 лет Египет будет принимать 4–5 миллионов гостей из России. **ТЕ**

Беседавала Софья Константинова

ПРОЕКТ

Проект «Destinations» активно расширяется. Сегодня это не только тематические выпуски журналов «Турбизнес» и «Voyage Travel», но и анимационная академия, онлайн-методички, newsletters, страно-ведение.

В нашей рубрике «Страны» на сайте tourbus.ru представлена разнообразная и полезная для поездок информация, накопленная нами за время существования проекта. За 11 лет путешествий собрано множество интересных сведений о городах и странах. В их числе, например, великолепная Фландрия и загадочный Оман, «лечебная» Венгрия и млеячая 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-

Des TiN Ati ONs

ландии лучше переименовать и какой виски попробовать на местной вискикурсе, познакомиться с главами американских Должны 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 поведить о родном турпродукте.

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

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





НОВЫЙ МАРШРУТ В «КОПИЛКУ» ПУТЕШЕСТВИЙ

Новый оригинальный турпродукт от компании «Квинта Тур» — подлинный подарок истинным коллекционерам путешествий. Даже те «тревел-гурманы», которые многократно бывали в Китае или не раз выстраивали свои маршруты по Азии, например, через Гонконг, не всегда осознавали, что всего в нескольких милях от Гонконга, на другом берегу реки Жемчужная, находится один из самых необычных городов мира.

Макао часто оставался «за скобками» программы многих путешественников. А между тем этот старинный китайский город вобрал в себя почти 500-летнюю историю сосуществования двух разных культур — европейской и азиатской — и сегодня на своей миниатюрной площади в 30 квадратных километров предлагает целую палитру уникальных впечатлений.

Древние китайские храмы соседствуют с величественными португальскими католическими соборами, чудом сохранившиеся особняки XVIII и XIX века — с мегакомплексами современных отелей, развлекательных и торговых центров, традиционные китайские и португальские народные праздники — с искрометными шоу и представлениями.

В РАМКАХ ТУРА В МАКАО:

Вы пройдете по историческому центру Макао, объявленному объектом Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, в том числе побываете у храма богини А-Ма, на площади Сенату, загадаете желание у старинного колодца на площади Лилау, заберетесь на старую городскую крепость и сфотографируетесь на фоне самого старого маяка на побережье Южно-Китайского моря.

Дополнительно вы сможете побывать в Музее науки, Музее вина или в Музее гонки Гран При Макао, а также заказать билеты на всемирно известное шоу «Дом танцующей воды».

В тур включено посещение Гонконга и осмотр основных достопримечательностей этого города.

ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ ТУРА
НА САЙТЕ ТУРОПЕРАТОРА «КВИНТА-ТУР».

«КВИНТА ТУР»

- МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ТУРОПЕРАТОР, РАБОТАЮЩИЙ БОЛЕЕ ЧЕМ С 60 СТРАНАМИ МИРА.
- ГОД СОЗДАНИЯ — 1996 Г.
- СЕРТИФИЦИРОВАННЫЙ АГЕНТ IATA. УЧРЕДИТЕЛЬ РУССКО-КИТАЙСКОГО КЛУБА (РКК).
- СЕРЕБРЯНЫЙ ПАРТНЕР АВИАКОМПАНИИ JAL.
- В АССОРТИМЕНТЕ КОМПАНИИ АВТОРСКИЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ, ГРУППОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ ПО ВСЕМУ МИРУ. РОСКОШНЫЙ ОТДЫХ НА ОСТРОВАХ, АРЕНДА ВИЛЛ, КОТТЕДЖЕЙ И АПАРТАМЕНТОВ.
- ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ, ПОСЕЩЕНИЕ ВЫСТАВОК И СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ.
- РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ — ЮЛИЯ ФРУНДИНА



БОЛЕЕ ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТУРАХ В МАКАО ДОСТУПНА НА САЙТЕ ТУРОПЕРАТОРА «КВИНТА ТУР»
WWW.QUINTA.RU И ПО ТЕЛЕФОНАМ: +7(495)933-08-03, А ТАКЖЕ 8-800-333-61-42.

ИНФОРМАЦИЯ О МАКАО НА САЙТЕ WWW.MACAU-TOURISM.RU

Австрийский рецепт здоровья

ТЕКСТ
ЕЛЕНА СМИРНОВА



САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ У РОССИЯН ЛЕТНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ В АВСТРИИ

- Вена
- Зальцбург
- Баден
- Инсбрук
- Филах

(по оценке австрийского
представительства по туризму)



ЛЕЧЕБНЫЕ КУРОРТЫ АВСТРИИ — ЛИДЕРЫ СПРОСА У РОССИЯН

- Баден-Бай-Вин
- Лойперсдорф
- Бад-Блюмау

(по оценкам специалистов
компании «ДВМ-тур»)

Австрия — страна чистого воздуха, красивых пейзажей и целебных вод — широко известна термальными курортами и системой здравоохранения, в которой приоритет отдан спа-программам и профилактике недугов.

Наблюдается устойчивый спрос на курорты, предлагающие оздоровление термальными водами и целебными грязями, такие как Баден, Бад-Лойперсдорф, Бад-Халль, Бад-Блюмау, Бад-Гастайн, Бад-Ишль. Несмотря на то, что, по оценкам австрийского представительства по туризму, в 2014 году был зафиксирован спад ночевоч российских туристов объемом -7,9% (1,8 млн ночевоч), в начале 2015 года направление продемонстрировало рост, что дает основания надеяться на успешный летний сезон. Оптимизма добавляет и тот факт, что лечебно-оздоровительный сегмент наименее всего подвержен кризисным явлениям.

Баден-Бай-Вин — романтический городок и климатический термальный курорт с горячими сернистыми источниками (30–36°C) — расположен недалеко от Вены. Целебная сила здешних минеральных вод была известна еще древним римлянам, позднее местные купальни облюбовали коронованные особы, и на протяжении веков сюда приезжали поправлять здоровье представители австрийской знати.

Сегодня Баден считается престижным пригородом столицы и одним из лучших термальных курортов страны. Воды его источников, в которых содержатся натрий, кальций, магний, хлориды и сульфиды, рекомендуются для лечения заболеваний периферической нервной системы, опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, функциональных расстройств нервной системы, а также ревматических заболеваний. Среди процедур, применяемых для лечения, серные ванны, обертывания, массажи, подводная терапия. Тут практикуют и курс очищения организма от шлаков с помощью винограда.

Другой известнейший курорт Австрии **Бад-Лойперсдорф** расположен в Штирии, на расстоянии 60 км от Граца и 165 км от Вены. Его термальный комплекс занимает более 3000 кв. м и состоит из семейного аквапарка и зоны для отдыха, которая включает в себя закрытые и открытые бассейны, различающиеся температурой воды, бани и сауны.

Курорт специализируется на лечении воспалений суставов и позвоночника, дегенеративных изменений суставов, ревматизма, заболеваний мышц, невротозов, а также на реабилитации после операций, травм, повреждений опорно-двигательного аппарата и нервной системы, восстановлении периферической системы кровообращения.

Для лечения используются термальные (до 62°C) сильно минерализованные углекислые гидрокарбонатно-хлоридно-сульфатные натриево-кальциево-магниевые воды и глина вулканического происхождения с высоким содержанием серы.

Щелочные гидрокарбонатные натриево-магниевые-кальциевые воды курортного городка **Бад-Блюмау** используются для питьевого лечения при нарушениях обмена веществ, заболеваниях кишечника, печени и желчевыводящих путей, а также для ванн и в термальных бассейнах. Известен этот штирийский курорт и необыкновенным отелем Rogner Bad Blumau, творением художника Хундертвассера.

Один из немногих курортов с редкими биогеенными йодсодержащими источниками — **Бад-Халль**, недалеко от Зальцбурга. На территории курорта бьют из-под земли 11 лечебных родников.

В Бад-Халле специализируются на лечении сердечно-сосудистых и глазных заболеваний, заболеваний опорно-двигательного аппарата и органов

дыхания. Для лечения применяются ароматерапия, физиотерапия, питьевое лечение, ингаляции, орошение, йодные и четырехсекционные ванны, массаж.

Известность курорту **Бад-Гастайн**, расположенному в 90 км от Зальцбурга, принесли термальные радоновые источники (температура воды 44–47°C) и природные пещеры с испарениями радона. Термальные воды также содержат глауберову соль, применяемую при ожирении, гастритах и регулировании работы кишечника. Помимо вышеназванных недугов Бад-Гастайн специализируется на лечении хронических ревматических заболеваний, реабилитации после травм и операций, заболеваний периферического кровообращения, обмена веществ, мужской половой сферы, климактерической симптоматики путем водной терапии и терапии в радоновых штольнях, а также обертываний грязью.

Бад-Ишль — термальный курорт земли Верхняя Австрия, расположенный в 60 км от Зальцбурга. С 1848 по 1914 год Бад-Ишль был летней резиденцией императора Франца Иосифа. В 1912 году знаменитый композитор Франц Легар приобрел на курорте виллу, в которой были созданы мировые шедевры, например «Веселая вдова».

Здесь расположены термальные солевые (с содержанием соли в воде до 27%), сернисто-солевые холодные, а также питьевые минеральные источники. Благодаря различным по составу водам в Бад-Ишле лечат многие недуги: от кожных заболе-

ваний до бесплодия. Но в основном сюда приезжают люди, страдающие заболеваниями органов дыхания и кровообращения, опорно-двигательного аппарата.

По оценке Александра Рудометкина, руководителя отдела маркетинга компании «ДВМ-Тур», Австрия в этом сезоне пользуется устойчивым спросом. Новинка австрийского направления — эксклюзивный курорт только для женщин *la pura 4** в долине Кампталь региона Вальдфиртель, где медики работают в новом направлении гендерной медицины и создают все условия для оздоровления женского организма. Этот курорт отмечает также Ирина Овчаренко, руководитель лечебно-оздоровительного отдела компании «Веди Тур Групп». По ее мнению, самым известным и популярным курортом остается Баден-Бай-Вин, в первую очередь из-за своего расположения — всего 26 км от Вены, с которой он связан трамвайным маршрутом. Большой интерес проявляют клиенты к любимому австрийцами курорту Бад-Татцманнсдорф, на котором лечат заболевания опорно-двигательного аппарата и сердечно-сосудистой системы. Летом туристов привлекают курорты, расположенные в горах, — например, Бад-Хофгастайн, предлагающий кроме оздоровления лечение радоном. «Помимо курортного лечения мы также рекомендуем нашим клиентам, заботящимся о своем здоровье, диагностические обследования по программам Check Up на базе клиник города Вены», — отмечает эксперт. **TE**

ЗА

5 АРГУМЕНТОВ ОТПУСК НА ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ КУРОРТАХ АВСТРИИ

- отличное соотношение цены и качества
- современная инфраструктура (регулярные рейсы, удобные возможности трансфера, в том числе общественного, первоклассные отели по всей стране)
- высококачественный сервис (гостеприимство, обучение персонала, профессионализм, уважение к гостям)
- большой выбор культурных, спортивных и других развлечений
- нетронутая природа и расслабленная атмосфера

ТОП 5

ТУРОПЕРАТОРОВ, ПРИВЛЕКАЮЩИХ РОССИЯН В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ АВСТРИИ

- «Туртранс-Вояж»
- «Санрайз тур»
- «Натали турс»
- Tez Tour
- Pac Group

(по оценке австрийского представительства по туризму)





В крытом бассейне отеля Loipersdorf Spa & Conference

Штирийская гармония

Четырехзвездочный отель Loipersdorf Spa & Conference со 197 номерами и сютами расположен в термальном регионе провинции Штирия и гармонично вписывается в один из самых живописных природных ландшафтов Австрии.

Все номера и сюты имеют французский балкон или террасу, выходящую на южную сторону, с которой открывается прекрасный вид на регион. Во всех номерах есть кондиционер, ванная комната, стол, фен, сейф, телевизор с плоским экраном, беспроводной интернет, телефон, радио, мини-бар и все необходимое для приготовления чая и кофе.

Стремление к гармонии — философия отеля. Его постояльцы могут здесь зарядиться энергией и ощутить прилив бодрости, отдохнуть и почувствовать себя счастливее, вкушать удовольствий и испытывать радость от них.

Спа-центр отеля занимает площадь 3000 кв. м. Здесь можно посетить крытый бассейн и сауны с аромаэкстрактами, а также пройти уникальные процедуры, разработанные специально для отеля Loipersdorf Spa & Conference шоколадной мануфактурой Zotter. Также гостям отеля предлагаются высо-

кокачественные препараты по уходу за кожей Clarins и штирийской фирмы Vinoble, натуральная продукция которой произведена на основе винограда.

В окрестностях отеля есть старинные замки и крепости, открытые для осмотра, а местные мануфактуры предлагают познакомиться с региональной продукцией.

Блюда в ресторане Brasserie Styria создаются с большой фантазией и любовью: будь то завтрак для гурманов или изысканный вечерний буфет с блюдами штирийской кухни — все приготовлено из свежих региональных продуктов. Идеальное дополнение к отдыху — тщательно отобранные лучшие вина Австрии и фантастические коктейли в American Bar Blues.

К термальному источнику (в знаменитый термальный комплекс Loipersdorf) можно пройти из отеля по галерее-переходу в халате и тапочках, что делает отдых особенно комфортным. [TE](#)

СЕМЕЙНЫЙ ОТДЫХ В ШТИРИЙСКОМ ТЕРМЕНЛАНДЕ

С нашим специальным предложением для взрослых и детей Ваш отдых в отеле Loipersdorf Spa & Conference пройдет великолепно. Просто расслабьтесь и насладитесь временем вместе.

Уникальные термы Лойперсдорф, фантастическая шоколадная мануфактура Zotter, замок Herberstein с зоопарком, велосипедные прогулки, поля для гольфа! Внесите новые страницы в Вашу семейную биографию!

Бронирование

01.06.–13.09., 06.10.–12.10., 17.11.–23.11.

В ПАКЕТ ВКЛЮЧЕНО

- проживание в двухместном номере
- завтрак для гурманов
- обеденный суп
- ужин в форме шведского стола с блюдами региональной кухни
- 2 ребенка в возрасте до 12 лет проживают в номере с родителями бесплатно, включая полутансион
- ежедневная спортивно-оздоровительная программа
- спа-центр отеля площадью 3.000 м² в эксклюзивное пользование для наших гостей

108 евро с человека в сутки в номере Делюкс при двухместном размещении

134 евро с человека в сутки в номере Делюкс при одноместном размещении

Дети от 12 до 16 лет по специальной цене – 26,50 евро/ вместо 53,00 евро.

Пакет бронируется от 2 ночей и по желанию может быть продлен!

Бронирование: ☎ +43 3382 20000 ☉ info@loipersdorfhotel.com

Вышеуказанные цены включают в себя НДС и туристическую таксу. По запросу и при наличии свободных мест



HOTEL LOIPERSDORF
SPA & CONFERENCE

Путевка за здоровьем

Поездки за лечением и оздоровлением в отечественные здравницы пользуются в этом году повышенным спросом. Но вопросы, связанные с реализацией такого турпродукта, остаются актуальными для многих агентств. О тонкостях продаж санаторно-курортных услуг рассказывает коммерческий директор, руководитель коммерческого комплекса ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт» МАРИНА РОЗАНОВА.

С какими сложностями сталкиваются турагентства при реализации оздоровительных туров?

Санаторно-курортный продукт — один из сложнейших продуктов для реализации турагентствами. Причина — в медицинской составляющей. Нельзя консультировать клиента с позиции врача, но необходимо предоставить ему полную и точную информацию о возможностях курорта, специалистах, медицинском оборудовании и программах лечения, которые есть в санатории.

При заезде в санаторий необходимо, чтобы у отдыхающего была санаторно-курортная карта или выписка из истории болезни. Тем, кто едет на лечение с детьми, надо обратить внимание на то, что большинство санаториев принимает детей с 4-х лет. Есть ряд санаториев, которые принимают детей с любого возраста, однако лечение назначается только с 4-х лет. Наконец, необходимо учитывать оптимальный срок пребывания в санатории. Минимальный срок заезда — 10 суток, оптимальный — 21 сутки. При краткосрочном заезде (менее 10-ти суток) клиент может принять единичные процедуры, не обеспечивающие терапевтический эффект.

Как турагенту правильно подобрать санаторий, который бы подошел клиенту по профилю и удовлетворил его потребности?

Одна из самых непростых задач — правильный подбор лечебного профиля санатория, ведь от этого будет зависеть состояние здоровья отдыхающего. Необходимо четко запомнить, что существует специализация санаториев по основным и сопутствующим лечебным профилям.

Для того чтобы повысить свои профессиональные знания, необходимо посещать мастер-классы, вебинары и участвовать в рекламных турах — все это мы проводим регулярно. Также мы создали «карту продаж», разместив на листе формата А3 всю информацию о специализации российских здравниц в разрезе показаний и противопоказаний, регионов и нозологий. Более подробное описание санаториев доступно на нашем сайте.

Желательно, чтобы в турагентстве был сотрудник, специализирующийся конкретно на продаже санаторно-курортных услуг. Убеждена, что в крупных городах он не только окупит себя, но и принесет значительную прибыль компании.

Что входит в стоимость санаторно-курортной путевки?

В стоимость санаторно-курортной путевки входит проживание, питание, лечение по назначению врача. Назначение и количество лечебных процедур производится врачом в зависимости от результатов диагностических исследований и индивидуальных особенностей клиента в соответствии с показаниями санаторно-курортной карты и сроком пребывания по путевке. В процессе оздоровления четко отслеживается состояние организма клиента и при необходимости оперативно корректируется курс лечебных процедур.

В наше непростое время вопрос получения прибыли больше всего волнует агентства.

Насколько выгодно продавать санаторно-курортные услуги?

Средняя стоимость санаторно-курортной путевки на человека составляет примерно 40 000 руб. Минимальное агентское вознаграждение — 10%. Агентство, которое имеет профессиональных менеджеров, реализует порядка 100 путевок на санаторно-курортное лечение в месяц, выгоду посчитать несложно.

В сегменте санаторно-курортного отдыха много постоянных клиентов, выезжающих на курорты 1–2 раза в год. Это люди, которые повышают лояльность по отношению к бренду агентства, оператора и санатория, безусловно, только при условии качественного обслуживания. К качественному обслуживанию наших соотечественников и гостей из других стран я призываю стремиться всех участников рынка.

Кстати, о сезонности. Большинство курортов — круглогодичные. Сезон низкого спроса — особенно замечательное время для поездки на курорт: цены — вниз, внимание персонала — вверх. Поэтому прослеживается постепенное увеличение продолжительности «высокого» сезона, что, без сомнений, выгодно для агентств. **ТБ**



Желательно, чтобы в турагентстве был сотрудник, специализирующийся на продаже санаторно-курортных услуг. В крупных городах он не только окупит себя, но и принесет значительную прибыль компании



ЗАО «СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»
www.profkuroft.ru

ПО ДАННЫМ ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКИ
СЕРБСКОЙ, В 2014 ГОДУ РЕГИОН
ПОСЕТИЛИ

7 950

РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ.
РОССИЯ НАХОДИТСЯ
НА 5-М МЕСТЕ ПО ПОСЕЩЕНИЯМ,
УСТУПАЯ СЕРБИИ, ХОРВАТИИ,
СЛОВЕНИИ И ЧЕРНОГОРИИ

Старинная церковь в городе
Охрид на одноименном озере.
Македония



Увидеть и полюбить

Туристический рынок России переживает тектонические сдвиги: растет внутренний туризм, выездной поток на массовых направлениях демонстрирует спад, тогда как бюджетные зарубежные направления, напротив, становятся наиболее востребованными. Балканы уверенно завоевывают сердца российских туристов.



СЕРБИЯ. ВИДЫ ТУРИЗМА

- экскурсионный и паломнический
- оздоровительный
- горнолыжный

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

СЕРБИЯ. КРИЗИС НЕ СТРАШИТ

Несмотря на падение объемов выездного туризма и изменений предпочтений россиян, Сербия, все энергичнее продвигающая себя на российском туррынке, чувствует себя достаточно стабильно и комфортно. Профессионалы туротрасли страны довольны результатами зимних и весенних продаж и с оптимизмом смотрят на наступающий летний сезон. «Интерес к Сербии растет не только в туротрасли, но и в области инвестиций, — говорит Ирина Фомина, директор компании «Геометрия». — В этом году в страну приезжали представители российского правительства с целью обсуждения возможности строительства отеля на курорте Златибор».

Среди основных причин возросшей популярности страны Златко Раткович, директор компании «Апельсин», выделяет ценовую политику, многогранность направления, а также активную работу национального турбизнеса на российском рынке. «Мы продол-

жаем рекламировать Сербию, — рассказывает Анна Польша, представитель Национальной туристической организации Сербии в Москве. — В сентябре Сербия станет страной-партнером выставки «Отдых-2015». Также мы работаем с российскими туроператорами в рамках b2b-мероприятий и популяризируем Сербию в СМИ. Держать планку прибытий помогают и безвизовый въезд, и ежедневные прямые перелеты Москва–Белград–Москва, которые выполняют «Аэрофлот» и национальный перевозчик Air Serbia».

СЕРЬЕЗНЫЙ КОНКУРЕНТ

В этом году сохраняется спрос на оздоровительные туры в Сербию. «Наибольшей популярностью среди россиян пользуются Бани Атомска, Луковска, Пролом, Врнячка, Сокобана, Врдник. Лидером остается Белград, около 40% россиян предпочитают начинать знакомство с Сербией именно со столицы. Также россияне часто заезжают в Нови-Сад, второй по численности город Сербии. 15% российских туристов выбирают горный отдых в зимний период, — говорит Анна Польша».

Рост интереса к лечебным курортам Сербии отмечают и другие игроки, работающие на этом направлении. «Сербские здравницы предлагают более широкий спектр услуг и по более приемлемым ценам, нежели, например, Карловы Вары — один из лидеров оздоровительного туризма, — говорит Ирина Фомина. — Мы каждый день принимаем звонки от туристов, заинтересованных в оздоровительном отдыхе в Сербии».

«Стоимость оздоровительных туров в Сербию на порядок ниже, чем на известные лечебные курорты. На фоне понижения покупательной способности это выглядит весьма привлекательным», — уверен Златко Раткович.

«Наряду с оздоровительным туризмом мы продолжаем развивать экскурсионный, а также планируем больше внимания уделять МІСЕ-программам и установлению связей с профильными туроператорами», — заявляет Анна Польц. Ирина Фомина, в свою очередь, обратила внимание на рост спроса на паломнические туры, а также горнолыжный отдых.

МАКЕДОНИЯ. ГЛАВНОЕ — НАЧАТЬ

Если сербское направление развивается достаточно динамично, то другой регион Балканского полуострова — Македония — только начинает продвигаться на российском туристическом рынке. «Македония пока не является страной массового туризма, — говорит Ирина Росолин, представитель информационного офиса Visit Macedonia в РФ. — Но мы активно ее продвигаем. На выставке МІТТ в марте текущего года мы представили информационные каталоги на русском языке по различным направлениям, туристические пакетные программы. Также мы организовали сайт на русском языке: www.visitmacedonia.ru.

Диана Радович, исполнительный директор компании «Геометрия», поддерживает коллегу: «Наша задача — сделать Балканы максимально узнаваемы-

ми на российском рынке. Это направление очень интересное и многогранное, готовое удовлетворить потребности самого взыскательного клиента. На летний сезон мы смотрим с оптимизмом, глубина бронирования достигает августа».

Ирина Росолин отмечает, что Македония привлекает туристов ценами, отсутствием виз и языкового барьера, отличной едой, чистой окружающей средой, климатом, доброжелательным отношением к жителям России, множеством интересных мест. Отдых здесь рассчитан на любознательного туриста, которому нужен насыщенный отдых не в пакетном туре. Очень хорошие возможности в Македонии для МІСЕ-групп, например экстремальный отдых.

«Появляется много новых отелей — в Скопье (отели 4 и 5*), новые бутик-отели в самом центре Охрида, на озере Охрид. Дебарские термы полностью реновированы, и отстроены два новых спа-отеля», — рассказывает Ирина Росолин.

ОБЩИМИ УСИЛИЯМИ

По словам Златко Ратковича, Македония, только завоевывающая признание среди туристических гигантов, обладает всем необходимым для проведения здесь незабываемого отдыха. В стране много архитектурных памятников, она расположена в гористой местности и имеет выход к озеру с чистой водой, за что ее называют маленькой Швейцарией.

«12-дневный тур «Вокруг света по Балканам» (с посещением Македонии, Албании и Черногории) очень востребован. Мы формируем его силами крупных игроков направления — компаний R-Tours, «Апельсин», «7-тур». Активно идут продажи на август», — говорит Диана Радович.

«Наши программы построены на рейсе через Белград, — говорит Ирина Росолин, — поэтому мы обращаем внимание туристов на варианты программ с посещением Белграда (2 дня) плюс 7-дневная экс-



Термальные курорты Сербии: Врнячка (первая сверху) и Атомска



МАКЕДОНИЯ. КАК ДОБРАТЬСЯ:

- Москва — Белград
- Белград — Скопье
- Белград — Охрид
- Москва — Вена — Скопье
- Москва — Стамбул — Скопье



Церковь в Скопье (вверху). Македонская Швейцария — Охридское озеро (слева)



МАКЕДОНИЯ. ВИДЫ ТУРИЗМА

- культурный
- оздоровительный
- активный отдых



Стоимость оздоровительных туров в Сербию на порядок ниже, чем на известные лечебные курорты. На фоне понижения покупательной способности это выглядит привлекательным

ЗЛАТКО РАТКОВИЧ



БОСНИЯ. РЕСПУБЛИКА СЕРБСКАЯ. ВИДЫ ТУРИЗМА

- экскурсионный и паломнический
- оздоровительный
- активный отдых (охота, рыбалка, альпинизм, рафтинг)
- горнолыжный



Отсутствие прямых рейсов — значительное препятствие на пути к хорошим показателям продаж балканского продукта на российском рынке

ДАИАНА РАДОВИЧ



Собор Св. Саввы. Белград

курсионная программа по Македонии с посещением озера Охрид. Либо вариант с посещением Сербии, города Ниш, и программой в городе Охрид».

Главной проблемой, блокирующей рост российского турпотока, по словам экспертов, является отсутствие прямых рейсов. На данный момент наиболее удобные варианты перелета — через Белград, Вену или Стамбул.

БОСНИЯ, РЕСПУБЛИКА СЕРБСКАЯ. ПЕРВЫЕ ШАГИ

Проблема отсутствия прямого сообщения характерна и для двух других балканских регионов — Боснии и Республики Сербской. «Низкая информированность российских путешественников о туристических возможностях балканских стран, а также отсутствие прямых рейсов — значительные препятствия на пути к хорошим показателям продаж, — говорит Диана Радович. — Мы продаем туры в Боснию только под запрос. Перевозку в прошлом году выполняла а/к «Московия», но рейсы были нерентабельны, к тому же у перевозчика отозвали лицензию».

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Балканы только начинают покорять российский туристический Олимп, и мы отмечаем положительную динамику продаж. Во-первых, туристы, уже хорошо изучившие европейские страны шенгена, стремятся познакомиться с регионами, представляющими для них загадку. Во-вторых, стоимость путевок на Балканы, хоть и исчисляется в евро, значительно ниже, чем таких же экскурсионных маршрутов в других странах Европы. В этом году мы отмечаем рост интереса российских туристов к лечебным курортам, а также к экскурсионным турам. Покупают путевки в Сербию, Македонию, Боснию. Есть туристы, которые выбирают два тура подряд, переезжая из одной страны в другую. Неизученность продукта — единственное препят-

ствие в становлении этих стран на российском туррынке. Многие путают Македонию, к примеру, с Грецией, не знают, где находится Босния и Герцеговина и вообще сомневаются, что это Европа. Свои программы мы строим как на регулярных рейсах а/к «Аэрофлот» и Air Serbia, так и на чартерных рейсах на праздничные дни. На Новый год наши туристы летали в Ниш, город, находящийся в Сербии рядом с горнолыжными курортами, рейсами а/к «Ямал».

«Босния мало востребована на российском рынке как самостоятельное направление, — сетует Златко Раткович. — Как правило, она входит в комбинированные туры с Сербией, Македонией и другими странами Балканского полуострова». Незаслуженно обходят своим вниманием российские туристы и Республику Сербскую. «Регион входит в состав Боснии и Герцеговины, что предоставляет возможность погрузиться в атмосферу «балканского Иерусалима», — рассказывает Илья Морозов, советник главы представительства Республики Сербской в РФ. — Посетить легендарный исторический город Сараево, где соседствуют католические, православные, мусульманские и иудейские храмы».

Несмотря на то что российский турпоток в этот регион сейчас невелик и достигает отметки лишь в 7 950 туристов (по итогам 2014 года), Илья Морозов верит, что поток вырастет благодаря «тонкой» настройке туров на российских граждан и результатам проведенных встреч с российскими организациями и компаниями. Также он возглавляет



Национальный парк Козара, Республика Сербская



Елена Добровольская генеральный директор компании «7-тур»



Мостар. Босния и Герцеговина

надежды на интернет: сайт представительства и страницу в сети Facebook.

«Растет столица Республики Сербской Бания-Лука, развивается инфраструктура территорий и немалая доля роста рынка связана с отелями, — продолжает Илья Морозов. — Владельцы гостиниц адаптируют сайты и переводят свои web-анонсы на русский язык. Магистральное направление — поиск инвесторов на крупные зоны отдыха, горнолыжный кластер, аквапарк. Идей много и они находят поддержку в руководстве Республики Сербской и всех институтов, связанных с туризмом».

Илья Морозов указывает в числе главных проблем становления направления на российском рынке

отсутствие прямых рейсов. Для того чтобы добраться до Республики Сербской, необходимо долететь до Белграда или Загреба, а потом пересесть на самолет до Бания-Луки или воспользоваться другим видом транспорта. «Есть разрешение на регулярные полеты, но сложно найти ответственную компанию. Перевозчики пока опасаются вкладываться, а небольшие компании (лоукостеры, например) не могут потянуть это финансово в нынешних условиях», — говорит эксперт. **TE**



Более подробную информацию вы можете найти на сайте www.rsmoscowoffice.ru/serbska/

БОСНИЯ И ГЕРЦЕГОВИНА.
КАК ДОБРАТЬСЯ:



- Москва — Мюнхен — Сараево
- Москва — Стамбул — Сараево
- Москва — Вена — Сараево
- Москва — Загреб — Сараево
- Москва — Белград — Сараево



Курорт Бания-Лука



РЕСПУБЛИКА СЕРБСКАЯ.
КАК ДОБРАТЬСЯ:



- Москва — Белград — Бания-Лука
- Москва — Загреб — Бания-Лука



Туроператор по Балканам предлагает:

- Отдых в Черногории
- Отдых в Боснии и Герцеговине
- Экскурсионные и лечебные туры в Сербию

Отдых и экскурсионные маршруты на уникальном озере Охрид в Македонии.

NEW Эксклюзивный тур 12 дней от 1000 евро с человека с перелетом (отдых+ экскурсии)
Черногория – Албания – Охрид (Македония)
в течение всего лета 2015 г

(495) 987-14-47

www.balkani-tur.ru



По следам Гауди

Один из важнейших туристических пунктов в европейских маршрутах — Барселона. Здесь можно подниматься от томных пляжей до вершин Тибидабо, прогуливаться по всегда оживленной Ла Рамбла, блуждать по узким улочкам Готического квартала, бесконечно кружить по городу, впитывая его архитектурное разнообразие и любуясь фантастическими сооружениями Антонио Гауди.

ТЕКСТ ДАРЬЯ КОСТИКОВА

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНЫ
ОТДЕЛОМ ТУРИЗМА
ПОСОЛЬСТВА ИСПАНИИ

Антонио Гауди — один из самых загадочных испанских архитекторов. Его творчество коренным образом изменило лицо барселонской архитектуры, а шедевры Гауди, многие из которых включены в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, можно увидеть по всему городу. В юности он увлекался то неоготикой, то модерном. Одними из первых работ Гауди в Барселоне стали богато декорированный Дом Висенс и псевдобарочный Дом Кальвет. Однако решающей для реализации замыслов молодого архитектора оказалась его встреча с Эусеби Гуэлем — магнатом, богатейшим каталонцем, графом, благодаря которому Гауди получил свободу творчества без оглядки на бюджет. Гауди выполнил для семейства Гуэль проекты павильонов усадьбы в Педральбесе близ Барселоны; винных погребов в Гаррафе, часовни и крипты Колонии Гуэль (Санта-Колома-де-Сервельо); фантастического Парка Гуэля в Барселоне.

Признание пришло к Гауди после строительства дворца Гуэля вблизи бульвара Рамблас. Архитектор построил здание с очень сложным внутренним объемом. Салон второго этажа был выполнен в виде внутреннего дворика с куполом. Фасад украшен эркером и параболическими входными арками, позволявшими въезд экипажей в конюшню. Зодчий наполнил архитектурные формы энергией и фантазией, сделал многие функциональные элементы декоративными.

Гауди стал модным архитектором и на него посыпались заказы. Появились дом Батльо (Casa Batlló) и дом Мила (Casa Milà), который Сальвадор Дали называл живой материей. В этих причудливых сооружениях архитектор сумел воплотить свои фантазии и новый подход к организации пространства. Гауди всю жизнь боролся с прямыми линиями и острыми углами, считая форму яйца совершенной. Прямую, говорил он, придумал человек, а круг — Бог. Он недолюбливал стены, которые перегораживают пространство. И чтобы избавиться от них, разработал собственный метод строитель-

Искупительный храм Святого Семейства, фасад Страстей



© ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ИСПАНИИ (ТУРЭСПАНЬЯ)





© ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ИСПАНИИ (ТУРСПАНИЯ)

Дом Батльо, фасад



© НАТАЛИЯ ПЛАТОНОВА

Дом Батльо, внутренний дворик

ства безупрочных конструкций, превращая сооружения в подобие живых организмов. Он считал, что пространство должно развиваться, расширяться и двигаться, как живая материя. А еще Гауди вдохновляла природа, облака, гора Монсеррат, причудливые формы скал, изъеденный ветром известняк, волнистые бока гигантских утесов, переплетенные корневища сосен.

Дом Батльо — одно из самых интересных и необычных зданий в Барселоне. Снаружи фасад выглядит так, как будто дом построен из черепов и костей. «Череп» на самом деле балконы, а «кости» — опоры. Для работы над этим зданием Гауди вдохновлялся цветами и формами морской жизни, к примеру, цвета фасада — это цвета кораллов в естественной среде.

Храм Святого Семейства, интерьер



Панорамный вид на Дом Мила

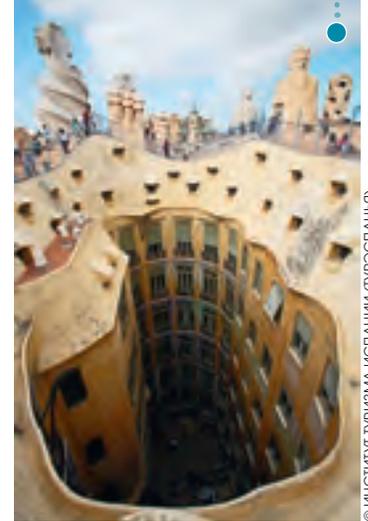
Дом Мила, построенный в период с 1906 по 1910 год, — семиэтажная скала, изъеденная ветрами и временем, — был последним светским проектом Антонио Гауди. После этого архитектор занимался только возведением Искупительного храма Святого Семейства (Temple Expiatori de la Sagrada Família), которому посвятил почти сорок лет жизни, и строительство которого до сих пор не завершено.

Задумывался храм в форме латинского креста, с восемнадцатью башнями — четверо евангелистов, двенадцать апостолов, Богородица и Христос, — увенчанными шпилями по образу епископских митр. Но при Гауди возвели только три, да и то времени на них потрачено было с избытком. Когда епископ спросил зодчего, отчего так долго тот занимается отделкой шпилей, ведь все равно этого никто не увидит, Гауди ответил: «Их будут разглядывать ангелы». Особое внимание

архитектор уделил и колоколам: по его замыслу они должны были раскачиваться ветром, который бы врывался через многочисленные окна башен. А колонны должны были напоминать гигантские деревья и создавать иллюзию просека, освещенных солнечным светом.

Возведение Искупительного храма Святого Семейства стало стройкой трех веков и до сих пор работы продолжают. Так, в 2014 году на фасаде «Рождество» (единственном из трех фасадов, который был почти полностью возведен при жизни архитектора) были установлены первые храмовые врата, созданные по проекту японского скульптора Этсуро Сотоо. Предполагается, что полностью возведение собора завершится к 2026 году. Средства на строительство, как и было объявлено при закладке первого камня в 1882 году, собираются за счет пожертвований, а сейчас еще и входных билетов. **ТБ**

Внутренний двор Дома Мила



© ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ИСПАНИИ (ТУРЭСПАНИЯ)



© ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ИСПАНИИ (ТУРЭСПАНИЯ)



© ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ИСПАНИИ (ТУРЭСПАНИЯ)

В парке Гуэля



ЕФРР
Европейский Фонд Регионального Развития
ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ



www.spain.info

** Я проснулся и вдруг
почувствовал себя ребенком*



РЕКЛАМА





Вид на Три города со стороны Валлетты

Три как один

На Мальте города и деревни нередко расположены так близко, что сливаются друг с другом, и границу между ними не могут показать даже местные жители. К таким местам относится исторический конгломерат, сложившийся из городов Витториоза, Сенглеа и Коспикуа, известный также под общим именем — Три города.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

Эта агломерация лежит на берегу Большой гавани, противоположном от Валлетты, столицы Мальты. Главные исторические достопримечательности Трех городов сосредоточены в Витториоза и Сенглеа.

ВИТТОРИОЗА

Когда в 1530 году рыцари прибыли на Мальту с Родоса, они сначала обосновались в небольшом поселении, которое тогда называлось Биргу. Со временем они превратили его в неплохо укрепленный город. Именно здесь разыгрались решающие сражения Великой осады, когда в 1565 году османские войска попытались захватить Мальту. И здесь над турками после кровопролитных боев была одержана победа, в честь которой город получил новое «победное» название — Витториоза.

Чтобы оказаться в Витториоза, надо пройти через трое ворот: Передовые (The Advanced Gate), Засадные (Couvre Port) и Главные (Main Gate). С моста, ведущего к Засадным воротам, хорошо виден сад во рву, где снималась сцена неудавшегося побега в фильме «Гладиатор».

Сразу за Главными воротами бросаются в глаза указатели на дорогу к Музею Vittoriosa 1565,

где в декорациях и группах из тридцати восковых фигур представлены узловые сюжеты Великой осады: штурм крепостных стен турками, камера пыток, смерть пирата Драгута, Великий магистр Ла Валлетта, возносящий небесам молитву за победу.

В двухстах метрах от Главных ворот расположен бывший дворец Великого инквизитора (XVI). Здесь можно осмотреть зал суда, жилые комнаты Великого инквизитора, темницу, где сохранились надписи на стенах. За все время существования инквизиции на Мальте у этого дома сменились 62 хозяина. Их резные гербы выставлены в главном зале. Сегодня во дворце расположен Этнографический музей.

Улица Main Gate St. выходит на площадь Победы (Pjazza Vittoriosa). Последнее сражение Великой осады состоялось именно здесь. В центре площади — памятник Победы (Victory Monument, 1705), установленный в честь победы над турками. На площадь выходит часовня Св. Иосифа (St. Joseph Chapel, 1849), где выставлены копия меча (сам меч находится в Лувре) и шляпа Великого магистра Ла Валлетты.

От капеллы Св. Иосифа туристы обычно отправляются к набережной, где находится церковь Св. Лаврентия (St. Lawrence Church). Здание в стиле барокко построено в 1697 году. В интерьере храма преобладает



Легендарная башня Ведетта



Подробности в интернете:
www.malta.ru

розовый мрамор, росписи на потолке рассказывают о деяниях св. Лаврентия и особое внимание посетителей привлекает серебряная скульптура святого.

Перед храмом на небольшом холме стоит скульптурная группа Памятник Свободе — британский горнист играет сбор, мальтийский докер поднимает флаг, британский солдат и мальтийский рабочий жмут друг другу руки. Памятник знаменует уход британцев с острова 31 марта 1979 года, когда последний солдат Ее Величества покинул Мальту.

Недалеко от церкви, на набережной, в бывшем здании британской военно-морской пекарни (Naval Bakery) размещен Морской музей. Среди экспонатов — барки Великих магистров, макеты судов, мальтийские лодки, рыболовецкое снаряжение. Впечатляет картина с изображением Великой осады 1565 года.

Неподалеку находится исторический дворец, где при рыцарях размещался военно-морской штаб Ордена. Сегодня здесь расположилось Casino di Venezia. Внешне здание похоже на небольшой форт. Оттого сильнее контраст между суровым фасадом и роскошным оформлением внутренних помещений казино.

И вот, наконец, легендарный форт Сент-Анжело (Fort St. Angelo). В 1530 году он стал первой резиденцией Великого магистра на Мальте. Это укрепление было последним оплотом героической победной обороны острова во время Великой осады. От его залитых кровью бастионов началось стремительное отступление турок, когда к мальтийцам пришла помощь с Сицилии.

СЕНГЛЕА

До прихода рыцарей город назывался Исла (L-Isla), а потом был переименован в честь Великого магистра Клода де Сенгля, который в 1554 году кардинально перестроил все укрепления. Достопримечательностей здесь немного, но одна очень знаменита. Это шестиугольная сторожевая башня Ведетта (Vedette), которая украшает многие рекламные буклеты. Она высится на углу крепостной стены,

выдающейся в море. На ней изваяны глаз, ухо и птица, символизирующие наблюдение за морем. «У неба есть глаза, а у стен есть уши» — гласит мальтийская поговорка. Отсюда открывается замечательный вид на гавань и Валлетту.

КОСПИКУА

Это пролетарский район Мальты. Он может быть интересен особо любознательным туристам, которым интересно понаблюдать за деловой жизнью крупного морского порта. **ТБ**



БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

- ✦ Легко добраться
- ✦ Исключительный выбор мест размещения
- ✦ Солнце 306 дней в году
- ✦ Ступень Валлетты — объект культурного наследия ЮНЕСКО и крупнейшая ступень Европы 2014
- ✦ 0. Голд — легендарный рай
- ✦ Безграничный отдых
- ✦ Кристально чистые Средиземные воды

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p>ICS TRAVEL GROUP <small>итальянский</small></p> <p>М «ТУЛЬСКИЙ»</p> <p>(495) 785-4847 (м.) www.icsrf.ru</p>	<p>ЕМЕЛИО ГЛОБУС <small>итальянский</small></p> <p>М «УВЕРЯЮ», «СЕМЕНОВСКАЯ»</p> <p>(495) 504-2550 www.bgoprestor.ru</p>	<p>ВАНД ВОРК <small>итальянский</small></p> <p>М «ПЕРОВОЙ»</p> <p>(495) 785-3661 www.vand.ru</p>	<p>ДИАЛОГ <small>итальянский</small></p> <p>М «БРАСНОПРЕСНЕНСКИЙ»</p> <p>(495) 730-2022 (м.) www.maltasoft.ru</p>
<p>ИНСАЙТ-ПИНГВА <small>итальянский</small></p> <p>М «НОВОСЛОБОДСКИЙ»</p> <p>(495) 795-0822 www.kluzi.ru</p>	<p>ТК МЕДИТА <small>итальянский</small></p> <p>М «АРБАТСКАЯ»</p> <p>(495) 411-8032 www.maltatour.ru</p>	<p>МИЛЕНИУМ ВОРК <small>итальянский</small></p> <p>М «САВЕЛОВСКИЙ»</p> <p>(495) 485-8033 www.moyage.ru</p>	<p>НАТАЛИ ТУРС <small>итальянский</small></p> <p>М «МАЛКОВСКИЙ»</p> <p>(495) 792-06-08 www.natalie-tours.ru</p>
<p>СТБ ТУРС <small>итальянский</small></p> <p>М «ДОСТОПОВСКИЙ»</p> <p>(495) 793-8175 www.stbtours.ru</p>	<p>ТРОВЕЛМАРТ <small>итальянский</small></p> <p>М «ТАГАНСКАЯ»</p> <p>(495) 935-8330 www.mymalta.ru</p>		

Мальта - не просто отдых!

MALTA IS MORE

www.visitmalta.com

РЕКЛАМА

Лето. Море. Оптимизм

К организации летнего сезона в Болгарии туроператоры подошли максимально взвешенно. Одни уверены, что успех будет зависеть от позиции отельеров, другие делают ставку на многогранность.



Город-музей Несебр

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

В 2014 ГОДУ БОЛГАРИЮ
ПОСЕТИЛО ОКОЛО

650
ТЫСЯЧ

РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

СПАДА НЕ БУДЕТ

Болгария входит в список самых популярных стран у российских туристов, занимая 7-е место в Топ-10 направлений, которые предпочитают наши путешественники. Кратковременный перелет, практически полное отсутствие языкового барьера, доступные цены, гостеприимство по отношению к российским туристам, песчаные пляжи, красивая природа, разнообразная культурная программа делают эту страну отличным вариантом для отдыха многих наших сограждан.

По данным туристических властей Болгарии, в 2014 году в страну въехали почти 650 тысяч гостей из России, что примерно на 3,2% меньше, чем годом ранее. В зимнем сезоне-2015 Болгария значительно

просела (по оценкам ведущих игроков, на 40–50%), но к майским праздникам относительно укрепившийся рубль выровнял спрос и по итогам мая спад составил 28%.

Стартовавший летний сезон, по мнению туроператоров, будет непростым и причины этого хорошо известны: напряженная внешнеполитическая ситуация, по-прежнему слабый рубль, агрессивная рекламная кампания российских курортов.

При этом отельные скидки для российских туроператоров, а также облегчение получения виз (сейчас их выдают за два-три рабочих дня и, как правило, на пять лет) внушают игрокам направления оптимизм, серьезного спада по итогам летнего сезона они не ожидают.

МОРЕ ПЛЮС...

Болгария — многогранное направление, обладающее значительным потенциалом для удовлетворения потребностей разных типов туристов. Это активный, гастрономический и оздоровительный туризм, экскурсионные программы и, конечно, пляжный отдых.

Черноморское побережье Болгарии славится своими золотистыми пляжами, большинство которых может похвастаться «синим флагом» Европейского союза. Курортный сезон длится с начала июня до конца августа — начала сентября.

Один из самых известных курортов Болгарии — Солнечный берег — занимает семикилометровую полосу на побережье. Это самый длинный пляж Болгарии, а

Курорт Золотые пески



в целом пляжи составляют около трети всей береговой линии страны. На пляже Солнечного берега имеются все возможности для занятия водными видами спорта: виндсерфингом, яхтингом, водными лыжами.

Гордость Золотых песков — второго по популярности курорта Болгарии — не только прекрасные пляжи, пышная растительность, множество национальных ресторанов, клубов и баров, но и чудесный природный парк с одноименным названием. На его территории находится главная культурная достопримечательность курорта — монастырь Аладжа (XIII–XIV вв.).

Курорт Приморско, расположенный у подножия гор Странджа, порадует туристов красотой нетронутых пейзажей и идеально подойдет активным путешественникам. Гости курорта Царево будут очарованы красотой этого античного города, его прекрасными пляжами и горами, а древнейший город Европы Несебр, сохранивший в себе историю фракийцев, древних греков и римлян, познакомит с множеством архитектурных памятников.

За культурными мероприятиями стоит отправиться в Бургас. Лето начинается с фестиваля «Театр в чемодане», в июле проходит фестиваль оперы и классической музыки, за ним следует ежегодный музыкальный фестиваль Spirit of Burgas, который традиционно проводится на центральном пляже города в конце июля — начале августа. Неделя детского искусства ждет на свои мероприятия гостей в последнем месяце лета, а сентябрь — время фестиваля поп- и джаз-музыки «Бургас и море».

Перед гостями морской столицы Болгарии Варны никогда не возникает вопрос, куда отправиться, ведь на курорте помимо большого и живописного Приморского сада с благоустроенным пляжем, фонтанами, водными горками, римскими ваннами, астрономической обсерваторией, зоопарком и дельфинарием есть еще множество исторических и архитектурных достопримечательностей.

Отдых в городке Созополь придется по душе творческим натурам. Сюда приезжают созерцать фантастические панорамные виды, воплощение абсолютной красоты. Чарующую атмосферу создают церкви, узкие мощные улочки, укутанные зеленью винограда и инжира, живописная гавань, песчаные пляжи.

Курорт Албена запомнится широкими пляжами и приливами. Это редкое явление — даже если отойти от берега на 300 метров, глубина не превышает 1,5 метров. А еще здесь йодированный воздух и сосновые леса. Уровень сервиса на курорте очень высок, а территория впечатляет ухоженностью.

НА ВКУС, НА ЦВЕТ И НА ЗАПАХ

У Болгарии много запахов, цветов, вкусов, и каждый найдет здесь то, что подходит именно ему. Ценителям цветочного аромата просто необходимо посетить

Долину роз, находящуюся у подножия гор Стара Планина, между городами Карлово и Казанлык. Последний — столица Долины роз, где уже более трехсот лет выращивают знаменитые масличные розы, Дамасские.

В Болгарию розу завезли турки в XVII веке из Индии через Персию и Сирию. Экскурсия в Долину роз — это путешествие в благоухающую красоту. Туристов ждет незабываемое путешествие в прошлое через долину древних фракийских царей, архитектуру болгарского Возрождения, монастыри.

Очень интересной и насыщенной станет экскурсия по городу Балчик, в частности, посещение архитектурно-паркового комплекса, который был когда-то летней резиденцией румынской королевы Марии. Построен он в 1930 году, а вокруг разбит Ботанический сад, где произрастают свыше 3000 растений.

Мыс Калиакры встретит туристов буйством красок, ароматами моря и сосен, спокойствием руин легендарной средневековой крепости, криком чаек и 75-метровой высотой скалистых утесов.

Живописнейшие озера-лагуны можно увидеть в районе Бургаса. Их три: Атанасовское озеро — излюбленное место гнездования перелетных птиц, Бургасское — с цаплями и пеликанами, а на территории Мадренского расположен известный орнитологический заповедник и руины древнейшей крепости Пиргос. **ТБ**

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

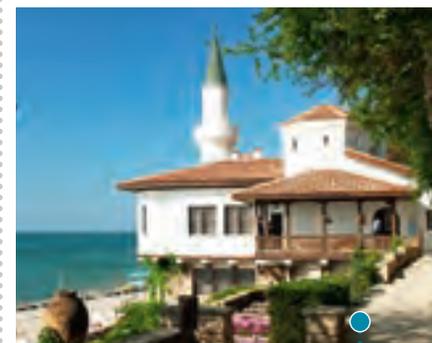


Раннее бронирование по Болгарии в этом году было активным в самом начале, затем его интенсивность снизилась. Мы ожидаем, что наибольшая часть бронирований в этом летнем сезоне придется на период ближе к датам вылета, то есть глубина продаж будет такой же, как в зимнем сезоне-2015. Нами предпринят целый комплекс мер по удержанию спроса на болгарское направление, в частности, мы провели переговоры по ценам с большинством отельеров, чтобы представить клиентам более низкие тарифы. В этом сезоне мы немного сократили ассортимент отелей, сфокусировавшись на приоритетных базовых и добившись от них максимально выгодных условий. Основной спрос сконцентрирован вокруг наиболее оптимальных по соотношению цены и качества отелей категории 4*. С полным списком можно ознакомиться на нашем сайте www.tui.ru. В этом году эксклюзивно на российском рынке мы предлагаем следующие отели:

Sol Nessebar Bay 4* (Несебр) — в нем работает детский клуб TUI «Тукан», Perla Royal 5*, Perla Beach Resort 4*, Perla Sun Park 4*, Perla Plaza 3* (Приморско), Longoza 4* и Sunny Day Club 3* (Солнечный берег), Beachclub Serenity Bay 4* (Царево).

Надеемся, что результат по итогам сезона будет позитивным. Во многом его успешность будет зависеть от спецпредложений отелей, поскольку Болгария будет конкурировать по цене с традиционно доступной Турцией. Что касается объемов перевозки, то наша полетная программа в этом сезоне соответствует прогнозируемому спросу. Мы сохраняем прошлогодние объемы, что, на наш взгляд, очень хорошо для нынешней ситуации. Программы на летний сезон базируются на рейсах авиакомпании UTair (Москва — Бургас два раза в неделю) и авиакомпании OpenAir (Москва — Варна два раза в неделю). Полетная программа будет выполняться с 29.05 по 14.09.

ВЕРНИКА ФАТИНА
ведущий менеджер по продукту
«TUI Россия»



Летняя резиденция румынской королевы Марии, г. Балчик



Истрия: место силы

Наступающий высокий сезон обещает стать непростым, и в первую очередь это касается европейских направлений, сильнее других ощутивших на себе негативное влияние кризиса. При этом нишевые направления, к ярким представителям которых относится Хорватия, несмотря на повсеместное снижение платежеспособности россиян найдут собственных клиентов.



ПОЛЕТНАЯ ПРОГРАММА TUI НА ЛЕТНИЙ СЕЗОН-2015 СТРОИТСЯ НА БОРТАХ А/К OREANAIR. РЕЙСЫ МОСКВА — ПУЛА ВЫПОЛНЯЮТСЯ С 30.05 ПО 26.09 ПО СРЕДАМ И СУББОТАМ

ВЫБОР ОЧЕВИДЕН

В 2015 году ряд игроков оптимизировали свои объемы по хорватскому направлению. В «TUI Россия» решили сконцентрироваться на Истрии, самом крупном полуострове Хорватии, где еще в прошедшем году туроператор существенно увеличил свое присутствие: предлагается широкое портфолио отелей, хороший объем гарантированных номеров и лучшие позиции на самом популярном, известном своей эксклюзивностью курорте Плава Лагуна в Медулине.

Полуостров Истрия и его знаменитые курорты Медулин, Новиград, Пореч, Пула, Ровинь и Умаг давно стали символом качественного отдыха, с идеально сбалансированным сочетанием его видов. Хорватия придерживается традиционной концепции туризма, формы отдыха для путешественников любознательных и активных, предпочитающих отельному отдыху с безостановочным питанием прогулки и знакомство с достопримечательностями и культурой страны.

Здесь можно часами бродить по улочкам старинных городков в венецианском стиле, кататься на велосипеде по ухоженным тропкам и наслаждаться чарующими ландшафтами, плавать в кристально чистых водах Адриатического моря или окунуться в историю древних церквей и замков, пропитаться средневековым и романтическим духом или пряным запахом сосен, отведать шедевры авторской и домашней кухни.

ДЛЯ ВСЕХ И КАЖДОГО

Уникальность полуострова заключается в том, что этот небольшой по своему объему кусочек страны сочетает в себе много исторических мест и природных достопримечательностей.

Пореч знаменит памятниками античного и раннехристианского периодов и пещерой Баредине, славящейся своими красными сталагмитами и сталактитами, а также подземным озером 60-метровой глубины с «человеческими рыбками». Медулин идеально подходит для занятий плаванием, серфингом и дайвингом. Ровинь напоминает маленькую Венецию и поражает первозданными пейзажами. Истрия удовлетворяет потребности любой категории туристов.

Туристам, предпочитающим спокойный отдых, подойдут тихие отели с ненавязчивой анимацией, для любителей шумных вечеринок найдутся отели близ баров и дискотек, для желающих расслабиться — гостиницы со спа-центрами, родителям с детьми порекомендуют гостиницы с семейными номерами, детским меню и бассейнами для малышей.

Гарантированные отели туроператора TUI в Истрии: Laguna Bellevue Apartments 4*, Laguna Bellevue Studio Appt 4*, Villa Laguna Galijot 4*, Village Laguna Galijot 4*, Hotel Laguna Molindrio 4*, Hotel Laguna Gran Vista 3*, Hotel Laguna Materada 3*, Hotel Laguna Mediteran 3*, Hotel Delfin 2*. **15**

TUI всегда старается соблюсти баланс спроса и предложения. Хотя Хорватия и не является массовым направлением, мы считаем, что сможем реализовать запланированные на 2015 год объемы

ВЕРНИКА ФАТИНА

ведущий менеджер по продукту «TUI Россия»



УМАГ

Символом Умага, расположенного недалеко от итальянских Венеции и Триеста, является теннисная ракетка. Здесь каждый год проходит хорватский чемпионат по теннису. А еще в Умаге большое количество архитектурных памятников, наиболее известные из которых – церкви Святого Рока, Непорочной Девы, развалины древнего форта Сипар. В рестораниках Старого города подают блюда средиземноморской кухни, на побережье много живописных бухт. И, конечно, Умаг предлагает превосходные условия для велосипедных и конных прогулок, трекинга и экскурсий в пещеры.



РОВИНЫ

Уникальный вид и первозданные окружающие пейзажи помогли Ровиню получить статус одного из самых красивых городов Адриатики. В арсенале магнетически привлекательного Ровиня — мощные средневековые улочки, венецианские дома, полные рыбацких лодок гавани, зеленые парки, кристально чистая вода и более 20 островов в окрестностях. Любителям истории будет интересно посетить Кафедральный собор Св. Евфимии, церковь Девы Марии, часовню Святой Троицы и другие достопримечательности.



НОВИГРАД

В прошлом — рыбацкая деревушка, ныне — один из главных туристских городов Истрии. Узкие улочки, памятники античности, церкви (Св. Максимиа, Св. Пелагия), монастыри, частично сохранившиеся городские стены, привлекательная набережная, пологие галечные пляжи (редкость для этого региона), сосновые леса и парки создают неповторимый колорит и очарование приморского города. В летнем сезоне здесь проводятся ночи джаза, блюза, соло. Ежегодно в августе — крупнейший в Европе рыбный фестиваль.



ПОРЕЧ

С каждым шагом по улицам Пореча, расположенного в живописной бухте протяженностью 25 км, туристы будут открывать для себя одну из его граней: оценят историческое и культурное богатство региона (останки двух римских храмов, собор Эфразиан с уникальной византийской мозаикой, возведенный в VI веке, руины оборонительных башен), природные красоты (скверы с вековыми соснами, пляжи, оживленную набережную). В Порече сочетаются древние времена и современность, размеренная жизнь и буйное веселье.



МЕДУЛИН

Медулин — идиллия слияния природы и человека. Самый южный город Истрии пользуется заслуженной популярностью у туристов благодаря своей тишине, песчаным пляжам, сосновым лесам и необитаемым островам. В Медулин едут заниматься плаванием, серфингом и дайвингом (на курорте несколько специализированных центров), комфортно здесь и ценителям гольфа — как традиционного, так и мини. Молодежь может весело проводить время в ночном клубе Imperial, баре на пляже Vijesa Barracuda, диско-баре Dalii и дискотеке Joy в Премантуре.

ПУЛА

Пулу, крупный морской порт и международный туристический центр Хорватии, существующую уже три тысячелетия, считают городом культуры, концертов, фильмов, прекрасных пляжей, а также одним из наиболее загадочных городов страны (недалеко от Пулы были обнаружены первые следы жизни человека). Это настоящий музей под открытым небом с прекрасно сохранившимися древнеримскими постройками — Триумфальной аркой, театром, Геркулесовыми воротами, ареной, на которой в настоящее время проходят фестивали и театральные представления.



Мне помог случай

С творчеством СИМОНА ОСИАШВИЛИ знакомы все. Он — автор слов более 500 песен, которые исполняли Алла Пугачева, София Ротару, Григорий Лепс, Ирина Аллегрова и многие другие звезды эстрады. Его стихи к песням «Дорогие мои старики», «Не сыпь мне соль на рану», «Мамины глаза», «Бабушки-старушки», «Зимний сад», «Колодец» вошли в золотой фонд российской эстрады.

БЕСЕДОВАЛ
АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ



Во время гастролей мне приходится бывать далеко не в самых комфортабельных гостиницах.

Никогда не требую себе люксов, чего-то особенного. Я приезжаю в первую очередь к людям

СИМОН ОСИАШВИЛИ



СИМОН, вы живете напряженной творческой жизнью, а как вы отдыхаете?

С тех пор как я стал исполнителем своих песен, меня часто приглашают в морские и речные круизы для наших туристов. Я с большим удовольствием принимаю такие приглашения, потому что удастся совместить отдых с работой, да и путешествовать я люблю. А пассивный отдых, когда я лежу на пляже и загораю, мне не подходит.

А познавательный туризм?

Такой отдых мне тоже интересен. Во время круизов я бродил по Парижу, Риму, другим городам. Наш корабль на два дня останавливался в порту Чивитавеккья, отсюда ранним утром за полчаса я доезжал до Рима на электричке и пропадал в Вечном городе до вечера.

Какая европейская страна вам больше всего нравится?

Каждая страна интересна чем-то своим. Мне очень нравится Лондон, я был там несколько раз. Он запомнился мне особой, праздничной атмосферой.

Насколько вы требовательны в поездках к комфорту?

Во время гастролей мне приходится бывать далеко не в самых комфортабельных гостиницах. Никогда не требую себе люксов, чего-то особенного. Я приезжаю в первую очередь к людям и настолько напитываюсь энергией от зала, что после двухчасового сольного концерта мне кажется, что и еще один концерт смогу сейчас отработать. Поэтому все бытовые вопросы, уют и комфорт номера отходят на второй план. Главное — хорошо выступить.

Как вам удалось подняться на вершущку шоу-бизнеса?

У меня был продюсер, которого я всем советую: почта. Свои стихи я запечатывал в конверт и рассылал тем композиторам, с которыми хотел сотрудничать, пока один из них — Владимир Мигуля — не предложил познакомиться лично. В результате появилась первая песня в моей творческой биографии, «Дни летят», которая в исполнении Софии Ротару вскоре стала всесоюзным шлягером.

Насколько велика роль случайности в истории вашего успеха?

Очень велика. Я считаю, что, когда человеку удастся, как вы говорите, добраться до вершин, в этом есть определенная доля везения. Способных людей куда больше, чем людей состоявшихся. То, что Мигуля в потоке писем со всего Советского Союза обратил внимание именно на мое стихотворение, это большая удача. Случайно я встретился и с Вячеславом Добрыниным. Кстати, с песней «Спасатель» на мои стихи он дебютировал как исполнитель.

Вы и сами запели. Как это произошло?

Сочиняя стихи для песен, я частенько брэнчал на гитаре, то есть у стихов, которые я отдавал своим соавторам, существовала рабочая мелодия. Так было и с песней «Любовники». Вячеслав Добрынин написал музыку, исполнил песню, а получилось совсем не то, что я задумывал. Слова, положенные на другую мелодию и с другой артистической подачей, стали нести совсем иной смысл, иную энергетику. Я очень переживал, и друзья мне посоветовали выйти на сцену самому и спеть эту песню так, как я ее себе представляю. Я вышел и спел. И увидел, что двум с половиной тысячам человек интересно, как я эту песню преподношу. Тогда я решил какие-то песни писать для себя.

Многие ваши знакомые и коллеги поначалу к этому отнеслись с иронией. Как вы сумели это преодолеть?

Самое главное, чему меня научил Литературный институт, — это держать удар своих коллег. Постепенно все привыкли к тому, что я не только автор, но еще и исполнитель некоторых своих песен. Когда происходят события, которые радикально поворачивают твою жизнь, надо не побояться этот шаг совершить. **ТЕ**



ОГЛУШИТЕЛЬНЫЙ УСПЕХ!
Мюзикл Эндрю Ллойд-Уэббера

ПРИЗРАК ОПЕРЫ

phantom-musical.ru



«Стейдж Энтертейнмент»

активно сотрудничает с крупнейшими туристическими компаниями:
организует групповые посещения шоу,
проводит целевые спектакли, включающие в себя аренду зала
и тематические корпоративные мероприятия в фойе театра.

Специальные условия работы с гидами, туристическими и MICE-агентствами:

- гибкая система скидок и комиссий – от 5 до 20%
- бонусные пригласительные билеты для организаторов групп от 20 человек
- возможность бронирования лучших билетов за несколько месяцев до мероприятия
- уникальный шанс увидеть мюзикл до официальной премьеры
- бесплатные рекламные материалы и сувенирная продукция
- возможность организации экскурсий за кулисы
- возможность заказать для иногородних туристов ланч-боксы или легкий фуршет в антракте
- Организация деловых мероприятий и организация банкетов и праздников.

ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ МДМ:

- Летняя открытая пералда(4этаж) – 200 человек (фуршет,тренинги,банкеты и т.д.);
- зрительный зал на 1780 мест;
- фойе — банкет до 800 человек, фуршет до 1800 человек;
- VIP-подиум — легкий фуршет для компании до 70 человек;
- VIP-комната для особо важных гостей;
- ложа в зрительном зале на 30 персон;
- парковка до 80 мест.

ИНФОРМАЦИЯ ПО ТЕАТРУ РОССИЯ:

- Зрительный зал на 1753 места, с экраном для проведения конференций и презентаций;
- фойе — банкет до 900 человек;
- VIP-зона фойе — фуршет для компаний до 150 человек;
- впервые в Москве: 2 барные зоны прямо в зрительном зале;
- — 2 VIP-комнаты вместимостью до 20 человек;
- VIP-ложа с отдельным входом на 10 персон.

Подробности по телефону: +7 (495) 780-35-54. Контактное лицо Алиса Библиова

12+

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2015

18 номинаций
Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

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



ТОРГОВО-
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА РФ

BUSINESS TRAVEL
АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ

conference.ru

ОРГАНИЗАТОР

events
ТРАВЕЛ БИЗНЕС

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

DUBAI
Tourism
للمساحة

ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР

GREENEED

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

**MAXI
MICE**