

Турбизнес

Travel Trade Russia

12+



ТРИЛЛИОН ДЛЯ БИЗНЕС-ТРЕВЕЛ

10 ГЛАВНЫХ
СОБЫТИЙ ГОДА

ЗНАКОМЬТЕСЬ:
ЛУЧШИЕ ИГРОКИ
РЫНКА MICE & VT

НАШИ ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ
ДЕМЛИНК
АТЛАС
ДЕМЛИНК

XV ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАГРАДА В ОБЛАСТИ БИЗНЕС-ТУРИЗМА И MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

17 номинаций
Новые номинации
от партнеров премии

**III Всероссийский Форум
«Развитие делового туризма
в регионах России»**

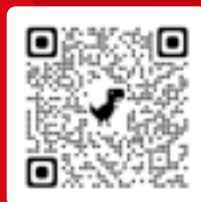
15 ЛЕТ
СОЗДАЕМ
ТЕРРИТОРИЮ
MICE!



6 ДЕКАБРЯ 2024 • МОСКВА

Всероссийский
ДЕНЬ MICE MICE КАРТА
РОССИИ

- miceday.ru • @miceday2024
- mice-award.ru • @miceaward
- @miceacademy



mice-award.ru



miceday.ru



micemap.ru

Дополнительная информация: Лариса Тарасюк • L.tarasyuk@tourbus.ru • +7 (495) 723-72-72

ОРГАНИЗАТОРЫ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ПАРТНЕР В РЕСПУБЛИКЕ



ТЕХНИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР



МЕДИА ПАРТНЕР



ПАРТНЕРЫ



Выпускающий редактор: Иван Калашников
Редактор Элеонора Арефьева
Корреспонденты: Михаил Шугаев
Татьяна Бутурлина
Ирина Клименко
Корректор: Марина Мартынова
Художник: Нелли Филимонова
Фотографии: «Турбизнес», Туризм.РФ,
Министерство по туризму
Кубы
Редакция журнала «Турбизнес»
Адрес редакции: Тихвинский пер., д. 11, стр. 2
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.tourbus.ru
Телеграм-канал
«Турбизнес Новости»: https://t.me/tourbus_news

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: ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

Турбизнес
МЕДИАОЛДИНГ • с 1997 г.

Генеральный директор Иван Калашников
ИД «Турбизнес» i.kalashnikov@tourbus.ru
Директор Ольга Мальцева
по рекламе o.maltseva@tourbus.ru
Отдел информации и распространения Лариса Лаврова
l.lavrova@tourbus.ru
Отдел workshop Руководитель Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
workshop@tourbus.ru
Отдел ТБ-Events Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru

Портал www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

BUSINESS TRAVEL
НА СЕВЕРНО-ЗАПАДЕ

Онлайн-редактор Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

В НОМЕРЕ

2 ИТОГИ ГОДА

- Главные события 2024 года

6 ТЕМА НОМЕРА

- Галина Полищук: «Бизнес-туризм стал взрослой отраслью»
- Леонид Исакович, «Академсервис». Туроператор номер один
- Рынок бизнес-трел в России в 2024 году
- Екатерина Корсунская: «Готовы к нестандартным запросам»
- MICE Award: награды ждут лучших
- Павел Васин: «Деловой туризм — производная от экономики»
- Сергей Богачев: «Авиа Центр. Успех обеспечивают технологии»
- Майя Анурова. Москва: турпоток идет на рекорд

20 РОССИЯ: ПРОЕКТЫ БУДУЩЕГО

- «Байкальская слобода». Экокурорт рядом с Байкалом

22 ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

- Путешествия по России со знаком качества
- В заповедники зимой!
- Топ-10 экскурсионных городов России — 2024

28 СОБЫТИЯ

- Роуд-шоу Кубы: от Минска до Тюмени

29 ТУРОПЕРАТОРЫ

- Дмитрий Горин: «Можно строить смелые планы»
- Дмитрий Арутюнов: «Слон из пенопласта и MICE-мероприятия»



С. 22

32 ГОСТИНИЦЫ

- Валерий Максимов, «Вега», Измайлово. Суперплощадка для деловых встреч
- Mantera Сочи: старт прошел успешно

36 ФОКУС: ОТКРЫТИЕ

38 РЫНКИ

- Саудовская Аравия открывает двери
- Жемчужины Туниса

43 ВИП-КЛИЕНТ

- Сергей Светлаков: «Петербург — город, где я становлюсь счастливее»

С. 40



ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ 2024 ГОДА

ТЕНДЕНЦИЯ ГОДА

Быстрый рост внутреннего туризма

По итогам года эксперты прогнозируют около 100 млн поездок по России. Минувшим летом внутренний турпоток составил рекордные 35 млн поездок. С мая по август он увеличился на 11% по сравнению с прошлым годом. Самыми популярными направлениями стали Краснодарский край (прибавил 15%), и Москва – рост турпотока на 8%. В каждом из этих субъектов побывало более 3 млн туристов, а в Санкт-Петербурге турпоток вырос на 20% с прошлым годом и составил почти 2,5 млн гостей. Самые быстрорастущие направления: Тыва (+78%), Чечня (+66%) и Дагестан (+46%).

При этом все большую популярность приобретает автотуризм. Основной прирост турпотока произошел как раз за счет путешествий наших граждан на автомобилях. По данным ВЦИОМ, за первую половину года, включая лето, 53% граждан предпочли путешествия на автомобиле. Это на 8% больше, чем годом ранее.



ПРОЕКТЫ ГОДА

«ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО» – национальный проект

В России с 2021 по 2024 год реализуется национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». В 2025 году ему на смену придет обновленный нацпроект «Туризм и гостеприимство», который будет действовать до 2030 года.

В доработанную версию национального проекта «Туризм и гостеприимство» войдут пять федеральных проектов: «Создание номерного фонда, инфраструктуры и новых точек притяжения», «Пять морей и озеро Байкал», «Производство отечественной продукции для туристической индустрии», «Туристическая привлекательность страны» и «Кадры для туризма».

Расходы на проект «Туризм и гостеприимство» в 2025-2030 годах оцениваются в 3,56 трлн рублей, наибольшую сумму правительство рассчитывает привлечь из внебюджетных источников.



АНТИРЕКОРД ГОДА

Рост цен на путешествия по России

Цены на все составляющие турпоездок – отели, авиа-, железнодорожные билеты выросли на 15-20%.

Первый зампред комитета Госдумы по экономической политике Надежда Школкина отметила этот отрицательный тренд: «Стоимость одной ночевки в средствах размещения выросла в среднем на 19% и составила в гостиницах от 0 до 2* – 6043 рубля, 3* – 7011 рублей, 4-5* – 11739 рублей».

Цены на авиабилеты внутри страны выросли в среднем на 29%, хотя есть направления, где рост составил и 60%, при этом на зарубежных направлениях цены выросли не столь значительно. Рост цен на железнодорожные билеты составил 12-13%.

По прогнозам экспертов, тренд на удорожание внутренних туров продолжится.



НОВИНКА ГОДА

Запуск электронной путевки во внутреннем туризме



С 1 сентября 2024 года вступила в силу норма об ответственности туроператоров по внутреннему и въездному туризму за невнесение сведений в Единую информационную систему «Электронная путевка».

Турист при подготовке к путешествию, а также во время его совершения, включая транзит, имеет право получить сведения, содержащиеся в отправленной туроператором в систему путевке.

Между тем, как отмечают в АТОР, использование «Электронной путевки» становится слишком дорогим для туроператоров по внутреннему туризму. Так как изначально поставленной цели – возможности получать и анализировать «большие данные» о внутреннем туризме, система достичь пока не позволяет (ведь львиная доля бронирований во внутреннем туризме приходится на агрегаторы, которые к «Электронной путевке» подключаться не обязаны), то и расходы на ее подключение многим небольшим участникам рынка кажутся несоразмерными.

СОБЫТИЕ ГОДА

«РОССИЯ» на ВДНХ – самое масштабное событие года



Международная выставка-форум «Россия» прошла в Москве на ВДНХ с 4 ноября 2023 по 8 июля 2024 года. За время работы ее посетили 18,5 млн человек, она вошла в десятку самых посещаемых мест в мире. На платформе «России» прошло свыше 800 мероприятий, 600 концертов, 22 флешмоба и 19 фестивалей.

Важной частью работы выставки стали многочисленные презентации туристических возможностей регионов России.

1 июля 2024 года Владимир Путин подписал указ о создании на базе выставки «Россия» Национального центра «Россия». Властям Москвы было поручено передать для этих целей в безвозмездное пользование выставочный комплекс «Экспоцентр» на Краснопресненской набережной.





РЕКОРД ГОДА

Триллион рублей – объем рынка бизнес-трелвел

По информации Союза агентств делового туризма (САД), во 2-м квартале этого года объем рынка делового туризма вырос на 28% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Количество командировок по России показало рост на 18%.

В топе находятся Москва и Петербург. Более 60% всех командировок бронируются заранее, от 8 дней и более, то есть бизнес-активность становится более прогнозируемой.

Доля внутренних поездок по России составила 86%, международных 14%. При этом в 2024 намечилось некоторое увеличение в международном сегменте.

Отрасль выросла не только в денежном выражении. Растет и количество командировок по России так, в 1 квартале 2024 рост составил 11,7% в сравнении с тем же периодом 2023.

Ожидается, что общий объем рынка деловых поездок по итогам года достигнет рекордной отметки в 1 триллион рублей.



ТЕНДЕНЦИЯ ГОДА

Восстановление рынка въездного туризма



В 2024 году зафиксирован взрывной рост прибытий иностранных туристов в РФ.

В отелях России в первом полугодии останавливались 38,8 млн туристов, из них 1,8 млн – иностранных, что на 42% больше, чем за тот же период годом ранее, это данные Росстата.

Въездной туризм в Россию в первом полугодии 2024 года на 40% превысил объемы прошлого года, главным образом это произошло благодаря введению электронной визы в августе 2023 года.

Прежде всего в Россию приезжают туристы из Китая (больше 40%), с Ближнего Востока – Турции, Объединенных Арабских Эмиратов, Саудовской Аравии, Ирана, а также Индии.

Многие эксперты полагают, что это далеко не предел, и связывают надежды на рост с рынками Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии.



КРЫЛЬЯ ГОДА

Авиарейсов больше, цены выше

Международные перевозки растут быстрее внутренних. Этот тренд отмечает вице-президент РСТ Дмитрий Горин. По статистике, по сравнению с 2023 годом, доля международных перевозок выросла до 28%. Годом ранее она составляла 20%. Внутренние авиаперевозки тоже показывают положительную динамику – рост составил 7%.

В 2023 году российские авиакомпании перевезли порядка 105 млн пассажиров, а в этом году эта цифра стремится к 112 млн.

На сегодня у России есть выход на 36 стран мира, открываются новые направления. Так, в этом году стартовали полетные программы на остров Бали и в Иорданию. Расширение сети международных полетов стало возможным благодаря выкупу флота иностранного производства российскими авиакомпаниями и более активной позиции иностранных перевозчиков, которые летают в Россию.

Выросли и цены на авиабилеты, по информации Росстата, в среднем на 20-30% для внутренних перевозок.

БЕСТСЕЛЛЕР ГОДА

Турция по-прежнему зарубежное направление №1

Общий российский турпоток в Турцию за восемь месяцев превысил 4,5 млн, следует из статистики, опубликованной министерством культуры и туризма страны.

Турецкую провинцию Анталья с января по сентябрь посетили более 3,2 млн российских туристов, это наиболее высокий показатель среди зарубежных стран, сообщило в октябре Управление по культуре и туризму Анталья.

При этом, как отмечают в Ассоциации туроператоров России, реальные показатели туризма в Турцию пока заметно отстают от аналогичных цифр допандемийного 2019 года, так как значительная часть потока в 2024 году приходится на транзитные перелеты через аэропорты Стамбула.



ПРОРЫВ ГОДА

Активизация безвизового группового туризма между Россией и КНР



Соглашение между правительствами РФ и КНР о безвизовых групповых поездках туристов действовало с 2000 года до начала 2021, когда было приостановлено из-за пандемии коронавируса. Документ снова заработал 1 августа 2023 года. В его рамках по групповым спискам между двумя странами могут путешествовать группы от 5 до 50 человек на срок до двух недель. Поездки должны быть организованы уполномоченными туроператорами. По данным Минэкономразвития, за год безвизовым въездом воспользовались 580 тыс. туристов, в том числе 340 тыс. российских.

Отправлять туристов в Китай в рамках соглашения в этом году имеют право 559 российских туроператоров, включенных в соответствующий список Минэкономразвития.



ПЕРСОНА ГОДА

Илья Уманский, президент РСТ

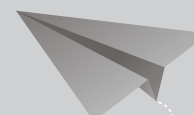
Илья Уманский родился в Москве в 1980 году, окончил Российскую международную академию туризма (РМАТ). С 1998 года занимал различные посты в компании «Алеан», специализирующейся на внутреннем туризме.

С декабря 2022 года возглавил Российский союз туриндустрии, придав новое дыхание старейшему объединению профессионалов туризма страны.

В 2024 году Илья Уманский активно занимался лоббированием интересов туротрасли и выдвинул ряд новых смелых инициатив по ее развитию. Часть из них уже принята или находится на стадии рассмотрения.

Среди них предложения о законодательном разграничении обязанностей туроператоров и турагентов, о совершенствовании системы электронной путевки, о снижении ключевой ставки для инфраструктуры туризма, об отмене нижней планки нового турналога, об отказе от виз с дружественными странами, о реформировании системы фингарантий.

2025





Бизнес-туризм стал взрослой отраслью

Так считает **Галина ПОЛИЩУК**, управляющий директор корпоративного бизнеса компании Випсервис. Она поделилась с читателями ТБ и другими важными профессиональными наблюдениями.

Каковы основные тренды отечественного рынка бизнес-туризма, какие изменения особенно важны?

На мой взгляд, главным изменением на рынке за последние годы стало его становление как полноценной отрасли, взросление и консолидация. И статистика свидетельствует о том, что несмотря на все сложности мы продолжаем двигаться вперед. Во многом это стало возможным благодаря нашему объединению САД (Союз агентств делового туризма). На мероприятии «Вечер в САД», которое прошло 17 сентября, мы впервые в истории индустрии подняли вопрос стандартов ТМС на рынке услуг бизнес-трелл, и для меня они являются отражением основных трендов индустрии со стороны агентств делового туризма на сегодняшний день.

Бизнес-трелл — это масштабная отрасль с более чем 30-летней историей, она отражает реальную экономику нашей страны. И сегодня, как никогда, важны ответы на многие вопросы, от которых зависит успех. Что нужно учитывать корпоративному заказчику при подготовке к тендеру? На какие цифры опираться при формировании бюджета на последующие годы? Каким критериям должно соответствовать современное, а главное, надежное ТМС?

20–25% — такое увеличение затрат на командировки мы, как эксперты САД, прогнозируем в 2025 году. Изменение ключевой ставки, инфляция, рост цен на услуги — все это неизменно приведет к увеличению бизнес-трелл расходов. При этом эффективное управление бюджетом невозможно без работы с надежным партнером.

Как складываются взаимоотношения между корпоративными заказчиками и ТМС-компаниями?

Эффективное взаимодействие между корпоративным клиентом и агентством делового туризма требует глубокого понимания бизнес-процессов, существующих на стороне каждого из участников.

Бизнес-трелл компании работают с большим количеством поставщиков и партнеров, каждый из которых играет свою, очень важную роль в общей цепочке. Поэтому в рамках диалога нужно учитывать, что в общем коммуникацион-

Галина, рынок бизнес-трелл, пожалуй, сейчас один из самых динамично развивающихся.

Объем российского рынка бизнес-трелл, вне зависимости от всех внешних факторов, ежегодно растет вот уже несколько лет. За первые 9 месяцев 2024 года рост составил 28% относительно того же периода годом ранее. Совместно с коллегами из Союза агентств делового туризма мы прогнозируем, что к концу года объем рынка бизнес-трелл превысит 1 трлн рублей. При этом увеличивается и общее количество командировок. Девять месяцев этого года показали рост на 21% к аналогичному периоду 2023 года.

Самыми популярными направлениями командировок по России традиционно остаются Москва и Санкт-Петербург. В топ направлений также вошли Сочи, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Тюмень.

Доля международных командировок выросла по сравнению с прошлым годом на 4% и составила 16% от общего количества поездок. География международных выездов, конечно, изменилась. Китай, Египет, ОАЭ, а также Турция и Сербия, ставшие для россиян удобными пересадочными хабами, как и в прошлом году, в лидерах. К этим направлениям добавились Индия, Африка и страны Латинской Америки.

ном треугольнике участвуют не две, а три стороны: клиент, ТМС и поставщик. А базой такого взаимодействия является концепция Win-Win, которая предполагает исключительно взаимовыгодное партнерство трех сторон. Важно наладить открытый и прозрачный диалог между всеми участниками процесса, который подразумевает как открытость в общении, так и открытость в ценообразовании. А использование систем типа openbook во взаимоотношениях Заказчик — ТМС позволит клиентам видеть реальную стоимость услуг и принимать взвешенные решения.

Важно отметить, что повышение уровня осведомленности клиентов и партнеров через отраслевые мероприятия способствует лучшему пониманию всех бизнес-процессов нашего тревел-треугольника и росту качества услуг.

Сегодня мы наблюдаем большие перемены в запросах наших клиентов. Меняется законодательство, открываются новые направления, появляются новые продукты, участники рынка переходят на новое программное обеспечение, а рынок предъявляет все более высокие требования к скорости, гибкости и полноте предоставляемого контента. В этой ситуации ТМС должны уметь адаптироваться к новым реалиям, учитывать необходимость оптимизации затрат клиентов при сохранении высокого качества услуг.

Как продолжают менять бизнес-тревел онлайн-технологии?

К большому использованию онлайн-технологий в свое время нас сильно подтолкнула пандемия. За последние годы серьезно вырос online adoption rate, который по отдельным услугам достигает 74%.

Сегодня на рынке существует целый ряд аналитических решений для оптимизации командировок. Клиенты могут использовать эти данные для выявления наилучших вариантов перелета, размещения и маршрута, а также для оценки экономической эффективности поездок и проводить рыночный benchmark-анализ. Компании все активнее внедряют специализированные программные решения для управле-

ния командировочными расходами, которые помогают отслеживать и анализировать расходы на поездки, автоматически генерировать отчеты и осуществлять контроль над бюджетом.

Давайте попробуем заглянуть в будущее. Каким будет рынок через три-пять лет?

Прогнозировать будущее всегда непросто, но, опираясь на текущие тренды, мы как минимум можем определить его вектор. Одной из ключевых тенденций является дальнейшее развитие технологий и автоматизации. Компании все чаще будут использовать алгоритмы и системы искусственного интеллекта для оптимизации бизнес-процессов и принятия решений.

Сегодня одним из актуальных остается вопрос: заменит ли человека ИИ или нет? И здесь важно понимать, что искусственный интеллект — это лишь возможность сделать так, чтобы один сотрудник за единицу времени производил больше благ. Многие профессии со временем будут трансформироваться под влиянием технологий. ИИ изменит целые индустрии, а успех компаний будет определяться тем, как они научатся эту технологию применять.

Важной основой является формирование и удержание отношений с бизнес-путешественниками, а это возможно только в соучастии с человеком. Да, ИИ его органично дополнит, но креативным двигателем и центром процесса будет выступать человек и его экспертиза. И именно тандем человека и ИИ откроет для конечного пользователя новый уровень сервиса.

Современные деловые путешественники сильно отличаются от тех, что были пять лет назад. Результаты всех исследований говорят о том, что их больше нельзя рассматривать через призму единых требований к сервису. Каждый имеет уникальный профиль и эмоциональные привязанности. B2C-опыт становится неотъемлемой частью требований к B2B-ресурсам. Сейчас мы видим, насколько за последние годы бизнес-тревел стал персонализированным. А в будущем он будет суперперсонализированным. Осознание этого — и есть ключ к успешной организации деловых поездок. **ТБ**



МАРИЯ ЗАХАРОВА,

РУКОВОДИТЕЛЬ ФУНКЦИИ
«ПРОТОКОЛ И КОРПОРАТИВНЫЕ
СЕРВИСЫ» КОМПАНИИ СИБУР

Корпоративные заказчики внимательно следят за развитием и ключевыми тенденциями на рынке бизнес-тревел. Мы для себя отмечаем следующие тенденции, которые переформируют этот рынок: это активное импортозамещение

и активный выход в онлайн. Отмечу и значительный прирост инвестиций в ИТ. Для нас, как для крупных корпоративных заказчиков, эти тренды — скорее плюс для развития российского бизнес-тревел, они не просто усиливают партнерство между заказчиком и агентством, но и способствуют наращиванию компетенций сотрудников на стороне агентства, которое становится уже больше ИТ-компанией, чем просто классическим агентством по бронированию услуг. Рынок бизнес-тревел работает уже на уровне автоматизации услуг до 80%.

На этом фоне меняется расстановка сил в самом секторе делового туризма, и мы уже выходим не просто на уровень взаимодействия «корпоративный заказчик — ТМС», а включаем в этот периметр взаимодействие с отелями, поставщиками услуг по трансферу и другими.

От уровня автоматизации процессов и готовности оперативно подтверждать корпоративные тарифы зависит не только качество, но и скорость предоставления услуг, которые уже привычно ожидает заказчик — командированный работник крупной корпорации.

Переориентация российского бизнеса на локальный рынок и критический недостаток отельного фонда в крупных городах России (Москве, Петербурге, Казани, Нижнем Новгороде) оказывают негативное влияние на сервис из-за массовых отказов отелей в проживании корпоративным заказчикам. Только совместная работа и совместные трехсторонние договоренности смогут привести к стабилизации ситуации и восстановлению на отельном рынке сегмента корпоративных клиентов, которые незаслуженно перестали находиться в приоритете для отельеров.



Туроператор номер один

Президент группы компаний «Академсервис» **Леонид ИСАКОВИЧ** рассказывает об опыте и масштабах работы с корпоративными клиентами, делится амбициозными планами развития.

«Академсервис» прошел на туристическом рынке путь длиной без малого в 35 лет. Пожалуйста, дайте сегодняшний его портрет.

Группа компаний «Академсервис» — ведущий туроператор въездного туризма с собственной системой бронирования, прежде всего для юридических лиц, партнер спортивных команд, музыкальных, театральных групп, коллективов в сфере транспортного обслуживания и гостиничного размещения, организатор MICE-мероприятий, конгрессов, конференций, саммитов. Мы начинали с классического международного туризма — группы, автобусы, музеи, питание, но такого туризма сейчас практически нет. У нас остался бизнес-туризм, и приоритетным является также обслуживание разного рода официальных мероприятий, организуемых Управлением делами президента, правительством Москвы, министерствами и ведомствами.

В своей рекламе вы указываете, что «Академсервис» — это туроператор №1. Смысл этой фразы не только в том, что ваш номер в реестре туроператоров России — 000001? Можно считать общепризнанным фактом, что «Академсервис» — старейшая после «Интуриста» туристическая компания Российской Федерации — накопила огромный опыт работы в отрасли. Когда мы начинали, нас было три-пять человек. Сейчас в компании заняты четыреста сотрудников, а партнерская сеть насчитывает свыше 10 тысяч компаний.

В 2020 году вы вывели на рынок новый бренд «Академ-Онлайн», развивающий вашу уникальную онлайн-систему бронирования отелей. В чем ее отличия и преимущества перед конкурентами?

У нас не так много конкурентов, зато много, как уже отмечалось, партнеров. Преимущества тем не менее состоят в ассортименте наших поставщиков и ассортименте продуктов. Сильной стороной компании я бы назвал технологические наработки во взаимодействии с покупателями. Отмечу, что нашими клиентами являются не физические лица, а корпоративные покупатели либо ТМС-компании по организации деловых поездок. Разумеется, в онлайн мы работали давно, но затем выделили этот сегмент в отдельную платформу. О ее привлекательности и производительности свидетельствует такая статистика: в течение года мы регистрируем примерно 1 млн 300 тыс. индивидуальных бронирований от корпоративных клиентов, что означает 2,6 млн поездок. И это — без учета групп; групповой сегмент, в свою очередь, дает примерно 250–300 тыс. клиентов в год.

Как вы считаете, в чем главные проблемы взаимодействия ТМС-компаний с отелями? С корпоративными клиентами?

«Академсервис» как раз и нужен для того, чтобы таких проблем не было. Мы работаем со всеми крупнейшими ТМС-компаниями, и полагаю, что 40–50% получаемых ими заказов они реализуют через нас. Разумеется, мы учтываем все специальные цены, которые ТМС получают у своих контрактных отелей.

Цены на отели в системе действительно заслуживают отметок best available rate — наилучшая доступная цена?

Если бы у нас не было конкурентных цен, разве к нам приходило бы такое количество клиентов? Мы строго соблюдаем так называемое правило паритетных цен, если говорить о взаимоотношениях с отелями. Большое внимание уделяется динамическому ценообразованию. Учитывая, что цена на продукт может колебаться в зависимости от различных факторов — спроса, предложения, курсов валют и даже геолокации покупателя, мы варьируем свои цены в режиме реального времени.

В вашей онлайн-системе присутствуют практически все активные отели в России и ближнем зарубежье — их свыше пяти тысяч. В каком направлении вы теперь ее развиваете? Наши взоры обращены к пополнению отельной базы за счет государств Юго-Восточной Азии, а также Турции. Перспек-

тивы здесь огромны — не менее 10 тысяч новых отелей. Кое-что в системе уже есть, а к Новому году, как мы рассчитываем, заполнение этого сегмента будет окончено.

В дополнение «Академсервис» динамично развивает контакты с ближним зарубежьем. Узбекистан, Казахстан, Кыргызстан, Армения, Грузия — места размещения в этих дестинациях пользуются растущим спросом нашей корпоративной клиентуры. Таково объективное отражение новых тенденций в деловых отношениях России со странами СНГ.

Наконец, мы все активнее работаем с санаториями, пансионатами, лечебными учреждениями, а это очень емкий и перспективный сегмент, тем более что спрос в нем в последнее время сосредоточился на российских объектах. Санкур для нас — тема не новая, существует даже государственная программа «Развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения»; в настоящее время пополняем контрактную базу соответствующих учреждений.

Наверняка у вас собирается уникальная статистика рынка деловых поездок по России. Какие изменения, происходящие на этом рынке в последние годы, вы бы отметили прежде всего? Имеется в виду география поездок, предпочтения по бюджетам командировок и прочее.

Что касается внутренних дестинаций, то предпочтения на рынке остаются прежними: Москва, Санкт-Петербург, города-миллионники. Это совершенно не исключает того, что какая-то компания может приступить к проекту, скажем, на Сахалине, и тогда мы начнем заниматься соответствующей тревел-логистикой. Бюджеты командировок увеличились, мы это наблюдаем по средней цене покупки. За последние полтора года она возросла примерно на двадцать процентов. Причина лежит достаточно близко: отели стали повышать цены.

У компании «Академсервис», пожалуй, самый большой на рынке опыт обслуживания спортивных команд высшей лиги, театральных коллективов.



Группа компаний «Академсервис» осуществила масштабные проекты, такие как официальные мероприятия празднования 850-летия Москвы (1997), саммит большой «восьмерки» (2006, Санкт-Петербург), Международный экономический форум (2007, Санкт-Петербург), деловой саммит Форума Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества во Владивостоке (2012), 21-й Всемирный нефтяной конгресс (2014, Москва) и многие другие.

Со спортом «Академсервис» связан очень прочно. Мы участвовали в организации и проведении таких ответственных соревнований, как чемпионаты мира по фигурному катанию (2005 и 2011, Москва), Кубок Кремля по теннису (2009–2015), чемпионат мира по легкой атлетике (2013, Москва), чемпионат мира по хоккею в Москве и Санкт-Петербурге (2016) и многих других. На сегодняшний день у нас есть договоры с 170-ю спортивными федерациями и командами самых разных видов спорта. Со многими из них мы работаем на протяжении десятков лет.

Что касается театральных коллективов, то здесь — сплошные звезды, начиная с Большого и Малого театров. На протяжении многих лет при поддержке группы компаний «Академсервис» проходили крупнейшие культурные мероприятия: театральный фестиваль «Золотая маска», международный фестиваль «Новый Европейский Театр», международный театральный фестиваль имени А.П. Чехова в разных городах России. «Академсервис» участвовал в организации гастролей в России Хосе Каррераса, Пласидо Доминго, Мадонны, Пола Маккартни, Элтона Джона и многих других звезд.

Список профессиональных наград «Академсервиса» огромен: в одном только 2020 году вы получили премию World Travel Awards, которую часто называют «Оскаром» туристической индустрии, сразу в трех категориях — «Мировой туристический лидер в сфере культуры и спорта», «Ведущий туристический лидер в сфере культуры и спорта в Европе» и «Лучший российский туроператор».

Мы очень ценим также чисто российские и московские награды, такие как «Туристический Олимп» — лучшему туроператору России в области въездного туризма и «Хрустальная ладья» — за успешную реализацию комплексных проектов развития туристско-гостиничного комплекса города Москвы. В свое время было очень приятно получить Russian Business Travel & MICE Award — за выдающийся вклад в организацию MICE-мероприятий и обслуживание спортивных соревнований. Сюда же можно отнести Специальный приз Ассоциации бизнес-туризма России за значительный вклад в обслуживание MICE-мероприятий и событий в сфере культуры на территории РФ. **ТБ**

Четыреста сотрудников «Академсервиса» выполняют в год около 1 млн 300 тыс. индивидуальных бронирований от корпоративных клиентов. И еще примерно 250–300 тыс. бронирований в групповом сегменте

РЫНОК БИЗНЕС-ТРЕВЕЛ В РОССИИ 2024

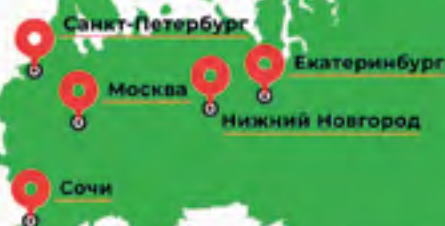


КОЛИЧЕСТВО КОМАНДИРОВОК
ОБЩЕЕ В 2022 —
ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2024

2024'Q2 vs. 2023'Q2



ТОП-5 НАПРАВЛЕНИЙ
КОМАНДИРОВОК ПО РОССИИ В 2024



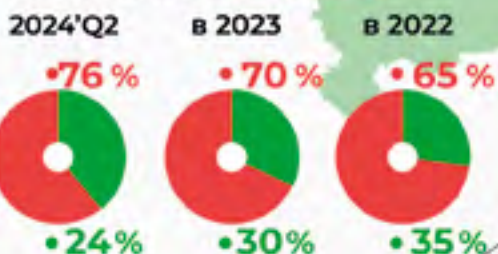
СРЕДНЯЯ
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
КОМАНДИРОВКИ ПО РОССИИ:

в 2024 (1 полугодие):	2 дня
в 2023	2 дня
в 2022	3 дня

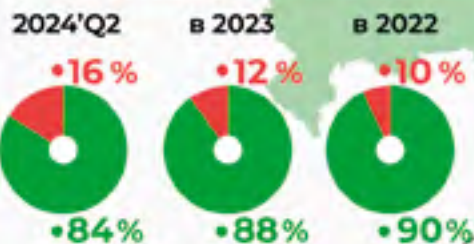
СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ АВИАБИЛЕТА
ПО РОССИИ В ПЕРВОМ
ПОЛУГОДИИ 2024 ГОДА:



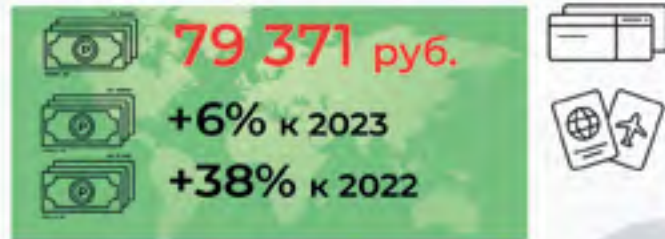
СООТНОШЕНИЕ КОМАНДИРОВОК ПО РОССИИ,
ДЛЯ КОТОРЫХ ПАССАЖИР ОТДАЕТ
ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОЕЗДУ/АВИА:



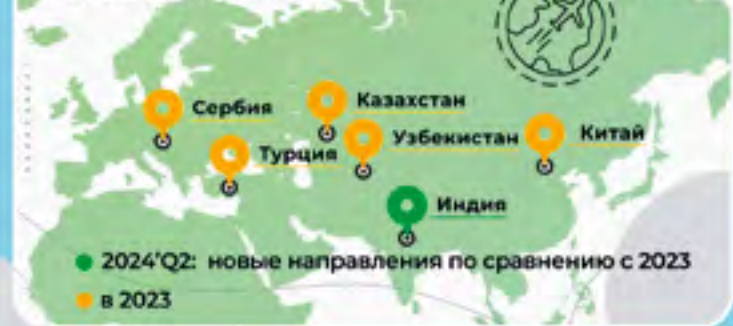
СООТНОШЕНИЕ
КОМАНДИРОВОК ПО РОССИИ
И МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМАНДИРОВОК:



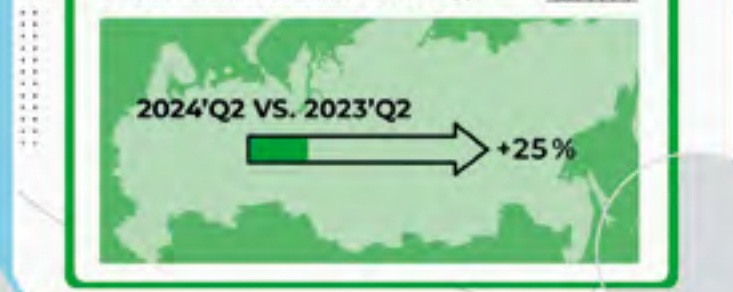
**СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ
МЕЖДУНАРОДНОГО АВИАБИЛЕТА
В 2024 ГОДУ:**



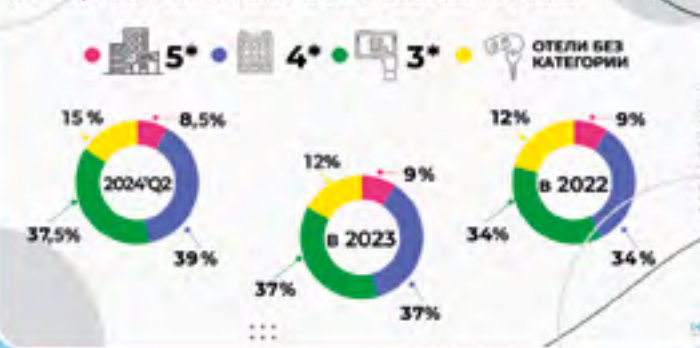
**ТОП-5 МЕЖДУНАРОДНЫХ
НАПРАВЛЕНИЙ:**



**КОЛИЧЕСТВО НОЧЕЙ, ЗАБРОНИРОВАННЫХ
БИЗНЕС-ПУТЕШЕСТВЕННИКАМИ
В РОССИЙСКИХ ОТЕЛЯХ В 2024 ГОДУ:**



**ДОЛИ ОТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА
НОЧЕЙ, ЗАБРОНИРОВАННЫХ В РОССИЙСКИХ ОТЕЛЯХ**



Adoption Rate

2022 — первое полугодие 2024:



**СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ НОМЕРА
В ОТЕЛЕ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ
В 2024 ГОДУ:**



**КАК МЕНЯЛСЯ SLA И ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТОВ
ОТ СКОРОСТИ СЕРВИСА?**



Готовы к нестандартным запросам

Компания Aerotone Corporate Travel отлично известна на рынке и как успешный организатор конференций и инсентив-программ, и как креативное event-агентство, и как специалист по бизнес-тревел. **Екатерина КОРСУНСКАЯ**, генеральный директор, рассказывает о том, за что клиенты ценят Aerotone.

Екатерина, какое направление работы компании вы считаете основным?

Aerotone Corporate Travel изначально была открыта именно как бизнес-тревел компания. Это для нас главное направление и сейчас. Но, безусловно, мы хотим предоставить нашим клиентам весь спектр услуг, поэтому для нас все сегменты бизнеса равно важны. Направлению MICE уделяем сейчас особое внимание, так как видим его повышенную востребованность у клиентов.

Отмечу, что для подготовки сложных мероприятий в MICE-отрасли, которые включают не только логистическую, но и образовательную и развлекательную составляющие, требуется особая подготовка менеджеров. Самостоятельно клиент вряд ли справится — ему придется иметь дело со слишком многими поставщиками.

Aerotone отличается способностью устраивать яркие и эффективные мероприятия, да и спрос на них все возрастает.

В вашем прошлом интервью вы отмечали кардинальные изменения, происходящие на рынке бизнес-тревел за последние годы. Насколько быстро прошла адаптация вашей компании к новым реалиям рынка?

Считаю, что мы достаточно быстро адаптировались и продолжаем это делать каждый день. На любую кризисную ситуацию всегда стараемся смотреть как на возможность. Как раз благодаря новой ситуации мы, можно сказать, выросли и открыли офис в Алматы — Aerotone Corporate Travel Kazakhstan. В октябре наш казахский офис был представлен на выставке ITB Asia 2024 в Сингапуре, и он уже имеет своих первых корпоративных клиентов.

Как изменились запросы ваших корпоративных клиентов? Каких чудес они теперь ждут от своей ТМС-компании?

Можно указать на следующие тенденции в запросах наших клиентов: обслуживание через мессенджеры по срочным командировкам, единое окно обслуживания с выделенным менеджером, который знает все нюансы и потребности клиента. Другими словами, речь идет о повышении скорости уровня обслуживания. В то же время некоторые клиенты вернулись в формат офлайн-работы — они хотят большего внимания к себе и живого общения. Таким образом, возникает нечто вроде общей гибридной среды.

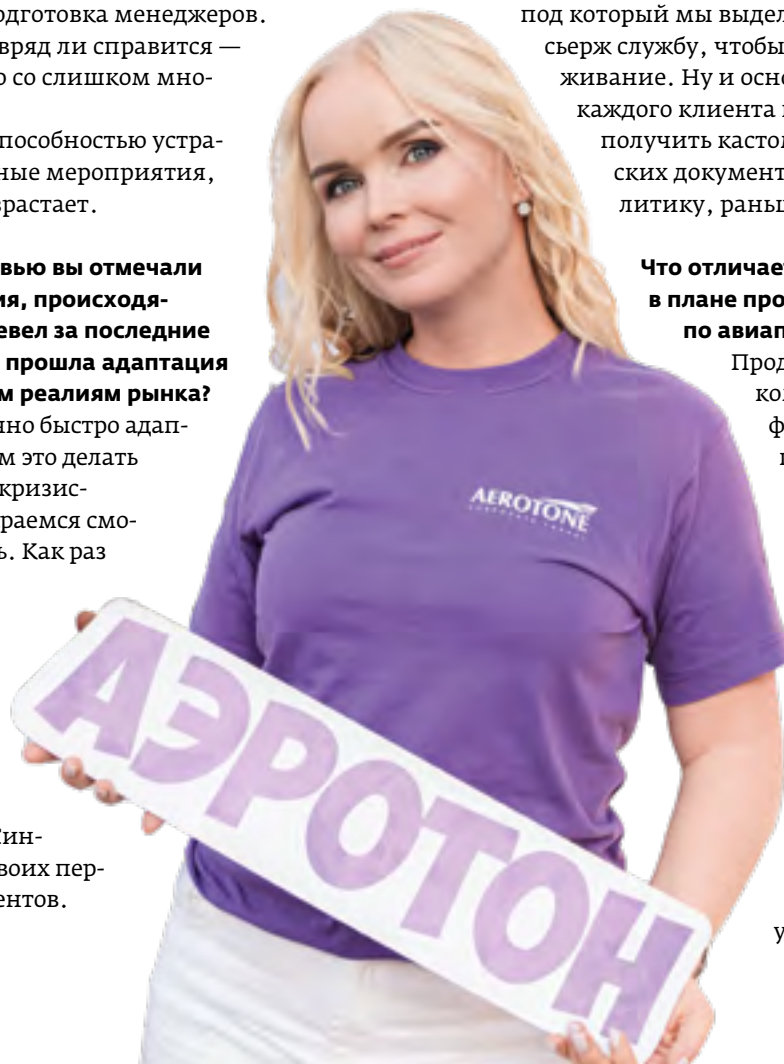
Отдельно хочется отметить сегмент VIP-клиентов, под который мы выделили специальную тревел-консьерж службу, чтобы добавить оперативности в обслуживание. Ну и основное, что наблюдается почти у каждого клиента в последнее время, — желание получить кастомизированный пакет бухгалтерских документов, а также дополнительную аналитику, раньше такого тренда не было.

Что отличает современную командировку в плане продолжительности, предпочтений по авиаперелетам, размещению в отелях?

Продолжительность современной командировки зависит от различных факторов, таких как цели и задачи поездки, отрасль компании, бюджет на командировку и т. д.

Если не брать в расчет bleisure-направление, средняя продолжительность командировки у наших корпоративных клиентов сократилась и сейчас составляет в среднем два дня против трех в допандемийный период.

По авиаперелетам: увеличились продажи возвратных и премиальных тарифов, где возврат билетов возможен без дополнительной платы. Тем самым клиент уменьшает риск того, что в совре-





Профессионализм сотрудников Аэротона — один из главных секретов успеха компании. Регулярные внутренние тимбилдинги помогают мотивированности и сплоченности команды

менном переменчивом мире какой-то перелет придется отменить или заменить другим. Сместилась и география полетов из-за переориентации бизнеса, сейчас востребованы Азия, Африка, Латинская Америка. Сотрудники корпоративных клиентов все чаще заказывают дополнительные услуги на борту самолета. Среди наиболее востребованных — выбор места и заказ специального питания. Это свидетельствует о том, что клиенты стали больше ценить комфорт во время перелетов.

Что касается размещения, то в последнее время все больше наших корпоративных клиентов выбирают вместо отелей апартаменты и квартиры. Качество и уровень сервиса там совсем не хуже, а средняя стоимость ночи проживания почти вдвое ниже стоимости отеля среднего класса, которая поднялась в последнее время — мы говорим о России — на 20–30%. Большинство консолидаторов уже включают в свои предложения широкий выбор квартир и апартаментов, и с каждым месяцем вариантов размещения становится все больше. Наши клиенты имеют обыкновение сообщать нам, какие апартаменты и в каких городах их интересуют, и мы заранее заключаем соответствующие контракты, чтобы не искать размещение в последний момент.

Спрос на bleisure-поездки действительно растет?

Да, это так. Многие компании осознают важность баланса между работой и личной жизнью своих сотрудников. Bleisure-поездки позволяют совместить деловые цели с отдыхом и развлечениями. Это способствует повышению мотивации и продуктивности персонала.

Командировки зачастую могут включать в себя посещение достопримечательностей, культурных мероприятий, а также активный отдых и спа-процедуры.

Командированные сотрудники часто обращаются к нам с просьбой подобрать интересную программу на уикенд.

Представьте, пожалуйста, ваши онлайн-сервисы для обслуживания корпоративных клиентов, оптимизации их расходов.

На сегодня мы работаем в двух онлайн-платформах, каждая из которых имеет свои преимущества и по-своему удобна тому или иному клиенту. Причина окончательного выбора может быть разной — от удобства интерфейса, гибких настроек до опции составления различных аналитических отчетов. В наших системах мы можем настроить тревел-политику,

то есть установить лимиты по бюджету на заказ билетов, выбрать класс обслуживания и т.д. и тем самым сократить расходы. Онлайн-сервис предлагает также программу лояльности, которая подсказывает клиенту, в каком отеле лучше остановиться, чтобы получить в будущем лучшие тарифы. Предусмотрена возможность выгрузки отчетных документов, что дает значимую оптимизацию и экономию времени.

На рынке обсуждают ваш новый амбициозный проект, российский аналог Букинга — систему бронирования отелей Numeroid. С какой целью вы создали эту систему? Numeroid будет открыт и для турагентств, и для клиентов?

Система бронирования отелей Numeroid создается с целью оптимизации стоимости проживания, особенно по зарубежным направлениям. Она будет ориентирована на b2b-рынок: на агентства, а также на тех корпоративных клиентов, которые работают с отелями только напрямую. В дальнейшем рассматриваем и выход на b2c-клиентов. Мы создаем систему, которая удобна в использовании, понятна, а также имеет много так называемых «вау-фичей». Пока не могу раскрыть все наши идеи, ждем запуска. Что касается аналогии с Букингом: после его ухода консолидаторы так подняли цены, что существует прямой соблазн заменить этот сервис хотя бы в каком-то отношении, предложив более разумные тарифы. Сейчас наценка может достигать 30% — это очень много.

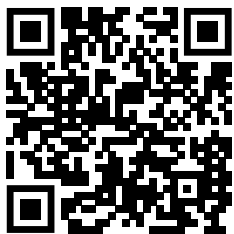
В чем ваши профессиональные секреты сохранения лояльности клиентов на конкурентном рынке бизнес-тревел?

Могу с уверенностью сказать, что нас точно отличает от других игроков рынка: это гибкость, индивидуальный подход и высокий уровень клиентоориентированности. Именно за это клиенты нас ценят. Мы стараемся удовлетворить любой запрос, даже если он выходит за рамки стандартного.

В наше время искусственного интеллекта, автоматизации и диджитализации стала заметной тенденция, при которой от крупных игроков рынка бизнес-тревел уходят значимые клиенты по причине того, что вышперечисленные модные тренды вытеснили ощущение ценности клиента. Мы в Аэротоне стараемся вести дела так, чтобы каждый клиент всегда видел лица работающих с ним профессионалов турбизнеса, ощущал их непосредственное присутствие и заинтересованность. **TE**

MICE Award: награды ждут лучших

6 декабря в Москве в 15-й раз будут названы имена победителей ведущей российской профессиональной награды Russian Business Travel & MICE Award.



www.mice-award.ru

Информационным партнером выступает медиахолдинг «Комсомольская правда». Партнерами премии также являются крупнейшие отраслевые ассоциации и объединения: НКБ, РСВЯ, НАИТО, АКМР, РСТ, ОСИГ, ФРОС «Region PR», САД, коммуникационная группа Molecula и международная выставка «Интурмаркет», проект «Винные дороги России».

30 сентября завершилось онлайн-голосование за претендентов на ведущую российскую профессиональную награду в области делового туризма и MICE — всего за соискателей подано свыше одного миллиона голосов.

В течение трех месяцев на сайте премии проходило открытое голосование за соискателей — 360 ведущих игроков российского рынка MICE и делового туризма ведут борьбу за престижную награду.

Традиционно в лидеры вышли участники, которые сумели организовать масштабные рекламные кампании и задействовать различные информационные ресурсы для оценки своих достижений. На финальном этапе к выбору лауреатов и победителей на основе результатов открытого голосования подключится расширенный экспертный совет, в который входят профессионалы рынка.

Торжественная церемония награждения лауреатов в этом году пройдет 6 декабря в Москве, в залах отеля «Азимут Олимпик».

Награды будут вручены в 17 основных номинациях, охватывающих различные сегменты рынка MICE и бизнес-туризма. Золотые статуэтки получают объекты конгрессно-выставочной инфраструктуры, региональные офисы по развитию территорий, конвеншн-бюро, региональные ТИЦы и ТПП, отели и рестораны, деловые центры, спортивные объекты, альтернативные площадки для мероприятий, всевозможные курорты, объекты культуры, промышленности, винодельческие хозяйства, агентства деловых событий, а также компании — организаторы конференций и инсентив-программ.

Впервые будут награждены журналисты и блогеры, пишущие на тему уникальных возможностей регионов, — ведь на этот аспект обращают внимание при выборе места проведения мероприятий. В партнерстве с про-

ектом «Винные дороги России» будут вручены награды в номинации «Лучшая площадка для мероприятий: объекты культуры виноделия».

Острая конкурентная борьба в этом году ожидается практически во всех номинациях.

Традиционно Премия отражает реальные изменения, происходящие на рынке делового туризма и MICE.

Появление интересных проектов на рынке происходит в том числе за счет прихода креативных и дерзких игроков, а также новых, подчас альтернативных объектов инфраструктуры — MICE-ландшафт меняется с небывалой скоростью. Видоизменяются привычные механизмы развития индустрии. Крупнейшие мероприятия дают толчок для развития территорий.

Уже пятый сезон прослеживается массовая активизация игроков из регионов во всех номинациях — это стало устойчивым трендом. А в нынешнем сезоне отмечается возросшая активность всевозможных курортов и промышленных предприятий, предоставляющих обширный круг опций и услуг корпоративным заказчикам.

Учредители премии RBT&MA — медиахолдинг «Турбизнес» и АНО «Проектный офис MICE» при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ и АНО «Национальные приоритеты». Партнер в Республике Беларусь — Республиканский Союз Туриндустрии (Беларусь). **ТБ**



Деловой туризм — производная от экономики

Павел ВАСИН, исполнительный директор Союза агентств делового туризма (САД) и директор по развитию бизнес-трелл компании DAN APPY, в интервью ТБ рассказал, чего не хватает деловому туризму как отрасли и поделился результатами работы Союза и своей компании.



Павел, расскажите о прошедшем в сентябре ежегодном мероприятии Союза «Вечере в САДу». Союз САД — это отраслевая коммуникационная площадка, что в очередной раз, к нашей радости и гордости, подтвердилось. В качестве гостей и спикеров, собравшихся в Императорском яхт-клубе в центре Москвы, присутствовали игроки рынка, корпоративные клиенты и представители власти.

В частности, речь шла и о законодательном оформлении делового туризма.

Индустрия толком не идентифицирована и не отражена в перечислении видов туризма. Экскурсионный, медицинский, экологический туризм есть, а делового — нет. Туроператоры и турагентства, но не ТМС. Поэтому одна из важных задач САД — это вести диалог с государством, и это не одностороннее желание. Надеемся, что до конца года мы получим положительное решение о выделении отдельного кода ОКВЭД для компаний делового туризма, считаем, что это будет полезно для представителей отрасли.

Можно ли говорить о каких-то единых стандартах для агентств делового туризма?

Это сложный вопрос, и, возможно, тема для отдельной статьи. Все-таки все ТМС разные — и с точки зрения технологий, и с точки зрения подходов к сервису. У Союза САД здесь непростая задача, не затрагивая частные коммерческие и маркетинговые подходы различных участников, содействовать в выработке единого подхода участников к тем или иным вызовам.

Но ведь и вызовы у всех разные. Для DAN APPY в этом году такими вызовами стали существенный рост себестоимости кредитования, заметный кадровый голод, а также замена таксы ТКП (ZZ) на технологический сбор с агентств. Эти события на самом деле ведут к структурным изменениям взаимоотношений в цепочке поставщик (+технологический поставщик) — финансирование — ТМС — корпоративный клиент, и подход к ним в DAN APPY, безусловно, может отличаться от подхода коллег-конкурентов.

А вот выработка единой позиции по ключевым вопросам, в частности, закрепление понятия «технологический сбор» с корпоративного клиента, информирование клиентов от лица Союза САД как отраслевой организации о составляющих себестоимости обслуживания, на мой взгляд, была бы крайне полезной.

Новости и изменения на рынке бизнес-трелл в 2024 году вы характеризуете как отрицательные?

Скорее «бодрящие», я бы не сказал «отрицательные». Мы же помним, что любые вызовы — это еще и возможности. Ведь при всем при этом рынок бизнес-трелл стабильно растет — и в сегменте деловых поездок, и в MICE. Надеемся, что этот тренд продолжится и в будущем году.

В DAN APPY этот рост также заметен. Но надо четко понимать, где в существующем росте именно наша заслуга, а где рост — следствие увеличения бизнеса клиента. Поэтому DAN APPY продолжает шлифовать сервис и SLA, работает над новыми идеями MICE-мероприятий, уделяет внимание и технологической составляющей. Отмечу при этом, что на фоне развивающихся технологий вижу снова растущий интерес именно к офлайн-мероприятиям, а также к имплант-офисам на территории клиентов, хотя ранее мне казалось, что это вымирающий вид взаимодействия с клиентом.

Как, на ваш взгляд, будет развиваться отрасль?

С учетом того количества событий, которые произошли за последние несколько лет, можно лишь сказать: «будем смотреть». Поскольку деловой туризм — производная от экономики, многое будет зависеть и от решений по ключевой ставке, и от платежеспособности клиентов в целом, ведь рынок делового туризма был и остается постоплатным. **ТБ**





АВИА ЦЕНТР: успех обеспечивают технологии

Сергей БОГАЧЕВ, генеральный директор одного из крупнейших билетных агентств России, рассказывает в интервью ТБ о том, как «Авиа Центр» стал популярной компанией.

«Авиа Центр» и его система бронирования не нуждаются в особом представлении. Тем не менее расскажите о пути, который прошла компания, и ее сегодняшнем дне. Когда почти 20 лет назад создавался «Авиа Центр», мы и представить себе не могли, что станем столь тесно связаны с разработкой всевозможных платформ для бронирования авиабилетов.

Первую такую возможность в онлайн, лет двенадцать назад, мы предложили в салонах связи «Евросеть». Результаты продаж превзошли самые смелые ожидания, и это вдохновило нас на продолжение подобного рода разработок. В сентябре наш партнерский проект «Мой агент», можно сказать, образец в среде b2b-платформ для турагентств, отметил свое 11-летие. В b2c-сегменте другой партнерский проект — aviakassa.com прочно удерживает одну из лидирующих позиций по реализации тревел-услуг частным лицам.

Помимо этого, лет шесть-семь назад партнерская программа «Авиакасса» нашла весьма удачную реализацию на платформе одного из самых успешных банков России — имеется в виду проект «Альфа Тревел», реализованный совместно с командой Альфа-банка.

В сегменте работы с корпоративными клиентами мы запустили в 2018 году собственное технологическое решение под названием «Колибри». С его помощью наши уважаемые клиенты получают возможность бронирования широкого спектра услуг, необходимых корпоративным заказчикам для поездок в командировки.

«Колибри» — необычное название для столь серьезного проекта...

На самом деле все очень просто: колибри, самая маленькая птичка в мире, так часто машет крыльями, что их даже не видно. Ее усердие и производительность, видимо, натолкнули моих коллег на выбор названия для программы.

Так вот: каждое из наших технологических решений учитывает специфику работы с определенной категорией клиентов. В результате «Авиа Центр» стал крупнейшим агентством по продаже билетов в России — все партнерские проекты реализуют около пяти миллионов билетов в год. Компания обзавелась замечательной командой разработчиков. Эти специалисты, а их более 250, ежедневно куют наш IT-потенциал и следят за всеми передовыми трендами бизнеса. Например, с 1 октября этого года компания Turkish Airlines объявила о внедрении системы NDC (New Distribution Capability). В ней все билеты будут стоить дешевле, чем в традиционных ГДС. Наши ребята-разработчики внедрили новую интеграцию за две недели. В итоге все наши клиенты получают возможность покупки билетов на рейсы турецкого перевозчика по привлекательным ценам. Это мы и называем «находиться на переднем крае ноу-хау».

У «Авиа Центра» более восьмисот корпоративных клиентов. В чем секреты такой востребованности у заказчиков?

За последние несколько лет нам удалось убедить примерно три четверти наших клиентов в преимуществах и эффективности использования b2b-системы бронирования, разработанной «Авиа Центром». Пользователи убедились в том, что это современно, удобно и экономит огромное количество времени. Общий процесс цифровизации сыграл нам на руку. Кроме того, в отличие от некоторых наших коллег по цеху, мы имеем, как я уже сказал, собственные технологические решения. Это позволяет оперативно подстраивать услугу под любые нужды клиентов. Например, мы интегрируем нашу систему с другими программами на стороне клиента — системой кадрового учета (для этих целей мы даже зарегистрированы в качестве оператора по обработке персональных данных), бухгалтерского учета, CRM и так далее. Отдельный бесплатный модуль интеграции с системой 1С позволяет выгружать данные напрямую из «Колибри» в систему бухучета

клиента. Это сокращает время на подготовку авансовых отчетов по командировке в несколько раз.

Работа в секторе бизнес-тревел кардинально изменилась за последние годы. Стало ли сложнее обслуживать запросы корпоративных клиентов?

Безусловно, стало сложнее. Если несколькими годами ранее достаточно было иметь доступ к таким системам, как Travelport и «Сирена», чтобы успешно обслуживать корпоративных клиентов, то теперь нужны еще NDC «Аэрофлота», «Сибири», Уральских авиалиний, Turkish Airlines, Emirates и так далее. Чем больше появляется авиакомпаний с собственными системами бронирования, тем больше приходится делать подобных подключений, так называемых коннекторов. Помимо этого, многие корпоративные клиенты заключают прямые договоры с отелями, и мы тоже должны быть способны получать через специальный channel manager именно те цены, которые доступны клиентам. В тех случаях, когда для обработки заявок агентству требуется внешнее технологическое решение, справиться с этим бывает затруднительно. По счастью, у нас самих есть все необходимые инструменты. Должен заметить, что разработка новых и поддержание в рабочем состоянии всех существующих коннекторов требует наличия достаточно большой команды высококвалифицированных разработчиков.

Много говорят об онлайн-сервисе по бронированию туристических услуг «Мой агент», вебсайт которого открывается лозунгом «Индустрия путешествий находится здесь».

Да, это наша партнерская компания, колыбель которой — «Авиа Центр». Уровень реализации проекта, а также качество предоставляемых услуг, на мой взгляд, можно с уверенностью считать «золотым стандартом» обслуживания туроператоров и турагентств. «Мой агент» поставляет также российский контент целому ряду крупных иностранных онлайн-тревел агентств, например, таким нашим уважаемым партнерам, как китайские trip.com и ly.com. Насколько мне известно, проект «Мой агент» востребован также



ДМИТРИЙ СОКОЛОВ,

РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА РАЗВИТИЯ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ И НЕФИНАНСОВЫХ СЕРВИСОВ АЛЬФА-БАНКА

Наше партнерство с «Авиа Центром» позволило сделать «Альфа-Тревел» сервисом первого выбора для клиентов Альфа-Банка. Наша общая цель — укреплять позиции и оставаться самым востребованным и технологичным сервисом на рынке тревел-услуг. Стремимся к взаимному росту и вместе улучшаем клиентский опыт.

и за пределами России, он хорошо развивается в Казахстане, Узбекистане, Кыргызстане. В ближайшее время коллеги планируют выход на рынок Турции, что говорит само за себя. По моему мнению, такой успех объясняется не только прекрасной работой команды во главе с Викторией Кизимовой, но и передовыми технологиями, внедряемыми коллегами быстрее и качественнее конкурентов. Например, оплата через систему быстрых платежей, начисление и получение комиссии, выгрузка закрывающих документов — все это происходит в «Моем агенте» в режиме реального времени.

В каком направлении развиваются ваши онлайн-сервисы?

Что нового появится в ближайшее время?

Совершенствование контент-содержимого и технологических сервисов — в этом мы видим дальнейшие горизонты развития своего бизнеса. До конца нынешнего года во многих наших сервисах станет доступен выбор дополнительных услуг. Уже при покупке билета можно будет, например, выбрать место в салоне самолета или приобрести дополнительное место багажа. В личном кабинете клиентов расширится возможность самостоятельно вернуть или обменять авиабилет (что доступно на сайтах многих авиакомпаний). Если обобщить, то мы будем стремиться к полной «онлайнизации» всех предлагаемых «Авиа Центром» услуг, чтобы пользователи наших партнерских проектов не только продолжали ими успешно пользоваться, но и сэкономили время на постпродажном обслуживании. **ТБ**



Москва: турпоток идет на рекорд

Туристы все активнее едут в столицу. Растет и общий турпоток, и поток деловых путешественников. Столица стремится обслужить растущие потребности гостей, открывает новые локации для проведения MICE-мероприятий, внедряет новые технологии. Подробности — в интервью **Майи АНУРОВОЙ**, начальника Управления по развитию делового туризма Проектного офиса по развитию туризма и гостеприимства Москвы.

В последние годы туризм в столицу развивается очень стремительно. Какова статистика и динамика?

Туризм в последние годы действительно становится одним из очень важных направлений в развитии Москвы. Так, с 2011 по 2019 год среднегодовой темп роста турпотока в Москву составил рекордные 7,2%, это в полтора раза больше, чем в мире в целом (4,6%). Пик пришелся на 2019 год, когда столица приняла рекордное число гостей — 25,1 млн человек, из них 5,7 млн из-за рубежа. В прошлом году Москву посетили 24,5 млн туристов, а уже в текущем году рекорд 2019-го может быть побит. Мы делаем такие прогнозы на основе итогов первого полугодия 2024 года, за которое Москва успела принять уже 12,2 млн гостей, что на 6% больше, чем за аналогичный период 2019 года.

Чтобы понять влияние индустрии туризма на экономику города, достаточно взглянуть на данные 2023 года: общий объем туристического потребления составил 1,3 трлн рублей, а бюджет столицы пополнился на 178 млрд рублей.

Некоторые эксперты рынка считают статистику туристских прибытий некорректной. В силу учета всех категорий поездок, включая приезды в Москву на работу. Как вы смотрите на эту проблему?

В Москве реализуется система мониторинга туристских и экскурсионных потоков, расходов туристов и экскурсантов на территории столицы, ведется оценка туристского потребления. По методике Мостуризма, показатель туристских прибытий считается как средний показатель по результатам данных

из трех различных источников. Это транспортная статистика, статистика заселений в коллективных средствах размещения и результаты наших социологических опросов.

Трудовые цели у иностранцев учитываются только при работе с транспортной статистикой. Кроме того, эта цель берется из миграционных карт, которые заполняются иностранцами. Туристы нередко в деловой поездке, подпадающей под критерий «туристическая», отмечают ее как

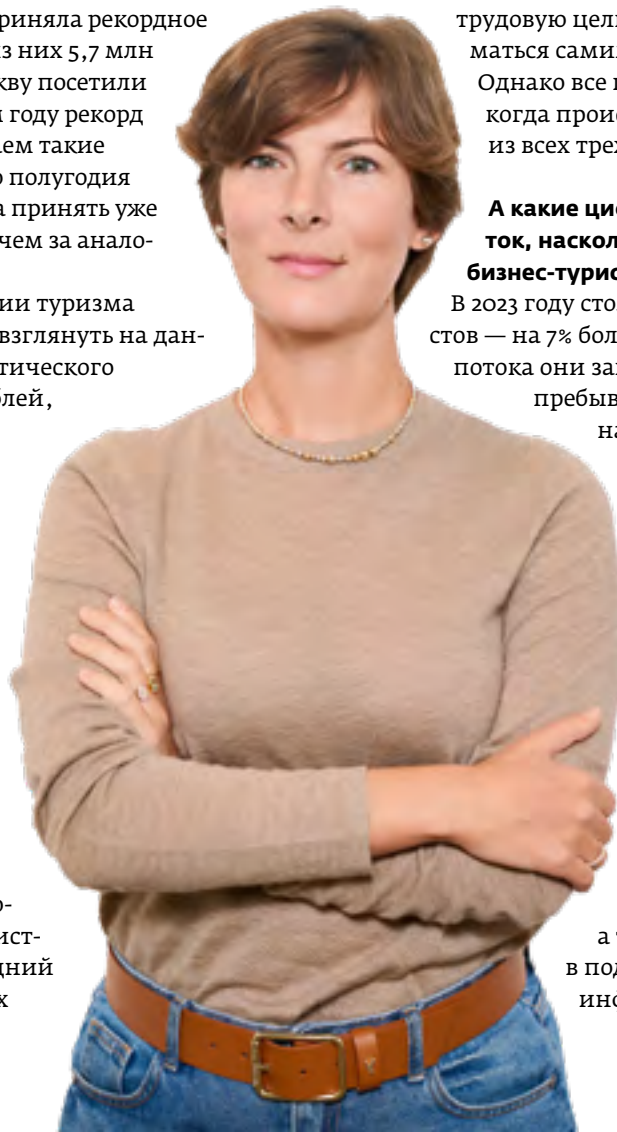
трудовую цель. Командировка может восприниматься самим путешественниками именно так. Однако все подобные погрешности нивелируются, когда происходит сопоставление результатов из всех трех источников данных.

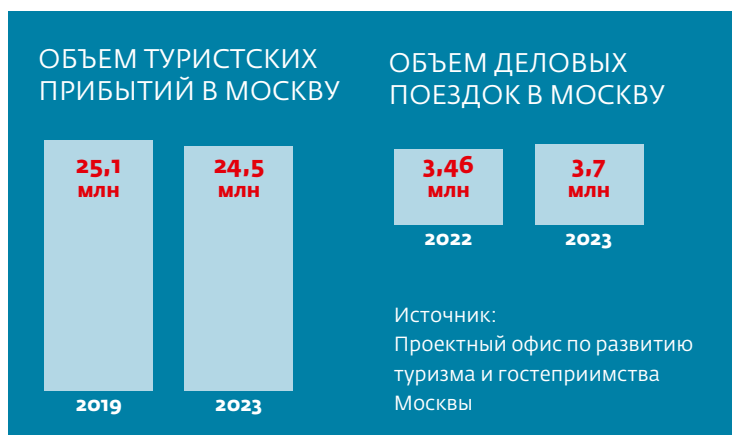
А какие цифры показывает деловой турпоток, насколько важны для Москвы именно бизнес-туристы?

В 2023 году столицу посетили 3,7 млн деловых туристов — на 7% больше, чем в 2022 году. В структуре турпотока они занимают особое положение, так как их пребывание положительно сказывается сразу на нескольких отраслях экономики.

Здесь и более высокий средний чек — они тратят в полтора-два раза больше средств, чем другие туристы, и более дорогое размещение — чаще всего бизнес-путешественники останавливаются в четырех- и пятизвездочных отелях.

Кроме того, туризм, включая деловой, в целом оказывает ощутимый мультипликативный эффект на экономику. Это происходит за счет закупок товаров и услуг секторами, связанными с обслуживанием туризма, расходов людей, занятых в индустрии отдыха и туризма, а также привлечения инвестиций в поддержание и развитие туристской инфраструктуры.





Какую маркетинговую деятельность вы ведете для продвижения Москвы как современного бизнес- и MICE-направления?

Мы продвигаем Москву как ведущую бизнес- и MICE-дестинацию и на российском, и на зарубежном рынке. Основу делового туризма составляют именно путешественники из других регионов России. Для российских организаторов мероприятий мы провели в прошлом году три ознакомительных визита, в которых приняли участие 45 человек. Мы показали им многообразие возможностей города для организации мероприятий любого формата. В нынешнем году состоялись ознакомительные визиты для корпоративных клиентов из Индии и первое подобное мероприятие для MICE-агентства из Китая.

Что касается работы с зарубежными рынками, то мы продолжаем развиваться в этом направлении. Например, для MICE-отрасли Индии Мостуризм запустил программу Moscow MICE Ambassadors. Участники узнают, как полностью организовать деловое мероприятие для индийских корпоративных клиентов в российской столице: от выбора лучшего времени для поездки с учетом событийного календаря города и климатических особенностей до подбора отелей и идей культурно-познавательных программ.

Деловой туризм неразрывно связан с сектором MICE. Какие крупные мероприятия принимала Москва в последнее время?

Среди событий, которые хотелось бы выделить, — Международный форум инноваций БРИКС «Облачный город». Он проходил в «Зарядье» 18 и 19 сентября.

Деловая программа форума была посвящена развитию мегаполисов. Участники обсуждали вопросы цифровизации, новых технологий, передовых управленческих практик, инфраструктурных мегапроектов и предпринимательства, а также поддержки экспорта. Кроме того, на форуме обсуждались человеческий капитал и креативные индустрии, которые эксперты считают важной составляющей экономики городов будущего. Немного ранее, 20 и 21 июня, тоже в «Зарядье», состоялось еще одно мероприятие под эгидой БРИКС — Первый туристический форум БРИКС. Это деловое событие, которое объединило более 300 представителей профильных

ведомств, бизнес-сообщества, руководителей ассоциаций и экспертов индустрии.

И, конечно, международная выставка-форум «Россия», которая стартовала 4 ноября 2023 года и продолжалась до 8 июля 2024 года. За время проведения выставки было организовано более 15 тысяч деловых, культурных, образовательных и спортивных мероприятий. Были представлены достижения и перспективы развития всех 89 субъектов Российской Федерации. Общее число посетителей превысило 18 млн человек.

Насколько конгрессная и туристическая инфраструктура Москвы покрывает современные запросы бизнес-путешественников и заказчиков MICE?

Безусловно, Москве нужны новые большие площадки для деловых мероприятий различных форматов, а также дополнительный номерной фонд. И это находит отражение в Программе развития туризма Москвы до 2030 года, которая была представлена в нынешнем году.

Но инфраструктура — это не единственный механизм, который развивает нашу отрасль. Большую роль сегодня играют глобальные тренды, связанные, например, с желанием бизнес-путешественников получить дополнительные яркие впечатления от места пребывания во время деловых поездок. Мостуризм активно отвечает на этот запрос, выступая как единое окно для взаимодействия заказчиков и организаторов мероприятий с нестандартными деловыми площадками. Мы презентовали участникам наших ознакомительных показов фестивальную площадку «Московского чаепития», Центр национальных конных традиций на ВДНХ, ВТБ Арену и другие интересные локации.

Благодаря креативному подходу к деловым мероприятиям сегодня в Москве они могут проводиться в совершенно разных местах и наполняться яркой программой — от знакомства с традициями чаепития до выступления Кремлевской школы верховой езды.

Отдельно хочется отметить развитие цифровых инструментов. Сегодня записаться на показы и другие полезные программы можно на портале RUSSPASS.Бизнес. Это единое окно для взаимодействия города и туристической отрасли Москвы, а также онлайн-пространство с удобными инструментами для работы.

Какие крупные конгрессные площадки появятся в Москве в ближайшие годы?

Нынешним летом мэр Москвы Сергей Собянин дал старт строительству нового комплекса ВДНХ ЭКСПО, который станет главной конгрессно-выставочной площадкой столицы, рассчитанной на проведение более 200 масштабных мероприятий в год. Он будет включать несколько выставочных залов общей площадью около 40 тыс. кв. м, концертно-конгрессный зал на 2,5 тыс. посадочных мест, интегрированный в объект культурного наследия — павильон № 70 «Монреальский», конгресс-центр с залом 1 тыс. посадочных мест в новом павильоне и конференц-пространствами различной вместимости. **ТБ**

ЭКОКУРОРТ РЯДОМ С БАЙКАЛОМ

«Байкальская слобода» – первый этнографический экокурорт, из которого можно комфортно отправиться в путешествие к главным достопримечательностям озера Байкал. Центр культурно-познавательного, экологического и оздоровительного туризма, построенный с минимальным вмешательством в уникальную природную территорию. Курорт будет располагаться не на территории центральной экологической зоны Байкала, а в 14 км от озера вниз по течению реки Ангары.



«Байкальская слобода» - новый туристический проект корпорации «Туризм РФ». О появлении нового курорта на Байкале на основе принципа «ноль загрязнения» ранее сообщил президент РФ Владимир Путин в послании Федеральному собранию. Большое преимущество – комфортный микроклимат территории, сосновый лес, живописные природные пейзажи, а также транспортная доступность территории – время в пути на автомобиле от аэропорта Иркутска всего 45 минут.

Территория курорта органично разделена на три кластера:

- яхтенный кластер
- прибрежный кластер (для спокойного, размеренного отдыха)
- лесной кластер (место для отдыха на природе и занятий спортом).

На центральной площади будет расположена ремесленная деревня – обустроенное стилизованное пространство с торговыми точками и пространствами для проведения мастер-классов и знакомства с народными промыслами. Мастера, живущие в деревне ремесленников, по крупицам собирают секреты мастерства своих предков, живут в полной гармонии с природой и помогут туристам прикоснуться к ее чудесам. В «Байкальской слободе» будет представлено множество различных видов досуга: велнес- и спа-услуги, прогулки по экотропам, концертные площадки, аквапарк, познавательные экскурсии, круизы по Ангаре и Байкалу. На территории курорта также откроют природный парк с маралами и другими животными, комплекс с плавучей баней, спа-центр, аптеку, продовольственные и иные магазины.



Байкальская
СЛОБОДА



Гостиничная база будет включать глэмпинги, таунхаусы, коттеджи и многоэтажные строения, которые будут доступны для гостей с ограниченными возможностями здоровья. Общий номерной фонд – 3,5 тысячи номеров. Отдельно создадут восемь общежитий квартирного типа для сотрудников туристического кластера. Предполагается, что в «Байкальской слободе» будут работать 5 тысяч человек.

Общий объем вложений:

32 млрд рублей – в туристическую инфраструктуру,

7 млрд рублей – в обеспечивающую инфраструктуру.

Ожидается, что курорт будут ежегодно посещать **более 850 тыс. человек**.

В рамках туристической территории будет создано **более 5 тысяч рабочих мест**.

Общий номерной фонд составит **3500 номеров различного формата** размещения.

По словам губернатора Иркутской области Игоря Кобзева, с Росимуществом уже согласована передача земельного участка в областную собственность.

«Земельный участок будет разделен на 27 лотов, соответственно 27 инвесторов зайдут в проект.

Строительство объектов должно начаться в 2025 году, первый этап планируется завершить к 2027-му».



«На территории «Байкальской слободы» построят и первый в Иркутской области современный всесезонный аквапарк с открытой и круглогодичной крытой площадками. Объект будет включать в себя зоны расслабления с бассейнами для детей и для водных развлечений с горками, различными по степени экстрима.



Путешествия по России со знаком качества

Программа отбора национальных туристических маршрутов была запущена Ростуризмом в 2022 году. Основная задача — обратить внимание туристов на интересные туры со знаком качества по комфорту и безопасности. На сегодня в 50 регионах страны действует 56 нацмаршрутов. Больше всего их — в Ленинградской области. Недавно Ассоциация туроператоров России провела отраслевой конкурс национальных маршрутов. В рамках выставки «Отдых 2024» состоялось награждение победителей в 10 номинациях.



«С ГРОХОТОМ ПО ФЕРМАМ, ИЛИ ГЛАЗА БОЯТСЯ, А РУКИ ДЕЛАЮТ» (ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ)

В номинации «Мастера вовлечения» победителем стал псковский маршрут «С грохотом по фермам, или Глаза боятся, а руки делают» и его туроператор-разработчик компания «Континент-Тур». Путь маршрута проходит по интересным местам и эколокациям Псковской земли: фермам, хуторам и усадьбам. За три дня туристы смогут увидеть Псков, Старый Изборск и Печоры, природные красоты, узнать секреты садоводства, научиться ткачеству, росписи и другим ремеслам.

«СТАРТАП ПЕТРА I» (РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Лучшим названием национального турмаршрута в номинации «Гении брендинга» был выбран национальный маршрут Ростовской области «Стартап Петра I» и его разработчик — туроператор «Авиа-Сити». Маршрут, рассчитанный на три дня, протяженностью 265 км включает посещение Ростова-на-Дону, Азова и Таганрога, а также локаций морского побережья — Мержаново, Танаиса, Самбека. Также представлен ряд объектов, напрямую связанных с Петром I.

«ЗОВ ТОРАМЫ» (РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ)

Финалистом гастрономической номинации «Мастера вкуса» стал маршрут «Зов Торамы», подготовленный компанией Международный центр обмена «Юнион». Он посвящен самому многочисленному финно-угорскому народу России — мордве. Продолжительность тура — два дня. Маршрут включает в себя экскурсию по Саранску и окрестностям с остановками в самых интересных локациях. В программе: посещение старинного эрзянского села Подлесная Тавла, этнографического музея и Музея тавлинской деревянной игрушки, где каждый сможет смастерить собственную сувенирную тораму (народный музыкальный инструмент).

«ВИННЫЕ ДОРОГИ» КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ» (КРАСНОДАР)

Маршрут «Винные дороги» включает посещение 20 виноделен Краснодарского края, три из которых вошли в Топ-100 красивейших виноделен мира, дегустации лучших вин юга России, погружение в более чем 2500-летнюю культуру виноградарства и виноделия на территории края. Маршрут следования: Анапа — ст. Тамань — ст. Голубицкая — п. Сенной — с. Молдаванское — Новороссийск — с. Абрау-Дюрсо — с. Федотовка — Геленджик. Целевая аудитория: туристы, проявляющие интерес к вину и гастрономии.



«ГРАНД-ТУР «ВСЯ КАРЕЛИЯ!» (КАРЕЛИЯ)

В номинации «Чемпион продаж» финалистом-призером стал победитель Всероссийской туристской премии «Маршрут года — 2019» гранд-тур «Вся Карелия!» от туроператора «СканТур». Маршрут рекомендован Русским географическим обществом. Цель трехдневного маршрута — знакомство с туристическими объектами Карелии. Это такие достопримечательности, как горный парк «Рускеала», водопады Ахикоски и Кивач, деревня Киндасово и вотчина карельского Деда Мороза — Талви Укко.



«ГОСУДАРЕВА ДОРОГА» (МОСКОВСКАЯ, ТВЕРСКАЯ, НОВГОРОДСКАЯ, ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТИ)

Финалистом номинации «Творцы инфраструктуры» стал межрегиональный маршрут «Государева дорога». Маршрут протяженностью 777 км проходит по территории Московской, Тверской, Новгородской и Ленинградской областей. Рассчитан на 6 дней и включает посещение Москвы, Солнечногорска, Клина, Твери, Городни, Торжка, Вышневолочка, Валдая, поселка Крестцы, Великого Новгорода, Любани, Тосно, Гатчины, Санкт-Петербурга. История маршрута связана с историческим трактом от Москвы до Санкт-Петербурга, построенным по указу Петра I. Основная идея маршрута — путешествие во времени, рассказ о становлении Российского государства, его выдающихся людях.

«ТОМСК — СЕРДЦЕ СИБИРИ» (ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Национальный брендовый маршрут Томской области — «Томск — сердце Сибири» победил в номинации «За стойкость в достижении цели». Маршрут, рассчитанный на пять дней с экскурсионной программой по Томску и его живописным окрестностям, посещением музеев и местных уникальных достопримечательностей, очень интересен. Туристы увидят старинные здания разных эпох и стилей, узнают, как проходило освоение сурового Сибирского края, окажутся в древней крепости.



«В СИБИРЬ — ПО СВОЕЙ ВОЛЕ» (ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Национальный маршрут, который стал «Первым из лучших 2024 года», — тур «В Сибирь — по своей воле» (3 дня), разработанный ГАУ ТО «Агентство туризма и продвижения Тюменской области». Отпуск в Сибири — это точно незабываемое путешествие на всю жизнь! Особое внимание уделено современной Тюмени, снискавшей славу нефтяной столицы, с ее единственной в России четырехуровневой набережной и мостом Влюбленных, а также музеем «Тюремный замок» в Тобольске, хранящем ледяные души истории сибирских каторжан.

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. «НОВАЯ ГЕОГРАФИЯ» (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)

Маршрут «Санкт-Петербург. «Новая география» создан для знакомства гостей Северной столицы с новой городской гостевой средой, модными локациями. Маршрут, разработанный группой компаний «Тари Тур» и специалистами индустрии гостеприимства Санкт-Петербурга при поддержке Городского туристско-информационного бюро, заслужил высокие оценки Экспертного совета при Минэкономразвития. Он включает экскурсии по Санкт-Петербургу, Кронштадту и Петергофу. Маршрут незначительно видоизменяется в зависимости от сезона и может длиться четыре или пять дней.



«АРХАНГЕЛЬСК — ЗДЕСЬ НАЧИНАЕТСЯ АРКТИКА» (АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Номинантом «Драйвер региона» стал и брендовый маршрут по Архангельской области «Архангельск — здесь начинается Арктика» (3 дня). Он включает посещение ключевых достопримечательностей, связанных с Арктикой. Это Архангельск — первый морской порт России, Музей Художественного освоения Арктики, мыс Пур-Наволок, Северодвинск, Белое море, остров Ягры. Маршрут также позволяет подробно узнать об истории русского мореплавания. Также тур включает экскурсию в музей деревянного зодчества и народного искусства «Малые Корелы» — крупнейший в России музей под открытым небом, занимающий площадь в 140 гектаров.

«ЖИГУЛЕВСКИЕ ВЫХОДНЫЕ. ОТКРЫТИЕ ВОЛГИ» (САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Финалистом номинации «Драйвер региона» выбран маршрут «Жигулевские выходные. Открытие Волги» (4 дня), автор которого туроператор «Пилигрим». Маршрут стал визитной карточкой Самарской области. Он входит в федеральный проект «Великий Волжский путь», охватывая Сызрань, прекрасно сохранившую купеческие постройки, национальный парк «Самарская Лука», Тольятти и Самару. Туристов ждет экскурсия по Автозаводскому району Тольятти, некогда строящемуся как город мечты, с посещением музея истории «АвтоВАЗа», знакомство с интереснейшими достопримечательностями Самары. В последний день тура можно выбрать один из нескольких вариантов программ, и пока кто-то будет ходить по Волге под парусами, другие туристы отправятся к замку Гарибальди.

Подготовила Татьяна Бутурлина


В ЗАПОВЕДНИКИ ЗИМОЙ!

Новогодние каникулы – прекрасное время для знакомства с неизведанными заповедными территориями. С этим ежегодно соглашаются более миллиона наших соотечественников: все чаще для зимнего отдыха они выбирают поездки на особо охраняемые природные территории.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ЗЮРАТКУЛЬ»

Национальный парк «Зюраткуль» (Челябинская область) расположен в высокогорной части Южного Урала. В заповеднике бьет природный фонтан. Летом он достигает высоты семи метров, а зимой превращается в ледяную скульптуру из сияющего голубого льда высотой до 16 метров. Каждый год фонтан, замерзая, приобретает причудливые формы, всегда разные. Самый посещаемый зимний маршрут – экологическая тропа на хребет Зюраткуль. Ее длина составляет около пяти километров, прохождение доступно даже для неподготовленных туристов и семей с детьми.

 www.zuratkul.ru

ЛАПЛАНДСКИЙ ЗАПОВЕДНИК

На Чунозерской усадьбе в глубине северных лесов, среди многовековых сосен и елей Лапландского заповедника (Мурманская область) расположен Терем Деда Мороза. Заповедник предлагает новогоднюю программу: игры и танцы на свежем воздухе, конкурсы и викторины от сказочных персонажей, прогулку по экологической тропе «Лесная почемучка», катание с горки, интерактив от Деда Мороза и Снегурочки. Гости могут прогуляться на снегоступах. В январе можно совершить восхождение на гору Ельнюн, изучить следы невиданных зверей и увидеть первые лучики солнца после долгой полярной ночи.

 www.laplandzap.ru



КАВКАЗСКИЙ ЗАПОВЕДНИК

В Кавказском заповеднике (Краснодарский край) зимой большой популярностью у семей с детьми пользуется маршрут «Хаски в Лагонаки».

Для любителей длительных путешествий с хорошей физической подготовкой проложен маршрут на 16 км по высокогорным лугам плато Лагонаки, где гости заповедника могут управлять упряжкой. На перевале открывается вид на Главный Кавказский хребет и самую высокую вершину Адыгеи – Чугуш.

 www.lkavkazzapoved.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «СМОЛЕНСКОЕ ПООЗЕРЬЕ»


В национальном парке «Смоленское поозерье» (Смоленская область) гостям предлагают зимнюю экскурсию «На встречу с лесными великанами», которая позволит узнать много интересных фактов из жизни зубров. С началом холодов зубры регулярно приходят на подкормочную площадку. У гостей нацпарка есть возможность увидеть этих величественных животных. Любителей рыбной ловли нацпарк приглашает на озера Баклановское, Сапшо, Петровское и Чистик, Рытое и Мутное, Глубокое и Малое Стречное. Гостям парка доступны все трассы биатлонного комплекса «Чайка».

 www.poozerie.ru



МОРДОВСКИЙ ЗАПОВЕДНИК

В зимнее время гостям Мордовского заповедника (Республика Мордовия) предлагают несколько тематических программ. Например, двухдневная программа «Заповедная зима» включает посещение Музея природы, Рождество-Богородичного Санаксарского мужского монастыря, святого источника преподобного Серафима Саровского, экологической тропы «Святые Дивеевской земли» и Свято-Троицкого Серафимо-Дивеевского монастыря. Также туристы прокатятся на снегоходах до подкормочных площадок для животных. На маршруте нередки встречи с лосями, кабаном и оленями.

 www.zapoved-mordovia.ru



КРОНОЦКИЙ ЗАПОВЕДНИК

Снегоходный и лыжный маршрут Кроноцкого заповедника (Камчатский край) проходит по Лазовскому участку. Маршрут предназначен для увлеченных любителей природы, которые готовы к путешествию на дальние расстояния. Начинается путешествие на границе заповедника, у реки Левая Щапина, которая протекает между подножием вулкана Кизимен и отрогом хребта Асхачный увал. Позднее ландшафт меняется, перед экскурсантами открываются бескрайняя гладь тундры и незабываемый вид на вулкан Кизимен. Финалом путешествия станут Кипельные (Нижне-Щапинские) источники. Температура воды в некоторых из них достигает 40 градусов.

 www.kronoki.ru




ПРИБАЙКАЛЬСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК

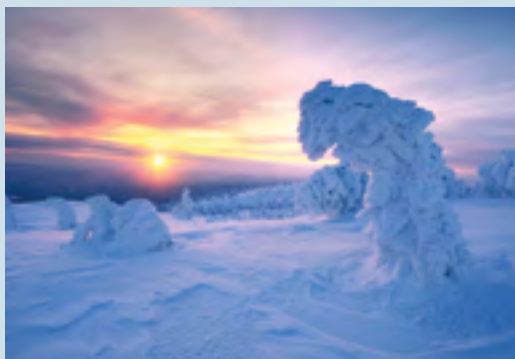
Зимний Байкал – это сотни километров самого прозрачного льда на Земле. Увидеть эту красоту можно в Прибайкальском национальном парке (Иркутская область). Разработано семь зимних маршрутов. Один из них – экотропа «Темная падь – Старая Ангасолка» – пеший прогулочный маршрут с выходом на лед – всего 3,5 км. Для снегоходов и мотовездеходов разработан 56-километровый маршрут «Порт Байкал». По экскурсионному маршруту «Ангарские хутора – падь Крестовая» можно передвигаться на лыжах, лошадях, снегоходах, на собачьих упряжках. А по маршруту «Акватория пролива Малое море с островами», пролегающему по льду Байкала, можно скользить на коньках.

 www.baikal-1.ru

ЗАПОВЕДНИК «ПАСВИК»

Заповедник «Пасвик» (Мурманская область) тянется узкой полосой на границе России и Норвегии (200 км от Мурманска). На маршруте «Глухая плотина» гостей ждет прогулка на снегоступах по северному сосновому лесу. В окрестностях поселка Никель есть два удивительных места – скованный льдом водопад на реке Шуонийоки и «Кедровник». Также зимой гостям предлагают маршрут «Поселок Раякоски – жизнь у трех границ». Поселок уникален своей архитектурой: дома построены в разное время финскими, норвежскими и российскими жителями.

 www.pasvik-reserve.ru



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ПААНАЯРВИ»

Особой популярностью зимой в Национальном парке «Паанаярви» (Республика Карелия) <https://paanajarvi-park.com/> пользуются маршруты по восхождению на горы Кивакка и Нуорунен. Маршрут «Гора Кивакка» создан для знакомства с сейдами – культовыми камнями, служившими местами поклонения духам саамов. Маршрут «Нуорунен» – это подъем на снегоходе на самую высокую гору Карелии Нуорунен. Склоны горы украшены сказочного вида снежными скульптурами. Интересен и маршрут к порогу Киваккакоски. Зимой впечатляет, как цветами радуги переливается замерзшая вода.

 www.paanajarvi-park.com

ЗАПОВЕДНИК «БАСЕГИ»

С периода с декабря по март в заповедник «Басеги» (Пермский край) стоит ехать, чтобы увидеть зимнюю тайгу, заснеженные вершины хребта Басеги и полюбоваться причудливыми снежными фигурами – «снегозаврами». Посетители заповедника могут покататься на снегоходах, попробовать подледную рыбалку на реке Усьва или совершить лыжную прогулку для знакомства с растительным и животным миром горно-таежных лесов Среднего Урала.

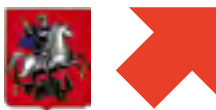
 www.www.basegi.ru



Топ-10 экскурсионных городов России — 2024

Внутренний турпоток в России бьет новые рекорды. Так, по данным экспертов «Сбераналитики», в июне — августе 2024 года россияне совершили 61 млн поездок по стране — на 10% больше, чем годом ранее. По мнению экспертов, ключевые точки притяжения туристов практически не изменились, прежней осталась и тройка лидеров: Москва, Санкт-Петербург и Казань.

МОСКВА



Традиционный лидер — Москва. Этим летом в столице отдохнули 7,4 млн человек, а за первые шесть месяцев 2024 года город посетили свыше 12,2 млн туристов. Таким образом, турпоток в Москву превысил показатели рекордного 2019 года на 6%. Средняя загрузка столичных отелей за первое полугодие достигла почти 80%. Основную долю турпотока составляют россияне. Москва добивается популярности у туристов за счет яркой событийной повестки. В этом году в столице прошли сразу несколько масштабных проектов, среди которых фестивали «Лето в Москве. Все на улицу!» и «Территория будущего. Москва 2030». Кроме того, популярными стали форумы «Усадьбы Москвы» и «Московское чаепитие».

Отметим популярность высоких локаций столицы: Московской канатной дороги, парка Зарядье с парящим мостом, колеса обозрения на ВДНХ и др.

КАЗАНЬ



За первые 8 месяцев 2024 года Казань посетили 3,2 млн туристов, что по сравнению с показателем за аналогичный период прошлого года больше на 10,3%. По данным пресс-службы мэрии Казани, около 2,4 млн туристов (74% от общего числа) — гости из регионов России. И этот показатель на 11% больше, чем в 2023 году. Больше всего туристов поставляют Москва, Башкортостан, Чувашия, Московская область, Марий Эл, Самарская область, Санкт-Петербург и т.д. В город приехали 67,3 тысячи иностранных гостей — это выше прошлогодних показателей в 3,2 раза. В среднем экскурсионная поездка в Казани длится около 4 дней. Излюбленным местом посещения традиционно остается Казанский кремль, где побывали 3,3 млн человек.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Санкт-Петербург за первые девять месяцев 2024 года принял почти 9 млн человек, тогда как за весь прошлый год в город приехали 9,4 млн гостей. В основном турпоток в Северную столицу с экскурсионными целями генерирует Москва и Московская область. 53% всех посетителей города — это семьи с детьми. Все более популярными становятся новые локации, такие как Новая Голландия и Севкабель Порт. В этом году впервые в десятку самых посещаемых объектов вошел «Гранд-макет России». В тренде — запрос на новые впечатления и необычные туристические маршруты.

НИЖНИЙ НОВГОРОД



Нижний Новгород в 2024 году планирует принять 4,3 млн туристов. При этом за весь прошлый год город посетили 4,1 млн человек. И если раньше основной турпоток город принимал летом, сейчас сезон «растянулся» по году и стал более стабильным. У региона есть совместные проекты с другими городами, например, со столицей — это фестиваль «Горький+», а также новый национальный туристический маршрут, в который входит путешествие по Нижнему Новгороду, Городцу, Семенову и к озеру Светлояр в Воскресенском районе. Больше всего путешественников приезжает в Нижний Новгород из Москвы и Санкт-Петербурга, при этом доля москвичей в турпотоке составляет почти 50%

КАЛИНИНГРАД



Турпоток в Калининград по всем основным показателям также значительно превышает прошлогодние результаты. За девять месяцев 2024 года он вырос по сравнению с тем же периодом прошлого года на 9% и составил 1 млн 750 тыс. туристов. При этом власти рассчитывают, что по итогу года в области побывают 2 млн 200 тыс. туристов (на 170 тыс. больше, чем годом ранее). Индустрия гостеприимства Калининграда привлекает путешественников доступной туристической инфраструктурой, разнообразными экскурсионными программами. В настоящее время региональные власти ставят перед собой задачу направлять экскурсионные потоки и в восточные районы области, богатые историческими памятниками.

САМАРА



Туристический поток в Самарской области в 2024 году вырос на 41,1%. Так, за первую половину 2024 года Самарскую область посетили 2 млн 357 тыс. туристов, а годом ранее за этот же период в регион прибыли 1 млн 670 тыс. человек. Наиболее посещаемые города: Самара, Тольятти, Сызрань. Гости с удовольствием посещают национальный парк «Самарская Лука», Жигулевский заповедник, Рачейский бор. Чаще всего с экскурсионными целями в Самару приезжают туристы из Москвы и Санкт-Петербурга.

ЯРОСЛАВЛЬ



В июне 2024 года Ярославль вошел в Топ-3 самых посещаемых городов Золотого кольца. Число туристов в Ярославле увеличилось на 19% по сравнению с прошлым годом, когда в город прибыло 2,2 млн туристов. Гости ездят и на экскурсии в Ярославль, и по городам Золотого кольца. Количество круизных туристов также увеличилось и составило 70 тысяч человек, что на 6,2% больше, чем годом ранее. Растет интерес к различным фестивалям и форумам в городе. В регионе активно разрабатываются новые туристические маршруты, наиболее заметным стал проект «Медвежья тропа» в Ярославле. Область занимает одно из ведущих мест в стране по числу аттестованных экскурсоводов, процедуру прошли 237 человек.

СУЗДАЛЬ



Древний Суздаль, который в этом году отметил свое 1000-летие, уже давно входит в топ самых популярных экскурсионных городов России. В этом году, за девять месяцев туристический поток в город-юбилей вырос на 53%. В рамках празднования в Суздале прошло множество мероприятий, привлечших большое количество туристов. Это и Межрегиональный гастрономический фестиваль «1000 вкусов Суздаля», выставка-ярмарка «Суздаль мастеровой», Всероссийский фестиваль духовной музыки и колокольных звонов «Лето Господне» и др.

Совместно с комитетом по туризму города Москвы во Владимирской области весной 2024 года запустили 10 новых маршрутов «Москва + Владимирская область: Путешествия в русскую сказку». Такое же сотрудничество Суздаль планирует наладить и с другими соседями: Ярославлем, Иваново, Нижним Новгородом.

ЕКАТЕРИНБУРГ



За первые шесть месяцев 2024 года Екатеринбург посетили более 908,7 тысячи туристов, что на 31% больше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом рекордным по посещаемости для столицы Урала стал июнь, когда сезонный спрос совпал с событийным: в июне прошел популярный фестиваль «Ночь музыки». Тогда город посетили около 170 тысяч человек. Основной поток туристов приезжает в город из ближайших регионов: республики Башкортостан, Пермского края, Тюменской и Курганской областей, ХМАО. Также приезжают в уральскую столицу гости из Москвы (63,8 тыс. человек) и Санкт-Петербурга (24,7 тыс. человек). Власти Екатеринбурга планируют к 2030 году увеличить турпоток до 2,5 млн человек в год.

ВЛАДИВОСТОК



Интерес к отдыху во Владивостоке набирает обороты. Так, за лето и сентябрь 2024 года Владивосток посетили около 2,6 млн туристов. В тройке самых активных путешественников — жители Хабаровского края, Москвы и Сахалинской области. За 9 месяцев 2024 года Приморский край посетили 356 тысяч туристов из Китая. Регион становится все более популярным за счет своих природных красот, широкого спектра культурных и спортивных мероприятий, разнообразия местной кухни и, конечно, тематических экскурсионных маршрутов, два из которых, разработанных Туристско-информационным центром Приморского края при поддержке регионального Министерства туризма, недавно вышли в финал Всероссийского конкурса «Маршрут года». Например, «Тигриный квест», во время которого через арт-пространства, уличную скульптуру, истории из прошлого можно познакомиться с популярными у туристов локациями Владивостока. Или же «Квест желаний во Владивостоке» с посещением «секретных точек» города.

Роуд-шоу Кубы: от Минска до Тюмени

Традиционное ежегодное осеннее кубинское роуд-шоу связало столицу Беларуси и российские города Урала и Западной Сибири.

11 по счету роуд-шоу Cuba Unica, стартовавшее в сентябре в Санкт-Петербурге, на прошлой неделе продолжилось в Минске, Челябинске, Екатеринбурге и Тюмени. Мероприятия во всех городах прошли с аншлагами: в общей сложности их посетили около 520 представителей турагентств. Такого высокого интереса к Острову Свободы не ожидал никто из кубинских гостей. Как всегда, кубинская делегация была очень представительной и объединила пять ведущих туроператоров и четыре гостиничные сети. В нее вошли Министерство туризма Кубы, Navanatur Russia, Enjoy Travel, Pegas Touristik, Anex, «Квинта Тур», Iberostar Hotels & Resorts, Melia Hotels International Cuba, Blue Diamond Hotels & Resorts, Roc Hotels Cuba. Возглавила делегацию советник по туризму посольства Республики Куба в России Кристина Леон Изнага.

Программа Cuba Unica в каждом городе включала блок презентаций, деловое общение в рамках воркшоп. И завершилась зажигательной кубинской музыкой и лотереей,



где разыгрывались по-настоящему ценные призы — проживание в пятизвездочных отелях, экскурсии.

В своих выступлениях на роуд-шоу Кристина Леон Изнага поблагодарила агентства за активные продажи туров на Кубу, делилась статистикой и давала свои прогнозы: «За десять месяцев 2024 года на Кубе отдохнуло 157 тысяч туристов из России, ожидается, что по итогам года объем турпотока достигнет рекордной отметки — 180 тысяч».

В ходе делового общения турагенты больше всего интересовались полетными программами авиаперевозки на Кубу, увеличением частоты и географии авиарейсов (ведутся переговоры о старте рейсов из Минска), экскурсионными программами, актуальными новостями от отельеров, использованием платежных карт «Мир».

Прошедшее роуд-шоу Кубы — одиннадцатое по счету за последние пятнадцать лет — организовано давним партнером Министерства туризма Кубы — медиахолдингом «Турбизнес». **ТБ**

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ РОУД-ШОУ

ЛЮДМИЛА НЕКРАСОВА,

«САКУБ» (МИНСК)

«Хотя наша компания работает на рынке 30 лет и накоплен большой багаж знаний, сегодняшнее мероприятие дало много новой информации — о кубинских отелях, о программах туроператоров. Особенно важным для меня было познакомиться с новыми специализированными операторами по Кубе. Такие презентации очень нужны для эффективной работы агентств. Спасибо вам за отличную организацию!»

ЛЮДМИЛА ЖУКОВА,

ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «РУСИЧ ТУР»
(ЕКАТЕРИНБУРГ)

«Сейчас я как раз собираю группу своих постоянных клиентов для поездки на Кубу. На роуд-шоу я нашла ответы на все вопросы. Теперь знаю, какие отели, интересные экскурсии, необычные мастер-классы могут предложить своим туристам. Я приятно удивлена и обрадована приездом к нам на Урал такой большой кубинской делегации. И особенно визитом представителей ведущих гостиничных сетей».





Дмитрий Горин: «Можно строить смелые планы»

В российской туристической отрасли подводят итоги уходящего года и строят планы на следующий. Вице-президент Российского союза туриндустрии **Дмитрий ГОРИН** сделал это в интервью ТБ.

Согласно прогнозам РСТ, в 2024 году вновь выросла популярность путешествий внутри страны. Растет ли при этом выездной туризм? По оценкам экспертов, до конца года будет совершено 96 млн путешествий, что на 11% больше, чем в 2023 году. А с учетом того, что нам предстоит еще и четвертый квартал — эти показатели вполне могут увеличиться до 100 млн. При этом восстанавливается как внутренний, так и въездной и выездной туризм. Туроператорский и турагентский сегмент тоже имеет положительную динамику. Если в прошлом году доля внутренних пакетных туров составляла 20%, а самостоятельных туристов — 80%, то сегодня расклад — 30% на 70%. Дело в том, что туроператоры активно используют комбинированные предложения, включающие авиабилеты и проживание в отелях. В результате пакетные туры, предлагаемые туроператорами, обходятся туристам в среднем на 20% дешевле, чем покупка услуг отдельно.

Наибольший поток организованных туристов наблюдается на маршрутах в Москву, Краснодарский край, Татарстан, Калининградскую область и на других направлениях. Что касается международных направлений, то наиболее востребованными остаются Турция, Египет, Таиланд и ОАЭ. На повышение выездного туризма сильно влияет наличие прямых перелетов: сегодня в «прямом доступе» 36 стран мира. Отмечу открытие новых направлений — это Индонезия и Йордания.

Что скажете про въездной поток?

Здесь мы пока не достигли показателей 2019 года. Поток интуристов в Россию в семь раз меньше, чем было до пандемии. Пока за девять месяцев этого года нашу страну посетило 700 тысяч организованных иностранных туристов. Согласно исследованию, основанному на количестве бронирований отелей, основную массу туристов сейчас составляют гости из Китая, Ближнего Востока и из азиатских стран. Приток туристов из этих стран обусловлен несколь-

кими причинами. Во-первых, это запуск электронного оформления виз и удешевление стоимости поездки в связи с падением курса рубля. Во-вторых, расширение полетной программы. Одна из самых объемных статей бюджета поездки — транспортная составляющая, поэтому появление новых прямых рейсов на Ближний Восток и в Азию упрощает логистику, тем самым стимулируя спрос.

Также для продвижения российского туристического продукта за рубежом запущена маркетинговая стратегия «Открой Россию».

Какие темы уходящего года вы бы назвали горячими?

Одной из горячих тем на сегодня можно назвать ожидание обновленного закона о разграничении ответственности с другими участниками туристического рынка. Вопрос о необходимости такого закона назрел уже давно.

На мой взгляд, работа туркомпаний демонстрирует стабильность рынка. Сейчас более 400 игроков занимаются выездным туризмом и банкротств среди них в этом году зафиксировано не было. Всего 4700 компаний действуют на рынке внутреннего и внешнего туризма. Так что ожидания и смелые прогнозы: достигнуть к 2030 году 140 млн внутренних поездок в год — вполне реально.

Конечно, все это при условии сохранения дальнейшей поддержки со стороны государства.

Кстати, в первом полугодии 2024 года в туризм было инвестировано более 377 млрд рублей, что на 60% выше аналогичного периода прошлого года. В актив запишем и открытие новых гостиниц. Но пока при этом все же мы наблюдаем явный дефицит туристической инфраструктуры. **ТБ**

377 млрд рублей —

инвестиции в туристическую инфраструктуру в РФ в первом полугодии 2024 года

Слон из пенопласта и MICE-мероприятия



Один из старейших российских туроператоров «Арт-тур» имеет среди своих многочисленных наград одну весьма заметную — Russian Business Travel & MICE Award в категории «Лучший организатор инсентив-программ». О том, почему турагентам следует обращаться в «Арт-тур» при организации MICE-мероприятий, рассказывает генеральный директор компании **Дмитрий АРУТЮНОВ**.

расходиться наиболее целесообразным способом. Стоит сказать, что агенты получают у нас довольно большую комиссию, от 10% до 12%, а с другой стороны, гарантированное удачное проведение ивентов, организованных нами, генерирует появление у наших агентов новых клиентов.

Для заказчиков MICE-мероприятий работает принцип «одного окна». Визами, билетами, бронированием и наземным обслуживанием по каждому отдельно взятому проекту занимается один сотрудник-«связной». Это экономит массу времени, что привлекает к нам все больше агентов. Далее: в отличие от многих профильных MICE-агентств, мы не занимаемся переманиванием конечного клиента, пытаюсь исключить из цепочки того, кто привел его первым. Это в принципе несвойственно для «Арт-тура»: будучи классическим туроператором, мы не стремимся расширять круг частных клиентов, в том числе корпоративных. Каждый конечный клиент закреплен за своим агентством — мы придерживаемся такого принципа.

Теперь что касается географии мероприятий. Опыт показывает, что в аббревиатуре MICE самой востребованной у наших клиентов является вторая позиция, I — то есть инсентив-туры, когда компании самого разного профиля и масштаба устраивают поощрительные поездки для своих сотрудников, давая им возможность побывать в популярных или неожиданных местах, получить нестандартные впечатления.

Для этих целей «Арт-тур» предлагает полный «набор» географии. Только за последний год было организовано около тридцати мероприятий в Эмиратах, Бахрейне, Катаре, Индонезии, Сингапуре, Египте, Омане, Марокко, Шри-Ланке и других местах. Крупные двухнедельные программы с участием от 150 до 600 человек состоялись по таким оригинальным направлениям, как Коста-Рика, Маврикий, Бразилия, ЮАР, Вьетнам. Часто заказчики, ограничен-

М ICE-департамент «Арт-тура» работает в тесной связи с нашими профильными отделами — Ближнего Востока, Азии, Африки, Латинской Америки; исключена ситуация, когда одному и тому же менеджеру, как в большинстве агентств, пришлось бы заниматься организацией MICE-программы и на Бали и, скажем, в Греции. Одинаково хорошо владеть материалом по всему спектру направлений просто невозможно.

Наши специалисты, превосходно знакомые с нюансами и подводными камнями в соответствующих дестинациях, генерируют MICE-решения, которые предлагают затем клиентам — турагентствам. Искать контакты для выполнения утвержденных программ не приходится: на оперативной связи находятся проверенные партнеры чуть ли не в каждой стране мира — в том числе DMC, транспортные и чартерные компании, организаторы крупных спортивных мероприятий, технические подрядчики и др. Контракты с отелями, предназначенными для проведения MICE-мероприятий, заключены заранее и таким образом, чтобы агент мог рассчитывать на наиболее благоприятную цену. Выторговывать ее в каждом отдельном случае не потребуется, так что бюджет клиента будет

ные опытом собственных путешествий, не представляют себе всего спектра возможностей, связанных с географической спецификой. Вспоминается один удачный кейс, связанный с Сейшельскими островами: по сценарию глава крупного холдинга буквально «на голубом вертолете» приземлился на одном из островов, чтобы встретиться со своим коллективом — это имело сногшибательный эффект. Креатив бывает разный: например, для российского коллектива, в котором многие любили играть в футбол, был устроен матч с одной из команд Омана, где и происходило мероприятие — к вящему восторгу местной публики.

Хочу остановиться на одном «сложносочиненном» проекте — театрализованной шоу-программе в храмах Гарни и Гегард в Армении. Языческий храм Солнца в селении Гарни, появившийся в первом веке нашей эры, стоит над глубоким ущельем реки Азат, а высеченный в скале пещерный храм Св. Гегарда (XII–XIII вв.) находится высоко в горах в живописном ущелье реки Гохт, притоке Азата. Рассказ об истории Гегарда сопровождается игрой на дудуке и выступлением камерного хора непосредственно в храме. В этих местах существуют частные дома, превращенные в своего рода фольклорные заповедники. Здесь при вас пекут знаменитый армянский хлеб — лаваш, выгоняют тутовую водку — тоже национальный продукт, все это можно дегустировать, а потом гостей приглашают на деревенскую свадьбу, которая совершенно «случайно» проходит именно в момент вашего посещения. В другое время здесь может выступать один из знаменитых армянских художественных коллективов — хоровой или танцевальный.

Огромные спортивно-развлекательные возможности предоставляет MICE в ОАЭ, где у «Арт-тура» уже 14-й год успешно работает собственная принимающая структура. Там в течение одного дня, к примеру, можно покататься сначала на водных лыжах, затем на горных лыжах в комплексе Ski Dubai (это имитация высокогорного курорта с 22 тысячами квадратных метров крытой лыжной зоны, где круглый год поддерживается температура от -1 до 2°C), а также на sand ski — по песчаным дюнам, обычно это происходит на восходе или закате солнца. Мы можем также организовать, к примеру, мастер-класс олимпийского чемпиона фигуриста Алексея Ягудина или знаменитого российского вратаря Руслана Нигматуллина. Присутствие элемента «WOW!» для нас обязательно.

Очень интересна древняя Аравия, советовал бы даже начинать освоение региона не с Дубая, а с Омана. Там есть спе-

ART TOUR

Leading Russian Tour Operator since 1992

 **(495) 980-21-21**

www.arttour.ru

Суцевский вал 49, оф. 715 

циально оборудованные центры, в которых можно уютно провести MICE-мероприятие. А в самое последнее время взоры профессионалов обратились к Саудовской Аравии — стране с неисчерпаемыми возможностями для проведения туристических мероприятий самого разного свойства. Чего стоит один только проект Red Sea Project, который со временем готовится представить гостям коллекцию из пятидесяти отелей наивысшего уровня, и они уже начали открываться. Уверен, что первые в истории страны пляжные отели будут пользоваться невероятным спросом. Когда для россиян отменят визы, а это готовится, и откроется прямое авиасообщение, Саудовская Аравия непременно станет жемчужиной MICE-мероприятий в регионе.

Несколько слов о MICE-технологиях для «челлендж»-инсентива. Мы овладели опытом организации тематических программ для нескольких, вплоть до десяти, групп параллельно, с отдельными трансферами, гидами, мероприятиями и VIP-ресторанами. Такая необходимость может возникать всякий раз, когда обслуживаемая группа насчитывает многие десятки и даже сотни человек. Один из примеров: мы разбили подобный коллектив на группы поменьше, человек по тридцать, отправили их в соседние страны ближневосточного региона, где они прошли через всякие интересные испытания, а затем собрали в одном из отелей Дубая для определения победителей и вручения призов.

В завершение рад сообщить, что авиакомпания Emirates, наградившая «Арт-тур» призом Top Agent 2023–2024, предоставила нам блок мест на зимний сезон по специальным тарифам. Приглашаем коллег-турагентов воспользоваться выгодным предложением, которое действительно и для индивидуальных клиентов, и для групп. **TE**

ГОВОРЯТ УЧАСТНИКИ MICE-МЕРОПРИЯТИЙ, ОРГАНИЗОВАННЫХ «АРТ-ТУР»

После 13 лет совместных мероприятий в самых экзотических точках мира и паузы из-за пандемии было невероятно приятно вернуться к привычным выездным конференциям. Бали идеально подошел для этого comeback'a. Непросто было собрать 180 гостей из разных городов России и удивить всех, но все прошло отлично! Спасибо за многолетнее сотрудничество.

Маврикий порадовал наших участников своим разнообразием, но, конечно, вишенкой на торте стал пенопластовый слон в полную величину, привезенный организаторами из Москвы. Думали, такое невозможно, но спасибо, что реализовали нашу необычную задумку. Впечатления сохранятся на долгие годы.

Много раз делали мероприятия в Эмиратах, и все равно каждый раз получается удивить наших гостей. Неповторимо, когда профессиональные гонщики катают по трассе «Формулы-1». Всем еще очень запомнились ужины в пустыне и в ресторане с мэппингом. Обязательно снова сделаем мероприятие в ОАЭ. Спасибо за классные идеи и организацию.

Суперплощадка для деловых встреч



Генеральный директор отеля и конгресс-центра «Вега» Измайлово **Валерий МАКСИМОВ** рассказал в интервью ТБ о том, как в построенной еще к Олимпиаде-80 гостинице «Вега» удастся держать статус одного из самых востребованных бизнес-отелей столицы.

«Вега» на протяжении четырех десятков лет был и остается очень популярным отелем у гостей столицы. Насколько отель востребован у бизнес-путешественников?

Сейчас мы наблюдаем тенденцию, когда границы между деловыми путешественниками и туристами перестали быть явными. Одни и те же гости знакомятся с отелем «Вега» во время бизнес-поездок и затем возвращаются к нам с семьей, и мы готовы предложить им всю инфраструктуру нашего гостиничного комплекса.

Отель располагает обширным номерным фондом, где более 95% составляют номера первой категории. Номера «Стандарт» и «Арт», «Смарт», «Русский делюкс» оборудованы всем необходимым, чтобы остановиться на одну-три ночи. В них продумана эргономика пространства, чтобы гости

чувствовали себя комфортно и легко могли управлять заказом дополнительных услуг во время проживания, в помощь — доступ к электронному консьержу.

Наличие крупного современного конгресс-центра является серьезным конкурентным преимуществом «Веги» среди бизнес-отелей Москвы.

Отель находится в шаговой доступности от станции метро «Партизанская» и станции МЦК «Измайлово», что позволяет быстро, по прямой, добраться в центр города или без лишних пересадок доехать до нужного пункта назначения, воспользовавшись возможностями новых окружных линий городского транспорта — БКЛ или МЦК — без пробок и потери времени.

Кроме того, рядом с отелем проходит одна из новых крупных транспортных хорд Москвы — СВХ, и в менее получаса езды — пять железнодорожных вокзалов, из них ближайший — новый терминал Восточный.

Уже есть предварительные итоги 2024 года? Вы довольны экономическими показателями? Какую планку ставите перед собой на 2025 год?

Результаты трех кварталов 2024 года говорят о том, что поставленные в бизнес-плане 2024 целевые показатели достигнуты, как по выручке в номерном фонде, так и по продажам залов конгресс-центра.

В течение года доходы росли с опережением расходов, но к IV кварталу мы видим тренд на сближение этих показателей. И в будущем году для нас приоритетным является сохранение стабильного роста показателей доходов от номерного фонда, конгресс-центра и других услуг и внимательный контроль издержек в каждой части нашего бизнеса.

Своеобразная визитная карточка отеля «Вега» — масштабный конгресс-центр. Наличие в инфраструктуре отеля такой многофункциональной площадки — большая редкость.

У нас действительно широкие возможности в выборе формата проведения деловых мероприятий благодаря редкой, даже по меркам Москвы, инфраструктуре конгресс-центра при отеле. Основы были заложены еще архитекторами при строительстве комплекса, и в начале 1980-х архитектурный проект получил Государственную премию СССР за инновационные решения.

Нам в наследство досталась обширная площадка для проведения международных мероприятий, и сейчас конгресс-центр занимает отдельный этаж над ресторанным комплексом, где по периметру здания расположены 18 из 21 имеющихся конференц-залов. Мы достигли максимального



Благодаря отличному расположению и обширному номерному фонду отель «Вега» популярен у приезжающих в Москву бизнес-путешественников

расширения MICE-пространства за счет грамотной застройки наших площадей и сейчас перед нами стоит задача совершенствования технического оснащения залов.

Мероприятия какого формата чаще всего принимает «Вега»?

У нас нет типов мероприятий, которые лучше всего удаются в организации, поскольку инфраструктура конгресс-центра универсальна. Благодаря профессионально выстроенной коммуникации менеджеров по продажам в их работе я могу отметить большой процент лояльных клиентов. Например, один международный университет коучинга из года в год проводит свои обучающие программы на базе конгресс-центра отеля «Вега». Кстати, после завершения обучающих программ в стенах «Веги» многие ответственные лица возвращаются к нам уже с деловыми мероприятиями для своих компаний.

В ваших планах — реновация конгресс-центра. Для чего вы идете на это, если есть стабильный поток клиентов?

При постоянном спросе, и особенно при таком массовом потоке мероприятий, как в конгресс-центре отеля «Вега», инфраструктура неизбежно стареет, а мы видим крайне важным оставаться в лидерах среди площадок Москвы, и для этого требуется проведение реновации конференц-залов, в особенности тех, которые генерируют основную прибыль конгресс-центра. В связи с этим принято решение в самом начале 2025 года, в период некоторого снижения деловой активности, провести обновление заметной части деловых пространств, чтобы стать еще привлекательнее для потенциальных клиентов уже в 2025. Как уже было сказано, у нас крупный конгресс-центр, требующий внимания в обслуживании, и точку роста на 2025 год мы видим в улучшении качества услуг.



Конгресс-центр занимает отдельный этаж: по периметру здания расположены 18 конференц-залов, еще три — на первом этаже. Большинство из них — с панорамными окнами

Валерий, представьте, что вы выступаете перед вашими корпоративными заказчиками и перед партнерами из сектора MICE & Business Travel. Какие рекомендации вы им дадите для лучшего взаимодействия с вами и максимально успешного проведения мероприятий?

Дорогие организаторы MICE-мероприятий, для нас крайне важно подготовить ваше мероприятие на профессиональном уровне с момента вашего обращения до успешного завершения организованного события. Для этого предлагаю вам придерживаться простых правил эффективного взаимодействия.

Во-первых, прямые коммуникации. Очень важна включенность ответственных за организацию лиц на всех этапах подготовки. Сохраняйте плотный контакт с менеджерами отдела продаж отеля «Вега» для оперативного решения всех вопросов до начала мероприятия и будьте спокойны относительно сопровождения события в день старта — наши администраторы конгресс-центра будут с вами на площадке.

Второе — раннее планирование. Желательно заранее приехать на очное знакомство с площадкой. Наши менеджеры помогут подобрать оптимальный вариант зала под формат мероприятия.

И третье. Если вам требуется оперативно подобрать площадку в близкие сроки проведения мероприятия, обращайтесь напрямую в отдел продаж через форму-конфигуратор на официальном сайте отеля «Вега», в разделе «Конференц-залы»: hotel-vega.ru. В этот же день вы получите первичный расчет для оценки затрат и грамотную консультацию по наличию конференц-залов по оптимальной стоимости, без переплат.

Мы заботимся о своих клиентах и очень ценим долгосрочное сотрудничество: лояльность клиентов формирует для нас стабильный авторитет на рынке. Буду рад видеть вас как надежного партнера и амбассадора конгресс-центра отеля «Вега» в MICE-индустрии России. **15**



Mantera Сочи: старт прошел успешно

Наталья КУЛИКОВА, управляющая нового конгрессного отеля Mantera Resort & Congress, расположенного в Сочи, рассказывает в интервью ТБ о первых месяцах работы, о вызовах, с которыми столкнулся объект сразу после ребрендинга.

Наталья, представьте, пожалуйста, отель Mantera Resort & Congress. В чем, на ваш взгляд, его уникальность?

Да, действительно, Mantera Resort & Congress обладает уникальными возможностями для проведения мероприятий различных форматов, таких как выставки, конгрессы, форумы и прочие.

Общая площадь конгресс-центра отеля составляет 10 000 кв. м, в нем могут разместиться до двух тысяч гостей, что позволяет адаптироваться под любые требования. Можем похвастаться прекрасными возможностями для проведения выставок. Обеспечиваем все необходимое оборудование и поддержку для успешного проведения масштабных мероприятий. Для организации питания мы предлагаем возможность разработки индивидуального меню, учитывая все пожелания наших клиентов.

Какой формат мероприятий востребован у вас более всего?

Мы находимся на федеральной территории Сириус, в непосредственной близости от известных олимпийских объектов. Локация и возможности во многом объясняют тот факт, что в отеле проходят важные общероссийские мероприятия и события международного масштаба, наиболее востребованными являются крупные форумы, выставки, фестивали, а также спортивные мероприятия.

Проведение мероприятий государственного уровня — очень сложная задача. Как удается с ней справиться?

Мы понимаем, что при проведении крупных форумов, в том числе с участием делегаций из-за рубежа, нужно учитывать множество аспектов, начиная от профессиональной подготовки персонала и заканчивая соблюдением культурных и религиозных особенностей принятия наших гостей.

Во-первых, мы уделяем особое внимание обучению наших сотрудников. Все сотрудники проходят обязательные вводные, а также регулярные тренинги на рабочих местах, которые включают в себя изучение международных стандартов гостеприимства, навыков коммуникации и основ этикета и протокола.

Во-вторых, в отеле настроена система контроля качества через регулярные мониторинги, чек-листы и внешние аудиты посредством привлечения «тайного гостя». На основании результатов на постоянной основе улучшается работа сотрудников и оптимизируются процессы.

В-третьих, мы принимаем во внимание религиозные и культурные особенности гостей. Мы также предлагаем меню и гостевые принадлежности, учитывающие различные требования и предпочтения, что позволяет нашим гостям чувствовать себя комфортно и уверенно.

Какие крупные форумы принимал отель? Какие нюансы вам приходилось учитывать?

За свою историю отель организовывал крупнейшие государственные и региональные мероприятия, а также события мирового масштаба — мероприятия в рамках проведения зимних Олимпийских игр, Саммита глав правительств стран ШОС, Саммита Россия — АСЕАН, чемпионата мира по футболу, экономического форума Россия — Африка, Всемирного фестиваля молодежи и многие другие. С репутацией самой крупной и многофункциональной площадки — конгресс-центр отеля Mantera Resort & Congress готов встретить самые амбициозные мероприятия.

Конечно, приходится учитывать множество нюансов. Например, расселение делегаций по этажам так, чтобы наилучшим образом обеспечить безопасность. Важен высококвалифицированный персонал, владеющий иностранными языками, и специально обученные сотрудники для работы с VIP-гостями, а также наличие собственных систем безопасности.

У вашего отеля очень длинный высокий сезон — и лето, когда все стремятся на теплое море, и осень с весной — как периоды деловой активности. Как вы справляетесь с высокой нагрузкой?

Да, действительно, наш отель сталкивается с уникальной сезонностью. Летний период привлекает на юг России пляжных туристов, в то время как осень и весна активны для МICE-



У отеля идеальное расположение — на федеральной территории Сириус, на берегу моря, в непосредственной близости от известных олимпийских объектов. Конгресс-центр площадью 10 тыс. кв. м может принимать до двух тысяч гостей. Самые востребованные форматы — форумы, выставки и фестивали, спортивные мероприятия

мероприятий. Это создает длинный высокий сезон, что, в свою очередь, представляет определенные вызовы. Эффективно справляться с высокой нагрузкой в пиковые периоды позволяют гибкое управление ресурсами и профессиональная команда. Современная инфраструктура с конгресс-центром площадью 10 тыс. кв. м дает возможность проводить несколько мероприятий одновременно. А наш индивидуальный подход помогает удерживать интерес клиентов в течение всего года.

В такой отель, как Mantera, видимо, очень сложно искать персонал? Как вы ведете HR-политику?

Мы разработали и внедрили ряд программ, направленных на поддержку и развитие персонала, включая мотивационные схемы, бонусные системы и программы признания достижений сотрудников. Регулярно проводим обучение и тренинги, чтобы сотрудники могли постоянно повышать свою квалификацию и адаптироваться к новым требованиям. В программу обучения входят как внутренние онлайн- и офлайн-тренинги, так и внешние курсы и семинары, с особым вниманием к развитию навыков обслуживания гостей и эффективной коммуникации. Очевидно, что для нашего бизнеса самый важный ресурс — это сотрудники, поэтому мы создаем условия для их профессионального и личностного роста, обеспечиваем комфортные условия труда и поддерживаем баланс между работой и личной жизнью. Активно поощряем инициативность и креативность,

что позволяет нашим сотрудникам чувствовать себя частью команды и вносить свой вклад в общее дело.

Мы знаем, что после перерыва отель Mantera Resort & Congress был максимально оперативно запущен в феврале 2024 года. С какими вызовами вы столкнулись и как их преодолели?

Когда отель переходил в управление Mantera Group, в течение трех недель после запуска нам нужно было принимать Международный фестиваль молодежи. Основные вызовы заключались в ускоренном найме персонала, перезапуске операционных процессов, оперативной закупке материалов и гостевых принадлежностей и необходимости быстрого погружения в работу без времени на подготовку. Мы преодолели эти трудности благодаря высокой мотивации команды, профессионализму и способности быстро адаптироваться к режиму многозадачности. Запуск включал модернизацию инфраструктуры, улучшение логистики и оптимизацию процессов управления. Благодаря этим мерам мы смогли не только успешно провести фестиваль, но и заложить прочный фундамент для дальнейшего развития и роста Mantera Resort & Congress.

Как вы видите будущее развития конгресс-центра Mantera Resort & Congress и его роль в туристической индустрии Сочи?

Развитие региона в целом во многом зависит от ориентации на «всесезонность», а не только на летние периоды, и прежде всего за счет дальнейшего укрепления его позиций как MICE-направления. Поэтому мы планируем расширение инфраструктуры, обновление номерного и общественного фонда: уже сейчас завершается капитальный ремонт 100 номеров, в ближайших планах — реновация ресторана, лобби-бара, салона красоты и тренажерного зала, внедрение инновационных технологий и повышение уровня сервиса для удовлетворения растущих потребностей наших гостей. Конгресс-центр будет играть ключевую роль в привлечении делового туризма в регион, укреплять имидж Сочи как современного и динамичного курорта. **15**

СПРАВКА ТБ

MANTERA RESORT & CONGRESS

Отель расположен в Сочи на федеральной территории Сириус в шаговой доступности от олимпийских объектов и сочетает в себе все достоинства современного курортного комплекса с эффективностью крупнейшего конгресс-центра на юге России. Конференц-возможности отеля идеально подходят для проведения мероприятий, заседаний совета директоров, презентаций, выставок, модных показов, экспонирования автомобилей, цикловых конференций, спортивных групп, корпоративных мероприятий, а также свадеб и различных торжеств.



AZIMUT ОТЕЛЬ БАУМАН КАЗАНЬ

КАТЕГОРИЯ 3*

РАСПОЛОЖЕНИЕ:
Казань, ул. Право-Булачная, 43/1

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ:
от 5000 руб. в сутки

- К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:** 155 номеров различных категорий, а также подземный паркинг, ресторан, круглосуточный бар, три конференц-зала различной вместимости (29, 32 и 57 кв. м). По запросу предоставляются детские кроватки и дополнительные спальные места.
- Для гостей отеля работает платная парковка.
- В ресторане предлагаются блюда национальной татарской и европейской кухни, завтрак накрывают по системе «шведский стол».
- Можно воспользоваться услугами прачечной.

СПРАВКА «ТБ»

Первый отель сети AZIMUT Hotels в Татарстане — AZIMUT Отель Бауман Казань — расположен в самом центре города в непосредственной близости к пешеходной улице Баумана и в шаговой доступности от Казанского кремля.

В непосредственной близости от отеля находятся театры и музеи, Парк Тысячелетия и Старо-Татарская слобода. Совсем рядом — станция метро «Кремлевская» и железнодорожный вокзал. Дорога на автомобиле до гостиницы из международного аэропорта Казани занимает менее получаса.

В настоящее время сеть AZIMUT Hotels объединяет 67 отелей и санаториев в России. Недавно отель под брендом AZIMUT открылся в Ташкенте. Пока это единственный объект за пределами России. На этапе строительства — два отеля в Кыргызстане.

3*

RODINA GRAND HOTEL & SPA IRKUTSK

КАТЕГОРИЯ 5*

РАСПОЛОЖЕНИЕ:
Иркутск, ул. Николая Гаврилова, 2

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ:
от 16 тыс. руб. в сутки

- К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:** 104 дизайнерских номера в пяти различных стилях — классика, модерн, лофт, авангард и скандинавский.
- Для проведения мероприятий можно воспользоваться конференц-залом и двумя переговорными комнатами. Гостей приглашает Grand SPA с сибирской баней, бассейном, тренажерным залом.
- Дизайн ресторана Kurbatov вдохновлен купеческой архитектурой XIX века, в основе концепции — традиционная сибирская кухня и ее современная интерпретация.

Для проведения мероприятий можно воспользоваться конференц-залом и двумя переговорными комнатами. Гостей приглашает Grand SPA с сибирской баней, бассейном, тренажерным залом.

Дизайн ресторана Kurbatov вдохновлен купеческой архитектурой XIX века, в основе концепции — традиционная сибирская кухня и ее современная интерпретация.

СПРАВКА «ТБ»

RODINA Grand Hotel & Spa Irkutsk 5* — новый дизайн-отель в центре Иркутска на набережной реки Ангары. Отель расположен в историческом здании бань Курбатова и Русанова, построенных в начале XX века, реставрация этого сооружения стала крупнейшим проектом по восстановлению объектов культурного наследия сибирского города. Ориентирован как на бизнес-туристов, так и на гостей, которые приезжают посмотреть город и отправляются на Байкал.

Гостиничный оператор «Гост отель менеджмент» пополняет свою сеть оздоровительных курортов. Объекты будут работать под брендом «Клуб здоровья и долголетия Rodina», они будут специализироваться на оздоровлении организма. Первый из них уже открылся в Сочи на базе отеля Rodina Grand Hotel & SPA. Всего планируется запустить минимум 10 курортов в Москве и Московской области, Сибири, на Дальнем Востоке, в Минеральных Водах и в других городах.

5*



ФОТО: МАКСИМ ЛОСКУТОВ

COSMOS ADLER HOTEL

КАТЕГОРИЯ 4*

РАСПОЛОЖЕНИЕ:
Сочи, Адлер, ул. Просвещения, 118Б/2

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ:
от 6400 руб. в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ: 98 номеров, фитнес-зал и кафе.
Для проведения мероприятий можно воспользоваться конференц-залом.

Гости могут останавливаться вместе с домашними питомцами.

В 200 метрах от отеля находится железнодорожный вокзал, откуда легко можно добраться до зимнего курорта Красная Поляна. В нескольких минутах ходьбы от отеля расположен пляж.

Предоставляются комнаты для хранения лыжного инвентаря и услуги прачечной.

Имеются фитнес-центр и тренажерный зал, открытый бассейн, конференц-зал, кафе Space.

СПРАВКА «ТБ»

Cosmos Hotel Group – крупнейший гостиничный оператор России, бренд которого создан в 2018 году. В портфель компании входят 36 отелей исключительно категорий от 3* (городские отели) до 5* (отели премиум-класса, в том числе и курортные комплексы) в 22 городах России.

Компания осуществляет операционное управление активами с номерным фондом порядка 10 тыс. единиц.

В Краснодарском крае у сети два отеля в Сочи и один в Адлере.

4*

MAIDENS

КАТЕГОРИЯ 5*

РАСПОЛОЖЕНИЕ:
Москва, Зубовская площадь, 3, стр. 1

ПЛАНИРУЕМОЕ ОТКРЫТИЕ:
декабрь 2024 г.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ:
118 номеров, из них 96 относятся к категории стандарт и 22 люкса. В номерах: мини-бар, кофе-машина.
В отеле — 24-часовой room service, event-холл, конференц-зал, переговорная, фитнес-зал, ресторан, бар, подземная парковка.

СПРАВКА «ТБ»

Пятизвездочный отель Maidens откроется в столице до конца 2024 года. Отель располагается в полностью реконструированном памятнике постконструктивизма — знаменитом здании АТС на Зубовской площади. Ранее ожидалось, что здесь появится отель Mgallery by Sofitel, входящий во французскую гостиничную группу Accor Hotels. Историческое здание, в котором находится отель, было построено архитектором Касьяном Соломоновым в начале 30-х годов прошлого века. Как отмечает генеральный управляющий отеля Гела Лобжанидзе, реставраторы «постарались передать связь времен, применяя техники, характерные для авангарда и конструктивизма, но в современном исполнении». Они вдохновлялись принтами Варвары Степановой — ее работы стали источником идей для рисунка ковролина, и супрематическими эскизами Эля Лисицкого и Казимира Малевича, которые в переосмысленном виде легли в основу графического рисунка полов. Центральную часть лобби украшает световая инсталляция с подвесками из хрусталя, отсылающая к работам Василия Кандинского.

5*

Саудовская Аравия открывает двери

Дебют Саудовской Аравии на российском туристическом рынке состоялся совсем недавно. За короткое время объем прибытий из нашей страны превысил сотню тысяч. И это только начало. Богатое историческое наследие, курорты на Красном море будут привлекать все больше гостей.



Королевство Саудовская Аравия — арабское государство, расположенное в Юго-Западной Азии на Аравийском полуострове. Здесь находятся Мекка и Медина — священные города мусульман. Столица Эр-Рияд состоит из 13 провинций и практически в каждой из них есть что-то интересное и уникальное. Наиболее развита туристическая инфраструктура городов Эр-Рияд и Джидда, расположенных на Красном море.

«ВИДЕНИЕ 2030»

По словам президента Управления по туризму Саудовской Аравии, отвечающего за американский и европейский рынки, Хазима Альхазми, в настоящее время российский рынок очень важен для Королевства, в котором туристическая индустрия стала одной из приоритетных. И если до 2019 года Саудовская Аравия вообще не выдавала туристических виз, то в 2021 году страну посетили 10 млн туристов из разных стран мира. В 2023-м их количество возросло до 27,4 млн человек, из них 106 тыс. — россияне (это вдвое больше, чем в 2022 г.)

Немаловажный фактор развития туризма между нашими странами: планируемое открытие прямых перелетов.

ЧЕМ ПРИВЛЕЧЬ ТУРИСТОВ?

Саудовская Аравия имеет много преимуществ. Это и курорты на Красном море и 1800 километров береговой линии, богатое культурное

наследие: древние города с шестью объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО, множество фестивалей и мероприятий. Саудовская Аравия, по мнению Хазима Альхазми, сумеет удовлетворить запросы самых взыскательных российских туристов, как в сегменте b2c, так и b2b. Турфирмы предлагают пляжный отдых, экотуризм, сафари, круизы по Красному морю, люксов-туры, интересные экскурсионные программы. А в сегменте b2b организуются инсентив-программы с корпоративным обслуживанием и посещением крупных событий.

ЭР-РИЯД: ГОРОД В ПУСТЫНЕ

Столица Саудовской Аравии — процветающий мегаполис, расположенный в самом сердце Аравийского полуострова. Это самый большой город страны с населением более 7 млн жителей.

Здесь можно найти и одно из самых высоких зданий в мире: 99-этажный небоскреб. Он эффектно выглядит на фоне архитектурных сооружений прошлых эпох. В столице сохранились несколько королевских дворцов и уникальный форт Масмак, связанный с историей формирования современного государства. Недалеко от Эр-Рияда есть древние поселения, история которых восходит к III веку до нашей эры. А в 90 минутах езды от Эр-Рияда расположено геологическое чудо — скальный массив Край света (Джебель-Фихрайн), вдоль которого в древности проходил торговый путь в Персию. Невероятные виды с «уходящим в небо» горизонтом сделали это место популярным у туристов.

ДЖИДДА: ДРЕВНИЙ ГОРОД

У Джидды много красивых имен. Его называют и «Воротами в Мекку» и «Русалкой Красного

моря». пляжный отдых в Джидде сочетается с осмотром уникальных достопримечательностей. По сведениям археологов, старый город Аль-Балад (старая Джидда) был основан еще в конце VI века до нашей эры, а в 647 году стал главным пунктом приема паломников, совершающих хадж. Теперь старый город в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО. Здесь сохранились древние дома, построенные из коралла. Такой архитектурный стиль не встречается больше нигде в мире.

В обязательной программе для осмотра и фонтан короля Фахда, который признан одним из самых высоких в мире. Струи фонтана бьют ввысь на 312 метров.

АСИР: ЮЖНЫЙ КУРОРТ САУДИИ

Горный регион на юго-западе Саудовской Аравии, живописный оазис Асир ценят за мягкий климат и уникальную растительность. Даже летом здесь сохраняется комфортная температура — +22 — +35 °С. Регион граничит с Йеменом и плавно тянется вдоль береговой линии Красного моря. Любопытно познакомиться со старыми деревушками с глиняными домами, увидеть горный массив Суда. Ради шикарных фото на самой высокой горе Саудовской Аравии, возвышающейся примерно на 3000 м над долиной Сарават, туристы съезжаются со всего мира. Подняться к ней можно как пешком, по проложенной туристической тропе с указателями, так и на подъемнике.

АЛЬ-УЛА: ДРЕВНИЙ ГОРОД

На северо-западе Аравии находится один из древнейших городов Аравийского полуострова — Аль-Ула. Здесь располагается знаменитый древний скальный город набатеев — Хегра, ставший первым объектом в Саудовской Аравии из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО. Расположенный на древнем Пути благовоний между Южной Аравией и Египтом, Аль-Ула сразу стал центром коммерческого и культурного обмена. Его оазисы и города были важными остановками для торговцев. И сегодня это место хранит археологические памятники разных цивилизаций. Наиболее известным и знаменитым природным памятником в Аль-Уле является Джабаль-Альфиль, или «Слоновья скала». Монументальное сооружение из песчаника, созданное процессами выветрива-



ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
КОМПАНИИ «АРТ-ТУР»

Еще совсем недавно эта страна была для нас загадкой, попасть туда могли лишь единицы. И новая программа по продвижению должна помочь нашим народам стать ближе и понятнее. Пока восприятие страны немного отстает от реальности, и наша задача — раскрыть многообразие Саудовской Аравии и сделать туры в эту страну доступными и популярными. На мой взгляд, страна очень интересная. С одной стороны — настоящие чудеса современных технологий, с другой — остатки городов Nabatean царства...

ния и эрозии, действительно напоминает огромного слона с хоботом.

МАДАИН-САЛИХ: ЗАПРЕТНЫЙ ГОРОД

Один из древнейших городов, построенных еще в доисламскую эпоху, Мадаин-Салих стоит на пересечении многих караванных путей Аравийской пустыни. Считалось, что город населяли люди, уничтоженные Аллахом за грехи и неверие, город имел репутацию заброшенного и даже проклятого. Мадаин-Салих имел название Хегра и был довольно важным торговым центром почти на протяжении четырех веков: с 200 года до нашей эры до 200 года нашей эры. Сегодня руины Мадаин-Салиха — один из самых удивительных и уникальных памятников мирового исторического наследия. Главная достопримечательность — гробница Касраль-Фарид, что в переводе означает «Одинокий замок». Вырубленная из цельного камня в первом веке нашей эры, гробница до сих пор поражает масштабностью и качеством работы и хранит много тайн, пока не раскрытых.

МЕККА: ЗАКРЫТЫЙ ГОРОД

В священном городе для всех мусульман, колыбели ислама Мекке практически все достопримечательности и музеи связаны с историей религии. Название города Мекка (аль-Макка, аль-Муккадаса) происходит от арабского слова «макка», что означает «совершать обряд хаджи». Паломники, как правило, посещают пещеру Хиры, где пророк Мухаммед получил первые божественные откровения, и музей в Часовой башне. В центре Мекки находится главная и крупнейшая в мире мечеть — Аль-Харам (в переводе с арабского — «Запретная мечеть»), во внутреннем дворе которой располагается главная святыня ислама — Кааба. Не мусульманам въезд в Мекку запрещен законом страны. **TE**



Татьяна Бутурлина

Жемчужины Туниса

До пандемии североафриканская страна на Средиземном море привлекала более 600 тысяч российских туристов в год. У Туниса есть все, чтобы вновь стать бестселлером на нашем рынке. Безвизовое посещение, короткие прямые перелеты из Москвы и Санкт-Петербурга, сотни километров песчаных пляжей, развитая туристическая инфраструктура, продолжительный высокий сезон, богатое историческое наследие.



В этом году возобновлены прямые перелеты из России в Тунис. Их выполняет тунисская авиакомпания Nouvelair на лайнерах Airbus 320-200. Рейсы осуществляются из Санкт-Петербурга (апрель — ноябрь) и Москвы (сентябрь — ноябрь) в город Монастир. Время в пути — всего 4 часа.

МОНАСТИР

Аэропорт курортного города Монастир — единственные воздушные ворота для прямых авиарейсов из России.

Монастир известен протяженными и очень широкими пляжами с белым песком. Но не только ими.

В городе немало достопримечательностей. Например, возведенные в 60-х годах про-



шлого столетия Мечеть и Мавзолей Хабиба Бургибы, названные в честь первого президента страны, провозгласившего в 1956 году независимость колониального Туниса от Франции.

В открытой для посетителей музейной экспозиции находятся документы, фотографии и личные вещи Хабиба Бургибы. Усыпальница почитаемого президента представляет собой грандиозное здание, украшенное керамикой, каменной резьбой и мрамором, на входе в которое туристов встречают два высоких минарета с позолоченными куполами.

Совсем рядом, в пяти минутах ходьбы, находится крепость Рибат, основанная в 796 году, — выдающийся памятник оборонительной архитектуры и отличная смотровая площадка с видом на порт и прилегающие окрестности.

Гости курорта могут отправиться на экскурсии в Сахару, Карфаген, на оливковые производства (в регионе Сус-Монастир насчитывается около 70 млн оливковых деревьев) и в круиз на «пиратском» корабле на остров Куриат.

ТУНИС

Столица Туниса находится примерно в двух часах езды от аэропорта Энфида и заслуживает отдельного внимания туристов. Тунис — это смесь культур Востока и Запада (прежде всего, заметно влияние Франции), поэтому неудивительно,



что город называют маленьким африканским Парижем — его архитектура очень напоминает французскую.

Но и арабское архитектурное наследие прекрасно: прогулка по старой части города — медине, выход к Морским воротам, отделяющим Новый город от Старого. Медина Туниса завораживает бело-желто-голубым декором старинных домов, хитросплетением улочек, ведущих к мечетям, ароматами специй и эфирных масел.

Здесь находится самая узкая улица в стране — ее ширина всего полметра! Первые постройки датируются XIV веком, большинство возведены во времена Османской империи в XVI веке.

МУЗЕЙ БАРДО

Насладившись колоритом торговых улочек Туниса, разнообразием и пестротой красок представленных товаров, туристы отправляются в национальный музей Бардо, располагающийся в предместье Туниса, дворце турецких беев. Местная коллекция римской мозаики II–V веков прославлена на весь мир. Эту красоту можно не только увидеть, но и, что необычно для музеев, — потрогать: пройти по вымощенным мозаикой коридорам, восхититься затейливой росписью стен и сводов, буквально прикоснуться к истории.

Каждый зал музея имеет свой неповторимый облик, отражающий традиции разных эпох в росписи, фигурных потолках, резных арках.



Самые известные фрески, завораживающие каждого посетителя музея, — поэт Вергилий с музами, Триумф Нептуна и четырех времен года, Вознаграждение богини Плодородия, Голова Нептуна.

Много уникальных экспонатов музея Бардо (бронзовые статуэтки, мраморные подсвечники и др.) были подняты с затонувшего примерно 18 веков назад у берегов Туниса торгового судна, обнаруженного лишь в 1907 году.



НЕЖИ ГУИДЕР,

РУКОВОДИТЕЛЬ ОФИСА ПО
ТУРИЗМУ ТУНИСА В РФ

Возвращение прямых перелетов в Тунис воспринимается с большим оптимизмом. С дальнейшим расширением полетной программы Тунис вновь может стать одним из самых популярных направлений и принимать до полу-миллиона туристов из России.

КАРФАГЕН

Знакомство с историей Туниса, арабской культурой невозможно без поездки в бывшую столицу финикийского царства — Карфаген.

В начале нашей эры Карфаген был вторым (после Рима) по численности городом на Земле с населением около полумиллиона жителей. В городе были цирк для состязаний колесниц на 75 тысяч зрителей, амфитеатр, два театра, термы, акведук. К самым примечательным объектам относятся холм Бирсы с собором Святого Людовика, а также римский амфитеатр, фундаменты торгового и военного портов и остатки самых больших в северной Африке бань — Термы Антония.

Даже руины Карфагена заставляют восхищаться былым величием древнего города.



СИДИ-БУ-САИД

В десяти минутах езды от Карфагена находится бело-синий город Сиди-Бу-Саид. Его называют городом влюбленных или городом художников.

Туристы неспешно поднимаются по мощеным улочкам, разглядывают утопающие в зелени белые дома с синими ставнями и любуются мастерством ковки и росписи. Непременно нужно посетить роскошную виллу Дерлонже, расположенную на высоком берегу над бирюзовым морем.

С вершины города открывается поразительный вид на море, мыс Кап-Бон и Атласские горы. Здесь стоит задержаться, выпить мятно-орехового чая и сделать несколько фотографий на память.

Отличным сувениром станет яркая керамическая посуда ручной работы, которую можно выбрать на обратном пути, обязательно поторговавшись с продавцом из сувенирной лавки, а то обидится...

ЭЛЬ-ДЖЕМ

Одно из самых посещаемых мест Туниса — амфитеатр в городе Эль-Джем. Грандиозное сооружение высотой 36 метров некогда вмещало 32 тысячи зрителей, приходивших смотреть гладиаторские бои. Амфитеатр построен в 238 году до нашей эры, но прекрасно сохранился, это объект Культурного наследия ЮНЕСКО. Посетители могут свободно пройтись по арене, заглянуть в подземелье, где содержались животные, а затем



подняться на верхние ярусы, откуда хорошо видны окрестности.

В наши дни амфитеатр Эль-Джем благодаря своей изумительной акустике стал популярной площадкой для проведения музыкальных фестивалей.

СУСС И ПОРТ-ЭЛЬ-КАНТАУИ

Роскошные белоснежные пляжи, многочисленные бары и рестораны, комфортный климат создают прекрасные условия для отдыха на этом курорте. Туристы любят гулять по извилистым улочкам арабской медины, окруженной крепостными стенами, осматривать Великую Мечеть с зубчатыми башнями, подниматься на крепость-монастырь Рибат.

В восьми километрах от Сусса находится курорт Порт-Эль-Кантауи. Визитная карточка этого места — гавань с многочисленными отелями, ресторанами, сувенирными лавками. Здесь можно совершить прогулку на яхте или пиратском корабле, отведать морских деликатесов (лучше выбирать для посещения рестораны, отмеченные на входе знаком две или три вилки), прогуляться вдоль марины, взять прямо на берегу моря урок гольфа в одном из лучших клубов страны, а на закате насладиться шоу музыкальных фонтанов. **ТВ**

Сергей Светлаков: Петербург — город, где я становлюсь счастливее

Этой осенью на российские экраны вышла новая комедия о приключениях русских в Турции «Беляковы в отпуске». В центре сюжета — тот самый любитель «разговаривать с телевизором» Сергей Юрьевич Беляков. На этот раз герой решил встать с дивана, чтобы наконец вывезти жену с сыном в отпуск, на турецкое побережье. Однако путешествие сразу пошло не по плану... Главную роль исполнил **Сергей СВЕТЛАКОВ**, его мы и пригласили рассказать читателям ТБ о своих предпочтениях на отдыхе.

Но сначала — несколько слов о премьере: Сергей, а можете немного приоткрыть сюжет: ваш герой в Турцию в итоге попадает?

Дело в том, что по «трагической» ошибке отца семейства номер турецкого отеля оказался оплаченным, но в... следующем году. Денег на обратную дорогу у Беляковых нет, и им приходится придумывать различные схемы «выживания». В такой напряженной ситуации супруги «закипают» до критической точки...

В вашей жизни нечто подобное случалось?

Я думаю, в герое фильма многие смогут узнать себя. Такая история могла произойти не только с семьей Беляковых, но и Петровых, Ивановых, Светлаковых или Галустянов. Мой Беляков — всем, думаю, понятен и близок, в том числе и мне. В нем даже есть что-то героическое. Ведь жена ему сказала: если не поедем в отпуск, не исполним мою большую мечту, то все: развод! На кону у человека стояла его семья. И вот теперь их ждет не просто



Сергей Светлаков с супругой Антониной Чеботаревой

отдых у моря, а целый пятизвездочный отель с системой «все включено».

Что касается меня, то наша первая поездка в Египет... Как в фильме, конечно, не было. Нам пришлось несладко, пришлось пользоваться всеми бесплатными опциями, которые были в отеле. Так что, принимаясь за сценарий, я понял, что вдохновение можно подчеркнуть как раз из той истории.

В этом году куда съездили отдохнуть?

К сожалению, ввиду максимально плотного графика я выбирался только на собственную дачу. У нас там яблок в этом году уродилось богато, вот недавно только урожай собрали. Вообще у меня было самое рабочее лето за десять последних лет. Параллельно три проекта снимали, где я выступал не только как актер, но и в роли сценариста и продюсера. Так, за лето мы сняли «Беляковы в отпуске», «Звезды в Сибири» и второй сезон сериала «Казачок». «Звезд», кстати, зрители увидят в декабре в новогоднем прокате, продолжение «Казачка» — весной на ТНТ. Но признаться, наша профессия актера имеет

свои плюсы — можно работать и параллельно отдыхать — так, съемки «Беляковых» проходили в Краснодарском крае, на берегу Черного моря. Так что съемочной группе удалось немного погулять и даже обгореть местами.

Итак, Турцию вы снимали в Краснодарском крае?

Да, семь отелей Краснодарского края стали на время съемок турецкими: в Сочи. Роль «главного актера» по локациям исполнил пятизвездочный отель «Лучиано» в Сочи, а также отели в Анапе и Геленджике. И везде наша съемочная группа навела шороху — настоящий переполох среди отдыхающих. Но они, надо сказать, очень активно с нами взаимодействовали, многие просили снять их хотя бы в крошечном эпизоде и потом признавались, что это был лучший отпуск в их жизни.

Сергей, а какие уголки на карте мира для вас особенно притягательны?

Что касается экзотических стран, то это Таиланд. Мне как-то в этой части света комфортно, вообще Азия нравится. Путешествовать и находить свои места вообще классно! Но такого азарта — побывать в как можно большем количестве стран, у меня нет. Просто отметить, пробежать бегом — это не мое. Мне нравится погружаться в страну, в регион, изучать его, открывать какие-то интересные места, познавать культуру, традиции.

А по России часто путешествуете?

Пожалуй, мое место силы — это Алтай. Я ездил туда в течение 10 лет, каждый год. А потом решил купить себе небольшой участок земли в Чемальском районе. Мне повезло объехать все самые красивые места этого края, пролететь на вертолете над Каракольскими озерами — потрясающие виды! И вот, все никак не приступлю к строительству своего «дома мечты». Все планирую. Мы с детьми как раз недавно в тех местах поднимались в горы и катались на водном байке, сплавлялись по реке Катунь. Много возможностей для экстремального отдыха.

Еще обожаю Петербург, это для меня одно из любимых мест в нашей стране, город, где я становлюсь счастливее! У меня там много друзей и я на протяжении нескольких лет там даже день рождения отмечал. Могу сказать, что убегаю туда от действительности, чтобы раскрасить свою жизнь какими-то новыми красками. Очень красивый город.

Сейчас я живу в Москве и очень благодарен этому городу за возможности, которые он мне дал и продолжает давать. Но могу сказать, что до сих пор не чувствую себя настоящим москвичом, хотя и живу здесь уже много лет.

Для меня и тогда, и сейчас Москва была чем-то одним, а Россия чем-то другим. Приезжающие в столицу иностранцы вряд ли смогут составить представление о России, исходя из того, что они видят только в Москве.

Еще одна моя любовь — это Подмосковье. Свежий воздух и возможность прогулок в любое время.

Этим летом совместный отпуск был вырван из общего семейного графика. Единственное, что мог семье пред-



ложить, — это приехать на съемочную площадку в Анапу или Геленджик и посмотреть, как папа на работе бегаёт в костюме гигантского жирафа.

Так что когда возвращался со съемок, то сразу — на собственную дачу в Тверской области. Мы с семьей собирали грибы, катались на сапах, ходили на рыбалку и жарили мясо.

Вот кстати, а вы какой отдых предпочитаете: активный или на пляже больше полежать?

Считаю, что всего должно быть в меру. Лучше всего, когда есть возможность чередовать: полежал — погрелся на песочке у моря — и на байк...

На родине — в Екатеринбурге — часто бываете?

Наверное, раз в полгода — связь с родным городом у меня, безусловно, есть. Там живут мои родители, мои друзья, с которыми мы еще вместе в школу ходили. Стараюсь эту связь не нарушать. В последнее время город стал значительно красивее: многие старинные особняки отреставрированы. Центром точно можно гордиться. В Свердловске — а когда я родился город еще назывался так — в центре были и бараки, рядом со сталинками стояли. Все вперемешку.

Вы с женой Антониной Чеботаревой вместе уже 13 лет, воспитываете двоих сыновей. Поделитесь секретом семейного счастья?

Думаю, все просто: надо учиться договариваться и двигаться друг к другу, прощать. У нас, как и любой нормальной семьи, которая в браке больше 10 лет, случаются размолвки. Ну, никогда не поверю, что бывают такие семьи — которые живут столько лет вместе и не ссорятся. Это нормальный процесс — вопрос в том, как выйти из такой ситуации. Тут главное сделать так, чтобы кто-то первый просто замолчал. Кто первый это сделал — тот и молодец! Вот на примере семьи Беляковых мы как раз показываем, как из сложных ситуаций можно выйти, остаться живыми и в браке. **ТЕ**

53 серия Workshop «Турбизнес»

Приглашаем к участию
в workshop «Турбизнес»

ВЕСНА-2025!

Деловые профессиональные
Workshop «Турбизнес» В2В – это платформа
для новых возможностей, для максимально
успешного развития бизнеса.

1 000+ деловых встреч

80 городов России и стран СНГ и зарубежья



Календарь workshop «Турбизнес» ВЕСНА-2025

24–28 марта

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

31 марта – 4 апреля

Саратов – Самара – Уфа – Челябинск – Тюмень

7–11 апреля

Екатеринбург – Пермь – Ижевск – Казань – Н.Новгород

15 апреля

Санкт-Петербург

17 апреля

Минск

22 апреля

Баку

ПАКЕТ «ЭКОНОМ» – 27 000 руб. /1 город
Включает: предоставление рабочего места,
размещение информации в официальном каталоге
мероприятий, предоставление базы посетителей
по итогам.

ПАКЕТ «СТАНДАРТ» – 37 000 руб. /1 город
Включает: предоставление рабочего места,
размещение информации
в официальном каталоге мероприятий, проведе-
ние мастер-класса 20 мин., предоставление базы
посетителей по итогам.

ПАКЕТ «ОПТИМАЛЬНЫЙ» – 58 000 руб. /1 город
Включает: предоставление рабочего места,
размещение 1 полосы (информационный блок +
реклама) в официальном каталоге мероприятий,
индивидуальный бизнес-завтрак с руководителя-
ми турагентств, проведение мастер-класса 30
мин., предоставление базы посетителей по итогам.

T6 Workshop
ТУРБИЗНЕС

Отдел workshop «Турбизнес»:

(495) 723-72-72

wshotels@tourbus.ru

www.tb-workshop.ru

www.tourbus.ru

<https://t.me/workshoptourbus>

МойАгент

Создавать и доставлять инновации
для индустрии путешествий

Myagent.online



авиа | ж/д | отели | страхование