

№3 Март 2014

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia



Конъюнктура
рынка

12+

on-line

WWW.BREEZE.RU

Бронируйте туры в интернете

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**



wtm VISION conference

Москва	9 апреля
Сан-Паулу	24 апреля
Кейптаун	2 мая
Дубай	6 мая
Шанхай	8 мая

Подробности и регистрация
www.wtm-vision.ru

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания), ИД «Турбизнес» и компания Profi. Travel проводят третью практическую конференцию WTM Vision. Каждый год конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии.

В программе конференции:

- рынок онлайн-бронирований: глобальные тренды
- B2B и B2C онлайн-маркетинг как эффективный инструмент продвижения
- как увеличить продажи от присутствия в social media

Место проведения: гостиница Golden Ring
Зал «Сергиев Посад»

Время работы:
9 апреля 9:00-13:15

Регистрация для участия в конференции обязательна

При поддержке



Turkish Airlines & UTair

ИЗ РОССИИ ПО ВСЕМУ МИРУ

«Turkish Airlines» и «UTair» объявили о начале сотрудничества. Теперь пассажиры «UTair» могут осуществлять полеты по всему миру в **190** направлениях, получив качество и привилегии «Turkish Airlines».



Главный редактор Елена Борисова
e.borisova@tourbus.ru

Заместитель
главного редактора Ян Хвилер

Заместитель
главного редактора,
главный художник Алексей Пелевин

Корреспонденты: Сергей Дементьев,
Анна Юрьева,
Евгений Голомолзин,
Владимир Сергачев,
Геннадий Габриэлян,
Константин Исааков,
Георгий Осипов,
Александр Славущий

Дизайнер Надежда Калистратова

Корректор Марина Мартынова

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев
Софья Константинова
Александра Полянская

Тематические выпуски Destinations

Александр Попов
Светлана Коновалова
Елена Смирнова

Спецпроекты ИД «Турбизнес»

Лариса Мартынова

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32

Тел./факс: (495) 723-72-72

Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России

Тираж 10 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору
за соблюдением законодательства в сфере массовых
коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-18985

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

При использовании материалов ссылка
на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: ООО «Турбизнес»

Издатель: ООО ИД «Турбизнес»

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор

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

Исполнительный директор

Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместители

генерального директора Елена Борисова
Александр Попов

Директор по рекламе

Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Менеджер отдела рекламы

Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации

и распространения Лариса Тарасюк
L.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop

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

Турбизнес

на Северо-Западе

BUSINESS TRAVEL

БИЗНЕС • АГЕНТСТВО • КОМЕРС • ТУРИЗМ

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Пять звезд

© ООО ИД «Турбизнес»

Новые, пятизвездные, но чьи? Российская туриндустрия не хочет расставаться с олимпийским наследием



В НОМЕРЕ

- 2 **СОБЫТИЯ**
- 8 **15 ЛЕТ С «ТУРБИЗНЕСОМ»**
- 10 **ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК –
РОССИЯ**
- АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА**
- 14 Новые грабли лучше старых?
- ТЕМА НОМЕРА**
- 19 Весеннее обострение
- 22 50 млн для российской глубинки
- 24 Здоровый взгляд на отдых
- 28 **ПРОФИЛЬ**
- 31 **РЕГИОНЫ РОССИИ**
- ТРАНСПОРТ**
- 34 Крылатые качели
- ГОСТИНИЦЫ**
- 38 Жизнь после Олимпиады
- 40 Москва снова в двадцатке
- 44 Инвестиции в специалистов
- 41 **ПРАКТИКА**
- РЫНКИ**
- 46 Волненьям вопреки
- 50 Увидеть новый Париж
- 52 Испания развивает успех
- 54 Бенидорм – самые лучшие
рекомендации
- 57 Италия: поговорим о деле
- 58 Милан накормит планету
- 60 Мальта под знаком luxury
- 62 Хорватия – секреты здоровья и красоты
- ТЕХНОЛОГИИ**
- 64 То, что хочет клиент
- 73 **КРУИЗЫ**
- 74 **ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ**
- 76 **СТРАХОВАНИЕ**
- 78 **VIP-КЛИЕНТ**

Ренессанс[®]
страхование

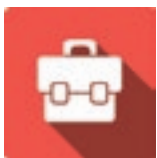
Рассекать морские просторы, погружаться на дно океана
в поисках неизведанного, покорять гордые волны
и любоваться водной гладью с высоты птичьего полета –
вы понимаете, о чем мы...

Оформляя страховку, включите опцию активный отдых, чтобы полис действовал даже
в самой непредвиденной ситуации.

В любой точке мира, на любом маршруте мы заботимся о своих клиентах и всегда готовы
помочь в трудную минуту.

Формула путешествия[®]

8 800 333 8 800
www.renins.com



»»» Ежегодно конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии. В 2014 году, помимо Москвы, они пройдут в Сан-Паулу, Кейптауне, Дубае и Шанхае. Зарегистрироваться на московскую конференцию WTM Vision 2014 и получить дополнительную информацию можно на сайте www.wtm-vision.ru.

Главная тема сезона

9 апреля в Москве в гостинице «Золотое кольцо» в третий раз состоится практическая конференция WTM Vision

Конференция организована ведущей международной туристической выставкой World Travel Market, ИД «Турбизнес» и компанией Profi.Travel. Темы мероприятия — глобальные тренды на рынке онлайн-бронирования, b2b и b2c онлайн-маркетинг как эффективный инструмент продвижения, увеличение продаж от присутствия в социальных сетях. С докладами на WTM Vision 2014 выступят главный аналитик компа-

нии Euromonitor International Виталий Владыкин, вице-президент по инновациям компании Excursiopedia.com Валентин Домбровский, генеральный директор Центра бронирования сети «ТБГ. Туристические бренды» Александр Лобанов, ведущий менеджер по работе с клиентами компании RealWeb Дмитрий Кравченко.



Саксония. Академия онлайн

Саксонская туристическая организация Tourismus Marketing Gessellschaft и ИД «Турбизнес» объявили о запуске обучающего портала «Саксония. Академия онлайн»



Курс обучения состоит из восьми тематических разделов: «Общая информация», «История и культура», «Города и регионы», «Курорты», «Достопримечательности Дрездена», «Достопримечательности Лейпцига», «Саксонская кухня» и «МІСЕ в Саксонии». Каждый раздел включает текстовый и иллюстративный материал, проверочный тест. Для успешного прохождения обучения необходимо правильно ответить на все вопросы каждого из тестов. Все туристические агентства, которые успешно пройдут обучение, получают сертификат «Дипломированного турагента по Саксонии». Имена выпускников будут представлены на портале в соответствующем разделе. Зарегистрироваться и начать обучение можно по адресу www.saxony-learning.ru.



САМЫЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПО ЦЕНЕ КУРОРТЫ ДЛЯ ЗИМНЕГО ОТДЫХА В ТЕПЛЫХ СТРАНАХ

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1 Шарм-эль-Шейх | 6 Тенерифе |
| 2 Гоа | 7 Шри-Ланка |
| 3 Фуэртевентура | 8 Гренада |
| 4 Орландо | 9 Кабо-Верде |
| 5 Лансароте | 10 Маврикий |

Источник: рейтинг TripAdvisor от TripIndex



»»» 5,6

млн международных прибытий было зарегистрировано в 2013 году в аэропортах Москвы. Это на 10% больше, чем годом ранее.

На крыльях и по рельсам

В России может появиться единый билет на самолет и высокоскоростной поезд

По свидетельству первого вице-президента ОАО «РЖД» и генерального директора ОАО «Скоростные магистрали» Александра Мишарина, соответствующие предложения обсуждаются в ходе разработки тарифной политики для проекта высокоскоростной магистрали Москва — Казань. Социально ориентированная тарифная сетка будет учитывать поездки выходного дня, семейные и студенческие поездки. Завершить разработку тарифной системы для магистрали планируется к началу 2015 года. Проект первой высокоскоростной пассажирской линии в России предполагает строительство новой железнодорожной магистрали для движения на скорости 350–400 км в час. Время в пути между Москвой и Казанью должно сократиться в четыре раза: до трех — трех с половиной часов (сегодня оно составляет 14 часов). Общая стоимость проекта составляет 1069 млрд рублей.



>>> По данным Oktogo.ru, в десятку популярных зарубежных курортов у россиян, организующих свой отдых самостоятельно, вошли Тенерифе, Кипр, Варadero, Салоу, Канкун, тайский Банг-Ламунг, Мальорка, Бали, Крит и Мадейра.

Год открытых дверей

В 2013 году количество международных прибытий в российскую столицу через три главных международных аэропорта составило 5,6 млн человек

Это на 10% больше, чем годом ранее. Такие данные приводит Комитет по туризму и гостиничному хозяйству Москвы со ссылкой на данные Пограничной службы ФСБ России. Лидером среди стран дальнего зарубежья по количеству прибытий, как и ожидалось, стал Китай, из которого в Москву за прошлый год прибыло 376,5 тысячи человек (+40%). В прошлом году рост турпотока из КНР составил 47%, в 2011 году — 35%.

Второе место заняла Германия. В десятку лидеров также вошли Франция, Турция, США, Италия, Великобритания, Израиль, Вьетнам и Япония. Лидерами динамики роста прибытий в Москву из государств, не входящих в СНГ, стали страны Азии — Китай (+40%), Вьетнам (+34%) и Таиланд (+27%). Из европейских стран наибольший прирост продемонстрировали Греция (+40,7%), Сербия (+28,2%), Чехия (+21,2%) и Бельгия (+19,8%).

БОЛЬШАЯ ПЯТЕРКА В МОСКВЕ

+40%

Китай 376,5 тыс. человек

+2,0%

Германия 331 тыс. человек

+4,5%

Франция 152 тыс. человек

+15,8%

Турция 146,2 тыс. человек

+5,3%

США 144 тыс. человек

TOP 10

САМЫЕ ДОРОГИЕ КУРОРТЫ ДЛЯ ЗИМНЕГО ОТДЫХА В ТЕПЛЫХ СТРАНАХ

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1 Теркс и Кайкос | 6 Сидней |
| 2 Каймановы острова | 7 Сент-Люсия |
| 3 Барбадос | 8 Сейшельские острова |
| 4 Дубай | 9 Южный остров |
| 5 Антигуа | 10 Самуи |

Источник: рейтинг TripIndex от TripAdvisor





»» В 2013 году консульские учреждения Греции в нашей стране выдали россиянам

1,033

млн виз – на 51% больше, чем годом ранее.

Миллион греческих виз

Греция выдает визы быстрее других стран Шенгенской зоны – всего за 48 часов

«В прошлом году греческие консульские службы по всему миру выдали всего 1,47 млн виз – на 46% больше, чем в 2012 году. 70% всех виз было выдано в России, где работают три консульства и 18 визовых центров», – сообщили во внешнеполитическом ведомстве страны. По данным греческого МИДа, прошедший год стал рекордным для национальной туристической индустрии. Страну посетили 17,8 млн иностранных туристов, в том числе 1,2 млн россиян. Прогнозы российских туроператоров на 2014 год вполне оптимистичны, хотя эксперты предупреждают о возможных ценовых войнах на греческом направлении. «Мы достаточно аккуратно подходили в этом году к формированию наших полетных программ.

В целом по перевозке остались на уровне прошлого года, но запускаем новую чартерную программу на Скиатос из Москвы, – отмечает генеральный директор компании «Пантеон» Анато-

лий Гаркушин. – Бронирования туров в Грецию идут хорошо. В целом я смотрю на сезон с оптимизмом и надеюсь на то, что некоторые туроператоры смогут умерить свои аппетиты».



В Индию – без визы

Индия расширила перечень государств, граждане которых смогут получать визу по прилете в аэропорт

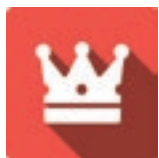
В список вошли 180 стран, в том числе Россия. По словам министра планирования Раджива Шукла, в течение полугода

будет подготовлена соответствующая инфраструктура в индийских аэропортах. Туристы смогут получать визу по прилете уже

с октября текущего года в девяти воздушных гаванях, включая международный аэропорт имени Индиры Ганди в Дели, Мумбаийский международный аэропорт имени Чатрапати Шиваджи и международный аэропорт Даболим в Гоа.

Виза, выданная таким образом, будет одноразовой и действительной в течение 30 дней. Для ее получения туристы должны будут заранее заполнить анкету в интернете и оплатить необходимый сбор. Через три дня им вышлют электронную визу, которая будет подтверждаться в аэропорту.

В 2012 году Индию посетили 6,58 млн туристов из-за рубежа – на 4,3% больше, чем годом ранее.



САМОЕ ДОРОГОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

Теркс и Кайкос
129330 рублей

Источник: TripAdvisor



Египет несет убытки

По прогнозам Министерства туризма Египта, в 2014 году въездной турпоток в страну составит 12,5 млн туристов, что на 3 млн превысит показатель 2013 года

«Индустрия гостеприимства Египта обеспечивает 12,5% рабочих мест в стране и 11,3% ВВП. Временное закрытие более полутора сотен отелей в июле и августе 2013 года из-за отсутствия туристов негативно сказалось на населении. Местные власти были вынуждены выдать бесплатные пайки семьям, которые промышляли частным извозом и потеряли работу», — рассказал министр туризма Египта Хишам Заазу. «При условии социальной и политической стабильности, реализации государственной программы по продвижению страны на туристическом рынке Египет сможет восстановить прежние объемы, уже сейчас имея для этого все предпосылки», — считает генеральный директор компании «Пегас Туристик» Анна Подгорная.



>>> 2013 год для туристической Египта стал худшим за последнее время. Доходы в отрасли составили всего

\$5,9 млрд.

Для сравнения, в 2010 году они достигали \$12,6 млрд.

Небесная бухгалтерия

В феврале ведущие российские авиакомпании «Аэрофлот» и «Трансаэро» скорректировали тарифы на перевозку



«Аэрофлот» объявил о снижении тарифов на международную перевозку на 5%. Этот шаг обусловлен скачком курсов валют. «В целях стимулирования спроса на перевозки в низкий сезон и недопущения кризиса недозагрузки принято решение о единовременном снижении международных тарифов из всех пунктов РФ с 5 февраля», — пояснили представители «Аэрофлота». «Трансаэро», напротив, сообщила о повышении тарифов, которое, правда, не касается сегмента «Дисконт», перелетов в классах «Империл» и «Бизнес». Речь идет об увеличении цен на 7% на перевозку из Москвы.

Нововведение также затрагивает рейсы из российской столицы в Лондон, Тель-Авив, Алма-Ату, Торонто, Ереван, Санкт-Петербург, Ростов, Краснодар, Сочи, Новосибирск, Самару, Уфу, Екатеринбург, Магадан, Анадырь и на Украину. Одновременно перевозчик увеличил размер агентского вознаграждения. Что касается нового бюджетного проекта, который стартовал в январе 2014 года, то он реализуется успешно. С 14 января до середины февраля услугами рейсов дисконт-класса «Трансаэро» воспользовались свыше 161 тысячи человек. Загрузка рейсов постоянно растет и на многих направлениях превышает 90%.

В КАКИХ СТРАНАХ БОЛЬШЕ ВСЕГО ОТКАЗАВШИХСЯ ОТ ОТПУСКОВ В 2014 ГОДУ

Греция 26%
Кипр 19%
Болгария 18%
Испания 18%
Португалия 16%

Источник: Eurobarometer



В КАКИХ СТРАНАХ МЕНЬШЕ ВСЕГО ОТКАЗАВШИХСЯ ОТ ОТПУСКОВ В 2014 ГОДУ

Швеция 3%
Австрия 3%
Люксембург 4%
Дания 4%
Германия 5%

Источник: Eurobarometer





Не работа, а просто праздник!

»» Спецпроекты – они такие «специальные»... Работа над ними иногда требует отваги на грани безрассудства. Каждый новый проект – это вызов, прыжок в ледяную воду. «Перезагрузка» для нас – очередное задание, и вновь с горящими глазами мы говорим: «Это очень интересно! У меня уже есть пара идей». Люди мы жадные до работы, увлекающиеся, ставим планку на такую высоту, что, оглядываясь назад, иногда удивляемся: «Опять справились?!»



»» Брендовый проект и гордость издательского дома – каталог «Россия. Конгресс-услуги». Работа с большим количеством компаний и объектов – едва ли не ювелирная и очень ответственная. На финише юбилейный, 10-й выпуск, и, пожалуй, неудивительно, что Конгресс-бюро Москвы выбрало нас для совместной работы над справочником Meeting Planner's Guide Moscow.



»» Проект, украсивший 2013-й год, – «Россия. Национальный календарь событий» с цветными матрешками на логотипе. В его рамках состоялся запуск портала www.календарьсобытий.рф, его электронной версии и мобильных приложений GooglePlay и AppStore, подготовлены печатные справочники на четырех языках, включая китайский.

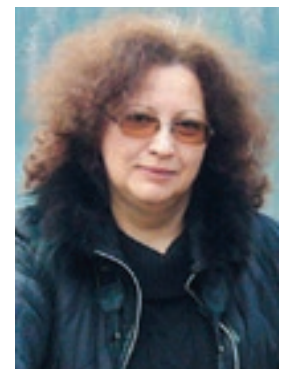


»» Знаете ли вы китайский, спросите вы? Коллективный разум Издательского дома «Турбизнес» знает всё! И побывал практически везде. Да, мы частенько для спецпроектов приглашаем сотрудников других подразделений ИД и очень им признательны за готовность идти навстречу, несмотря на загрузку по основной работе. Привлекаем тех, кто лучше других разбирается в теме. Это очень помогло при подготовке, например, онлайн-академии по Маврикию. Дипломы о ее успешном окончании получили почти две сотни турагентов.

«« Хочется, чтобы после третьей онлайн-академии – работаем над Саксонией – состоялись запуски и тридцать третьей и триста тридцать третьей. Чтобы количество языков, на которые переводятся наши проекты, росло в геометрической прогрессии – вышли ведь на восьми языках три серии календаря московских событий. Хочется мощнее продвигать Россию! Пока что она числится в разряде спецпроектов не только в масштабах ИД. Хочется побывать на всех праздниках, о которых пишем, переночевать во всех гостиницах, провести по мероприятию на каждой конгрессно-выставочной площадке, которых мы теперь уже знаем сотни »»

ЛАРИСА МАРТЫНОВА

Редактор спецпроектов ИД «Турбизнес»



Есть свои секреты

В Москве успешно прошла конференция Travel Marketing Day 2.0, организованная юридическим агентством «Персона Грата», издательским домом «Турбизнес» и консалтинговой группой «Тревел Эксперт»

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Деловое мероприятие состоялось во второй раз, в этом году его принял новый столичный отель «Никольская Кемпински Москва». Travel Marketing Day — это самые свежие и актуальные темы российской туристической индустрии. Маркетолог Татьяна Вознесенская отметила, что в настоящее время на рынке можно успешно конкурировать только за счет качества, инновационности и имиджа. «Ваша цель — удовлетворение потребностей потребителей с целью получения максимальной прибыли. Необходимо определить свою целевую аудиторию и создать у нее эмоциональную привязку к бренду, сделать так, чтобы клиенты перестали реагировать на маркетинговые усилия конкурентов», — подчеркнула спикер, обращаясь к участникам конференции.

Член экспертного совета по туризму при Министерстве культуры РФ, бизнес-тренер консалтинговой группы «Тревел Эксперт» Марина Сонина рассказала, как организовать тимбилдинг в туристической компании «своими руками». Она объяснила, какие моменты надо учитывать при создании команды и как повысить эффективность ее деятельности.

Доклад вице-президента компании Atomaco Дарья Никитич был посвящен аромамаркетингу. «Аромат — это самый быстрый способ донесения информации. Он вызывает эмоции, ассоциации, рождает в голове трехмерные образы, и именно поэтому является важнейшим сенсорным составляющим бренда. Правильно подобранный аромат поможет расположить клиента, расслабить, настроить на коммуникацию. Он также будет способствовать повышению лояльности к бренду», — заявила эксперт. Основатель первой в России и СНГ школы travel-журналистики Travelogia Юлия Щукина объяснила, какими качествами должен обладать travel-контент, чтобы он смог заинтересовать читателей. Антон Попов, директор агентства интерактивного маркетинга «Редкая марка», отметил растущую популярность контент-маркетинга. Эксперт порекомендовал выяснять интересы целевой аудитории и, основываясь на них, разработать контент-стратегию. «Очень важно анализировать, что дала та иная публикация, принесла ли ожидаемый эффект. «Лайки» — это не всегда показатель успеха», — добавил эксперт.

Генеральный директор отраслевого интернет-агентства «Ворошилова и партнеры» Ирина Ворошилова посвятила свой доклад теме социальных сетей как мощному инструменту для продвижения туруслуг и привлечения новых клиентов. Она познакомила слушателей с возможностями Instagram, Facebook и Foursquare.



ПРОЕКТ Des TiN ATI ONs

С начала XXI века под флагом проекта Destinations ИД «Турбизнес» вышли свыше 170 печатных изданий, более половины из них по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общий тираж — более 1,5 млн экземпляров.

Недавно к этой коллекции добавились «Штутгарт и окрестности» и «Кёльн. Город в центре Европы».



«Штутгарт и окрестности»
Официальный партнер по туризму
столицы Баден-Вюртемберга —
компания Stuttgart-Marketing GmbH



«Кёльн. Город в центре Европы»
Партнер: Туристическая организа-
ция Кёльна (KölnTourismus GmbH)

Турбизнес ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ • 1997 г. **destinations**
ТУРБИЗНЕС

Тематические выпуски ИД «Турбизнес»

Ежемесячный вестник Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России

В ФОКУСЕ

Возрождение детского туризма

В Министерстве культуры РФ состоялся брифинг заместителя министра Аллы Маниловой, посвященный первым итогам реализации программы развития детского туризма

В прошлом году в рамках проекта «Моя Россия: град Петров» свыше 18 тысяч школьников из разных регионов России совершили путешествие в Санкт-Петербург. Детские группы побывали в Эрмитаже, Русском музее, Мариинском театре, посетили мемориал Пискаревского кладбища и другие памятные места. Среди учащихся, принявших участие в программе, — 640 школьников из пострадавших от наводнения районов Хабаровского края, победители конкурсов и олимпиад. Все расходы, связанные с пребыванием детей в Санкт-Петербурге, оплачивались из федерального бюджета.

«В 2013 году министерство приглашало в Петербург детей из Центрального и Северо-Западного округов, в 2014 году приоритетными будут Дальневосточный и Сибирский федеральные округа. Для этих

регионов первостепенным вопросом становится логистика — наличие прямых рейсов в Москву и Санкт-Петербург — и цена билетов. В 2014 году у нас будут два основных маршрута: «Моя Россия: град Петров» (Санкт-Петербург) и «Москва. Золотое кольцо» (Москва, Владимир и Суздаль), а также два дополнительных: «Ясная Поляна — детям» и «Петергоф», — заявила Алла Манилова.



ПАРТНЕРЫ



Россия – Швейцария: перекресток культур

30 января в Москве была представлена программа «перекрестных» Сезонов культуры Россия – Швейцария 2014

Первый в истории двусторонних отношений масштабный проект в сфере культуры реализуется на межгосударственном уровне и приурочен к 200-летию установления дипломатических отношений между странами. В мероприятии приняли участие заместитель министра культуры РФ Алла Манилова и посол Швейцарской Конфедерации в РФ Пьер Хельг.

«Перекрестные» Сезоны культуры призваны как можно более полно представить богатое культурное наследие двух государств. Одна из главных задач проекта — способствовать культурному обмену, укрепляя отношения между людьми, культурными институтами и странами.

Представленная программа охватывает крупные города и регионы, находящиеся в стороне от традиционных туристских маршрутов, но представляющие интерес с точки зрения расширения «культурного присутствия» России в Швейцарии.

ХРОНИКА

Год туризма в СНГ

Туризм восстанавливает взаимодействие бывших советских республик и создает новое культурное пространство

11 февраля заместитель министра культуры РФ Алла Манилова провела рабочее совещание на тему «Год туризма в СНГ», в котором приняли участие директор Департамента туризма и региональной политики Ольга Ярилова и советник управления международного сотрудничества Ростуризма Сергей Теодорович.

В октябре 2013 года в Минске было принято решение о проведении в 2014 году Года туризма в СНГ. В связи с этим запланирован ряд мероприятий: тематические конференции, форумы, презентации, кинофестивали. Важной частью Года станут форумы по приграничному сотрудничеству.

ОТДЫХ
LEISURE

**20-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА**

16–19 СЕНТЯБРЯ 2014

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

0+

www.tourismexpo.ru

Me



Leisure

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

SuperJob

В рамках ОТДУКН:

ОТДЫХ
MICE

ОТДЫХ
LUXURY

ОТДЫХ
SPA & HEALTH

Организатор:

МОСКВА РОССИЯ
ЕВРОЭКСПО



VIENNA AUSTRIA
EUROEXPO
Exhibition and Congress Development Center



При поддержке:



Федеральное агентство
по туризму



Ассоциация
туроператоров
России



Республика
Севастополь
Туризм



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
РОССИЙСКИЙ
ТУРИСТСКИЙ
ФОРУМ



Национальный туроператор Алеан

АНАСТАСИЯ ХАЩИНА, руководитель сектора отдела по работе с агентствами

ЕЛЕНА ЕГОРОВА, менеджер отдела по работе с агентствами

Национальный туроператор Алеан работает на рынке 20 лет и специализируется на внутреннем туризме. Компания предлагает семейный и пляжный отдых, санаторно-курортное лечение, экскурсионные, горнолыжные и активные туры.

География предложений – популярные курорты России, Абхазии, Азербайджана, Армении, Белоруссии, Грузии, Киргизии, Прибалтики, Украины и Узбекистана. Главный офис компании находится в Москве, работают филиалы в Санкт-Петербурге, Сочи, Геленджике, Анапе, Кисловодске, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Тюмени, Симферополе. Ассортимент предложений оператора: более 2700 объектов размещения, 400 экскурсионных программ и 250 активных маршрутов. В 2013 году компания обслужила свыше 250 тысяч туристов.

Приглашаем посетить наше рабочее место на workshop.



Сеть туристических агентств Global Travel

ЕЛЕНА МИТЯЕВА, руководитель отдела по работе с агентствами

АЛЕКСАНДР ГРИСЕНКО, руководитель IT-отдела

АНДРЕЙ ШЕВЕЛЕВ, руководитель собственных офисов

Крупнейшая российская сеть туристических агентств Global Travel была основана в 1992 году и занимает лидирующие позиции на отечественном туристическом рынке. В ее состав входят 12 собственных офисов, более 500 франчайзинговых агентств, центр бронирования, учебный центр, собственная юридическая служба, отдел по работе с корпоративными клиентами, система учета «Глобал Профи» и визовый центр. Приглашаем посетить стенд Global Travel на workshop «Турбизнес». Вас ждут сувениры от нашей компании и ответы на все вопросы.



Сеть отелей Spring Hoteles

ИСАБЕЛЬ ЧАВЕС БАСТИДАС, менеджер по продажам в РФ и странах Восточной Европы

Каталонская компания имеет на юге Тенерифе три гостиницы: «Вулкано», «Битагора» и «Арона Гран Отель». Отели расположены на первой линии или в 50 метрах от пляжа, рядом находятся торговые центры высокого уровня, парки, поля для гольфа, все виды заведений для отдыха, тематические парки.

На российском рынке отели сети преимущественно сотрудничают с туроператорами. Для самостоятельной работы агентству нужно зарегистрироваться на сайте www.springhoteles.com, чтобы получить код доступа и пароль для бронирования в онлайн-системе.

Туроператорам предоставляется 10%-ная скидка.



Компания «Водоходъ»

АНДРЕЙ СМОЛИН, коммерческий директор компании

Судоходная компания «Водоходъ» – крупнейший оператор речных круизов по России. Для любителей водных путешествий предлагается широкий спектр круизных маршрутов, охватывающий почти всю Европейскую часть России. Продолжительность программ – от 2 дней до 21 дня. В управлении компании находятся 26 четырехпалубных комфортабельных круизных теплоходов, а также малый прогулочный и скоростной флот.



St. Peter Line

АЛЕКСАНДРА КАРЕЛИНА, начальник отдела продаж

ЕЛЕНА ГАСИЛОВА, начальник отдела маркетинга

МАРИЯ АВЕРБУХ, специалист по развитию агентской сети

Компания St. Peter Line – паромный оператор в Балтийском море, в его флоте на круглогодичной основе работают два первоклассных круизных парома. Паром Princess Maria обслуживает линию Санкт-Петербург – Хельсинки, на борту судна 600 кают разных классов и ценовых категорий, автомобильная палуба рассчитана на 395 машин. Паром Princess Anastasia обслуживает линию Санкт-Петербург – Хельсинки – Стокгольм – Таллин, на его борту – 830 кают разных классов и ценовых категорий, автомобильная палуба рассчитана на 580 машин.

Участники workshop – специалисты отдела продаж и маркетинга круизной компании – на семинарах подробно расскажут о преимуществах путешествий по Скандинавии на пароме, о бонусной программе для партнеров, разыграют круиз по столицам Балтики.

Приглашаем к сотрудничеству на взаимовыгодных условиях. www.stpeterline.com



Open Up Swiss Travel Company

ЭЛЬВИРА САМЕДОВА, менеджер компании

Швейцарский туроператор работает с 2000 года, имеет офисы в Европе и Азии. К услугам клиентов и партнеров – выгодные цены на отели и апартаменты разных категорий в любом городе и на любом курорте, собственные переводчики, гиды и водители, полная визовая поддержка, индивидуальные и групповые трансферы, лечебные и восстановительные программы, образовательные программы и языковые курсы, детские программы в ведущих мировых образовательных учреждениях и лагерях, бронирование отелей и туров в режиме онлайн.

Компания – уполномоченный агент Swiss Travel System, предлагает билеты STS по низким тарифам. Ежедневные гарантированные групповые туры, рекламные туры и бонусная система для агентств.

Приглашение НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

- 12 марта** Саратов: отель «Богемия на Вавилова», ул. Железнодорожная, д. 72
13 марта Тольятти: гостиничный комплекс «Парк Отель», ул. Комзина, д. 6
14 марта Ульяновск: гостиница «Венец», ул. Спасская, д. 19/9
24 марта Пятигорск: гостиница «Интурист», пл. Ленина, д. 13
25 марта Ставрополь: гостиница «Интурист», пр. К. Маркса, д. 42
26 марта Волгоград: отель Hampton by Hilton, ул. Профсоюзная, д. 13
27 марта Краснодар: гостиница «Интурист», ул. Красная, д. 109
28 марта Ростов-на-Дону: отель DON-PLAZA, ул. Бол. Садовая, д. 115
31 марта Ижевск: гостиница «Парк Инн Ижевск», ул. Бородина, д. 25
1 апреля Пермь: отель «АМАКС Премьер-Отель», ул. Монастырская, д. 43
2 апреля Екатеринбург: отель «Атриум Палас Отель», ул. Куйбышева, д. 44
3 апреля Тюмень: отель «Тюмень», ул. Орджоникидзе, д. 46
4 апреля Сургут: отель «Бизнес Отель», просп. Мира, д. 42
7 апреля Челябинск: отель «Холидей Инн Челябинск-Риверсайд», ул. Университетская наб., д.18
8 апреля Уфа: AZIMUT отель, Проспект Октября, д. 81
9 апреля Самара: отель «Холидей Инн Самара», ул. Алексея Толстого, д. 99
10 апреля Казань: ГТРК Korston Hotel & Mall Kazan, ул. Николая Ершова, д. 1а
11 апреля Н. Новгород: ТПП, ул. Нестерова, д. 31
15 апреля Омск: «ТОК «Флагман», ул. Фрунзе, д. 80 (конференц-залы 5-й этаж)
16 апреля Новосибирск: отель «АЗИМУТ Отель Сибирь», ул. Ленина, д. 21
17 апреля Красноярск: отель «АМАКС Сити Отель», ул. Матросова, д. 2
23 апреля Баку: отель Qafqaz Baku City Hotel, проспект Тбилиси, д. 34
24 апреля Тбилиси: отель Holiday Inn Tbilisi, площадь 26 Мая, д. 1
25 апреля Калининград: Отель Radisson Калининград, пл. Победы, д. 10

Участники:

Adrian Hotels, Bedsonline, BSR Touristic, Compagnie De Vichy, Coral Travel, DSBW-TOURS GROUP, Expo Hoteles & Resorts, GOLDENTOUR (Париж), Grand Hotel Bahia Del Duque Resort, Hotel Jardin Tropical Tenerife, Hotel Loipersdorf Spa & Conference, Open Up Swiss Travel Company, Pegas Touristik, Sarabi Travel, SAYAMA Travel Group, Spring Hoteles, ST.PETER LINE, Stuttgart Tourism, Sanmar Tour, Tez Tour, Tours France, TUI, Tumlare Corporation, Visit Estonia, Администрация города Сочи, Ай Ти ЭМ групп, Альянс Туристических Агентств, Амботис, Анекс Тур, Арт-Тур, Астравел, Ателика Групп, Аэротрэвел Групп, БВЛ-блестящий вояж, Бриз Лайн, Веди Тур Групп, Вест Тревел, Виа Марис, Водоходь, Группа компаний «АКРИС», Евробизнестур, Европорт, Империял Тревел, Калейдоскоп Нева, Карлсон Туризм, Клуб путешествий «Советский», Лабиринт, Ла-Тур, Магазин круизов и путешествий, Министерство по туризму Доминиканской Республики, Мультитур, Национальный Туроператор Алеан, Отдел туризма Таллиннского Департамента предпринимательства, Отель Villa Magna De Luxe, Пак Тур, Профкурорт, Роза ветров Юг, Самараинтур, Сеть туристических агентств GLOBAL Travel, Слетать.ру, Солвекс-Трэвел, Трансаэро тур, Туристическая компания «Де Визу», Туристическая компания «РВС», Туроператор «Дельфин», Туртранс-Вояж, Управление по туризму Тенерифе, Чайна Лайн, Юго-Стар и др.

Отдел workshop «Турбизнес»

Елена Архипова, Кристина Сивова, Евгения Шуманская, Людмила Сивова

Дополнительная информация: (495) 723-72-72

workshop@tourbus.ru, www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru

ОРГАНИЗАТОР: 



ВЫСТАВКА «EXPO 2015»
ПАРТНЕР ВЕСЕННЕЙ СЕРВИ



Новые грабли лучше старых?

В среде профессионалов российского туристического бизнеса все чаще раздаются голоса о том, что неплохо бы вернуться к лицензированию в сфере туризма. Однако наступать на старые грабли никто не хочет: если уж возвращаться к старой практике, то на новых принципах.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ,
ЯН ХВИЛЕР

Первые частные турфирмы появились в России еще в конце 1980-х годов. Такие ветераны, как «Роза ветров», «Содис», «Турбюро Москва», уже отметили 25-летие своей деятельности. Советские госкомпании сферы туризма — Госкоминтурист СССР, ЦСТЭ ВЦСПС, БММТ «Спутник» — провели акционирование в начале 1990-х годов, когда отечественным предприятиям разрешили самостоятельно выходить на внешний рынок. Именно с 1991 года наши турфирмы стали устанавливать прямые деловые отношения с зарубежными партнерами и заниматься организацией как внутрен-

него, так и международного туризма. Но только в 1994 году пришло понимание того, что эту деятельность необходимо лицензировать.

АРГУМЕНТЫ «ЗА»

В постановлении правительства РФ №1222 от 12 декабря 1995 года сказано, что это сделано «в целях борьбы с недобросовестной конкуренцией, которая наносит ущерб отрасли, теряющей привлекательность для зарубежных и российских потребителей». Для получения лицензии, которая по уровню защиты приравнивалась к ценной бумаге, было необходимо представить ряд документов, а выдавали ее сроком на три года по цене в 50 МРОТ.

Процесс лицензирования турбизнеса с самого начала в России шел сложно. Проверка Антимонопольного комитета в 1996 году показала, что 13% фирм, занимавшихся международным туризмом, не имели соответствующих лицензий, за многочисленные нарушения была аннулирована 141 лицензия. Однако гораздо более скандальным было введение нового порядка лицензирования в 2002 году, когда появились отдельные документы для операторов и агентов.

1 декабря 2003 года появилась «Справка по результатам проверки законности действий работников Минэкономразвития и торговли РФ при осуществлении лицензирования туроператорской и турагентской деятельности», в которой был приведен целый ряд мнений относительно этого процесса. Например, первый вице-президент Национальной академии туризма Вильям Азар заявлял: «Насильственная монополизация бьет по экономическим основам туристического бизнеса, и делается это грубо, в интересах сращенного с бюрократией капитала». Бывший в то время председателем Комитета по туризму Торгово-промышленной палаты РФ Михаил Маринин подчеркивал, что «усилия направлены на введение раздельного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, но на практике сие деяние сразу же вылилось в применение санкций против ряда известных турфирм».



АРГУМЕНТЫ «ПРОТИВ»

Некоторые эксперты прямо указывали на то, что в Москве получить лицензию без проблем можно только при помощи юридических фирм, тесно связанных с чиновниками Департамента туризма Минэкономразвития РФ. Как указывалось в справке, эти фирмы сами выходили на соискателей, подававших документы, и предлагали за плату ускорить процесс. Брали недорого: за услуги по оформлению операторской лицензии — \$80–200, агентской — \$80–100, обеих сразу — \$160–250. А за \$350 оформляли лицензию за 10 дней. Что касается компаний, получивших лицензию без проблем, то среди них участники рынка сразу же отмечали те, к которым чиновники Департамента туризма имели самое прямое отношение — ведь многие из них пересели в министерские кресла прямо из бизнеса. Что было потом? А потом лицензирование отменили...

НЕТ ЛИЦЕНЗИЙ, ЕСТЬ ПРОБЛЕМЫ

В начале 2007 года лицензирование туристической деятельности в России было отменено: с той поры операторы должны быть внесены в соответствующий реестр и иметь финансовое обеспечение, а агенты из правового поля и вовсе выпали. Судьба первенцев отечественного турбизнеса, прошедших через все тернии лицензирования, разная. «Роза ветров», «Содис», «Турбюро Москва», а также образованные чуть позже «Нева» или «Академсервис» успешно здравствуют и поныне. Появившиеся в начале 1990-х годов «Асент Трэвел» и «Ланта-тур вояж» свою деятельность хотя и закончили по-разному, но с одним итогом — обанкротились.

Почему многие сегодня поговаривают о возвращении системы лицензирования? Потому что бесконтрольность, особенно на агентском рынке, порождает массу проблем. Но есть существенные оговорки. «Сейчас лицензирование по принципу «собрал бумаги, заплатил — получили лицензию»

>>> Проверка Антимонопольного комитета в 1996 году показала, что 13% фирм, занимавшихся международным туризмом, не имели соответствующих лицензий, за многочисленные нарушения была аннулирована

141 лицензия.

никому не нужно, — считает юрист, советник исполнительной дирекции по работе с турагентами СЗРО РСТ Светлана Мержвинская. — Это должна быть разветвленная система разноплановой оценки деятельности компании, итогом которой как раз и может быть получение лицензии».

ТОСКА ПО ПРОШЛОМУ?

По мнению этого и ряда других экспертов, при новом лицензировании, если оно, конечно, появится, стоит оценивать не только (а возможно, — и не столько) документальную сторону работы компании, но и потенциальное качество оказываемых услуг. А для этого нужно проверять уровень квалификации сотрудников, их образование и многие другие моменты, непосредственным образом влияющие на качество услуг. «Необходимо в обязательном порядке проверять профессионализм руководителей компаний и рядовых сотрудников, реализующих туры, — считает Светлана Мержвинская. — Делать это можно разными способами, например, с помощью тестирования, и, возможно, с привлечением экспертов делового сообщества — из АТОР или других отраслевых общественных объединений».

Для чего это нужно? Основная цель — получить конкурентное преимущество: если имеешь лицензию, для приобретения которой нужно пройти мелкое сито оценки на профессионализм, значит, квалифицирован и можешь гарантировать качество услуг. Судя по всему, необходимость введения системы лицензирования, как и 20 лет назад, будет обусловлена «борьбой с недобросовестной конкуренцией, которая наносит ущерб отрасли».

>>> Согласно постановлению Правительства РФ от 11 февраля 2002 года №95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности», органом, уполномоченным выдавать лицензии в этой сфере, являлось только Министерство экономического развития РФ. Сначала это был Государственный комитет по физической культуре, туризму и спорту (Госкомспорт России), а с 2005 года — Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), которое стало его преемником. Лицензии при этом получали в Москве сроком на 5 лет.



Ускользнувшая красота

Редакция «ТБ» попыталась найти сведения о первых компаниях, получивших лицензии на туроператорскую деятельность в РФ, но не смогла — такого архива нет

«**К**аких-то особых трудностей при получении лицензий в начале 2000-х годов не припомню: чаще всего документы отправляли в Москву по почте, а затем уже получали лицензию, — вспоминает генеральный директор петербургской операторской компании Swiss Travel Club Роман Перевертун. — Поскольку процесс проходил в недрах Ростуризма, повлиять на его скорость

или, например, выбор «красивого» номера лицензии, рядовые компании практически не могли — разве только те, которые в той или иной мере были к нему близки. Что касается возвращения лицензирования, то в том виде, в котором оно было раньше, его введение сейчас вряд ли оправданно — это не более чем способ собрать с участников рынка дополнительные деньги».

Хроника объявленной отмены

20 лет назад лицензирование туристской деятельности ввели для борьбы с недобросовестной конкуренцией



• Постановлением Совета Министров — Правительства РФ от 25 декабря 1993 года №1343, утвердившим «Положение о лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации», устанавливалось, что международная туристская деятельность, связанная с обслуживанием иностранных граждан на территории Российской Федерации и российских граждан за пределами Российской Федерации, осуществляется юридическими и физическими лицами на основании лицензий, выдаваемых Комитетом Российской Федерации по туризму.

• Постановлением Правительства РФ от 12 декабря 1995 года №1222 было признано утратившим силу постановление Совета Министров — Правительства РФ от 25 декабря 1993 года №1343 и утверждено новое «Положение о лицензировании международной туристической деятельности». В этом документе указывалось, что органом, уполномоченным на лицензирование международной туристической деятельности, является Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму.

Предусматривалось право передавать полномочия по лицензированию международной туристической деятельности соответствующим органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Устанавливался максимальный срок действия лицензий (три года) и определялось, что его продление производится в порядке, установленном для

ее получения. В качестве обязательных условий действия лицензии указывались наличие у лицензиата собственного или арендованного служебного помещения, наличие в штате не менее одного работника, имеющего специальное туристическое образование или стаж работы в сфере туризма не менее трех лет.

• Закрепление в документе положения о наименовании федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на лицензирование туристской деятельности, обусловлено возникновением правовых противоречий, связанных с последующими преобразованиями и переименованиями этого органа: с августа 1994 года — Государственный комитет по физической культуре и туризму, с 25 мая 1999 года — Российское агентство по физической культуре и туризму, с 6 июня 1999 года — Министерство по физической культуре, спорту и туризму, с 17 мая 2000 года — Государственный комитет по физической культуре, спорту и туризму, с 21 декабря 2000 года — Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.

• Федеральным законом от 24 ноября 1996 года №152-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» были определены принципы государственной политики и государственного регулирования данного вида деятельности. Законом устанавливалось обязательное лицензирование туроператорской и

турагентской деятельности и сертификация туристского продукта, а также определялось, что порядок лицензирования туристской деятельности устанавливается законодательством Российской Федерации.

С законодательным закреплением в качестве самостоятельных направлений туроператорской и турагентской деятельности их лицензирование предполагалось осуществлять на основе действовавшего «Положения о лицензировании международной туристической деятельности», утвержденного постановлением Правительства от 12.12.95 г. №1222.

• Принятым 25 сентября 1998 года Федеральным законом №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» устанавливались основные лицензионные требования и условия, и предусматривалось, что перечень дополнительных условий и требований должен определяться положениями о лицензировании конкретного вида деятельности. Вместе с тем в Перечне видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии, отсутствовали указания на туроператорскую, турагентскую и международную туристическую деятельность.

• Постановлением Правительства РФ от 5 июля 2000 года №488 «Вопросы Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации», принятым в соответствии с Указом президента РФ №867, на Минэкономразвития РФ было возложено государственное управление и межотраслевая координация

в сфере туризма. Минэкономразвития РФ были переданы зарубежные представительства преобразуемого Министерства РФ по физической культуре, спорту и туризму. В составе Минэкономразвития был создан Департамент туризма.

Постановлением Правительства РФ от 21 декабря 2000 года №990 утверждено Положение о Министерстве экономического развития и торговли Российской Федерации, которым в числе иных возложенных на министерство задач предусматривалась координация деятельности федеральных органов исполнительной власти в области туризма. Кроме того, на Минэкономразвития РФ возлагалось осуществление в установленном порядке лицензирования отдельных видов деятельности в пределах своей компетенции.

• 11 февраля 2002 года вступил в силу Федеральный закон от 8 августа 2001 года №128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», в связи с чем одноименный закон от 25 сентября 1998 года №158-ФЗ утратил силу. Новый закон определил исчерпывающий перечень полномочий Правительства РФ при осуществлении лицензирования и перечень полномочий лицензирующих органов. Одновременно определялось, что аннулирование лицензии может быть применено лицензирующим органом в единственном случае — при неуплате лицензиатом в течение трех месяцев лицензионного сбора за предоставление лицензии. Был также установ-

лен срок действия лицензии — не менее пяти лет.

В Перечень видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии, были введены туроператорская и турагентская деятельность, определенные законом от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ. При этом закон не прекращал действия лицензий, в том числе на международную туристическую деятельность, в установленном порядке полученных ранее.

- Постановлением Правительства РФ от 11 февраля 2002 года №95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности», принятым в соответствии с законом от 8 августа 2001 года № 128-ФЗ, были утверждены Положения

о лицензировании этих видов деятельности. Определялось, что «лицензии на осуществление международной туристической деятельности, полученные в установленном порядке до принятия настоящего постановления, действуют в отношении международной туроператорской и турагентской деятельности согласно указанному в них сроку, но не дольше 10 апреля 2002 года, и подлежат переоформлению в соответствии с настоящим Положением».

- Постановлением Правительства РФ от 8 мая 2002 года №302 «Об изменении и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Российской Федерации по вопросам лицензирования отдельных

видов деятельности» признано утратившим силу постановление Правительства РФ от 12 декабря 1995 года №1222 «О лицензировании международной туристической деятельности».

В отличие от существовавшей ранее системы лицензирования единой международной туристической деятельности, осуществлявшейся на равных началах уполномоченными на то органами федеральной исполнительной власти и соответствующими органами субъектов федерации, был введен порядок раздельного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности. При этом на Минэкономразвития России были возложены функции оформления и выдачи лицензий на туроператорскую и турагент-

скую деятельность на всей территории Российской Федерации, а на органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации только лицензирование турагентской деятельности. Максимальный срок действия лицензий был увеличен с трех до пяти лет. Введено обязательное требование по минимальному количеству штатных работников фирм, осуществляющих туроператорскую деятельность (не менее семи человек), ужесточены требования к профессиональной подготовке работников турфирм.

- С 1 января 2007 года лицензирование деятельности профессиональных участников рынка туристических услуг было отменено.

ERV — это:

- Мировой лидер по страхованию путешественников
- Лучшие продукты на рынке туристического страхования
- Высокий уровень обслуживания и онлайн-технологии

ОПТИМАЛЬНОЕ страхование

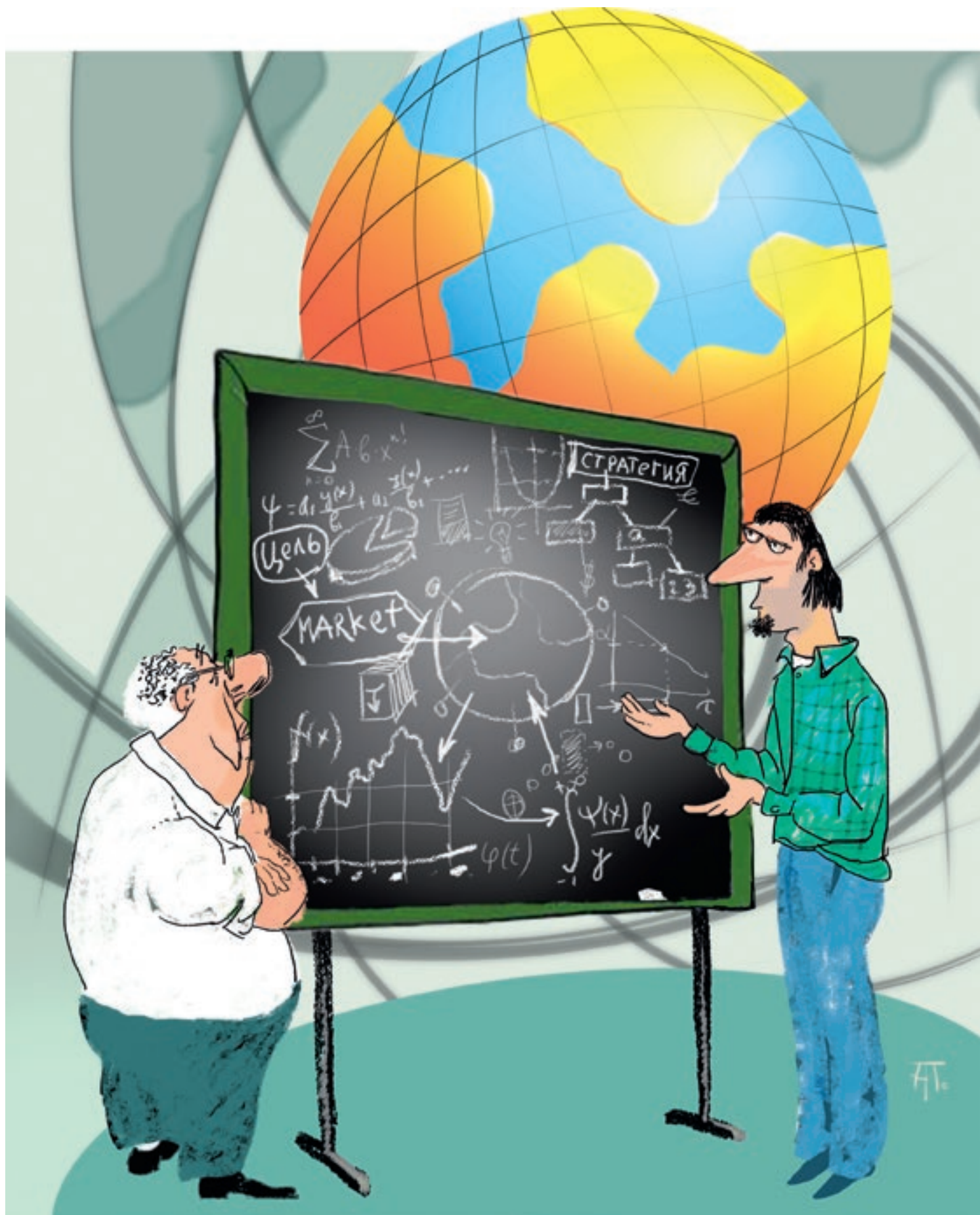
ERV
You travel. We care.

Вы собрались в дорогу - мы с вами!

www.ERV.ru

ЗАО «Европейское Туристическое Страхование» Лицензия ФССФ С № 4009 77

* В путешествии мы заботимся.



Весеннее обострение

Сезон-2014 дает пищу не только деловым прогнозам экспертов, но и предсказателям будущего. Многим оно кажется небезоблачным, поскольку поводов для беспокойства хоть отбавляй, а вот оснований для присущего туризму оптимизма пока маловато.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Первый повод для тревоги — политическая нестабильность в целом ряде стран мира, традиционно популярных у россиян. Увы, но ни Таиланд, ни Египет полных гарантий безопасности туристам дать не могут — волнения там так и не утихли. И стоит подуть чуть более сильному «ветру», как революционные «угли» снова могут запылкать.

Константин Кинель, руководитель службы маркетинга представительства Туристического управления Таиланда, комментирует ситуацию: «С сожалением можно отметить, что уровень спроса среди россиян на поездки в Таиланд в последнее время по понятным причинам несколько снизился. Порой людям трудно объяснить, что какие-то волнения происходят только в Бангкоке, а не по всей стране. Остается надеяться, что подобная политическая активность в Таиланде будет наблюдаться только до выборов, после которых ситуация полностью стабилизируется и можно будет вновь говорить о росте туристического потока из России».

Не случайно, наверное, в течение последних 1,5–2 месяцев, согласно данным системы ruSPO.ru, уровень спроса на Таиланд сократился на 20%. Россияне все чаще предпочитают удаленные острова бунтующему Бангкоку. А тут еще и в Украине полыхнуло так, что зарево киевских пожаров хорошо рассмотрели даже в Крыму. Поедут ли после этого наши соотечественники на полуостров или предпочтут ему другие направления? Выбор у них есть.

Вполне вероятно, что российскому внутреннему туризму это на руку — не зря целый ряд крупных выездных туроператоров в летнем сезоне-2014 года приняли решение заниматься и Россией. Это понятно: дома спокойнее, отдыхаем за рубли, да и в Сочи появилось столько возможностей для досуга, что на два Крыма хватит. Если удастся предложить туристам сносное сочетание цены и качества, есть вероятность «оттянуть» россиян и от украинского, и даже от турецкого курортного «пирога».

«Личные контакты и прямой диалог между участниками рынка из разных регионов помогут увеличить спрос на туры по России», — считает генеральный директор компании «Петротур Сервис» и руководитель Комиссии по детскому и молодежному туризму и отдыху СЗРО РСТ Игорь Мазулов.

Второй повод для тревоги — ослабление рубля и последовавший за этим существенный рост стоимости туров в нашей национальной валюте. Если к этому добавить неприятное «послевкусие», возникшее у части клиентов, купивших путевки в прошлом году по акциям раннего бронирования, становится понятным и снижение

ТУРОПЕРАТОР Балкан

Call-центр
(495) 628-04-04
с 9:00 до 21:00
без выходных
м. Окопный ряд
ул. Тверская, дом 7, подъезд 7
г. Нижний Новгород
ул. Саварская, дом 18/1, офис 45
г. Электросталь
ул. Красная, дом 30Б

БОЛГАРИЯ
Солнечный берег Албена
Елените Золотые пески
Дюни Обзор Созополь
Номера на гарантии - надежно
Трансферы на микроавтобусах - быстро

40% СКИДКА
до 40% НА ВЕСЬ СЕЗОН

АВИАБИЛЕТЫ
Варна Бургас София
Выбор времени
и аэропорта - удобно

30 РЕЙСОВ
В НЕДЕЛЮ

ЧЕРНОГОРИЯ
СЛОВЕНИЯ
РУМЫНИЯ
ПОЛЬША

20 ЛЕТ
КАЧЕСТВО
В ПРИОРИТЕТЕ

www.balkan.ru



»» В результате дестабилизации политической обстановки и возникновения реальной угрозы жизни туристов в конце февраля эксперты отметили снижение турпотока:

в Египет — на **80%**

в Таиланд — на **20%**,

в Крым — на **50%**.

Падение курса рубля по отношению к евро привело к снижению спроса на поездки в Европу в период весенних каникул на **20%**.

интереса к этой системе продаж. Поначалу и в этом сезоне раннее бронирование пошло весьма бодро, а теперь вот тормозит — люди занимают выжидательную позицию, не спешат расставаться с деньгами.

«Если говорить о продажах в рамках акции раннего бронирования, то вначале они шли даже лучше, чем год назад, однако затем их объем примерно сравнялся с тем, который был в это же время в 2013-м, — отмечает руководитель направления компании «Солвекс-Турне» Дмитрий Волошин. — Скорее всего, это обусловлено значительным ростом курса евро, который относительно рубля подорожал сразу на 10%».

Серьезный повод для тревоги — наличие условий для демпинга и продолжающееся наступление «скидочных» систем продаж, которые уже продемонстрировали свою силу летом 2013 года. Порадоваться нечему: несмотря на очевидные преимущества, основные игроки тех или иных направлений никак не хотят садиться за стол переговоров для общего же блага — своя «рубашка» по-прежнему им ближе. Пойти на компромисс и попробовать договориться для них означает проявить слабость, а у нас принято ставить как можно более амбициозные задачи.

«В конечном итоге все будет зависеть от объемов перевозки и их соответствия спросу, — уверен

директор по продажам и продвижению компании «Верса» Дмитрий Мазаников. — А поскольку эти факторы могут серьезно изменяться в связи с появлением новых игроков среди операторов, оценить перспективы сезона крайне сложно».

«Сейчас всем должно быть понятно, что и рынок, и клиент меняются — важно не столько произвести, сколько реализовать качественный продукт, — считает генеральный директор оператора «Аврора-БГ» Любомир Христов. — И тот, кто сумеет действовать в соответствии с требованиями времени, выиграет, а не сумевший к нему адекватно приспособиться — проиграет».

Руководитель представительства Pegas Touristik в Петербурге Мария Бакерина проявляет оптимизм: «Есть надежда на то, что, учитывая уроки прошлого сезона, в этом все игроки рынка будут действовать более осмотрительно. Однако гарантировать, что летом 2014 года не будет демпинга и какое-то направление не «загорится», вряд ли кто-то сможет: у компаний ведь есть и собственные планы, которые иногда не вписываются в общую картину. Вместе с тем надо понимать: сейчас все настолько взаимосвязано, что проблемы на одном направлении тут же могут вызывать трудности на другом, а ошибки одного крупного игрока вполне вероятно могут приводить к сложностям для всех...»

«Тревога есть, но это нормально»

В этом сезоне ситуация на кипрском направлении на туристическом рынке Санкт-Петербурга обещает быть еще более сложной, чем летом 2013 года, когда на нем снимали рейсы и реализовывали туры в минус. О возможном развитии событий, конъюнктуре рынка и ожиданиях на сезон рассказывает руководитель кипрского направления компании «Солвекс-Турне» **ДМИТРИЙ ВОЛОШИН**.

В настоящее время с полной определенностью говорить о том, как будет складываться ситуация на кипрском направлении в этом году, довольно сложно — процесс формирования полетных программ в целом по рынку еще не завершен. Если же говорить о продажах в рамках акции раннего бронирования, то вначале по Кипру они шли даже лучше, чем год назад, однако затем их объем примерно сравнялся с тем, который был в это же время в 2013 году. Скорее

всего, это обусловлено значительным ростом курса евро, который подорожал относительно рубля сразу на 10%. В прошлом году в городе на Неве в условиях демпинга на многих направлениях Кипр пострадал одним из первых. Во-первых, потому, что туры на остров стоили дороже, чем в ряд соседних стран, а во-вторых, из-за негибкой позиции одного из основных перевозчиков, авиакомпании «Россия», которая не позволяла снимать оказавшиеся «лиш-

ними» рейсы в Ларнаку без уплаты 100%-ного штрафа. В этом году расстановка сил на кипрском направлении существенно меняется, так как на него впервые выйдут такие крупные компании, как Tez Tour и Pegas Touristik. Хотя выходят они не с такими большими объемами, как, например, у «Библио Глобуса», однако все участники рынка ожидают сезона с некоторой тревогой. Будем надеяться, что удастся избежать демпинга и массового «горения» туров.



Наша позиция такова: в прошлом году мы очень здорово выросли на этом направлении в объемах (около 50%), поэтому в 2014 году намерены их сохранять и, если удастся, немного увеличить, одновременно стараясь заработать. То есть удержать объем, получая прибыль.

Riu — свой Год России

Отели компании Riu Hotels&Resorts расположены на популярных у россиян курортах Мексики, Доминиканы, Туниса, Канарских островов. В прошлом году принадлежащий семье Риу гостиничный оператор отметил 60-летний юбилей. Этот же год был объявлен в компании Годом России. Об итогах акции и о дальнейших планах по продвижению на российском рынке в эксклюзивном интервью «ТБ» рассказывает глава департамента бизнес-развития сети отелей Riu Hotels&Resorts в России **ЕЛЕНА БУЗУКОВА**.



БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА

Каковы результаты Года России? Результаты впечатлили и нас, и, я надеюсь, владельцев компании. Продажи в России выросли на 50%. Учитывая, что и до этого рост был большой, речь идет о существенной доле в общем объеме продаж. Мы воодушевлены этим успехом и будем стремиться к такому же результату и в этом году, хотя достичь его будет значительно сложнее. Во-первых, экономическая ситуация сильно изменилась, а во-вторых, емкость отелей не предполагает появления еще одного огромного рынка. Добавлю, что в прошлом году наш сайт был полностью переведен на русский язык, кроме того, увеличилось число сотрудников в российском представительстве компании. Это очень важно, поскольку появились люди, которые непосредственно общаются с агентствами. Момент личного контакта нашего менеджера с менеджером конкретного агентства имеет огромное значение.

Можно ли выделить какие-то конкретные направления, курорты и отели, которые в прошлом году были особенно популярны среди россиян? Основным фактором роста популярности того или иного направления выступает частота прямых авиарейсов. Поэтому хороший рост в 2013 году продемонстрировали Канкун и Ямайка. На Ямайке отели очень разные, а наш продукт — качественный и стабильный, поэтому он пользуется спросом. Отмечу также, что несколько гостиниц в Мексике и Доминикане прошли реконструкцию, стали еще лучше, привлекательней для тех, кто ценит комфорт.

Есть ли русскоязычный персонал в тех отелях, которые особенно популярны у россиян? Не в каждом нашем отеле есть русскоговорящий персонал, хотя мы к этому стремимся. Но он есть во многих гостиницах, которые особенно любимы российскими туристами. Персонал в Доминикане берет уроки русского языка, персонал в Мексике немного говорит по-русски. Я сама была свидетелем, как они говорят по-русски с гостями во время регистрации, это очень впечатляет. Наличие русскоязычного персонала в отеле очень важно для тех туристов, которые совсем не владеют иностранными языками. Они стремятся поехать туда, где им будет комфортно. Идеальный, на мой взгляд, пример — это Riu Palace Bonanza Playa на Мальорке. Там в каждом департаменте есть русскоговорящий сотрудник, работают три российских телеканала. Число российских гостей в этом отеле растет.

Как можно охарактеризовать структуру продаж в России — приоритет по-прежнему у агентских продаж? У нас, конечно, есть индивидуальные туристы из России, они могут забронировать на сайте проживание и трансфер. Число таких клиентов растет, но оно пока

невелико на фоне общего объема продаж. Часто все упирается в перелет, поскольку многие наши отели расположены в таких местах, куда добраться можно только чартерами. Поэтому большая часть номеров, конечно, реализуется через агентства.

Что готовит компания к наступающему сезону? В апреле после большой реконструкции открывается отель Riu San Francisco на Мальорке. Это первый отель семьи, поэтому его открытие станет во многих смыслах знаковым. Гостиница полностью перестраивается и станет совершенно другой. Все номера будут новыми: меняется как оформление, так и оборудование. Уже упомянутый Riu Palace Bonanza Playa также откроется после масштабной реконструкции. В нем построен дополнительный бассейн, оборудован новый участок территории с променадом. Полностью перестраивается тематический ресторан, идет реновация номерного фонда. Следующей зимой там планируется обновить и расширить спа-центр.

Каковы планы московского офиса компании после столь значимого успеха в 2013 году? Мы намерены продолжать то, что начали в прошлом году. Это активное сотрудничество с агентствами и продвижение нашей партнерской программы Riu Partner Club. Программа представляет собой удобное вспомогательное средство для работы агентов и предлагает бонусы за бронирование номеров. Нас очень радует, что число агентств, которые ей пользуются в России, растет. Причем они регистрируются в программе самостоятельно, что, на мой взгляд, очень важно. Мы осознанно не пошли по пути автоматического включения в программу всех агентов. Когда регистрация — это самостоятельный, осознанный шаг, то отношение к участию в программе совершенно другое. В преддверии летнего сезона нашими приоритетами останутся острова Испании: Мальорка, Тенерифе, надеюсь, что и Гран-Канария, если все сложится с перевозкой. Хорошо работают и наши традиционные круглогодичные направления: Мексика и Доминикана. По-прежнему будем продвигать Тунис. Очень надеюсь, что кто-нибудь из операторов поставит рейс на Джербу. Кроме того, у нас появится новое направление — Португалия, возможно вместе с Кабо-Верде. Но это пока неподтвержденные планы операторов.



E-mail: ebuzukova@riu.com

«Музенидис» — к родным пенатам

Известная операторская компания объявила о намерении заняться внутренним туризмом

«Мы уже давно занимаемся приемом греческих туристов в России и являемся лидерами в этой области. В определенный момент наше подразделение по въездному туризму выступило с предложением заняться внутренним туризмом. Мы оценили наши возможности и решили — почему бы и нет? Мы успешно обслуживаем иностранных туристов, точно так же мы можем работать и с российскими клиентами», — говорит генеральный директор «Музенидис Трэвел» Александр Цандекиди.

По словам руководителя, компания не ставит перед собой наполеоновских планов и не собирается никого шокировать: «Будем спокойно работать и поступательно двигаться вперед. В конце 2013 года наше подразделение, которое занимается въездным и внутренним туризмом, мы оформили как отдельное юридическое лицо — «Музенидис Интур». В нем работает хорошая, энергичная молодая команда профессионалов». «Музенидис Трэвел» не взорвал бомбу на рынке. «Сам бог велел туроператорам обратить вни-

мание на рынок внутреннего туризма. Уровень рисков на нем невелик из-за отсутствия чартерной перевозки и мягких условий контактов с гостиницами. Именно поэтому туроператоры, специализирующиеся на России, зарабатывают деньги и являются финансово успешными», — считает генеральный директор компании «Алеан» Илья Уманский. По его словам, приход серьезных игроков во внутренний туризм положительно влияет на рынок.

«Выход на рынок внутреннего туризма таких крупных игроков, как «Библио Глобус», «Музенидис Трэвел», Coral Travel — это всегда интересно. Они смогут научить российские объекты размещения зарубежному опыту, опыту ведения продаж, — комментирует директор департамента по внутреннему туризму компании «Солвекс-Трэвел» Сергей Стребков. — Появится здоровая конкуренция. Главное, чтобы не было демпинговых войн на направлении. Кроме того, новые участники повлияют на старых игроков, заставят их активизироваться. Возникнут новые веяния и тенденции на рынке».

50 млн для российской глубинки

В столице прошла презентация Всероссийского конкурса проектов «Культурная мозаика», направленного на развитие культурных инициатив малых городов и сел страны. Грантовый фонд конкурса составляет 50 млн рублей.



В конкурсе могут принять участие все учреждения культуры и некоммерческие организации, расположенные на территории РФ, реализующие свои проекты в малых городах и сельской местности. Гранты будут распределены по трем номинациям, определяющим тематику проектов. В первую — «Пространство жизни» — войдут проекты, ориентированные на создание новых публичных и общественных пространств

средствами дизайна, современного искусства и малых архитектурных форм; направленные на выявление историко-культурной и природной среды города и села средствами современного искусства.

Во второй номинации — «Традиции и развитие» — будут участвовать проекты, интерпретирующие традиционные виды творчества и ремесел, использующие современные технологии, материалы, фор-

мы и дизайн; порождающие культурное, социальное и экологическое предпринимательство, способствующие выводу местного культурного продукта на современные рынки; направленные на создание нового регионального продукта на базе этнокультурного и историко-культурного капитала территории.

Третью номинацию — «Культурный поход» — составят проекты, направленные на создание современных форм деятель-

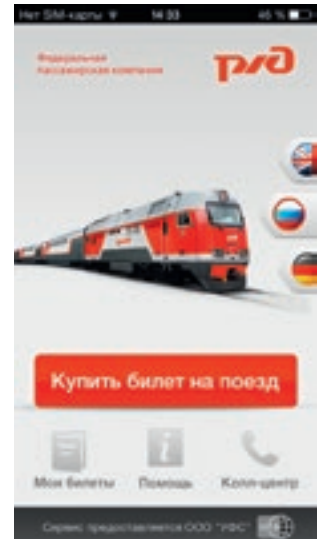
ности учреждений культуры, демонстрирующие нестандартные подходы к содержанию и технологиям образовательных программ; иницилирующие новые формы культурного досуга; использующие современные информационные и коммуникационные технологии; исследующие местную специфику средствами культуры. Всероссийские конкурсы проектов «Культурная мозаика» будут проходить ежегодно.

Со смартфоном по железной дороге

Одно из наиболее значительных достижений компании UFS в 2013 году – разработка и запуск мобильного приложения «ЖД Билеты»

Первое официальное и на сегодняшний день единственное мобильное приложение для продажи электронных железнодорожных билетов разработано для смартфонов, оно поддерживается операционными системами iOS и Android. Приложение «ЖД Билеты» напрямую интегрировано с системой продажи электронных билетов ОАО «РЖД». Билеты продаются на все направления перевозчика, включая страны СНГ, а для iPhone — и в Европу. В приложении можно посмотреть расписание, выбрать направление и поезд, подобрать наиболее удобное место, пройти электронную регистрацию, оплатить покупку банковской картой и оформить билет. Помимо привычных VISA и MasterCard к оплате принимаются карты платежных систем AmericanExpress и DinersClub. После подтверждения оплаты на телефон пассажира приходит sms-уведомление с данными о поездке, посадочный купон отправляется на электронную почту пользователя. Для посадки в вагон в случае

подтверждения электронной регистрации на поезд достаточно показать электронный билет на экране телефона и документ, удостоверяющий личность. Через приложение «ЖД Билеты» можно оформить билеты для четырех пассажиров в одном заказе и выкупить две нижние полки. «ЖД Билеты» — мультиязычное приложение, оно поддерживает русский, английский и немецкий языки. В период с января 2013 по февраль 2014 года в системе было продано более 77 тысяч билетов, 64% из них — в высоком ценовом сегменте (от 2500 рублей). Процент повторных покупок в мобильном приложении составляет более 30%. Конверсия в продажи через мобильное приложение растет ежемесячно на 0,5%, к ноябрю 2013 года она составила 7,64% от общего числа скачиваний. Согласно проведенному опросу пользователей, совершивших покупку, 58% из них довольны опытом работы с приложением и планируют использовать его повторно.



HRS.com - МЕЖДУНАРОДНЫЙ СЕРВИС ДЛЯ БРОНИРОВАНИЯ ОТЕЛЕЙ

БОЛЕЕ 250 000 ОТЕЛЕЙ В 190 СТРАНАХ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И СКИДКИ ДО 70%

HRS
The Hotel Portal



Здоровый взгляд на отдых

Улучшение сервиса в российских здравницах, исследование рынка санаторно-курортных услуг и помощь туристическим агентствам — три главные задачи туроператора «Профкурорт» в текущем году. О достижениях и планах компании в интервью «ТБ» рассказывает коммерческий директор, руководитель коммерческого комплекса ЗАО СКО ФНПР «Профкурорт» **МАРИНА РОЗАНОВА.**

ПОДГОТОВИЛА СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Вы утверждаете, что бронировать санаторно-курортные услуги в компании «Профкурорт» выгодно, быстро и просто. Расскажите, в чем секрет? Наше главное конкурентное преимущество в том, что мы, в отличие от других туроператоров, являемся уполномоченной компанией Федерации независимых профсоюзов России и принимаем участие в управлении санаториями и пансионатами Кавказских Минеральных Вод, Черноморского побережья и Средней полосы России. Именно поэтому у нас не бывает сложностей при взаимодействии с объектами размещения. Мы автоматизировали работу здравниц, что позволило создать удобную систему онлайн-бронирования. Благодаря ей агенты, работающие с нами, в режиме реального времени получают доступ к информации о наличии свободных мест в здравницах, гарантированные места в санаториях профсоюзов России, мгновенное подтверждение заказа и автоматическое форматирование отчетности и статистики для анализа.

Нередко санаторно-курортный отдых ассоциируется только с Кавказскими Минеральными Водами. С какими еще российскими регионами вы работаете? Какие здравницы пользуются наибольшим спросом у туристов? Действительно, наше традиционное направление — Кавказские Минеральные Воды — пользуется высоким спросом у клиентов. В Кавминводах работают 20 наших санаториев. Раньше мы сотрудничали только с ними, но не так давно значительно расширили свой ассортимент и заключили контракты с другими здравницами региона. Также под нашим управлением находятся три объекта размещения на Черноморском побережье, санаторий «Ангара» в Иркутске и санаторий имени Сусанина в Костроме. Всего профсоюзам России принадлежат 374 здравницы в разных регионах России, с которыми мы активно сотрудничаем. Очень популярны санатории и пансионаты в Московской, Ивановской, Рязанской и других областях. В прошлом году мы полностью реконструировали корпуса «Дельфин» и «Коралл» СКО «Адлеркурорт», провели капитальный ремонт в санатории «Металлург». «Металлург» — это санаторий дворцового типа с красивой парковой зоной. Помимо реконструкции внутренних помещений, мы полностью обновили лечебную базу санатория и сменили медицинский персонал. Не могу не сказать о гостинице Sea Galaxy Congress & Spa Hotel на 700 мест, расположенной в центре Сочи. Sea Galaxy — это бывший корпус санатория «Светлана», который благодаря реконструкции превратился в новый черызвездный отель, отвечающий всем современным требованиям.

Мы рассчитываем на высокую загрузку санаториев Краснодарского края этим летом. Многие агенты и корпоративные клиенты уже сейчас обращаются к нам с запросами о раннем бронировании.

Насколько успешно реализуется программа «Профсоюзная путевка»? Наша уникальная программа «Профсоюзная путевка» была запущена в 2007 году по инициативе ФНПР. Сейчас в России около 24 млн человек являются членами профсоюзов. Для них и членов их семей мы предоставляем возможность приобрести путевку в санаторий с 20%-ной скидкой. При этом профсоюзная путевка ничем не отличается от обычной с точки зрения обслуживания и лечения. Успех программы очевиден: на данный момент в общем объеме наших продаж около 30% занимают продажи путевок членам профсоюзных организаций.

Каковы ваши стратегические планы на 2014 год? Одной из наших главных задач в текущем году мы считаем работу над улучшением сервиса в отечественных здравницах. Санаторно-курортный отдых — это отрасль услуг, где большое значение имеют квалифицированные кадры, качество предоставляемых услуг и уровень обслуживания. Именно поэтому мы намерены уделить большое внимание обучению персонала в санаториях и внедрению клиентоориентированного подхода. Все это необходимо делать для повышения лояльности клиентов, для того, чтобы они возвращались в российские здравницы. Мы также будем заниматься самостоятельными исследованиями рынка, не привлекая для этого маркетинговые агентства. Создадим свою систему управления взаимоотношениями с клиентами, которая позволит изучить их мнения, проанализировать потребности и на основе этого разработать новые интересные предложения. Как и прежде, мы будем помогать агентствам и профсоюзным организациям, оказывать им информационную поддержку. Запланировано проведение обучающих туров, конференций, семинаров и круглых столов, посвященных специфике продаж санаторно-курортных услуг.

ЗАО "СКО ФНПР "Профкурорт"
www.profkurort.ru



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЯРМАРКА ПУТЕШЕСТВИЙ

15-17 МАЯ 2014

ГОСТИНЫЙ
ДВОР



Генеральный партнер:



Генеральный
интернет-партнер:



Интернет-партнеры:



При поддержке:



Информационная поддержка:



WWW.MITF.SU

Пять жемчужин от «АРТ-ТУР»

На выставке МИТТ-2014 туроператор «АРТ-ТУР» представит свои основные направления в пяти томах-каталогах. О планах на летний сезон и главных новинках компании рассказывает ее генеральный директор **ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ**.

»»» Сегодня мы предлагаем турпакеты в Дубай с вылетами из Кавминвод, Уфы, Казани, Самары, Екатеринбурга, Ростова-на-Дону, Краснодар и Волгограда. Весной рейсы из многих городов будут выполняться ежедневно.

107078, Москва,
ул. Каланчевская, д. 13
Тел.: (495) 980-21-21
www.arttour.ru

Наш первый каталог посвящен ОАЭ и странам Арабского Востока — Бахрейну, Ливану, Катару, Кувейту, Оману и Марокко.

• Особенно много новинок будет в разделе ОАЭ.

Например, в Дубае на Пальмовом острове открылись сразу три новых шикарных отеля — Wladorf Astoria, Anantara и Sofitel. Цены на размещение в их дебютном сезоне весьма заманчивы.

В Дубае мы представляем и самые роскошные гостиницы других цепочек, с которыми «АРТ-ТУР» давно сотрудничает и имеет довольно большие блоки номеров: Jumeirah, One&Only, Atlantis, The Palm, Ritz-Carlton, JA Resorts, Le Meridien, Fairmont.

В последние годы мы рекомендуем туристам обратить внимание на Абу-Даби. Здесь, на острове Саадият, находится один из лучших пляжей в стране с чудесным белым песком. На острове Яс, где ежегодно проходит Гран-при «Формулы-1», можно посетить единственный в мире парк развлечений Ferrari World, провести день в гигантском аквапарке Yas Waterworld. Корпоративным клиентам — их, кстати, становится все больше — особенно запомнится уже неоднократно проводимый нами тимбилдинг с вождением настоящих болидов на треке «Формулы-1». В прошлом году мы даже вывозили сюда покататься наших лучших агентов, которых «гонял» по трассе сам Виталий Петров — первый российский пилот «королевских гонок».

Призываю агентства обратить внимание на наши цены, которые по-настоящему конкурентоспособны. Благодаря собственной принимающей компании в ОАЭ мы предлагаем самый качественный сервис. Так, консьерж-сервис в Дубае подразумевает, что наши сотрудники помогут туристам во всем: от бронирования столика в ресторане до приобретения биле-



тов на спортивные мероприятия и концерты. Важно, что теперь наша принимающая компания обслуживает туристов из разных стран мира, а не только из России. Это позволяет нам приобретать бесценный международный опыт и получать существенные преференции от отелей. Это касается не только цен, но и приоритета при бронировании лучших номеров. Несколько слов об авиаперевозке. Мы традиционно работаем с такими крупными компаниями, как Emirates и Etihad Airways. Активно продаем перелеты на самолетах Flydubai. Эта компания предлагает прекрасный уровень сервиса и очень удобное расписание полетов. На майские праздники у нас есть большие блоки мест на самолетах Emirates. Это важно, так как в этот период из-за реконструкции аэропорта планируется сокращение объема перевозки из России. Но, обратившись к нам, вы гарантированно получите реальные места на авиарейсах.

В преддверии летнего сезона очень интересны туры в Марокко. Перелет в страну мы предлагаем рейсами авиакомпании Royal Air Maroc. Среди лучших отелей в нашем каталоге — Mazagan Beach Resort с собственным 7-километровым пляжем. Интересны экскурсионные программы, в том числе в Марракеше. Марокко отлично подходит для проведения МICE-мероприятий. Поездка сюда — прекрасный стимул для повышения качества работы сотрудников и партнеров. Как МICE-направление весьма интересна и Иордания. Самые потрясающие и запоминающиеся мероприятия здесь можно провести прямо в легендарной Петре. Несомненным плюсом обоих направлений является облегченный визовый режим: виза либо не нужна, либо оформляется в аэропорту прибытия. Надо отметить и удобство авиaperелета. До Иордании лететь всего 4 часа. Из Москвы сюда выполняются прямые регулярные рейсы авиакомпании Royal Jordanian.

ART TOUR

Сегодня Марокко и Иордания — практически идеальные направления для туристов в любых ценовых категориях, желающих совместить отличный пляжный отдых с насыщенной экскурсионной программой.

- Наш второй каталог посвящен все более любимым состоятельными россиянами островам Индийского океана (Маврикию, Мальдивам и Сейшелах) и Южной Африке. На Мальдивах каждый год появляются новые шикарные гостиницы, которые соревнуются друг с другом за право называться «лучшим отелем». Отдых на Маврикии, который называют «Лазурным берегом Индийского океана», хорошо комбинируется с турами в Южную Африку. На Сейшелах особенно интересны комбинации отдыха на разных островах, так называемый island hopping. Тут тоже открываются несколько новых гостиниц, которые выходят на рынок с интересными спецпредложениями. Если заранее бронировать свой отдых, то всегда можно найти отличные варианты размещения по самым привлекательным ценам.

- Третий каталог посвящен странам Азии. Это туры в Малайзию, Таиланд, Индонезию, Вьетнам, Камбоджу, Бирму, Бруней, на Филиппины, в Китай и Сингапур. Поездки можно легко комбинировать. Азиатский регион приятно радует нас динамичным ростом интереса к нему со стороны российских туристов. **Все больше MICE-мероприятий проходит в Малайзии, Вьетнаме, Сингапуре.** Мы особо обращаем внимание агентств на прекрасные цены на поездки продолжительностью две недели и больше. Перелеты сюда не самые дешевые, но стоимость туродня гораздо ниже, чем в других регионах мира. Традиционно приветливый азиатский сервис во многом превосходит высокие стандарты Европы. Горжусь тем, что в компании «АРТ-ТУР» работают квалифицированные сотрудники, влюбленные в Азию, говорящие на многих восточных языках, неоднократно бывавшие в этом регионе. Они сделают все возможное, чтобы клиент вернулся в агентство с благодарностью за отличный отдых.

- Наш четвертый каталог — это Америка и Карибские острова. Мы предлагаем туры во все страны Южной и Центральной Америки. Недавно мы добавили в ассортимент наших предложений США, поездки сюда можно комбинировать с отдыхом в Мексике или на Карибах.

Огромным потенциалом обладают Барбадос, Багамы, Сент-Люсия и ряд других «эксклюзивных» островов, где пока отдыхали немногие россияне. Еще один положительный фактор — многие страны региона стали безвизовыми для наших соотечественников. Не составляет больших проблем для туристов и получение визы США. Сотрудники нашего американского отдела окажут вашим клиентам поддержку при оформлении документов.

- Наш совершенно новый, пятый каталог — европейский. Поскольку мы уже давно и успешно работаем с известными международными гостиничными цепочками на экзотических направлениях, они предложили нам активнее развивать сотрудничество и в Европе на весьма привлекательных условиях. Глупо было бы этим пренебречь. Теперь мы предлагаем клиентам жемчужины европейского гостиничного сектора по очень интересным ценам. «Люксовая» Европа интересна еще и потому, что здесь можно замечательно провести романтический уикенд, остановиться на несколько дней на пути в страны Америки и на Карибы. А в такие города, как Париж, Рим, Лондон, хочется возвращаться снова и снова. **Особенно интересен наш эксклюзивный продукт — отдых на комфортабельных катерах и яхтах на реках и каналах Европы.** Стоимость недельной аренды корабля — от 1850 евро, причем ни опыт, ни специальная лицензия туристу не требуются.

Европа стабильно популярна как MICE-направление. Мы являемся стратегическим партнером Ассоциации бизнес-туризма и организуем много инсентив-туров. Именно сейчас наступает время для делового туризма. Ведь организовать поездку, скажем, в Дубай подчас дешевле, чем снять дом отдыха в Подмосковье на выходные. При этом агентствам не нужно бояться, что мы уведем у них клиентов. У нас заключено более пяти тысяч агентских договоров. Около 95% наших заказов приходит от агентств. Мы очень дорожим ими и делаем все, чтобы наше сотрудничество было взаимовыгодным.

Наша компания всегда стимулирует агентства интересными бонусными программами, поощрительными рекламными турами, повышенной комиссией для лидеров продаж. Периодически мы проводим обучающие семинары, организуем выездные семинары в регионах.

>>> Продолжается реализация нашей инсентив-программы «Золотая лихорадка», победители которой традиционно отправляются с нами в незабываемый тур и получают ценные золотые слитки. На этот раз наших лучших агентов примут Дубай и Сейшельские острова. Еще не поздно включиться в гонку за эти роскошные призы.





Жизнь в «Доме со львами»

Фешенебельный Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg был официально открыт в июле 2013 года и стал первым российским отелем этого бренда. Гостиница расположена у Исаакиевского собора в настоящем дворце, построенном в начале XIX века. «Открытая улыбка сотрудника имеет большую ценность, чем просто навык правильно застилать кровать», — считает генеральный управляющий отеля **МАРТИН РОМБЕРГ**.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Как вы пришли в отельный бизнес и поднялись по карьерной лестнице к «Дому со львами»? Свою карьеру в отельном бизнесе я начал с позиции администратора на стойке приема и размещения в отеле Hilton в Вене. Через год получил повышение, став менеджером по продажам. Поскольку моей мечтой была должность генерального управляющего luxury-отеля, я отправил резюме в несколько крупных гостиниц и получил предложение присоединиться к менеджерской программе сети Hyatt.

После завершения программы занял должность директора F&B в отеле Park Hyatt в Буэнос-Айресе. Когда Park Hyatt сменил бренд на Four Seasons, я возглавил ресторанный службу в отеле в Каракасе. Это позволило мне больше узнать об особенностях работы с клиентами сегмента luxury.

Потом была должность заместителя генерального управляющего курорта сети на мексиканском курорте Пунта-Мита, а отель Four Seasons в Дамаске стал моим первым местом работы в должности генерального управляющего. Весной 2011 года меня назначили генеральным управляющим Four Seasons Hotel Lion Palace в Петербурге.

Этому зданию отведено особое место в хрониках Северной столицы. Какие истории связаны с примечательным местом?

«Дом со львами» — бывшая резиденция князя Лобанова-Ростовского. Архитектор Огюст Монферран построил здание необычной треугольной формы всего за три года. Любопытно, что одновременно с этим он получил одобрение императора на строительство Исаакиевского собора, который находится буквально в трех десятках метрах от дворца. Строительство собора заняло 40 лет жизни Монферрана.

В более поздней истории дома также есть немало удивительных фактов. Одна из моих любимых историй связана со львами: во время Великой Отечественной войны осколком бомбы у одной из скульптур была отсечена часть хвоста. Осколок долгие годы хранила у себя учительница и вернула его в 1950-е годы, когда шла реставрация памятника. Думаю, это достойный пример любви к своему городу.

Наверное, непросто открывать отель в историческом здании?

Наша компания уже имела подобный опыт. Мы открыли отели в старинном дворце XVI века во Флоренции, в монастыре XIV века в Милане, в бывшей тюрьме XVI века в Стамбуле. Понятно, что когда историческое здание адаптируется под коммерческое использование, это вызывает тревогу специалистов и общественности. В связи с этим реставрационные работы должны проводиться особенно скрупулезно.

В Санкт-Петербурге это удалось сделать компании «Тристар Инвестмент Холдингс». Мы знаем совершенно точно, что все объекты здания и территории, которые находятся под защитой в качестве памятников, сейчас выглядят точно так, как были задуманы Монферраном. В оригинальном виде восстановлены фасад, центральный вход, коридоры, соединяющие два входа, парадная лестница и внутренний двор.

Сильной стороной цепочки Four Seasons считаются рестораны. А вы гурман? У меня разносторонние кулинарные пристрастия, как у любого профессионального отельера. В распоряжении наших гостей три ресторана и бар. Своеобразной изюминкой является азиатский ресторан Sintofo, где представлена кухня Токио, Сингапура и Гонконга. Для гурманов особый интерес представляет ресторан итальянской кухни Percorso. Наша гордость — «Чайная гостиная» во внутреннем дворе отеля. Здесь сервируются завтрак, ланч, послеполуденный чай и ужин. Весьма оригинален бар Xander, организованный в виде библиотеки с открытым камином. Мы мечтаем, чтобы наши рестораны посещали не только гости, но и жители города, заглядывая как минимум на бокал вина, который в дворцовых интерьерах может показаться совершенно особенным. К нам не стоит опасаться приходить даже в джинсах и футболке — каждый будет чувствовать себя комфортно.

Для современного человека важно иметь возможность расслабиться. Что предлагает в этом плане ваш Luceo spa? Концептуально он создан в духе холистического спа-центра. Что это означает? Мы предлагаем процедуры, прежде всего, стимулирующие чувства и высвобождающие энергию. Центр включает тренажерный зал, процедурные комнаты и бассейн под стеклянным куполом. Особый акцент делается на процедуры релаксации, восстановления тела и ухода за лицом. Среди выбранных нами косметических брендов — итальянский Santa Maria Novella. До сих пор значительная часть продукции этой компании делается вручную. Также применяется венгерская спа-косметика Omorovicza, использующая золото, и американская ila, выпускающая спа-косметику на основе янтаря.

Вы помните, кто был в числе первых гостей вашего отеля? Нашими первыми гостями стала британская семейная пара. А первую жалобу мы получили от туристов из Южной Америки. Они были разочарованы, что их опередили британцы. Дело в том, что в турфирме, где они покупали тур, им сказали, что именно они станут первыми постояльцами Four Seasons в Санкт-Петербурге.

Мы планируем, что примерно четверть гостей будут приезжать из США. Еще четверть составят россияне. Ожидается значительное число гостей из Германии, Великобритании, Франции, Австрии и Швейцарии. Кроме того, мы рассчитываем на интерес туристов из Южной Америки, Китая и стран Ближнего Востока. По нашим расчетам, около 60% клиентов составят путешественники и 40% — бизнес-туристы. Порядка 80% гостей ожидается в высокий сезон — с апреля по сентябрь. Статистика утверждает, что большинство классических туристов приезжает в Санкт-Петербург один-два раза, но мало кто повторяет путешествие чаще. Поэтому в секторе возвратных гостей мы делаем ставку на бизнес-туристов из Москвы и стран, имеющих деловые отношения с Северной столицей. Надеемся, что через 2–3 года средняя загрузка отеля составит 70%.

Есть ли у вас какие-то особые требования к гостиничному персоналу? Для меня очень важно, чтобы человек мог смотреть в глаза гостю и искренне улыбаться. Необходимо не просто уметь работать в команде, но и получать удовольствие от командной работы. Ценю энергичность, добросовестность и порядочность. Этому невозможно научить, эти качества должны быть врожденными. Если у человека открытая, приятная улыбка и у него в запасе всегда есть пара интересных историй, то это имеет неизмеримо большую ценность, чем просто навык правильно застилать кровать. Мы подбираем персонал, основываясь на отношении, а не на навыках. При наборе штата мы интервьюировали 4800 чело-



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

МАРТИН РОМБЕРГ

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Австрия

ОБРАЗОВАНИЕ

Венский колледж туризма «Модуль»

ДОЛЖНОСТЬ

Генеральный управляющий

ВЛАДЕНИЕ ЯЗЫКАМИ

Немецкий, испанский, французский, английский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Санкт-Петербург

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Женат, есть сын





»»» Меня бесконечно поражают вечерние набережные Невы и многочисленные дворцы на ее берегах. Петербург я сравниваю с Флоренцией — оба города являются культурными центрами своих стран.

век, из них отобрали 265. Каждый претендент прошел четыре интервью, 90% кандидатур в штат отеля я утверждал лично. Высокое качество персонала — важнейший фактор успешности отеля. Гостиница может размещаться в великолепном здании, иметь роскошные интерьеры, но если не будет первоклассного сервиса, гости останутся разочарованными.

Что отличает Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg от других отелей города?

Когда гости видят парадный вход, лобби и парадную лестницу, они нередко восклицают: «Это же настоящий дворец!» Действительно, отель размещается в историческом дворце, который был возведен в 1817 году по проекту легендарного Монферрана. Это одно из выдающихся произведений архитектуры того времени. По силе производимого впечатления некоторые гости сравнивают его с посещением Эрмитажа. Интересны интерьеры гостиничных номеров, выполненных в имперском духе XIX века. Дизайном занималась американская компания Cheryl Rowley Design. В качестве основной цветовой гаммы были выбраны голубой и желтый цвета. Дизайнеры смогли совместить несовместимое — старину и современность. Гостей впечатляют высокие потол-

ки и большая площадь комнат — она составляет от 37 до 250 квадратных метров. Номера обставлены мебелью из дорогих пород дерева, ванные комнаты отделаны мрамором. Из области технических новинок можно отметить телевизоры, встроенные в зеркала ванной комнаты.

Рядом находится несколько гостиниц высокого уровня. Вы не боитесь конкуренции?

Ситуацию упрощает то, что каждый из соседних отелей работает со своим клиентским сегментом. Количество туристов, прибывающих в город на Неве, продолжает расти, и ближайшие годы выйдут весьма обнадеживающими для гостиничного рынка Петербурга. Думаю, в перспективе район, где расположен наш отель, может превратиться в новую зону luxury-туризма, и клиентов хватит на всех.

Вам нравится Санкт-Петербург? Меня поражает абсолютно европейская атмосфера на улицах города. Я бывал во многих городах мира, и считаю, что Санкт-Петербург — не просто очень красивый город, он производит действительно глубокое впечатление. Особенно впечатляет выдержанный единый стиль исторического центра.

Austrian 
We fly for your smile.

Лучшее признание в любви — подарить полёт.

Насладитесь великолепным сервисом на борту в романтическом путешествии по Европе с Austrian Airlines.



A STAR ALLIANCE MEMBER

Закажите билет с Miles & More. Информация и бронирование по тел. 8 (895) 995 0 995, на сайте www.austrian.com и в вашем туристическом агентстве. Стоимость перелета туда-обратно включает в себя все налоги и сборы. Количество мест ограничено. Применяется ограниченная по тарифам.

www.austrian.com

Тульский феномен

Собеседник «ТБ» — начальник отдела развития туризма министерства культуры и туризма Тульской области **ЛАРИСА ДУДКИНА**

БЕСЕДОВАЛ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Что такое «тульский феномен», о котором заговорили лет пять назад? Феноменальной является совокупность уникальных элементов, составляющих туристическую и, если говорить шире, имиджевую привлекательность тульской земли. Ясная Поляна, Куликово поле, Поленово, тульское оружейное производство, Бежин Луг, истоки Дона, религиозные святыни, наконец, самовары, пастила, пряники — мы имеем по крайней мере двадцать мощных аттракторов, обеспечивающих существующий туристический потенциал области и его перспективное развитие. Этим процессом надо заниматься, объединяя наши замечательные объекты, каждый из которых готов стать основой туркластера, в единое туристическое пространство.

Какие события прошедшего 2013 года вы считаете ключевыми для тульского туризма?

Важным аспектом маркетинговой стратегии региона стало начало активной деятельности по продвижению регионального туристского потенциала на международный рынок. Наш регион был представлен на двух крупных выставках за рубежом: это лондонская WTM и пекинская Beijing International Tourism Expo (BITE).

Яркими и значимыми для нас событиями стали конференция «Социальная роль религиозного туризма. Особенности формирования и продвижения религиозных туров» (Белёв), конференция «Формирование турпродукта на основе потенциала русской усадьбы» (Богородицк), круглый стол, посвященный проведению перекрестных годов туризма Россия — Италия в 2013–2014 годах (Заокский район).

Весной мы принимали участие во Всероссийской открытой ярмарке событийного и молодежного туризма, которая проходила в московском Гостином Дворе. Два наших проекта получили там высокую оценку, мы стали лауреатами соответствующих конкурсов. Первый проект — это Международный тульский туристский форум, он был отмечен в категории «Деловые мероприятия». Второй лауреат — «День Левши», который будет ежегодно проходить в специально создаваемой

«резиденции» тульского мастера, Левшеграде. «День Левши» имеет несколько составляющих, являясь, прежде всего, событийным мероприятием. Это и праздник во славу талантливого мастерового человека, и место встречи леворуких людей со всего мира. Такой «якорь», как мы считаем, обязательно привлечет туристов — поэтому на него уже отреагировали несколько серьезных инвесторов, и именно этот проект мы заявили в Федеральную целевую программу развития въездного и внутреннего туризма. В марте 2014 года рассчитываем на положительное решение.

Проекту «Левша» сопутствует еще один — под условным названием «Тульская мозаика». Он призван встречать и знакомить гостей области с самыми лакомыми кусочками тульского культурного разноцветья и тем самым создавать основной фон притяжения турпотока в регион. Левшеград, скорее всего, станет с организационной точки зрения одной из составляющих — возможно, главной — этой мозаики. Общая стоимость проектов оценивается в 7 млрд рублей, сумма государственного финансирования — около 600 млн рублей, но эти цифры еще будут уточняться.

Где будет располагаться резиденция Левши?

В настоящее время инвестор выбирает необходимые для начала реализации проекта площадки. Одной из них непременно станет участок на территории Ленинского района Тульской области, расположенный в 2,5 км от Тульского кремля, между двумя спальными районами Тулы, на пересечении двух федеральных трасс (Р140 — Новомосковское шоссе и Р132 — Рязанская улица). Мы рассчитываем, что «Тульская мозаика» станет своеобразным туристическим хабом. Отсюда туристы будут отправляться по всем маршрутам, которые есть у нас в регионе. Что касается сроков, то мы планируем реализовать проект в 2014–2016 годах.

Что еще стоит в планах развития туризма Тульской области? Впереди — масштабный инновационный проект рекреационного



>>> В 2012 году число гостей Тульской области пре-
высило отметку в

1,5 млн чело-
век. Ежегодно эта цифра уве-
личивается на 6–8%. Коли-
чество туристов, то есть тех,
кто останавливается на туль-
ской земле хотя бы с одной
ночевкой, составляет чуть
более 500 тысяч человек.

Туристические власти наме-
рены увеличить турпоток в
полтора раза.

»»» «Культурный навигатор» (tulagid71.ru) – единый туристский и культурный интернет-портал Тульской области. В трех основных разделах портала – «Мобильный гид», «Туристическая карта» и «Календарь событий» – представлена информация о достопримечательностях и мероприятиях региона. В декабре состоялся запуск полноценного мобильного приложения. В 2014 году на ресурсе появятся трехмерные экскурсии по главным достопримечательностям города.

комплекса Dancing Green в Заокском районе Тульской области, в 105 км от Москвы. Проект представляет собой парк отдыха, включающий 730 вилл, гостиницу на 250 номеров, аквапарк, спа-центр площадью 1800 квадратных метров и спортивный центр. Здесь также будут созданы Центр природы, искусственное озеро, регулирующее водный баланс территории и несущее рекреационную функцию. Реализация проекта позволит создать на территории региона комплекс на 4,5 тысячи мест. Начало строительства намечено на 2015 год.

Главными точками притяжения формируемого комплекса «Северные ворота земли Тульской» являются Музей-заповедник Поленово, усадьба Дворяниново и Музей героя русско-японской войны, командира легендарного крейсера «Варяг» контр-адмирала В.Ф. Руднева.

Мы постараемся войти в федеральную целевую программу еще с одним проектом – созданием туристского комплекса в селе Себино, где

в 1885 году родилась причисленная к лику святых Матрона Московская. Там создается музей ее памяти, завершено строительство здания, формируется экспозиция. Проект создания памятного места Матроны Московской предусматривает благоустройство территории, строительство гостиницы и других бытовых зданий для желающих посетить места, где прошло детство Матронушки, как ласково называют ее в народе, храм, в котором ее крестили, увидеть крестильную купель. Сейчас комплекс в Себино строится на средства спонсоров и благотворителей. Мы также планируем создать специальный туристско-паломнический маршрут, который объединит места, связанные с памятью святой Матроны: это Покровский монастырь и Даниловское кладбище в Москве, наше Себино с его Свято-Успенским храмом и Свято-Успенский монастырь в Новомосковске с чудотворной иконой «Взыскание погибших», написанной по указанию святой Матроны.

«Для друзей у Тулы — пряник, для врагов у Тулы — меч»

Крылатое выражение передает туристическую специфику соседнего с Подмосковьем и весьма богатого природными и историко-культурными памятниками региона

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

Тульскому «мечу» посвящен созданный в 1873 году Музей оружия, на необходи-

мость создания которого указывал еще Петр I: «Старинные пушки и фузеи не переливать и

не портить, а сдавать на хранение». Сначала музей располагался в бывшем Богоявленском соборе Тульского кремля, а ныне «прирос» новым, построенным в форме древнерусского шлема шестиэтажным зданием. Музей находится неподалеку от оружейного завода, храма Николы Зарецкого, памятника Никите Демидову и некрополя знаменитой семьи заводчиков. В старом здании сегодня работает основная экспозиция, в новом размещены две выставки — «Тула — арсенал и щит России» и «Истории охотничьего оружия».

В «пряниках» в Туле и ее окрестностях недостатка тоже нет. В историческом цен-

тре города находятся сразу два музея с уникальными коллекциями. Гордится своей уникальной коллекцией пряничных досок Музей тульского пряника, рецепт которого уцелел просто чудом. А Музей — какие пряники без чая? — тульских самоваров в своем роде единственный в России. Рядом — памятник тульскому самовару. Чай туристам предложат и в том, и в другом музее.

Свою «сладкую» специфику имеет и тульская глубинка, в которой в последние годы особенно выделяется небольшой городок Белёв (14 тысяч жителей), ровесник Москвы, находящийся примерно на



Какими объектами размещения обогатилась туристическая инфраструктура области в 2013 году?

В конце года сдана первая очередь 4-звездного отеля близ Ясной Поляны, который входит в известную сеть «Атлас парк-отель». Отель рассчитан на 144 места с перспективой увеличения номерного фонда до 200 мест. Также открылся городской отель в Туле на 300 мест. Эта 3-звездная гостиница так называемого туристского класса — то, в чем мы остро нуждаемся, — заработает на полную мощность к началу весенне-летнего туристского сезона.

Иностранцы — частые гости на тульской земле?

Динамика посещения региона иностранцами туристами обнадеживает, хотя в абсолютном выражении она может показаться не очень впечатляющей. Мы сотрудничаем с западногерманской компанией, которая продвигает наше направление на немецком рынке. С болгарскими коллегами взаимодействуем

в сфере военно-патриотического туризма. С итальянскими партнерами заключено соглашение о сотрудничестве в области культурного и гастрономического туризма: планируется взаимное участие в наиболее значимых культурных проектах и проведение в Италии «Недели тульской кухни» с дегустацией тульских пряников и знаменитой белёвской пастилы. Рассматривается возможность открытия на территории Италии «Тульских чайных».

>>> Новый музейный комплекс «Поле Куликовской битвы» в Куркинском районе Тульской области будет построен в 2015 году, к 635-летию исторического события. В рамках проекта планируется восстановление населенного пункта Моховое. Одновременно проводится благоустройство территорий музейно-мемориального комплекса в селе Монастырщина и музейно-мемориального комплекса «Красный холм». Подготовка к юбилею включает приведение в порядок туристской инфраструктуры, в том числе автомобильных дорог.



равном расстоянии (около 100 км) от Тулы и от Калуги. До недавнего времени Белёв был известен лишь как место смерти императрицы Елизаветы Алексеевны, супруги Александра I. Но недавно местные жители вспомнили и о том, что их город с 1888 года знаменит и как одна из «пастильных» столиц страны — вместе с Коломной

и Ржевом. Возрожденное ныне консервным заводом и частными предпринимателями производимой из печеных антоновских яблок белёвской пастилы — по рецептуре купца Амвросия Прохорова — известно с 1888 года. Издавна весьма привлекательным «пряником» тульской земли считаются и тульские усадьбы, самой знаменитой

из которых (до недавнего времени — единственно известной на туристическом рынке) является Ясная Поляна. Уже в постсоветское время добавились построенный Иваном Старовым Богородицкий дворец и созданный вокруг него по проекту Андрея Болотова парк — его иногда называют «тульским Петергофом». Вокруг усадьбы-дворца и парка, принадлежавших сыну Екатерины II от Григория Орлова графу Бобринскому, со временем — редкий случай в русской истории — сформировался и уездный город Богородицк (32 тысячи жителей, 65 км на юго-восток от Тулы).

На тульской же земле, близ станции Тарусская Курской железной дороги, находится Дворяниново — имение самого Андрея Тимофеевича Болотова (1743 — 1838), замечательного русского ученого и мемуариста, автора многотомных воспоминаний. Усадьба, точнее, деревянный

дом — была восстановлена в 1993 году — сегодня ее посещает до 15 тысяч человек в год. В усадьбе можно видеть подлинники рукописей Болотова, часть огромной библиотеки и его электрическую машину. Восстанавливаются описанные в мемуарах парк, овощной и лекарственный огороды: музей предлагает туристам не только обычные экскурсии и чаепитие, но и лекарственные травы с «болотовского» огорода.

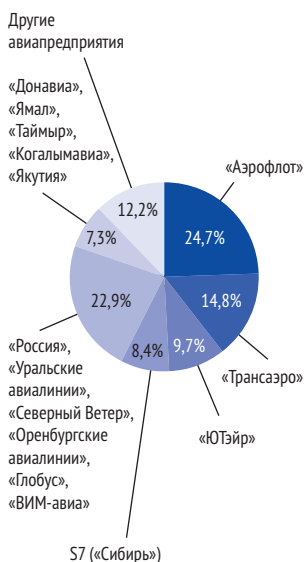


Крылатые качели

Результаты работы российской гражданской авиации в 2013 году показывают, что пассажиропоток на международных маршрутах по-прежнему растет быстрее, чем на внутренних авиалиниях

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

РЫНОК ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В 2013 ГОДУ



Источник: Росавиация

В 2011 году пассажиропоток российских авиакомпаний составил 64 млн человек, в 2012 году — 74,1 млн человек, по итогам 2013 года — 84,6 млн человек. Вместе с тем эксперты единодушно отмечают, что темпы прироста пассажиропотока на международных авиалиниях (МВЛ) опережают темпы прироста на внутренних авиалиниях (ВВЛ).

ДВЕ БОЛЬШИЕ РАЗНИЦЫ

В 2012 году количество пассажиров на зарубежных авиамаршрутах выросло на 23,1%, в 2013 году — на 17,4%, в то время как на внутренних авиалиниях прирост соответственно составил 8,1% и 10,8%. Постепенно меняется и процентное соотношение между двумя сегментами авиарынка. В 2010–2011 годах объемы перевозок на МВЛ и ВВЛ составляли примерно 49% к 51%, в 2012 году соотношение было уже 52% к 48%, а в 2013 году — 54% к 46%. Однако эти цифры нуждаются в определенной корректировке. Если житель какого-нибудь регионального центра отправляется за границу и совершает пересадку в Москве, то статистика учитывает его перелет два раза — первый полетный сегмент как внутренний рейс, а второй — как международный. Хотя de facto такую перевозку следует относить только к международной. Кроме того, статистика Росавиации не учитывает тех пассажиров, которые

летают за рубеж рейсами иностранных авиакомпаний. А это, по экспертным оценкам, еще 18–19 млн человек. Таким образом, разница в объемах перевозок на МВЛ и ВВЛ становится еще более заметной. Есть и другой важный момент. При общем объеме пассажиропотока в 84,6 млн человек количество людей, которые реально пользуются услугами воздушного транспорта, на порядок меньше. Точных цифр никто не знает, но большинство специалистов сходятся во мнении, что в 2013 году авиаперелеты в нашей стране совершали не более 10 млн россиян. Иногда называют и более скромные цифры — 5–6 млн человек.

МОЛОДЫЕ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫЕ

Весьма красноречиво выглядят результаты социологического опроса, проведенного ВЦИОМ в начале 2014 года. Они свидетельствуют: 79% россиян за последние 2–3 года не приходилось пользоваться услугами воздушного транспорта. Чаще всего респонденты объясняли это отсутствием какого-либо повода для поездок (30%). Пятая доля опрошенных (22%) аргументировала свой отказ от полетов нехваткой денег. У 12% участников опроса просто не было необходимости перемещаться на большие расстояния. Дороговизна билетов на определенные направления заставила отказаться от идеи перелета 11% опрошенных. Среди других причин респонденты называли боязнь полетов в целом (4%), отсутствие времени (4%) и предпочтение другого вида транспорта (4%). Таким образом, за несколько последних лет перелеты совершал лишь каждый пятый россиянин (19%). При этом 9% респондентов отправлялись в путешествие на самолете лишь однажды, а 7% опрошенных — не более трех раз. «Наиболее типичные пассажиры самолетов — молодые люди в возрасте 25–34 лет (28%), высокообразованные (32%), москвичи и петербуржцы (42%), а также опрошенные с высоким уровнем дохода (41%). Не пользовались услугами авиакомпаний в первую очередь люди преклонного возраста (90%), жители сел (89%), респонденты с начальным образованием (97%) и небольшим достатком (90%)», — говорится в исследовании. Результаты опроса ВЦИОМ вполне согласуются с выводами, которые озвучивает ряд экспертов авиарынка. «Граждане России летают за грани-

ПАССАЖИРСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ РОССИЙСКИХ АВИАКОМПАНИЙ В 2013 ГОДУ

Ранг	Авиакомпания	Объем перевозок (млн человек)	Изменение (%)
1	«Аэрофлот»	20,9	+18,4%
2	«Трансаэро»	12,5	+21,0%
3	«ЮТэйр»	8,2	+5,3%
4	S7 («Сибирь»)	7,1	+11,6%
5	«Россия»	4,6	+9,1%
6	«Уральские авиалинии»	4,4	+25,4%
7	«Северный Ветер»	3,7	+68,7%
8	«Оренбургские авиалинии»	3,1	-1,6%
9	«Глобус»	2,2	+10,9%
10	«ВИМ-авиа»	1,4	-8%

Источник: Росавиация

цу, потому что хотят туда летать, а не из-за того, что авиакомпании не предлагают им услугу по внутренним перелетам, — считает заместитель генерального директора и директор по авиационному страхованию ОАО «АльфаСтрахование» Илья Кабачник. — Внутри России люди летают в основном по служебной необходимости. Поэтому спрос на внутренние перевозки по определению менее чувствителен к цене, чем спрос на международные перевозки. Можно с достаточной долей уверенности сказать, что любое снижение цен на международные перевозки однозначно приведет к росту пассажиропотока. Снижение цен на внутренние перевозки приведет к менее значительному росту пассажиропотока. Оно даст некоторое снижение затрат для бизнеса и даст экономии средств для бюджетов всех уровней. Но последнее абсолютно бессмысленно, если снижение цен, в свою очередь, реализовано за счет бюджетных субсидий».

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ ПОМОЖЕТ

Тот факт, что рынок внутренних авиаперевозок в нашей стране во многом развивается благодаря деловому туризму, подтверждает исследование онлайн-трэвел-агентства Biletix (b2c-проект холдинга «Випсервис»). По данным компании, в 2013 году самым активно дорожающим бизнес-направлени-

ем стал перелет из Москвы в Сочи, билеты на этом маршруте за два года выросли в цене на 70%. Второе место по скорости роста цен занимает направление Москва — Минеральные Воды: за два года цены здесь увеличились на 60%.

«Во всем мире сейчас идет сокращение расходов на бизнес-поездки. Все больше компаний отказывается от командировок, организуя вместо этого вебинары и скайп-конференции, тщательнее просматривают отчеты о деловых поездках и не выделяют сотрудникам средства на перелеты бизнес-классом. Однако в России сейчас деловая активность, наоборот, развивается, — комментирует генеральный директор агентства Biletix Александр Сизинцев. — Об этом свидетельствует расширение маршрутной карты популярных внутренних направлений перелетов бизнес-классом. В преддверии Олимпиады в Сочи и реализации проектов развития Северного Кавказа спрос на бизнес-перелеты по этим направлениям был столь велик, что позволял значительно повышать цены без ущерба для продаж».

С ПЕЗДА НА САМОЛЕТ

Впрочем, по мнению чиновников, поступательное развитие российского авиарынка происходит во всех его сегментах, в том числе в сфере региональ-

>>> **79%**

россиян за последние 2–3 года не пользовались услугами авиационного транспорта, согласно опросу ВЦИОМ. Большинство респондентов объяснили это отсутствием повода для поездок.

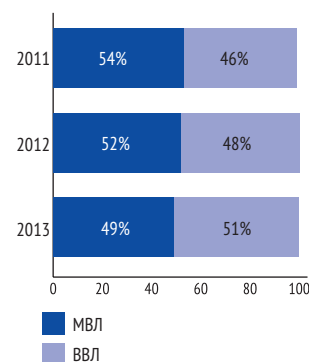


РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГА В 2013 ГОДУ

	2012 ГОД ○○○○○○○○	2013 ГОД ○○○○○○○○	% ◇
Пассажирооборот, млн пкм	195 775	225 157	115,0
в том числе:			
международные перевозки	124 325	147 279	118,5
внутренние перевозки	71 451	77 878	109,0
Перевозки пассажиров, млн человек	74,033	84,564	114,2
в том числе:			
между Россией и зарубежными странами за пределами СНГ	32,047	37,532	117,1
между Россией и странами СНГ	6,580	7,780	118,5
внутренние перевозки	35,406	39,232	110,8
из них:			
местные перевозки	1,727	1,805	104,5
Процент занятости пассажирских кресел, %	78,3	79,5	+1,2
в том числе:			
между Россией и зарубежными странами за пределами СНГ	82,4	83,0	+0,6
между Россией и странами СНГ	76,9	75,6	-1,3
внутренние перевозки	73,0	75,0	+2,0
из них:			
местные перевозки	56,3	64,7	+8,4

Источник: Росавиация

ПАССАЖИРОПОТОК НА МВЛ И ВВЛ



Источник: Росавиация

»» **84,6**

млн человек — таким, по данным Росавиации, был пассажиропоток российской гражданской авиации в 2013 году. По сравнению с 2012 годом эта цифра увеличилась на 14%. Вместе с тем, по оценкам экспертов, реально услугами воздушного транспорта воспользовались не более 10 млн человек.

ных перевозок. Известно, например, что по итогам 2013 года объемы пассажирских перевозок «Российских железных дорог» в поездах дальнего следования сократились на 5%. По словам министра транспорта РФ Максима Соколова, это отчасти объясняется тем, что государством были предприняты активные меры по развитию региональной авиации: «Больше пассажиров стали выбирать авиационный транспорт. Примерно 8,6 млн человек в прошлом году были перевезены региональными авиалиниями. Эта цифра примерно соответствует тому 5%-ному снижению, которое показали «Российские железные дороги» в дальнем следовании». Свою роль в развитии региональных перевозок, безусловно, играют программы субсидирования, которые финансируются из средств федерального бюджета. Доля «субсидированных» пассажиров в общем объеме перевозок на внутренних авиалиниях невелика — всего несколько процентов. Но это в целом, а на некото-

рых маршрутах государственные субсидии приводят к существенному росту пассажиропотока, и здесь речь идет уже о десятках процентов.

«В прошлом году у нас было пять программ государственной поддержки, из которых три — региональных перевозок, общий объем этих программ составил 3,1 млрд рублей, — отмечает Максим Соколов. — В 2014 году на реализацию программ развития региональных перевозок предусмотрено уже 4,2 млрд рублей».

Отношение экспертов авиарынка к этому неоднозначное. Конечно, хорошо, что число пассажиров на региональных авиамаршрутах растет, но что будут делать авиакомпании, когда субсидирование прекратится? Ведь самолеты, которые летают на этих воздушных линиях, на международные маршруты не поставишь. Впрочем, многое будет зависеть от экономической ситуации в нашей стране и мире в целом.

«Трансаэро» летит из Петербурга

Авиакомпания «Трансаэро» получила право на регулярные рейсы из Санкт-Петербурга в Лондон, а также на Кипр — в Ларнаку и Пафос

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

На лондонском маршруте, на котором в настоящее время в городе на Неве работает только British Airways (ежедневные полеты на самолетах A320), появление еще одного назначенного перевозчика в лице «Трансаэро» вряд ли приведет к существенным переменам. «Лондон как туристическое направление в Петербурге не слишком востребован: каких-либо жалоб на то, что перевозки на нем не хватает, не было, — говорит директор по продажам и продвижению компании «Верса» Дмитрий Мазаников. — А вот назначение «Трансаэро» на кипрские маршруты гораздо более значимо».

Утверждение некоторых СМИ о том, что компания «Трансаэро» из Петербурга на Кипр раньше вообще не летала, не соот-

ветствует действительности: в прошлом году, например, на ее рейсах весь сезон строил свои программы по Ларнаке оператор «Библио Глобус». «Разница в том, что в 2013 году «Трансаэро» выполняла чартерные полеты, а теперь, получив официальное назначение, будет выполнять их на регулярной основе, — поясняет заместитель генерального директора по перевозкам компании «Солвекс-Турне» Римма Бутакова. — Следовательно, перевозчик получает право по собственному усмотрению организовывать полеты из Петербурга на Кипр как в низкий, так и в высокий сезоны».

Однако интрига заключается даже не в этом. В прошлом году на остров Афродиты из Петербурга было организовано по крайней мере шесть

полетных цепочек (пять в Ларнаку и одна в Пафос) на крыльях четырех авиакомпаний — «Россия», «Трансаэро», Nord Star и Cyprus Airways. Но уже в середине сезона из-за сложностей с загрузкой рейсов цепочки Cyprus Airways были сняты — просто потому, что с этой компанией, в отличие от «России», удалось договориться. В этом году, несмотря на то, что «Россия» остается назначенным перевозчиком по Кипру, все идет к тому, что операторы могут предпочесть ей как вновь назначенную авиакомпанию «Трансаэро», так и другие.

«Появление еще одного назначенного перевозчика на направлении всегда можно рассматривать как факт положительный, поскольку это ведет к росту конкуренции, а



значит — к возможному снижению цен, — считает Дмитрий Мазаников. — Однако в конечном итоге все будет зависеть от объемов перевозки и их соответствия спросу. А вот спрос может измениться в связи с появлением новых игроков среди операторов». Желаящие «оседлать» кипрское направление с полетами из Петербурга есть: об этом уже заявили такие амбициозные новички, как Tez Tour и Pegas Touristik. Каким будет окончательный расклад сил на направлении, пока сказать сложно: сейчас идут переговоры, которые как раз и покажут, насколько назначение «Трансаэро» выгодно кипрскому направлению.

Turkish Airlines: больше рейсов в Россию

В летнем расписании на 2014 год турецкий авиаперевозчик увеличивает частоту полетов на маршруте между Москвой и Антаleyей до семи рейсов в неделю

В настоящее время Turkish Airlines выполняет из Москвы 28 рейсов в неделю в Стамбул, 7 рейсов в Анкару и 3 рейса в Антаleyю. Из регионов России полеты в Стамбул выполняются из Санкт-Петербурга (4 рейса в неделю), Казани (4 рейса), Ростова-на-Дону (3 рейса), Екатеринбургa (4 рейса), Уфы (5 рейсов), Сочи (3 рейса) и Новосибирска (3 рейса).

В конце марта с началом действия летнего расписания количество рейсов по маршруту Москва — Антаleyя увеличится до 7 рейсов в неделю. Кроме того, планируется открытие еще двух представительств авиакомпании — в Астрахани и Ставрополе. Из этих городов самолеты «Турецких авиалиний» будут летать в Стамбул с частотой 4 и 3 рейса в неделю соответственно.

В настоящее время в нашей стране основной объем продаж перевозчика приходится на турфирмы — их доля в продажах билетов Turkish Airlines составляет 80%. Авиакомпания установила стандартное вознаграждение по договору для агентств-партнеров в размере 7% для продаж билетов экономкласса и 12% — для билетов бизнес-класса. В период с 25 ноября 2013 года по 16 марта 2014 года действует повышенная комиссия: 10% и 17% соответственно.

По итогам 2013 года объем пассажирских перевозок Turkish Airlines составил около миллиона человек. В пар-

ке авиакомпании насчитывается 234 самолета Airbus и Boeing. Флот ежегодно обновляется, в 2014 году он пополнится еще 34 бортами, которые авиакомпания уже приобрела и в данный момент ожидает их поставок. На сегодняшний день Turkish Airlines в рамках код-шерингового соглашения сотрудничает с российской авиакомпанией UTair. Данное соглашение действует с 1 декабря 2013 года.

>>> 64 рейса в неделю выполняет авиакомпания Turkish Airlines между городами России и Турции в рамках действующего зимнего расписания.



Стратегия успеха Aviareps Group

На международной туристической выставке FITUR в Мадриде компания «Авиарепс» представила новый продукт — платформу глобального PR-продвижения, разработанную для компаний туристической и авиационной индустрии

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

Этот проект направлен на эффективный запуск и продвижение бренда, продукта и услуг на нескольких рынках одновременно за счет международного охвата и высокого профессионального уровня специалистов.

В рамках программы платформы глобального PR-продвижения пресс-релизы и новости клиентов переводятся на девять языков: английский, арабский, китайский (мандарин), французский, немецкий, японский, корейский, русский и испанский. Каждый из 46 офисов

компании «Авиарепс» рассылает материал по всем основным СМИ соответствующего рынка и предоставляет обзор и PR-оценку всех вышедших публикаций за месяц. «Работа PR-платформы направлена на успешное экономическое развитие туристических компаний как крупных, так и малых, желающих утвердиться на международном информационном поле», — заявил Майкл Геблер, председатель и президент Aviareps Group.

Клиентами Aviareps Group являются более 90 авиакомпаний и свыше

90 компаний, действующих в сфере туризма. Наряду с ключевым направлением своей работы как генерального агента по продажам в сфере пассажирских перевозок Aviareps Group предоставляет своим клиентам услуги в сфере связей с общественностью, рекламы, информационных технологий, консультирования, в финансовой сфере, продвижении услуг аэропортов, торговой и розничной деятельности. В прошлом году компания Aviareps отметила 15 лет работы на российском рынке.

>>> Aviareps Group была основана в Германии в 1994 году. Компания имеет обширную сеть филиалов, протянувшуюся по всем континентам в 42 странах мира, и считается мировым лидером в предоставлении услуг по продвижению деятельности авиакомпаний и развитию туристических направлений.



Жизнь после Олимпиады

Какое будущее ждет олимпийские объекты в Сочи и не опасно ли для туристической отрасли остаться наедине с олимпийским наследием — эти вопросы специалисты начали живо обсуждать еще до начала соревнований

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

Самую оптимистичную ноту взял мэр Сочи Анатолий Пахомов. На пресс-конференции, которая состоялась еще при зажженном олимпийском огне, он выразил уверенность в том, что в нынешнем году в город приедет на 30% больше туристов, чем в прошлом, и даже посчитал реалистичным увеличение этого показателя на 50%. По оценке мэра, в последние годы Сочи стабильно посещают 4,8 млн человек.

Как часто случается с российской статистикой, сразу заспорили цифры из разных источников. Например, данные министерства курортов и туризма Краснодарского края, которые 25 февраля опубликовала газета «Коммерсантъ», таковы: в 2013 году Сочи посетили 2,3 млн человек, прогноз на 2014 год — 2,6 млн, на 2015 год — 2,8 млн, на 2016 год — 3 млн человек. Расхождение в показателях существенное, впрочем, как и во мнениях об использовании олимпийского наследия Сочи.

НОВЫЕ, ЖАРКИЕ, СВОИ

«Сегодня Сочи располагает 880 классифицированными средствами размещения на 57 тысяч номеров, — сообщает начальник Управления по курортному делу и туризму администрации города Алексей Грачев. —

В это количество входят 39 заново построенных или реконструированных объектов на 22 тысячи номеров, сооруженных в ходе подготовки к зимним Олимпийским играм. Еще 150 объектов были приведены к единому архитектурному облику. Кроме того, подготовлено и обучено около 4 тысяч специалистов в области гостеприимства».

С учетом того, что Олимпийские игры оставили в наследство городу два первоклассных туристических и конгрессно-деловых кластера, горный и приморский, а местный порт переоборудован для приема крупнейших круизных лайнеров, можно считать, что у Сочи есть все основания позиционировать себя в качестве круглогодичного курорта мирового класса.

Начальник отдела экологического просвещения Сочинского Национального парка Андрей Пеньковский приводит такие данные: для увеличения турпотока для гостей края разработано около 160 маршрутов — не только пеших и конных, но и для сплава по горным рекам в каньонах и ущельях.

«Сочи — это территория здоровья», — так формулирует перспективный тренд советник главы города, доктор медицинских наук Анатолий Быков. По его словам, санаторно-курортным учреждениям будет предложено заниматься не только лечением и реабилитацией отды-

хающих, но и разработкой программ первичной профилактики заболеваний.

Заместитель генерального директора Сочинского курортного объединения «Росюгурорт» Валерий Сычев резюмирует: существует острая необходимость создания новых турпродуктов, без которых объемы номерного фонда могут оказаться не востребованными.

ВЕРХИ НЕ МОГУТ, НИЗЫ НЕ ХОТЯТ

«Наследие зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи: проблемы и перспективы развития» — с такой повесткой дня уже после Олимпиады в Москве прошло заседание комитета Торгово-промышленной палаты РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности. Отметим несомненные положительные факторы для развития туристической индустрии, которые создала Олимпиада, участники заседания согласились с тем, что весомые результаты дальнейшей работы с олимпийским наследием могут появиться только в случае успешного частно-государственного партнерства.

Председатель комитета, вице-президент Российского союза туристической индустрии Юрий Барзыкин уверен, что пост-олимпийский Сочи должен получить свое место и в программах Ростуризма. Создание и продвижение нового турпродукта — задача комплексная, и самостоятельно ни бизнес, ни власть ее не решат. Все эксперты — участники встречи сошлись во мнении: появившиеся 25 тысяч новых мест в объектах размещения туристическому бизнесу будет заполнить трудно, скорее всего, невозможно. Рынку нужен адекватный турпродукт, а его пока нет. Мэр Сочи возложил ответственность за создание турпродукта на саму туристическую индустрию, а туроператоры, в свою очередь, не удовлетворены безынициативностью сочинцев.

СПОРТСМЕНАМ БЫЛО ЛЕГЧЕ

Подвиги Геракла — это про решение проблем олимпийского наследия. Камнем преткновения для курорта как туристической дестинации является высокая стоимость перевозки. Единственно приемлемым решением проблемы многим специалистам кажется вариант «открытого неба» над Сочи.

Президент РСТ Сергей Шпилько поставил вопрос полемически: «Зачем туристу ехать в Сочи?» По его мнению, соревнования дали олимпийской площадке путевку в новую жизнь — многопрофильного массового курорта. Чтобы эта жизнь сложилась удачно, требуется создание сбалансированного календаря событий в регионе Большого Сочи. Спортивный профиль курорта не должен противоречить оздоровительной, событийной, деловой и другим составляющим туристической индустрии. Ключом к увеличению загрузки курорта в межсезонье является дальнейшее развитие санаторно-курортного комплекса. Вице-президент РСТ, заместитель генерального директора АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр» Сергей Корнеев указывает на необходимость проработки хоть и второстепенных, на первый взгляд, но важных деталей. Таких, например, как введение единого абонеента для четырех горнолыжных курортов кластера в Красной Поляне.

Заместитель руководителя Ростуризма Дмитрий Амуниц убежден, что сочинским объектам не обойтись без управляющей компании. До сих пор нет «ответственного куратора», руководящего программой использования инфраструктуры, созданной к Олимпийским играм. 15–17 июня 2014 года на курорте Роза Хутор состоится встреча министров туризма стран — членов Всемирной туристической организации ООН, на которой будут обсуждаться перспективы использования наследия Олимпийских игр в Сочи.



>>> Сегодня Сочи располагает 880 классифицированными средствами размещения на 57 тысяч номеров. В это количество входят 39 заново построенных или реконструированных объектов на 22 тысячи номеров, сооруженных в ходе подготовки к зимним Олимпийским играм.

Не нужен нам в Сочи «Лас-Вегас»

Неумирающая идея создания в районе Сочи игровой зоны снова привлекла к себе внимание

«Мы способны решить наши экономические задачи путем использования построенных объектов по назначению — без рулеток и зеленого сукна, — заявил Дмитрий Медведев. — Туда не нужно тащить игорную зону. Это специфические виды досуга, они не совсем сочетаются». Тем самым премьер-министр напомнил о похожем высказывании Владимира Пути-

на, который, однако, признал в свое время, что это облегчило бы вопрос возврата средств инвесторам.

Эксперты турбизнеса также согласны с тем, что создание в районе Сочи нового «Лас-Вегаса» нецелесообразно.

«Игровые» туристы — это очень специфическая публика, на 85% состоящая из мужчин, которые приезжают без жен и детей.

Такие туристы не требовательны к сервису отелей, их не интересуют дополнительные услуги. Приезжая всего на два-три дня, они зарабатывают и тратят деньги только в казино», — говорит генеральный директор компании «Дельфин» Сергей Ромашкин. «Уже принято решение о создании игровой зоны в Ростовской области, и ее вполне достаточно», — считает руководитель



отдела Краснодарского края компании «Криптон» Татьяна Окорокова. По словам эксперта, создание игровой зоны повлечет за собой негативный эффект, поскольку привлечет в регион криминальные структуры.

Москва снова в двадцатке

Американский аналитический портал Price of Travel опубликовал новый рейтинг городов Европы, путешествие в которые наименее обременительно для бюджета туриста



»» Стоимость «экономных» суток в Москве за год не изменилась и составила

1488
рублей (чуть больше \$45).

Самыми «дешевыми» для гостей признаны Бухарест, Киев, София и Белград. Москва, как и годом ранее, заняла в рейтинге пятнадцатое место.

Backpacker Index рассчитывается по размеру бюджета, в который обойдется один день пребывания в городе. Бюджет складывается из стоимости проживания в отеле экономкласса или хостеле с хорошей репутацией и удобным расположением, двух поездок на общественном транспорте, посещения одной городской достопримечательности, трех недорогих блюд, трех пинт пива или бокала вина.

Самым дешевым городом Европы признан Бухарест (\$24,69), самым дорогим — Цюрих (\$123,6). Для гостей столицы России рейтинг рассчитывался исходя из проживания в TNT Hostel (500 рублей), дневного питания (432 рубля) с пивом (180 рублей), транспортных расходов (56 рублей) и культурной программы (320 рублей).

По этому показателю российская столица опередила, например, Прагу, Таллин, Лиссабон, Афины, Барселону и Берлин, не говоря уже о замыкающих список Копенгагене, Лондоне, Венеции, Интерлакене, Осло, Стокгольме и Цюрихе. «Стереотип о Москве как о городе очень интересном, но дорогом для путешествия, в очередной раз подвергся разоблачению, ведь Москва на деле уже два года подряд удерживает почетное место в первой двадцатке самых бюджетных городов Европы, — подчеркивает глава Москомтуризма Сергей Шпилько. — Особенно важно, что эти данные, подтверждающие собственные исследования столичного Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, получены независимой международной компанией, проводящей свое исследование с 2011 года».

TOP-10

ЛУЧШИЕ РОМАНТИЧЕСКИЕ ОТЕЛИ РОССИИ ПО ВЕРСИИ TRIPADVISOR

1. Mercure Arbat Moscow, Москва (на фото)
2. «Домина Престиж», Санкт-Петербург
3. Four Seasons, Санкт-Петербург
4. «НашОТЕЛЬ», Санкт-Петербург
5. Гостевой дом «Александр Хаус», Санкт-Петербург
6. «Националь», Москва
7. «Росси и СПА», Санкт-Петербург
8. Red Stars Отель, Санкт-Петербург
9. «Каса Лето», Санкт-Петербург
10. «Гранд Марк», Санкт-Петербург

Выбор туриста

В 2013 году наибольшим спросом у россиян, путешествующих без помощи туристических агентств, пользовались курорты Краснодарского края

Российский сервис онлайн-бронирования отелей OktoGo.ru определил самые популярные пляжные центры у самостоятельных туристов по итогам 2013 года. Среди российских курортов преимущество получила Анапа. В первую тройку также вошли

Геленджик и Сочи. В Анапу российские туристы приезжали в среднем на неделю и платили за проживание примерно 2,5 тысячи рублей в сутки. По сравнению с 2012 годом вырос интерес к легкому отдыху на Байкале и в Карелии.



Как понравиться корпоративному клиенту

MICE – универсальное понятие, которое используется профессионалами турбизнеса для обозначения выездных деловых и корпоративных мероприятий. Аббревиатура, образованная от английских слов meeting, incentive, convention (conference), event (exhibition), раскрывает основные формы их проведения. Каждому MICE-мероприятию предшествует целый комплекс подготовительных процессов, от качества реализации которых зависит конечный результат. О том, как понравиться корпоративному клиенту, в интервью с руководителем MICE-отдела туроператора «Анекс Тур» **ОЛЬГОЙ КУРЕНКОВОЙ**.



Каковы, на ваш взгляд, основные составляющие успешного MICE-мероприятия? Успех организации любого корпоративного или делового мероприятия зависит от правильно поставленных целей и задач, а также четкого понимания допустимых рамок бюджета. Самое сложное, но в то же время интересное, — разработка концепции мероприятия. Поэтому работа с каждым клиентом в нашей компании начинается с консультации. Когда определены цели, бюджет и формат мероприятия, мы приступаем к формированию продукта. Выбираем место проведения: страну, регион, отель с необходимыми функциональными возможностями. Подбираем варианты авиаперелета участников, занимаемся оформлением медицинских страховок и виз, обеспечиваем трансферное обслуживание. Помимо travel-части, мы предоставляем услуги по технической организации мероприятия, над воплощением которых работает специально подобранная команда профессионалов. Более того, наши клиенты могут полностью доверить нам организацию экскурсионных, развлекательных, тематических или культурных программ. Главное — не упустить ни одной детали, быть четкими и последовательными на каждом этапе реализации проекта.

Что самое сложное в работе с корпоративным клиентом?

Работа с корпоративным клиентом требует от менеджера MICE-отдела максимальной сосредоточенности и ответственности. Ведь это не просто

СХЕМА РАБОТЫ КОМПАНИИ «АНЕКС ТУР» С КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТОМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ MICE-МЕРОПРИЯТИЯ



продажа стандартного турпакета, а возможность организации долгосрочного сотрудничества. Обращаясь за услугами к туроператору, корпоративный клиент стремится рационально использовать свое время с выгодой для собственного бизнеса. В этом вопросе на первый план выходят такие факторы, как нестандартный подход к каждому проекту, оперативность в решении текущих задач, выполнение взятых на себя обязательств и возможность всегда оставаться на связи с ведущим менеджером.

Назовите три самых важных качества менеджера по работе с корпоративными клиентами. Коммуникабельность, увлеченность идеей и способность быстро реагировать на любые, даже форс-мажорные обстоятельства. Менеджер MICE-отдела помогает клиенту определиться с концепцией мероприятия, находит отправные точки для того, чтобы проект получился интереснее и эффективнее, контролирует процесс оказания услуг. От способности менеджера правильно выстроить коммуникацию, расставить грамотно акценты зависит конечный результат. Не менее важная функция менеджера MICE-отдела — имиджевая. Он — лицо фирмы, по нему корпоративный клиент формирует первоначальное мнение о компании.

Какой совет вы бы дали клиенту, решившему организовать корпоративное мероприятие за рубежом? Обращаясь в компанию за услугами по организации MICE-мероприятия, сосредоточьте внимание на деталях. Профессионал своего дела задаст грамотные вопросы, расставит приоритеты и приведет вас к верному решению. В обсуждении проекта должна принимать участие целая команда специалистов, но координация обеспечивается персональным менеджером — от идеи до ее воплощения. От индивидуального расчета цен и ведения всей сопутствующей документации до контроля качества предоставляемых услуг в стране пребывания. Так, обратившись в компанию «Анекс Тур» за организацией корпоративного выездного мероприятия, вы не только сэкономите средства из-за отсутствия цепочки посредников, но и получите качественный проект «под ключ».

MICE-отдел / Международный многопрофильный туроператор «Анекс тур»
e-mail: zapros@anextour.com

Фокус: открытия в Сочи



SOCHI MARRIOTT KRASNAYA POLYANA HOTEL

КАТЕГОРИЯ
5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

Январь 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Сочи, п. Красная Поляна, наб. Времени года, д. 1

НОМЕРНОЙ ФОНД

428 номеров и люксов оформлены в современном стиле и отделаны натуральными материалами. Все номера оснащены бесплатным высокоскоростным интернетом и плазменными телевизорами с кабельными каналами.

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 6187 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

В основном ресторане отеля The River Cafe представлено интернациональное меню с популярными европейскими, американскими, русскими и азиатскими блюдами. Меню ресторана L'Olivio оценят любители итальянской кухни. К отелю примыкает новый современный конгресс-центр. В шаговой доступности находятся подъемники спортив-

но-туристического комплекса «Горная Карусель», предлагающего посетителям высококлассные безопасные трассы различной сложности на высоте от 960 до 2300 метров.

В спа-центре Soulspa предлагается широкий спектр услуг: это не только традиционные массажи, спа-процедуры и уходы для тела и лица, но и уникальная «снежная кабина», комнаты для гидромассажа, ароматерапевтические турецкий хаммам и финская сауна.

СПРАВКА «ТБ»

Отель Marriott Krasnaya Polyana станет самым крупным из проектов гостиничной компании в Сочи. В начале 2014 года планируется еще один отель на курорте – JW Marriott Sochi Golf Resort на 150 номеров. Управлять им будет филиал американской компании Interstate Hotels & Resorts.

PARK INN BY RADISSON CITY CENTRE SOCHI

КАТЕГОРИЯ
4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

Январь 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Сочи, ул. Горького, д. 56

НОМЕРНОЙ ФОНД

153 стильных комфортабельных номера, в том числе два номера для людей с ограниченными возможностями. Все комнаты оборудованы по последнему слову техники. На территории отеля доступен бесплатный беспроводной интернет.

СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 4500 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Ресторан, лобби-бар, тренажерный зал, собственная парковка на 10 мест и 5 конференц-залов. Ресторан Paulaner предлагает широкий выбор пива и блюд баварской кухни от шеф-повара из Германии. Для семейных обедов предусмотрено детское меню.

СПРАВКА «ТБ»

Park Inn by Radisson City Centre Sochi стал вторым отелем бренда Park Inn by Radisson в Большом Сочи. Еще один отель – Park Inn by Radisson Роза Хутор расположен на популярном горном курорте. С открытием Park Inn by Radisson City Centre Сочи портфель компании Carlson Rezidor в России составил 26 отелей на 7879 номеров.



**PULLMAN СОЧИ ЦЕНТР****КАТЕГОРИЯ**

5*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

6 февраля 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Сочи, ул. Орджоникидзе, д. 11

НОМЕРНОЙ ФОНД

150 номеров

**СТОИМОСТЬ
ПРОЖИВАНИЯ**

От 6000 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Оздоровительный центр Fit&Spa Lounge, включающий фитнес-центр, сауну, хаммам, а также кабинет массажа и релаксационной терапии. Из расположенного на 16 этаже бассейна открывается панорамный вид на Черное море и на город. Ресторан высокой кухни Sel Marin предлагает блюда средиземноморской кухни, а сомелье ресторана подскажет, какое вино из коллекции Vinoteca by Pullman к ним подойдет. В баре O'Bar посетителей ждет Pullman Tea Deli – чайная карта, в которой каждый сорт чая Dammann Freres дополнен особым десертом. Конференц-центр отеля – двухуровневый комплекс, который включает восемь конференц-залов, конгресс-холл «Платан» на 860 мест, а также два банкетных зала – «Жентиан» и

«Примула». На всей территории отеля гостям доступен бесплатный беспроводной доступ к высокоскоростному интернету.

СПРАВКА «ТБ»

Пятизвездный Pullman Сочи Центр – первый отель премиум-класса Pullman в России и СНГ. Pullman – международный отельный бренд, входящий в портфель группы Accor. Гостиницы сети расположены в крупнейших городах мира, а также в наиболее популярных туристических центрах. Сейчас сеть Pullman Hotels&Resorts насчитывает более 80 отелей в странах Европы, Африки, Ближнего Востока, Азиатско-Тихоокеанского региона и Латинской Америки. К 2020 году их количество увеличится до 150 объектов.

MERCURE СОЧИ ЦЕНТР**КАТЕГОРИЯ**

4*

ДАТА ОТКРЫТИЯ

6 февраля 2014 года

РАСПОЛОЖЕНИЕ

Сочи, ул. Орджоникидзе, д. 11

НОМЕРНОЙ ФОНД

В отеле 200 номеров: 114 номеров категории «Стандарт», 55 номеров – «Де-люкс», 26 номеров – «Привилегия» и 5 номеров – категории «Сьют». 21 номер – для людей с ограниченными физическими возможностями. Предоставляется бесплатный беспроводной доступ в интернет.

**СТОИМОСТЬ
ПРОЖИВАНИЯ**

От 3150 рублей в сутки

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

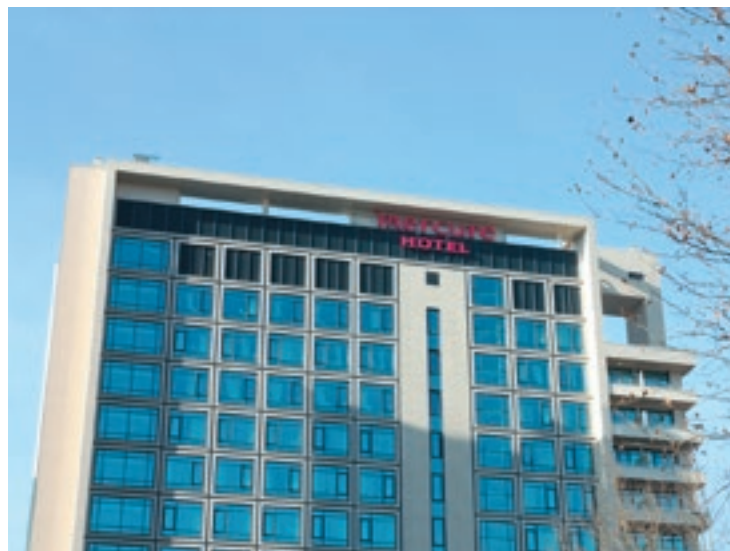
Ресторан русской кухни «Кружева» порадует посетителей современной интерпретацией традиционных блюд русской кухни. Специально для Mercure Сочи Центр при участии французского специалиста разработана карта вин «Сокровища винного погреба Mercure», в которую вошли не только классические купажи, но и уникальные вина Юга России. Гости могут посетить Pullman Fit&Spa Lounge, а также воспользоваться конференц-центром отеля Pullman.

СПРАВКА «ТБ»

Четырехзвездный Mercure Сочи Центр расположен по соседству с Pullman Сочи Центр и соединен с ним крытой галереей. Оба отеля являются частью многофункционального комплекса Российского Международного Олимпийского Университета, который возведен на

месте бывшего пансионата имени Мориса Тореза. «Наши отели не будут пустовать и после окончания Олимпиады, – уверен региональный директор группы Accor по России и СНГ Алексис Деларофф. – Мы получили множество заказов на 2014 год, включающих

аренду конференц-залов для проведения различных мероприятий, проживание в гостиницах в период проведения соревнований «Формулы-1», в майские праздники и летний туристический сезон».



Инвестиции в специалистов

Вице-президент по операционной деятельности IHG **РОЛЬФ ХЮБНЕР** рассказал в интервью «ТБ», почему было решено запустить образовательную программу IHG Academy, каким образом в нее привлекают студентов и каковы перспективы у выпускников.

ПОДГОТОВИЛА АННА ЮРЬЕВА

Академия IHG адаптируется к особенностям каждой страны, в которой она представлена. Что вы можете сказать о России в этой связи? Что вам пришлось адаптировать или менять в образовательных программах, ориентированных на российских студентов?

Московский филиал Академии IHG открылся в феврале 2012 года, чтобы приобщить российских студентов к самым высоким стандартам индустрии гостеприимства. Выпускники трехгодичного курса получают признанный во всем мире диплом Российско-Германской Внешнеторговой палаты. Стандартная версия Академии IHG базируется на немецкой системе профессионально-технического обучения. Это значит, что за три года студентов знакомят со всеми аспектами работы отеля. При этом 50% времени отведено на теоретические занятия в Московском государственном институте индустрии туризма, а остальные 50% — практике. На данный момент 11 студентов Академии IHG проходят программу второго года обучения, и мы уже планируем новый набор.

Очевидно, что количества выпускников стандартной Академии IHG будет недостаточно для полного удов-



летворения нашей потребности в квалифицированных кадрах. Получать около десяти хорошо подготовленных супервайзеров и менеджеров каждый год очень ценно для нас, но, принимая во внимание масштаб наших амбиций в данном регионе, нам потребуется намного больше квалифицированного персонала.

Для достижения поставленных целей российские студенты, приступившие к обучению в четвертом квартале 2013 года, пройдут укороченную версию программы. На ознакомление со всеми аспектами управления отелем у них уйдет от четырех до шести месяцев. Эта облегченная версия трехгодичного курса Академии в данный момент находится на стадии реализации в России. В рамках укороченной программы пятнадцать студентов посвятят 20% времени теоретическим занятиям в Московском государственном институте индустрии туризма им. Сенкевича, а 80% — практическим занятиям. Такая схема позволит готовить

Академики гостеприимства

Компания InterContinental Hotels Group (IHG) подписала протокол о намерениях с Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

В рамках протокола организуются программы подготовки и повышения квалификации сотрудников индустрии гостеприимства. Документ был подписан вице-президентом по операционной деятельности IHG Рольфом Хюбнером и председателем

Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Сергеем Шпилько.

Предполагается расширить программу IHG Academy в России, которая теперь реализуется совместно с Московским государственным институтом индустрии

туризма имени Ю.А.Сенкевича. Обучение теории в рамках курсов, разработанных МГИИТ, проходит на базе отелей сети IHG и IHG Academy в Москве. Курс представляет собой облегченную версию трехлетней программы, разработанной по немецкой

системе. Он длится от 4 до 6 месяцев. 20% этого времени студенты тратят на теоретические занятия и 80% — на практику и работу в отеле.

По окончании выпускники получают диплом о прохождении программы российского образца, а те, кто завершил трехлетнюю программу, — диплом Российско-Германской Внешнеторговой палаты. Оба диплома будут признаваться на международном уровне.

больше квалифицированного персонала для отелей. На занятиях в рамках российской облегченной версии курса Академии IHG используются программа и материалы, разработанные в Германии. Выпускники курса получают диплом российского образца.

В ходе пресс-конференции, посвященной подписанию протокола о намерениях между IHG и Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, представители IHG рассказали о планах по расширению бизнеса в России и о недостатке квалифицированного персонала. Рассчитана ли ваша программа на подготовку персонала исключительно для IHG или студенты смогут работать и в других отелях? Программы Академии IHG обеспечивают студентов практическими и теоретическими знаниями в области индустрии гостеприимства. Мы очень гордимся фактом создания новых рабочих мест и тем, что инвестируем в людей в глобальном масштабе. Кроме того, наши партнерские организации располагают широким выбором позиций, где студенты Академии IHG получают опыт и рекомендации, которые пойдут на пользу их карьере в индустрии гостеприимства как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. По окончании курса все выпускники Академии IHG смогут послать резюме в IHG, либо в любой другой отель или туристическую организацию.

Должны ли студенты Академии IHG оплачивать свое обучение? Студенты Академии IHG получают зарплату с самого начала нашего сотрудничества. Плата за обучение не взимается. Мы не обязуем студентов возвращать какую-либо сумму,

если они не оканчивают курс, либо решают не работать на IHG по завершении обучения. IHG лишь дает студентам Академии возможность получить фантастический опыт, который может вдохновить их на последующую работу с нами.

Мы сотрудничаем с Московским государственным институтом индустрии туризма, действующим под патронажем Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. Теоретическая составляющая программы оплачивается IHG. Заявки на обучение в обеих Академиях IHG принимаются через наши российские отели либо непосредственно в МГИИТ, который ощутило помог нам в привлечении потенциальных студентов. Кроме того, IHG создала страницу в популярной российской социальной сети «ВКонтакте» для привлечения новых студентов и налаживания более открытого общения с потенциальными участниками наших программ.

Почему вы решили сотрудничать с МГИИТ им. Сенкевича? Расскажите об аналогичной практике в других странах. Во всех странах нашего присутствия мы стремимся строить «живые» и эффективные партнерские отношения. МГИИТ им. Сенкевича — одно из самых известных образовательных учреждений России, которое готовит кадры для индустрии гостеприимства. С данным институтом мы сотрудничали и до запуска облегченной версии Академии IHG. Важно, что МГИИТ разделяет стремления IHG — развивать профессионализм студентов и готовить талантливых сотрудников для индустрии гостеприимства, которые смогут применить свои знания в качестве сотрудников наших отелей либо других компаний индустрии.



>>> Студенты Академии IHG получают практический опыт и ценные рекомендации, которые не раз пригодятся им в последующей работе в индустрии гостеприимства. По окончании курса все выпускники смогут послать резюме в IHG, которая является крупнейшей международной сетью отелей.

Вклад в будущее

Академия IHG удостоена высшей награды правительства Москвы

Премия «Путеводная звезда»-2013 в категории «Подготовка кадров для индустрии гостеприимства» присуждена компании InterContinental Hotels Group (IHG) за программу профессиональной подготовки и развития Академии IHG, которая работает в России с февраля 2012 года.

Генеральный менеджер отеля HolidayInn Сокольники >>> МАРТИН ЗАРЫБНИЦКИ, студентки Академии IHG МАРИНА ПАНКОВА, МАРИЯ ГАДЖЕГА и МАРИНА ИВАНОВСКАЯ, HR-менеджер HolidayInn Сокольники ЗЛАТА НИКОЛАЕВА





Волненьям вопреки

Вновь неспокойно в столице Таиланда, в январе в Бангкоке ввели чрезвычайное положение. На этот раз туризм страдает не столь сильно, как пять лет назад. Сегодняшняя ситуация в индустрии гостеприимства Таиланда — на той же спирали, но уже на другом витке.

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

Вновь, как и осенью 2008 года, в декабре — январе МИД России рекомендовал россиянам воздержаться от посещения Бангкока, а принимающим компаниям — отменить экскурсии в столицу страны впредь до прекращения беспорядков. Находящимся в городе россиянам рекомендуется соблюдать осторожность, выполнять все требования сил правопорядка и избегать мест скопления демонстрантов. Прибывающим в бангкокские аэропорты российским гражданам советуют направляться к местам отдыха без заезда в столицу, а возвращающимся из Таиланда туристам организовывать свои выезды в столичные аэропорты заблаговременно. В ответ на это российские туроператоры с середины января отменили все экскурсии по Бангкоку. Впрочем, многие отмечают, что эта мера связана не с угрозой безопасности туристам, а скорее с невозможностью свободного передвижения экскурсионных автобусов по городу. В середине февраля оппозиция продолжала настаивать на выполнении своих требований.

В самом Бангкоке и прилегающих провинциях Нонтхабури, Патхум-Тхани и Самут-Пракан по-прежнему сохраняется чрезвычайное положение, которое вступило в силу 22 января 2014 года и продлится в течение 60 дней. Эта мера, по заявлению премьер-министра Таиланда Йинглак Чинават, — единственный способ для правительства контролировать большие скопления людей, нарушающих общественное спокойствие, и обеспечивать безопасность

как местного населения, так и иностранных граждан. Премьер-министр также пообещала, что данная мера станет крайним средством, направленным против антиправительственных демонстрантов.

ТОГДА И СЕЙЧАС

В 2008 году многие туристы распространяли чрезвычайное положение в Бангкоке на весь Таиланд, а рекомендации МИД воспринимали как запрет на посещение страны в целом. В результате после периода аналогичных протестов, поток из России снизился почти наполовину. Сегодня, судя по реакции туристов, степень их осведомленности гораздо выше, чем пять лет назад. И нынешние беспорядки в Бангкоке их уже не останавливают.

На месте ситуация выглядит намного спокойнее, чем ее освещают телеканалы. Даже не все путешественники соглашаются с отменой посещения Бангкока.

Туризм Таиланда всеми силами старается смягчить для отдыхающих последствия протестных акций. Компания «Аэропорты Таиланда» выпустила около 6 тысяч специальных наклеек для такси, перевозящих гостей тайской столицы между городом и международным аэропортом Суварнабхуми. Наклейки сообщают, что в автомобиле находится турист и призывают протестующих не задерживать машину. Кроме того, увеличена частота движения поездов, идущих в аэропорт. В помощь туристам, которым понадобится про-

»» В 2013 году Таиланд посетили

26,7 млн
туристов, что на 19,6% больше, чем годом ранее.

amazing THAILAND

*It Begins with the People...**

Туристическое Управление Таиланда

Московский офис

www.tourismthailand.ru

info@tourismthailand.ru



Самуи



Пхукет



Паттайя



Бангкок



Ко Чанг



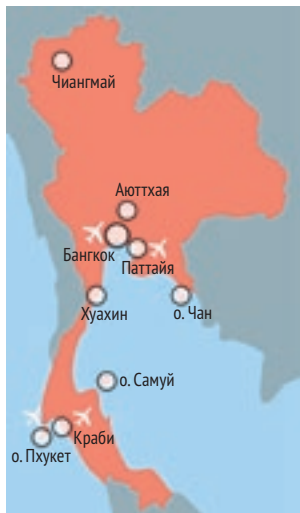
Канчанабури

* Удивительный Таиланд -
все начинается с людей

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

ТАИЛАНД



ехать через «закрытые» зоны, подключены волонтеры и туристическая полиция. Силами министерства туризма и спорта Таиланда организованы центры заботы о туристах в районе стадиона Hua Mak, на станции метро Hua Lamphong, в зале вылета аэропорта Суварнабхуми. Задача этих центров — решать любые проблемы, возникающие у туристов в результате политических выступлений в стране.

Ситуация в остальных районах Бангкока, так же как и на всей территории страны, продолжает оставаться благоприятной для путешествий и отдыха. Несмотря на присутствие в некоторых провинциях сторонников протестующих политических партий, никаких крупных акций зафиксировано не было. В настоящее время на вопрос, когда возобновятся экскурсии в Бангкок, эксперты ответа не дают. Назначенный в декабре новый руководитель Туристического управления Таиланда (ТАТ) Таватчай Арунйик в своем заявлении поблагодарил всех туристов, продолжающих посещать страну, отметив, что их положительный опыт побудит других последовать за ними. Комментируя статистику посещений за год, Таватчай Арунйик отметил, что страна остается популярным и желанным туристическим направлением. «Даже в сложные времена мы стремимся сделать пребывание в стране туристов и друзей Таиланда максимально удобным и безопасным». ТАТ продолжает информировать туристическую общественность о ситуации в городе.

РОКИРОВКИ

В сознании российского туриста Таиланд — направление, прежде всего, пляжного отдыха, поэтому, когда перед туристами встает альтернатива, — отказаться от поездки или просто изменить маршрут, выбирают последнее. В большинстве случаев в рамках ком-

бинированных туров проживание в столице Таиланда меняется на пребывание в Паттайе. С предложениями заменить экскурсионный тур на пляжный, туристы обычно соглашаются. Если раньше чаще выбирали Паттайю, то сегодня — Пхукет. Сегодня такое перераспределение предпочтений туристов стало особенно заметным. Вместе с тем негативный информационный фон все же дает о себе знать. По некоторым оценкам, совсем без последствий нынешняя акция протеста для тайского туризма не пройдет. Так, по оценке генерального директора компании «Солвекс-Трэвел» Ирины Петровой, глубина спроса на Таиланд резко снизилась. 5 февраля международный аэропорт Пхукета объявил об открытии дополнительного терминала X с пропускной способностью 1000 пассажиров в час. Новость, конечно, обрадовала российских операторов, ведь многие из них столкнулись с необходимостью перенаправлять свои чартеры в аэропорт соседней провинции Краби, поскольку воздушные ворота Пхукета перестали справляться с въездным потоком. Аэропорт и раньше был перегружен. Только за январь этого года здесь было зарегистрировано более 37 тысяч пассажиров, при плановой вместимости в 20 тысяч, что на 11% больше, чем за тот же период в прошлом году. Число обслуженных рейсов достигло 224 в сутки при норме в 160. Услугами аэропорта пользуются 48 авиакомпаний, 38 из которых осуществляют перевозку регулярными рейсами. Директор аэропорта Пратуанг Сонкхам отметил, что введение в строй нового терминала — лишь начало большой реконструкции, которую планируется закончить в мае 2015 года. В результате пропускная способность воздушной гавани возрастет практически в два раза. Планируется увеличить не только зоны обслуживания пассажиров, но и построить еще одну взлетно-посадочную полосу, а также пирс для паромов, которые будут доставлять туристов в отели по воде.



»»» Trip Advisor объявил имена победителей, удостоившихся награды «Лучшие острова 2014 Travellers' Choice». Из 10 лучших островов Азии, 5 принадлежат Таиланду:

- 1 Тау
- 2 Пханган
- 3 Ланта
- 4 Пхукет
- 5 Самуй

Столица Таиланда имеет два аэропорта. Старый международный аэропорт Дон Муанг (на фото) был открыт еще до войны на основе базы ВВС Сиам. Этот второй по величине аэропорт страны обслуживает рейсы, прибывающие из стран Юго-Восточной Азии. Главный международный аэропорт Суварнабхуми заработал осенью 2006 года. Он находится в 22 км от Бангкока и соединен с ним линией метро. Ближайший аэропорт Утапао, расположен в 200 км от Бангкока близ курортного города Паттайя. Это бывший военный объект, построенный в 1960-е годы для тяжелых бомбардировщиков США. Поэтому, две его ВВП могут принять любой пассажирский самолет, однако терминал на большой пассажиропоток не рассчитан.



Франция — столица и провинции

ФЕДОР ГОЛОВИН, руководитель Департамента Франции компании «Меридиан Экспресс», представляет бестселлеры и новинки летнего сезона

С приходом весны увеличивается поток туристов, желающих открыть для себя Францию. Мы предлагаем широкий ассортимент экскурсионных программ на любой вкус. Неизменные бестселлеры летнего сезона — классические экскурсионные туры в Париж и детские программы с проживанием в волшебном парке «Диснейленд».

Туры из коллекции «Французские тайны» стартуют в конце марта и приглашают в путешествие по всей стране. Туристы познакомятся с настоящей Францией и ее очаровательными провинциями. Хитом среди популярных комбинированных туров остается программа Лондон — Париж на 9 дней (8 ночей). Туристы увидят две величественные и разные по духу европейские столицы. В летнем сезоне «Меридиан Экспресс» делает особое приглашение ценителям Франции — в Прованс. Неповторимый колорит пейзажей, удивительные творения природы, культурное и историческое наследие, уникальные традиции — визитная карточка Прованса. Мы предлагаем несколько групповых экскурсионных программ в Прованс разной продолжительности с возможностью продлить пребывание в отелях и резиденциях Лазурного берега, совместив экскурсионную часть с пляжным отдыхом. Доставлять туристов до сердца Прованса планируется

из Ниццы, Генуи, Парижа, Марселя. Индивидуальные клиенты могут присоединиться к экскурсионной части программы по Провансу на 4 дня. Пляжный отдых во Франции представлен программами «Отдых на Лазурном берегу с проживанием в отелях или апартаментах». В Ницце туристы имеют возможность бронировать участие в групповых экскурсиях по выгодным тарифам. Стратегическим авиапартнером в летнем сезоне на направлении остается компания Air France, связывающая Москву прямыми рейсами с Парижем и Марселем. Компания «Меридиан Экспресс» традиционно проводит для агентств семинары-презентации. В марте мы посвятим такие встречи Италии, Испании и Португалии. К новому сезону готовим новую бонусную программу для независимых агентств и специальную — для туристических сетей.

По итогам продаж по годовой бонусной программе осень-зима 2013/2014 лучшие турагентства будут награждены сувенирами и ценными подарками. Мы ценим работу постоянных партнеров и приглашаем к сотрудничеству новые агентства.

«МЕРИДИАН ЭКСПРЕСС» В FACEBOOK:

www.facebook.com/MeridianExpressHolidays

MERIDIAN EXPRESS
TOUROPERATOR

*Виват,
Франция!*



«Меридиан Экспресс» — многопрофильный оператор по Великобритании, Ирландии, Франции, Италии, странам Бенилюкса и т.д.
Тел: +7(495) 933-50-68 • E-mail: info@merex.ru • www.meridian-express.ru

Увидеть новый Париж

Генеральный директор Офиса по туризму и конгрессам Парижа **НИКОЛЯ ЛЕФЕВР** — о портрете отечественного туриста в новых парижских интерьерах и пейзажах



БЕСЕДОВАЛ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Бытовало мнение, что Парижу дополнительные туристы не нужны — их и так приезжает очень много. Изменилась ли эта позиция?

За десять лет не только эта позиция претерпела серьезные изменения, но и существенно изменился национальный портрет туриста, который приезжает в Париж. В начале 2000-х годов основной турпоток шел из США и Европы. Довольно много гостей прибывало из Японии. Сейчас по-прежнему лидируют американцы, число европейцев не увеличилось, зато значительно выросла доля гостей из стран Ближнего Востока, Китая и России. В 2013 году французскую столицу посетили около

300 тысяч россиян. Это около 5% от общего объема турпотока, который составил 29 млн человек, так что резервы для роста есть. Десять лет назад Париж практически не продвигал свои возможности на российском рынке — на это даже не выделяли бюджет. Сейчас ситуация иная. Туристы жизненно необходимы не только Парижу, но и всей Франции, поскольку туризм является важнейшей статьёй экономики страны.

Сколько и на что тратят деньги российские туристы? Каковы их предпочтения? Пока такой статистики мы не имеем. Можно лишь прибли-

Нигде, кроме Парижа

Туристы, которые уже бывали во французской столице, в этом сезоне откроют для себя много интересных новинок

ТЕКСТ МИХАИЛ ШУГАЕВ

«В последнее время заметно увеличивается число российских туристов, которые приезжают в Париж повторно. Им особенно интересны программы, в ходе которых можно увидеть «настоящий» Париж, например, узнать, как готовятся знаменитые французские багеты или пирожное «макарони», — отмечает руководитель российского направления Офиса по туризму и конгрессам Парижа Патрисия Бартеlemi. Интересной частью туристической программы станет посещение новых музейных площадок. Например, в готических залах мрачного королевского двор-

ца, а позднее — революционной тюрьмы Консьержи, расположилась экспозиция современного «актуального» искусства, а в грандиозных залах Palais Galliera — Музей моды. Одним из ярких моментов посещения французской столицы может стать поездка по центру города на легендарном автомобиле «Ситроен 2CV». Возвращением в детство станет посещение уникального цирка-шапито талантливого артистического семейства Грюсс. В продолжение «детской» темы — «шоколадный тур» по лучшим историческим кондитерским районам Сен-Жермен-де-Пре.

Это приятное дополнение к знакомству с новыми гастрономическими ресторанами Парижа. Его можно продолжить, посетив рестораны Le Ciel de Paris на вершине башни «Монпарнас» и 110 Taillevent с винным бутиком и богатейшей коллекцией вин. Россияне, наряду с китайцами и американцами, входят в число самых «щедрых» туристов, они всегда с удовольствием знакомятся с новинками на прилавках парижских магазинов. Таким гостям можно рекомендовать, например, недавно открытый



в центре города самый большой в мире магазин элитных часов. Другой вариант — поездка в новые аутлеты в районе парижского «Диснейленда» и Версаля. Столицу Франции все чаще выбирают крупные корпоративные клиенты для проведения всевозможных семинаров и инсентив-программ. В этом случае вечерний ужин на кораблике, плывущем по Сене, станет отличным дополнением к деловой программе.

зительно оценить общую сумму, учитывая, что в среднем в Париже турист тратит 170 евро в день, а гостей из России приезжает 300 тысяч человек в год. У российских туристов три предпочтения — знакомство с городом на экскурсиях, музеи и туристические объекты, связанные с историей, и шопинг. На это они и тратят деньги.

Российские гости особенно интересуются миром высокого искусства и моды, а также всевозможными развлечениями. Ежедневно их ждут в Париже десятки увлекательнейших событий и открытий.

Россияне хорошо освоили Францию. Как правило, наш турист уже бывал в Лувре, поднимался на Эйфелеву башню, видел шоу в «Мулен Руж». Что нового может предложить Париж? Прежде всего, это касается парижских архитектурных новинок. В 2013 году была обустроена часть набережной Сены, которую превратили в променад, украшенный необычными архитектурными элементами. Его длина составляет 2 км. Он тянется от Музея д'Орсе до Музея на набережной Бранли. Теперь эта прогулочная зона пользуется большой популярностью, здесь царит типичная парижская атмосфера.

Летом прошлого года преобразилась площадь Республики — крупнейшая в городе. Ее превратили в огромную пешеходную зону. Полностью обновляется центральный район Ле-Аль, который с легкой руки Эмиля Золя прозвали «Чревом Парижа». В ближайшем будущем торговый центр «Ле-Аль» накроет красивая ажурная стеклянная крыша.

В районе Ля-Виллет скоро появится фантастическое здание новой Филармонии, спроектированное знаменитым французским архитектором Жаном Нувелем. Этот окраинный район уже сейчас может похвастаться великолепным парком, притягивающим любителей прогулок, пикников и музыки. Скоро будет построен новый Дворец Правосудия, проект которого разработал итальянский архитектор Ренцо Пьяно. Его известная работа — Центр Жоржа Помпиду в Париже.

В 2018 году российские туристы смогут увидеть Русский культурный и духовный православный центр в Париже, главным элементом которого станет православный собор. Он появится в самом центре города. В этом же году будет реализован очень интересный проект на острове возле города Булонь, на границе с Парижем. Раньше здесь находились заводы «Рено». Скоро эта территория превратится в место отдыха.

Парижский аэропорт имени Шарля де Голля является крупным хабом. Возможен ли в перспективе 72-часовой безвизовый режим для пассажиров, следующих транзитом через Париж? Французское правительство активно занимается этим вопросом. Решение должно быть принято

уже весной нынешнего года. Нет сомнений, что введение подобной меры позволит увеличить поток туристов.

Какие места в Париже вам нравятся больше всего? И что вы готовы рекомендовать российским туристам? Мне нравятся нетуристические городские кварталы, где ярко переплетаются история и типичная парижская жизнь. Это три квартала — север Маре, юг Сен-Жермен-де-Пре и 13-й квартал на юге Парижа.

Что касается рекомендаций, то 12 апреля этого года в Париже откроется после реконструкции зоопарк, в июле в квартале Маре распахнет двери крупнейший музей Пабло Пикассо. Также нынешним летом откроется новый Музей кино.

Осенью туристов ждут на обновленном первом этаже Эйфелевой башни со стеклянным полом и в новом Центре современного искусства, который откроет фонд «Луи Виттон».

В будущем году в Париже появится интереснейший Музей истории человека близ площади Трокадеро и откроется отреставрированный Пантеон.

До 6 августа 2014 года в музее Мармоттан-Моне можно увидеть большую выставку импрессионистов. В киногородке до 30 августа реализуется культурный проект Люка Бессона, посвященный легендарным «Звездным войнам». В музее «Петит Палас» со 2 апреля по 17 августа пройдет выставка Paris 1900, посвященная жизни французской столицы в начале XX века.

Кроме того, в этом году в Париже пройдут выставки великого итальянского живописца Пьетро Перуджино, культового японского графика Кацусики Хокусая и еще десятки интереснейших событий в мире искусства.



>>> В 2013 году французскую столицу посетили

300 ТЫСЯЧ

россиян. Это 5% от общего объема турпотока, который составил 29 млн человек.



Великая французская

Туроператор Ras Group представил новую концепцию работы на французском направлении

Год назад в Париже открылся офис компании, который с ноября активно принимает туристов. В офисе постоянно работают 8 сотрудников и от 15 до 30 квалифицированных русскоговорящих гидов. К услугам клиентов Ras Group в Париже — собственное качественное обслуживание, включая встречу в аэропорту, расселение, экскурсии и т.д. Представители компании находятся на связи с туристом 24 часа в сутки.

Оператор внимательно изучил гостиничный рынок французской столицы и сегодня предлагает на условиях финансовых гарантий несколько десятков отелей, 15 гостиниц считаются базовыми. Это отели уровня 2–4*, расположенные в центре города и оптимальные по соотношению цены и качества обслуживания.

Программы Ras Group формируются на базе регулярных рейсов Air France, которая летает в Париж из Москвы пять раз в неделю, предлагая хорошие слоты и конкурентные цены.

Руководитель компании Илья Иткин подчеркивает, что в рамках новой «революционной» программы Ras Group уже в этом весенне-летнем сезоне будет еженедельно отправлять в Париж не менее двухсот-трехсот туристов.

Испания развивает успех

В российской столице состоялся торжественный прием по случаю вступления в должность нового советника по туризму и директора Отдела туризма посольства Испании в Москве **АЛЬВАРО РЕНЕДО СЕДАНО**



Открывая мероприятие, посол Испании в РФ Хосе Игнасио Карбахаль Гарате высоко оценил успехи двусторонних отношений Испании и России в сфере туризма. «В 1995 году, когда я во второй раз в жизни приехал в Москву, испанское консульство выдало рекордное на тот момент количество виз российским гражданам — 150 тысяч. В октябре 2012 года, через три месяца после моего назначения на должность посла, мы отметили приезд в Испанию миллионного туриста из России, который прибыл в страну рейсом Москва — Малага», — рассказал он.

По данным посольства, в прошлом году в консульских учреждениях России в общей сложности было выдано свыше миллиона виз. Хосе Игнасио Карбахаль Гарате подчеркнул, что Испания является одной из самых активных сторонниц отмены визового режима между Европейским Союзом и Россией.

«Несмотря на то, что пока россиянам надо оформлять визу для посещения Испании, огромная работа, которую ведут наши консульские учреждения, Отдел по туризму посольства Испании в Москве и российские туристические компании очень успешна и приносит отличные результаты», — отметил посол.

Новый советник по туризму посольства Испании Альваро Ренедо Седано признался, что давно мечтал работать в России. «Я открыт для любых предложений и

совместных проектов, направленных на привлечение россиян в Испанию, — сказал он, обращаясь к представителям туроператорских компаний. — У нас достаточно сильные конкуренты, но Испания — это страна с богатым туристическим потенциалом, поэтому я уверен, что совместными усилиями мы добьемся того, что она сохранит лидирующие позиции на российском выездном туристическом рынке».

«Российский туристический рынок имеет большой потенциал, поэтому является для нас одним из наиболее важных», — заявил Альваро Ренедо Седано. Путешественники из России пока составляют лишь 2,7% от общего числа иностранных гостей в Испании. Но наша страна лидирует по темпам прироста турпотока. Кроме того, россияне занимают второе место после граждан Китая по расходам на туризм и лидируют по показателю продолжительности отдыха (около десяти дней). Одной из своих главных задач новый руководитель Отдела туризма посольства Испании в Москве считает борьбу за отмену виз для российских туристов. В его планах также развитие культурного, студенческого и гастрономического туризма, популяризация туров сити-брейк и активное продвижение Испании как направления МІСЕ-поездок. Большое внимание будет уделено расширению границ туристического сезона, так как на данный момент около 80% российского турпотока в Испанию приходится на период с июня по сентябрь. Кроме того, планируется «открыть» для российских туристов такие регионы страны, как Галисия, Астурия, Кантабрия, Страна Басков и Кастилия — Леон. На новом посту Альваро Ренедо Седано сменил Феликса де Пас Гарсиа-Диза, который вернулся в Мадрид в центральный офис Turespana.

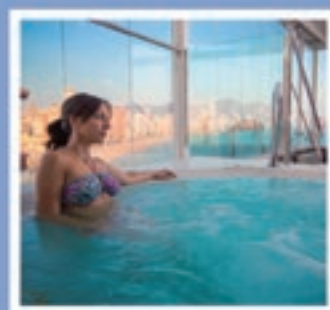


»» В 2013 году Испанию посетили более

1,6 млн туристов из РФ. Ожидается, что по результатам текущего года эта цифра увеличится до 2 млн человек, то есть турпоток из России вырастет примерно на 25–30%.

Справка «ТБ»

АЛЬВАРО РЕНЕДО СЕДАНО — дипломированный специалист юридического факультета университета Вальядолида, входит в Корпус специалистов службы государственной информации и туризма, является членом консультативного совета Lopez Rodo & Cruz Ferrer Abogados и имеет статус преподавателя в римском университете La Sapienza. Его профессиональная карьера связана с государственным администрированием туризма. Он занимал пост советника по туризму в Сан-Франциско, Лос-Анджелесе, Риме, Токио и Нью-Йорке, являясь координатором всех офисов по туризму Испании в США. В период с 2003 по 2007 год возглавлял совет администрации общественной радиотелекомпании Мадрида.



*Позволь себе всё...
в Бенидорме*



**БЕНИ
ДОРМ**

   visitbenidorm.com



Бенидорм — самые лучшие рекомендации

Российские туроператоры активно предлагают своим клиентам отдых на побережье Коста-Бланка, оценивая это направление как одно из наиболее перспективных в материковой Испании

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

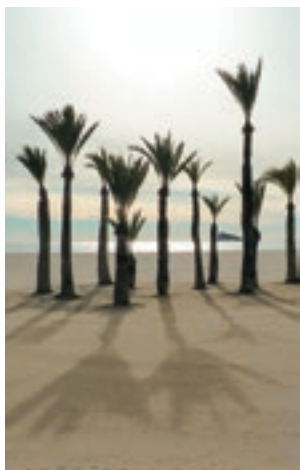
ЛЕТОМ — БРИЗ, ЗИМОЙ — СОЛНЦЕ

Сегодняшний Бенидорм — это один из наиболее динамично развивающихся морских курортов Испании. А начиналось все во второй половине XIX века, когда Бенидорм в качестве места отдыха облюбовали жители испанской столицы. Мадридцы и по сей день занимают заметное место в общем объеме турпотока, за что город иногда в шутку называют «пляжем Мадрида». Свою роль здесь, конечно, сыграл климат — 3,4 тысячи солнечных часов в году со средними температурами воздуха 15°C зимой и 26°C летом что-нибудь да значат. В июне морская вода прогревается здесь до 22,9°C, в августе — до 26,5°C, в октябре — до 22,8°C. Местная поговорка гласит — «Летом в Бенидорм приходит бриз, а зимой — солнце».

На международной туристической карте Бенидорм появился уже после Второй мировой войны. В мае 1957 года в аэропорту Валенсии приземлился 28-местный самолет Viscount, привезший с собой группу британских журналистов, готовых открыть для своих читателей побережье Коста-Бланка. Население Бенидорма в то время не превышало трех тысяч человек, большин-

ство занималось сельским хозяйством и рыболовством. Мощным стимулом для развития местной туристической индустрии стало открытие в 1967 году международного аэропорта в Аликанте. Начался бум гостиничного строительства. До 1960 года в Бенидорме было менее 20 отелей, а в 1966–1971 годах было построено 80 гостиниц.

Неожиданно местные власти столкнулись с одной неразрешимой проблемой. Суровые испанские законы разрешали представительницам прекрасного пола появляться на пляжах исключительно в закрытых купальниках, что никак не соответствовало понятиям удобства и европейской моде того времени. Вопрос пришлось решать на самом высоком уровне, и в результате переговоров иностранки получили возможность купаться в Бенидорме в бикини. Это немедленно вызвало реакцию у жительниц Мадрида, потребовавших для себя таких же привилегий. Рассказывают, что в то время испанские женщины начали в массовом порядке оформлять у семейных врачей справки, удостоверявшие, что нахождение их предьявительниц на пляже с неприкрытым животом вызвано исключительно медицинской необходимостью.





ПОБЕРЕЖЬЕ КОСТА-БЛАНКА



стью. Сейчас, когда в Бенидорме совершенно обычным делом является принятие солнечных ванн топless, трудно поверить, что окажись испанские власти чуть менее сговорчивыми, звезда Бенидорма могла закатиться, так и не поднявшись.

ОТКРЫТЫЕ ДВЕРИ АЛИКАНТЕ

В настоящее время, согласно статистическим данным, Бенидорм принимает у себя около 75% всего туристического потока провинции Аликанте. Гостинично-туристская инфраструктура курорта насчитывает более 150 объектов размещения — отелей, апарт-отелей и пансионатов, способных принять около 41 тысячи человек. К этому необходимо прибавить примерно 20 тысяч мест в апартаментах и 7 тысяч в кемпингах. Правда, если подавляющая часть гостиниц Бенидорма работает круглогодично, то апартаменты принимают гостей преимущественно в теплое время года. В соответствии со сложившейся практикой в этот период цены на проживание вырастают в 4–5 раз. Строительство новых гостиниц на курорте уже практически не ведется. Зато реализуется масштабная кампания по обновлению гостинично-туристской инфраструктуры. За последнее десятилетие полностью обновлено 85% гостинично-номерного фонда, а если говорить об отелях категории 3–4 звезды, то все 95%. При этом показатель загрузки отелей — один из самых высоких в Испании.

Треть всех туристов в Бенидорме — сами испанцы. Наиболее важным зарубежным рынком по-прежнему остается британский. Он обеспечивает курорту порядка 50% туристских ночевков. Здесь также много французов, бельгийцев, португальцев. Полюбился курорт и россиянам — аэропорт Аликанте с каждым годом принимает все больше чартерных рейсов из нашей страны.

Бенидорм считается одним из наиболее «высоких» городов Европы. Не в смысле его расположения над уровнем моря, а по количеству многоэтажных зданий. По этому показателю крохотный по российским меркам приморский городок с населением чуть более 62 тысяч человек уступает лишь Лондону и Милану. В курортном центре валенсийского побережья Коста-Бланка построено более трехсот зданий, высота которых превышает 35 метров, за что сами испанцы нередко называют его «маленьким Нью-Йорком» и даже «Бенийорком». Здесь регулярно проводятся международные соревнования по бейджампингу.

ГОЛУБЫЕ ФЛАГИ

На побережье Бенидорма три основных пляжа — Леванте, протяженностью более 2 км, Поньенте — 3,1 км и Маль-Пас — 120 метров. С 1987 года все они стабильно являются обладателями так называемых голубых флагов ЕС, присуждаемых за чистоту воды и песка. В целом курорты Валенсийского Сообщества являются абсолютными рекордсменами в Испании по количеству голубых флагов, что требует немалых усилий. Среди развлечений, которыми можно наслаждаться в Бенидорме, — пляжный волейбол, водные лыжи, виндсерфинг и серфинг, катание на моторных лодках и многое другое. Самым специфическим местным изобретением можно, наверное, назвать «Библиопляжи», т.е. бесплатные пляжные библиотеки, где представлено до сотни наименований различных периодических изданий из разных стран и внушительное количество книг. «Библиопляжи» появились в Бенидорме в 2000 году и работают в течение всего летнего сезона. Но этим возможности туристского досуга в Бенидорме далеко не исчерпываются. На курорте работают поч-



>>> Отдельная специализация Бенидорма — оздоровительный и медицинский туризм. На курорте работает ряд клиник, которые известны далеко за пределами Валенсийского Сообщества. Например, частный госпиталь Hospital Clinica Benidorm и Hospital IMED Levante. Это медицинские учреждения широкого профиля, в которых работает и русскоязычный персонал. Для российских гостей клиники предлагают специальные программы. К услугам гостей также многочисленные спа- и велнес-центры курорта.



ти 400 ресторанов, предлагающих блюда интернациональной, средиземноморской и местной кухни, более 260 кафе, 480 баров и 150 ночных клубов, 2 тысячи магазинов и магазинчиков.

ОТ БИКИНИ ДО «БАЛИ»

Символом Бенидорма стало здание открывшейся в начале 2000-х годов гостиницы Gran Bali. Это самая высокая жилая постройка в Испании и, более того, самый высокий отель во всей Западной Европе — 186 метров. Такие цифры, естественно, не могли остаться без внимания любителей спортивных рекор-

дов. Лидером в соревновании стал австралиец, преодолевший 52 этажа гостиницы всего за 4,5 минуты. Во всяком случае, так утверждает руководство отеля. Наградой победителю стало бесплатное проживание в одном из лучших номеров Gran Bali и весьма солидный денежный приз.

Гостиница с 776 номерами, рассчитанная на одновременный прием 1,2 тысячи человек, полюбилась и российским туристам. За красивый вид, открывающийся с балконов, за близость к морю (пять минут пешком), за хорошо развитую инфраструктуру отдыха — несколько ресторанов, баров, бассейны, спа-центр. Видимо, немаловажное значение имеет и возможность наслаждаться звуками родной речи — помимо основных европейских каналов, телевизоры в гостиничных номерах транслируют русскоязычные программы.

Gran Bali расположен практически на окраине Бенидорма, в той части, которая называется Поньенте и больше подходит для людей, желающих уединения и спокойствия. Сторонникам активного ночного отдыха, любителям дискотек и походов по магазинам лучше перебираться в исторический центр города и далее — в район Леванте. Это расстояние можно преодолеть минут за 40–45, если идти пешком, или за 7–10 минут, воспользовавшись услугами автотранспорта. Учитывая это обстоятельство, турист может заранее выбрать отель в той части города, которая соответствует его представлениям об идеальном отдыхе.

Карнавалы и развлечения

В Бенидorme ежегодно проводятся около 50 праздников

Наиболее значимыми из местных праздников являются «Фальяс» (март), Святая неделя (апрель), «Огэрас де Сан Хуан» (июнь), «Мавры и христиане» (октябрь) и День Святого покровителя Бенидорма (ноябрь). Большинство из них приходится на весенние и осенние месяцы, что способствует увеличению числа туристов вне пляжного сезона. Мощным стимулом для увеличения турпотока также стало открытие в окрестностях Бенидорма в июле 2000 года тематического парка «Терра Митика» — единственного в Европе, посвященного истории и культуре средиземноморских цивилизаций. Нельзя не



упомануть и о расположенном в северной части Бенидорма парке водных развлечений «Акваландия» — одном из крупнейших

в Испании. С ним соседствует так называемый парк морских и экзотических животных «Мундомар», где обитают дельфины, морские

котики, попугаи, пингины и прочая живность. Несомненный интерес для туристов представляют аквапарк «Аква Натура» и уникальный зоопарк под открытым небом «Терра Натура», где обитают более 1,5 тысячи животных. Здесь можно, например, увидеть процесс кормления тигров и слонов, погладить оленят и коз. Пресытившись архитектурными изысками небоскребов Бенидорма, путешественник имеет возможность совершить экскурсионные поездки в соседние приморские городки или в горные районы, где сохранилось немало историко-архитектурных и природных памятников.



Италия: поговорим о деле

В конце зимы в Москве и Санкт-Петербурге прошли итальянские MICE Workshop, организованные Национальным агентством Италии по туризму ЭНИТ при поддержке EXPO 2015.



25 февраля рабочая встреча состоялась в московском отеле Radisson Royal. С итальянской стороны в мероприятии приняли участие около 40 компаний, работающих в сегменте делового туризма. Среди них были представители отелей и гостиничных цепочек, компаний, специализирующихся на организации выставок и корпоративных путешествий, бизнес- и конференц-центры, а также авиаперевозчики. В рамках рабочей встречи прошли две видеопрезентации, посвященные деловому туризму и выставке EXPO 2015. «Итальянским компаниям участие в workshop позволило открыть новые возможности для бизнеса и заключить новые договоры с российскими партнерами, — отмечают организаторы встречи. — Многие говорили о заметно увеличившемся за последние годы числе запросов от российских партнеров на проведение деловых мероприятий в Италии, как правило, в сочетании с другими видами отдыха, например, отдыхом на термальных курортах или катанием на горных лыжах». Высокий интерес к мероприятию проявил и российский туристический бизнес. Workshop посетили представители более ста туристических компаний, работающих на рынке делового и корпоративного туризма и более 30 специализированных СМИ. 27 февраля аналогичная встреча состоялась в петербургском «Гранд Отеле Европа». В этом мероприятии с обеих сторон приняли участие более ста специалистов. Итальянские компании представили в рамках workshop свои предложения в области делового туризма. В течение 4 часов в большом зале одной из лучших гостиниц Санкт-Петербурга обсуждались детали перспективного сотрудничества. По оценке профессионалов с российской стороны, развитие делового туризма с Италией — одно из самых перспективных направлений взаимовыгодного партнерства, поскольку страна располагает отличными возможностями для приема гостей, организации самых разнообразных видов досуга и имеет хорошо налаженное транспортное сообщение с городами России.



Фоторепортажи на сайте www.tourbus.ru

Милан накормит планету

«Накормим планету: энергия для жизни» — под таким девизом в Милане пройдет Всемирная выставка EXPO 2015. Организаторы обещают, что это будет универсальное событие, отображающее традиции, творчество и инновации в продуктах питания.



Милан 2015
1 мая – 31 октября



ИНТЕРЕС К ТЕМЕ EXPO 2015

Италия	58%
Швейцария	35%
Испания	35%
Великобритания	24%
Франция	38%
Германия	26%
Другие страны ЕС	26%
США	36%
Канада	37%
Китай	56%
Япония	12%
Россия	40%
Другие страны	58%

ОТ ШВЕЙНОЙ МАШИНКИ ДО IT-ТЕХНОЛОГИЙ

Всемирная выставка EXPO считается символом мировой индустриализации и рассматривается как открытая площадка для демонстрации технических и технологических достижений человечества. Здесь представлены товары ремесленного и промышленного производства, технологии машинного производства, разнообразные полезные ископаемые, предметы изобразительного искусства.

Рекордсменом по проведению всемирных выставок стал Париж, который принимал EXPO шесть раз, начиная с 1855 года. Хозяевами этого масштабного и престижного мероприятия в разные годы также выступали Вена, Барселона, Брюссель, Сент-Луис.

В рамках всемирных выставок посетителей традиционно знакомят с различными изобретениями и техническими новшествами. Так, в 1862 году в Лондоне была представлена первая швейная машинка, в 1876 году в Филадельфии — первый телефонный аппарат, в 1893 году в Чикаго — система электрического освещения. Строительство Эйфелевой башни — символа столицы Франции — было приурочено к проведению Всемирной выставки в 1889 году. Первый Международный литературный конгресс был также организован в Париже в рамках EXPO-1878. Именно на этом конгрессе было выработано первое международное соглашение о защите авторских прав в литературе и впервые

прошло обсуждение вопросов интеллектуальной и коммерческой собственности и решений по улучшению условий жизни слабовидящих людей. В 1900 году на Всемирной выставке в Париже в обиход вошло слово «телевидение», которое впервые прозвучало в отчете русского инженера Константина Перского.

В дальнейшем внимание организаторов выставки вышло за пределы достижений науки и техники: участники стали переходить к обсуждению глобальных вопросов, стоящих перед человечеством, например, человек и его место на Земле, экология, урбанизация. В соответствии с этими вопросами для каждой выставки определяется конкретная тема, которой страны-участники посвящают свои экспозиции.

В XXI веке всемирные выставки прошли в 2000 году в Ганновере и в 2010 году в Шанхае. В конце ноября 2013 года на Генеральной ассамблее Международного бюро выставок в Париже был объявлен город, который примет EXPO в 2020 году. Им стал Дубай, который в конкурентной борьбе опередил турецкий Измир, бразильский Сан-Паулу и российский Екатеринбург.

EXPO НА БЕРЕГАХ ОЛОНЫ

С 1 мая по 31 октября 2015 года Всемирная выставка EXPO 2015 развернется в пригородных районах Милана — Ро и Перо на площади в 1,7 млн квадратных метров. Ее павильоны будут непосредственно примы-



как к Миланской Ярмарке и размещаться на острове, окруженном искусственными каналами. Сам остров разделяет на четыре части двумя главными перпендикулярными улицами, по образцу планировки древнеримских городов. Фонд Fondazione Fiera Milano (FFM) уже передал земли, предназначенные для EXPO 2015, сторонам, которым поручено довести проект до завершения.

Экспозиция будет включать более 60 павильонов и тематических площадок, которые посвящены культурным и кулинарным традициям мира. Выставочное пространство предусматривает залы для встреч и развлечений, каналы и бассейны, ботанические сады и детские образовательные площадки, а также интерактивные мультисенсорные маршруты, охватывающие различные темы.

Для выставки выбрано стратегически важное место с развитой инфраструктурой: две автомагистрали, два аэропорта — Мальпенса и Линате, линия высокоскоростного железнодорожного сообщения и метро, обеспечивающие связь с Миланом и близлежащими территориями.

На повестке дня миланской выставки — тема продовольствия как острейшая проблема современности: на сегодняшний день более миллиарда человек страдают от голода или от ожирения, а в 2050 году население Земли превысит 9 миллиардов человек. Эксперты со всего мира будут совместно разрабатывать данную тему в экономическом, научном, культурном и социальном аспекте.

«EXPO 2015 станет универсальным событием, отображающим традиции, творчество и инновации в продуктах питания, — уверяют организаторы. — На выставке будут раскрыты многие темы, которые уже освещались здесь в прошлом, но представленные заново в свете новых гло-

бальных возможностей. Основной является идея, что все люди на планете должны иметь доступ к продуктам питания, здоровым, безопасным и в достаточном количестве». Страны-участники выступят с конкретными предложениями по решению важных задач: как гарантировать каждому человеку право на безопасное, надежное и достаточное питание, как обеспечить экологическую, экономическую и социальную устойчивость пищевой цепи, как сохранить исконный вкус продуктов и культуру питания. «Цель Всемирной выставки в Милане — наметить для всего мира общие руководящие принципы, которые помогут решить эти задачи», — подчеркивают организаторы мероприятия.

EXPO 2015 оставит после себя существенное материальное наследие: площадка выставки впоследствии превратится в «умный» город — место, где современные технологии и энергия будут использоваться максимально разумно и с соблюдением принципов сохранности окружающей среды.

Многие международные компании уже сделали ставку на этот проект, став его партнерами. В числе первых, кто поддержал выставку, вложив в нее свой многолетний опыт, — компании Telecom Italia, Cisco, Accenture, Enel, Intesa SanPaolo, Finmeccanica, Came, Fiat-Chrysler, Coop, illycaffè, Eutelsat, Fiera Milano, Samsung Electronics Italia и Eni.

Ожидается, что за шесть месяцев 2015 года более 20 млн посетителей и представителей более 130 стран, корпораций и международных организаций приедут в Милан и его пригороды, чтобы принять участие в EXPO и в ее насыщенной программе, включающей тысячи культурных мероприятий и концертов. На сегодняшний день число официальных участников EXPO 2015 превысило сто сорок стран и международных организаций.

ДЕВЯТЬ КЛАСТЕРОВ EXPO 2015

БИОСРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ — Здоровье, красота и гармония.

КАКАО — Еда богов.

СПЕЦИИ — Мир специй.

КОФЕ — Двигатель идей.

ФРУКТЫ И БОБОВЫЕ — Идеальная диета.

РИС — Богатство и безопасность.

ЗАСУШЛИВАЯ ЗОНА — Сельское хозяйство и питание.

ОСТРОВА — Море и еда.

ЗЛАКИ И КЛУБНИ — Старые и новые культуры.



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ EXPO 2015

Итальянцы — 12–14 млн человек

Иностранцы — 6–8 млн человек

Всего посетителей: 20 млн человек

+20% повторных визитов =
24 млн человек

Пять площадок EXPO 2015

ПАВИЛЬОН ЗЕРО — знакомит посетителей с тематикой выставки.

ЕДА В ИСКУССТВЕ — иллюстрирует историческое отношение человека к еде.

БУДУЩЕЕ ПИТАНИЯ — символическое представление трендов распределения, покупки и потребления продуктов питания.

ДЕТСКИЙ ПАРК — специально оборудованное место для детей и семей, позволяющее играть и учиться.

БИОРАЗНООБРАЗИЕ — выставочное пространство, где наглядно демонстрируется разнообразие жизни и богатство планеты.





Мальта под знаком luxury

Мальта — это не только рыцари, древние мегалиты и кролик в винном соусе, но и фешенебельные отели, яхты, казино, спа-центры и рестораны для аристократов

ТЕКСТ
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Для туриста первостепенное значение имеет крыша над головой. Мальта не относится к числу необитаемых островов, здесь нет нужды строить шалаш, поскольку имеется много отелей, в том числе высокого уровня.

ДОМ С МАРИНОЙ

К категории luxury относится пятизвездный Grand Hotel Excelsior Malta. Он расположен прямо у крепостных стен мальтийской столицы Валлетты, откуда открывается роскошный вид на бухту Марсамксетт и остров Манозель. В отеле останавливались многие мировые знаменитости — король Испании, канцлер Германии Ангела Меркель, а для Хилари Клинтон отвели целый этаж. Особенность Excelsior — наличие небольшого частного песчаного пляжа и собственной марины на 30 яхт, что является большой редкостью для отелей во всем мире. Благодаря этому в гостинице могут останавливаться гости, путешествующие под парусом. Действует центр водных видов спорта, работают открытые и закрытые бассейны, спортивный зал и спа-салон. До центра Валлетты от отеля не более десяти минут ходьбы. Чтобы составить представление о культурной жизни Мальты, можно сходить на спектакль в «Манозель», старейший театр Европы. Он был открыт еще в 1731 году. Португальский Великий магистр Антонио

Живая вода и молодильные спа

В Средние века Мальту называли «госпиталем Средиземноморья»

Сейчас на Мальтийский архипелаг приезжают не лечиться, а оздоравливаться в спа-центрах. Визитной карточкой Мальты является талассотерапия — комплексное использование подогретой морской воды, морских лечебных грязей, водорослей и песка. На архипелаге работают спа-центры при отелях высокого уровня и три специализированных центра талассотерапии. Популярностью пользуются программы «Антистресс», «Антицеллюлит» и «Омоложение».



Мануэль де Вилена оплачивал его строительство из собственного кармана. В театре 600 мест и ряды лож, украшенных великолепной резьбой в стиле барокко. Здесь есть музей, где можно увидеть театральные костюмы, макеты декораций, устройства для создания различных звуковых эффектов. Покрутив ручку занятой машины, например, можно создать иллюзию урагана.

НА ЗАМЕТКУ ГУРМАНАМ

Роскошный ресторан на острове Гоцо расположен неподалеку от деревни Марсалфорн и называется Та'Грепс. Это мальтийская усадьба, возведенная еще в XVII веке. Дом окружает сад с пальмами, кактусами и кустами роз. Стены метровой толщины делают его похожим на небольшую, но крепкую цитадель. Та'Грепс дороже обычных мальтийских ресторанов примерно в два раза, но в выходные дни столик на ужин следует заказывать заблаговременно.

Внутри гостей встречает приятный полумрак и пламя свечей. Всюду царит натуральный камень. По мальтийской традиции его оставляют в первозданном виде, не прикрывая штукатуркой или обоями. Такие интерьеры вечны. В стенах имеются ниши, в которых устроены стеллажи для посуды и фужеров. Так были устроены дома мальтийцев с незапамятных времен. В ресторане четыре зала, предметом особой гордости считается вместительный винный подвал, где хранятся сотни бутылок коллекционных вин.

Что можно попробовать в Та'Грепс? На первое стоит заказать суп-пюре из шпината со сливками. В качестве «стартинга» подойдут тортеллини — аналог пельменей с мягким сыром и шпинатом, подаваемые с соусом из мелко нарезанных помидоров. В качестве главного блюда рекомендуют жареное свиное филе и грудинку с обжаренным луком, цукини, брокколи и печеным картофелем. На десерт нет ничего лучше, чем блинчики с яблоками и ванильным кремом, подаваемые с мороженым. Кулинарную феерию должна завершить бутылка красно-

го мальтийского вина, например, La Torre.

Гастрономической достопримечательностью Мальты является также продуктовый магазин The Wembley Storey, расположенный в Валлетте на улице Республики. Это один из старейших магазинов страны. Здесь можно купить самые разнообразные мальтийские продукты, которые могут послужить хорошим подарком. Среди них — сыры и сладости. В подвальном помещении разместились винный отдел. Сюда стоит спуститься, захватив вместительную плетеную корзину. Без покупок отсюда никто не уходит.



БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ICE TRAVEL GROUP 4883 00000 +707/СОМАЛЬ (482) 748-7374 (ан.) www.icetravel.ru	ВЛАД ИНТЕРНЕШНЛ ТУР 4711 00000 +708/СОМАЛЬ (482) 750-9887 www.vlad.ru	ДИАЛОГ 4874 00000 +8РАС/ОПРЕДЕ/СОМАЛЬ (482) 730-2522 (ан.) www.maltaresort.ru	ИНСАЙТ-ЛЮБИТЕЛЯ 4871 00000 +8РО/ОПРЕДЕ/СОМАЛЬ (482) 705-9522 www.italy.ru
ТЕ МЕЛИТА 4873 01100 +8РА/А/СОМАЛЬ (482) 471-9532 www.melitaly.ru	МАЛЕНКИМ ВОЯЖ 4873 01220 +8БА/МА/СОМАЛЬ (482) 642-1181 www.moyage.ru	НЕВА 4871 00000 +7А/А/СОМАЛЬ (482) 739-8444 www.nevatravel.ru	СОЛВЕС-ТРАВЭЛ 4871 00000 +8РО/ОПРЕДЕ/СОМАЛЬ (482) 106-1418 www.solvay.ru
СТЕ ТУРС 4871 00000 +8ДО/СТЕ/СОМАЛЬ (482) 638-0223 www.steturks.ru	ТРАВЭЛ ЭКСПРЕСС+МФ 4873 00000 +8РА/А/ТУ/СОМАЛЬ (482) 961-0725 www.travel-express.ru	ТРАВЭЛМАРТ 4873 01100 +7А/А/СОМАЛЬ (482) 105-8230 www.mymalta.ru	ЮЖНЫЙ КРЕСТ 4871 00000 +8ВЕ/Ю/ОПРЕДЕ/СОМАЛЬ (482) 772-9990 www.ukm.ru

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



Хорватия — секреты здоровья и красоты

Оздоровительный туризм становится важнейшим сегментом туристического предложения Хорватии

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Потенциал сегмента, не столь популярного у россиян по сравнению с пляжным и познавательным отдыхом, заключается в разнообразии природных богатств и целебных термальных источников Хорватии. Известные курортные центры страны находятся преимущественно недалеко от столицы страны Загреб. Отдых на бальнеологических курортах Хорватии отличает высокий уровень комфорта и сервиса.

ЛЕЧЕБНАЯ НЕФТЬ И НЕ ТОЛЬКО

Мировую известность имеет курорт Нафталан, расположенный в 27 километрах от Загреба, на склонах Масловачской горы в небольшом городе Иванич-Град. В этом уникальном оздоровительном центре применяются лечебные процедуры с использованием специального вида нефти. Здесь успешно лечат кожные, сосудистые, нервные и костные заболевания.

Курорт Терме-Тухель находится в одной из самых живописных частей Хорватского Загорья, в 46 км от Загреба. Он построен на источнике целебной термальной воды, которая подается во все бассейны комплекса. В спа-центре Тухеля применяют для оздоровительных процедур местную целебную грязь, по эффективности признанную одной из лучших в Европе. Терме-Тухель отличается высоким качеством условий

размещения и разнообразием услуг: от термально-оздоровительного и семейно-развлекательного отдыха до активного и экскурсионного. Здесь организуются экскурсии по региону Хорватское Загорье, где туристы могут познакомиться с замком Тракошчан, этнографической деревней Куморовец и Музеем древнего человека в Крапине.

Замок Тракошчан — наиболее посещаемое путешественниками место на севере Хорватии. Он был возведен в конце XIII века как часть укреплений для защиты Загорского княжества, а в настоящее время является популярным музеем, бережно хранящим богатое историческое и культурное наследие края. В лесах, окружающих замок, парковый комплекс и отель Тракошчан, сохранились уникальные образцы флоры и фауны региона.

СТАРЕЙШИЙ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

Курорт Крапинске-Топлице, расположенный близ Терме-Тухель, — один из старейших лечебных центров этой части Восточной Европы с радоновыми гипертермальными источниками и грязями. Курорт располагает специализированными медицинскими клиниками, бальнео-климатическим реабилитационным отелем, а также санаторием, который специализируется на лечении заболеваний позвоночника.



»» С 1979 года Плитвицкие озера находятся под охраной ЮНЕСКО как объект всемирного наследия.



На базе клиник курорта Крапинске-Топлице возможна организация полного цикла лечения — консультация, размещение, диагностика, проведение операций, реабилитация после операции.

Специализация курорта — заболевания позвоночника, ревматизм, артрит, состояния после травм, кардиозаболевания, заболевания периферических сосудов, состояния после инфарктов, операций на сердце, заболевания нервной системы, сахарный диабет.

В Крапинске-Топлице, окруженной живописным взгорьем Костельской гряды, гармонично сочетаются лечебно-оздоровительный отдых, активный и экскурсионный. Это подтверждает возможность совершить путешествие в Национальный парк Плитвицкие озера. Известно, что этот заповедник является одной из главных природных достопримечательностей Хорватии. Поистине поразительное зрелище представляют собой террасные озера национального парка, соединенные между собой 92 каскадами водопадов. Раскинувшиеся ступенями озера демонстрируют всю природную палитру от голубого до бирюзового.

САМЫЙ СОВРЕМЕННЫЙ В ХОРВАТИИ

Самым современным спа-курортом континентальной Хорватии по праву считается курорт Свети-Мартин-на-Мури. Это первый частный курорт со 100%-ным хорватским капиталом. Оздоровительный комплекс расположен в 100 км от Загреба на равнине среди живописных полей и виноградников, на берегу реки Муры. В окрестностях — постройки традиционной хорватской и венгерской архитектуры, замки, церкви, небольшие деревушки с винными погребками. Курорт располагает открытым аквапарком и закрытым комплексом бассейнов с термальной водой, новым комплексом саун, а также двумя современными спа-центрами.

Для размещения гостей Свети-Мартин-на-Мури предлагает коттеджный поселок, а также новый 4-звездный отель «Спа Гольфер». На территории курорта находится гольф-центр с полем на 9 лунок — это один из немногих в Европе круглогодичных гольф-центров.

Курорт предназначен для активного и семейного отдыха, релаксации, проведения конференций и корпоративных мероприятий. Здесь масса возможностей для различных спортивных занятий, активных детских развлечений.

Специализация курорта — заболевания суставов, позвоночника, воспалительные ревматические заболевания, проблемы периферической нервной системы, общеоздоровительные и антистрессовые программы.

ЗДЕСЬ ВОЗВРАЩАЮТ МОЛОДОСТЬ

Хорватский курорт Даруварске-Топлице специализируется на лечении гинекологических заболеваний и бесплодия. Стубичке-Топлице — курорт с горячими минеральными источниками (69°C), бассейнами и специализированным медицинским реабилитационным центром, здесь лечат заболевания нервной системы, опорно-двигательного аппарата, ревматизм, мышечную дистрофию. Тухельске-Топлице известен своими эффективными методами лечения гинекологических и урологических заболеваний, ревматизма, болезней позвоночника. Помимо лечебных программ курорт предложит своим гостям первоклассные рестораны с шедеврами местной кухни и отличные вина, экскурсии в отреставрированный Дворец Миханович и другие не менее интересные достопримечательности. Из всех курортов континентальной Хорватии можно совершить экскурсию в Загреб и познакомиться с лучшими образцами хорватской архитектуры, посетить уникальные исторические памятники, а также окунуться в неповторимую атмосферу, присущую улицам и площадям этого старинного города.



КУРОРТЫ МАТЕРИКОВОЙ ХОРВАТИИ

Нафталан

Терме-Тухель

Крапинске-Топлице

Свети-Мартин-на-Мури

Даруварске-Топлице

Стубичке-Топлице

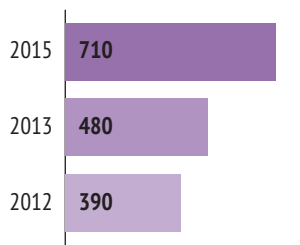
Тухельске-Топлице

То, что хочет клиент

«К современным технологиям можно отнести и новый взгляд на потребности клиента», — считает коммерческий директор ООО «Авиа Центр Онлайн» **ВИКТОРИЯ КИЗИМОВА**

ОБЪЕМ СДЕЛОК В РУНЕТЕ

млрд рублей



Источник: Вестфинанс

»» Важным фактором в 2013 году стало снижение и полная отмена комиссионного вознаграждения крупными российскими авиакомпаниями, особенно заметно на зарплате агентов сказалось изменение политики «Аэрофлота». Как следствие — агентства вынуждены вводить дополнительные сборы, расширять линейку предлагаемых услуг. Авиабилеты становятся лишь драйвером трафика, тогда как заработок обеспечивают дополнительные услуги.

Что такое современные технологии? Для компании «Авиа Центр» это, прежде всего, интернет-коммерция в сегментах b2b и b2c, а также достижение максимальной эффективности внутренних процессов. В последние годы мировой рынок сбыта меняется не только быстро, но и принципиально. Основой глобальных перемен стала насыщенность, а зачастую даже переизбыток товаров и услуг. Купить можно почти все, что только реально придумать, а услуги начинают предлагаться сразу, как только увеличивается количество запросов в поисковых системах.

СИГНАЛ ДЛЯ ВСЕХ

В целом этот тренд дает импульс всем остальным изменениям. Тот, кто умеет анализировать потребности клиента, оказывается в выигрыше.

Еще важный фактор — развитие интернет-торговли (e-com, e-biz). Ушедший 2013 год эксперты называют переломным в сфере интернет-коммерции России, предсказывая в ближайшие два года бум покупок в сети. В настоящее время наша страна занимает уже пятую позицию в сфере электронной коммерции среди европейских государств, уступая лишь Великобритании, Франции, Германии и Италии. Безусловным мировым лидером здесь являются США с их 202 млрд долларов сделок в интернете за 2013 год.

Начиная с 2008 года, с момента ввода в обращение электронного авиабилета, авиация стала флагманом электронной коммерции России. С небольшим отставанием за ней идут железные дороги. По данным аналитического агентства Rutramarin, в 2013 году объем рынка туруслуг составил 8,3 млрд долларов (то есть более 45% всех сделок в рунете), из которых 4,7 млрд долларов приходится на продажу авиабилетов.

Сейчас реализация авиационных и железнодорожных билетов в интернете стагнирует, тогда как объем покупок услуг отелей, туров, а также дополнительных услуг, связанных с поездками, — растет.

Опять же — в выигрыше тот, кто изучает глубоко потребности клиента, повышает конверсию за счет удобства сайта и ненавязчивой коммуникации, работает с низкочастотными запросами, всячески мотивирует клиента совершить покупку на сайте не один раз. Интернет приходит в регионы России, клиенты региональных агентов все чаще совершают покупки во всемирной паутине. Как следствие — агенты создают

собственные сайты, учатся приводить и монетизировать запросы клиентов, размещают на них фреймы с различным наполнением.

КАНАЛЫ ПРОДАЖ

Для рынка электронной коммерции важным сигналом стали растущие продажи через мобильные устройства. Если в 2011 году для покупок на нашем сайте www.aviakassa.ru клиенты использовали мобильные устройства только в 6% случаев, то в январе 2014 года этот показатель увеличился до 24%. Мы не оставляем такие сигналы без внимания, постепенно переводя все наши сайты на адаптивную верстку.

Одним из позитивных моментов является также растущее доверие потребителей к оплате кредитными картами. Клиент, купивший билет с помощью карты, — уже твой клиент, а клиент, который отсрочил платеж (оплата через салоны связи и другими офлайн-способами), — твой клиент только в 30% случаев. Наши собственные цифры таковы: в 2012 году пропорция «наличные деньги — банковские карты» была 40% на 60%, а в 2013 году — уже 15% на 85%. В этой связи важно работать над снижением издержек по интернет-эквайрингу, использовать технологии «длинной записи» (платежи напрямую в авиакомпанию).

Довольно интересным трендом на российском рынке, который до конца еще не «раскрутился» в 2013 году, стало влияние на продажи метапоисковиков. Стремление ОТА (онлайн-турагентств) быть на первых строчках таких ресурсов толкает к использованию мультивалютной корзины, сокрытию сборов на шаге поиска, иногда — к явному демпингу. Судя по форумам и отзывам клиентов, после двух-трех покупок клиенты начинают разбираться в таком ценообразовании. Феномен метапоиска нельзя сбрасывать со счетов, тут каждое ОТА определяет для себя стратегию поведения и коммерческую политику. Наша позиция — честная цена на моменте поиска и при оплате, «покупка» доверия клиента. Мы рассчитываем видеть клиента на нашем сайте еще не раз.

СЕГМЕНТ B2B

Для «Авиа Центра» основным ориентиром, как и прежде, является сотрудничество и партнерство в b2b сегменте. Мы отлично ориентируемся в современных

потребностях наших клиентов, поэтому наши основные планы на 2014 связаны с укреплением и расширением партнерства с туристическими агентствами. Классическому турагентству с офлайн-офисом мы предлагаем использовать наше комплексное решение «МойАгент» — программное обеспечение, не требующее особой подготовки менеджеров при продаже авиационных и железнодорожных билетов, страховок. При этом коммерческая составляющая остается максимально привлекательной для наших агентов за счет использования нескольких GDS и непрерывной работы с авиакомпаниями. Кроме продвижения этого полезного инструмента, мы работаем над максимальным наполнением портфеля «МоегоАгента». Уже заканчивает обкатку в тестовой среде блок по отелям «МоегоАгента». В нем представлены более 250 тысяч отелей от более чем 25 поставщиков по всему миру. Чартеры, «Аэроэкспресс», заказ трансферов и другие сервисы — все это в планах на текущий год.

Агентствам, которые имеют ресурс для продаж в интернете, мы предлагаем несколько видов фреймов (встраиваемых движков) на сайт. Во фрейме «авиабилеты» отличной находкой является то, что клиент может оплачивать билеты картой с сайта агента, при этом агенту не придется подключать платежный шлюз и платить завышенные ставки за интернет-эквайринг. Фрейм «чартерные билеты» — наш собственный продукт, разработанный в 2013 году. Во фрейме «отели» «Авиа Центр» использует уникальное по количеству объектов, качеству информации и размещаемым ценовым предложениям программное обеспечение «Контент ИНН». На всю линейку своих программных продуктов мы предлагаем и API (html-протоколы) для тех партнеров, которые разрабатывают свои OTA с собственным интерфейсом, логикой продажи и общения с клиентом. Мы также с нетерпением ждем возможности представить нашим агентам действительно передовой продукт по бронированию услуг зарубежных железнодорожных компаний.

>>> На рынке электронной коммерции растут продажи через мобильные устройства. Если в 2011 году для покупок на сайте www.aviakassa.ru клиенты использовали мобильные устройства только в 6% случаев, то в январе 2014 года этот показатель увеличился до

24%.

«Слетать» за пару кликов

В 2013 году ведущий разработчик технологий выбора туров — компания «Слетать.ру» — представила целый ряд сервисов, помогающих турагентам превратить свой сайт в эффективный интернет-магазин

В первую очередь инновации коснулись базового продукта компании — модуля поиска, который вышел в версии 4.0. Основными преимуществами новой версии являются значительное повышение скорости поиска, более удобный дизайн выдачи результатов и возможность детальной актуализации стоимости тура. При открытии карточки тура модуль автоматически отправляет оператору запрос с уточнением наличия мест в отеле, наименования авиакомпании-перевозчика, наличия и размера обязательных доплат (топливный сбор, праздничный ужин и т.п.). Получив данные о доплатах, система автоматически включает их в стоимость тура. Другое важное нововведение — внедрение системы онлайн-оплаты туров, которая подключается к модулю поиска и позволяет оплачивать туры через интернет посредством банковской карты или электронных платежных систем. В личном кабинете на сайте sletat.ru турагент контролирует все заказы, отслеживая состояние каждого в режиме реального времени с помощью электронной почты и sms-уведомлений. Существенным преимуществом продукта «Слетать.ру» является оповещение туриста о состоянии заказа от имени турагента. Используя гибкие настройки оформления, агент может полностью индивидуализировать письмо, например, добавить в шапку свой логотип. Еще одна новинка — «Слайдер» — демонстрирует туристу слайд-шоу курортов и известных достопримечательностей той или иной страны. Каждая фотография

сопровождается информацией о месте, в котором она была сделана.

Специально разработанные алгоритмы поиска позволяют выбирать выгодные предложения по соотношению цены и качества, отсеивая сомнительные объявления. «Витрина отелей» — каталог, который устанавливается на сайт в дополнение к модулю поиска туров и работает на его основе. Модуль отбирает самые популярные гостиницы, группирует их по направлениям и показывает туристу готовые варианты туров. В зависимости от настроек, «Витрина отелей» может выводить данные по самым востребованным направлениям (опираясь на статистику поисковых запросов на сайте sletat.ru) или по странам, выбранным турагентом вручную. Таким образом, модуль подходит и для увеличения объема заявок за счет популярных направлений, и для быстрой продажи туров в конкретные страны. «Слетать.ру» разработала целый ряд сервисов, помогающих быстро сравнивать цены на туры. Например, на графике можно видеть изменения стоимости тура с момента его появления в системе. Опция «Другие даты вылета» строит график сравнения стоимости всех туров в выбранный отель от других операторов и с другими датами вылета. Функция «Динамические туры» дает возможность сравнивать стоимость готовых турпакетов с предложениями по самостоятельному бронированию, которые система автоматически находит на сайтах booking.com и skyscanner.ru.



>>> Полезные обновления появляются на сайте sletat.ru практически ежемесячно. Турфирмы из любого региона страны могут их протестировать перед тем, как приобрести модули поиска с различными опциями для своего сайта, и превратить его в эффективный интернет-магазин туров.



»» В 2014 году в системе TravelPro появится возможность онлайн-бронирования железнодорожных билетов и оформления полисов страхования.

TravelPro — идеальный партнер

Появившийся в 2013 году онлайн-ресурс для бронирования туров становится все более популярным у агентств

Компания «Идеал-тур» одна из первых на отечественном рынке предложила турагентам услугу бронирования авиабилетов и отелей в единой системе на собственном сайте. В 2013 году было принято решение о создании отдельного ресурса — TravelPro для онлайн-бронирования турагентами различных услуг, что позволило улучшить качество и скорость обслуживания туристов. Сегодня на сайте www.travelpro.ru агентства могут самостоятельно бронировать авиабилеты на регулярные авиарейсы, проживание в отелях по всему миру, отправлять заявки на бронирование индивидуальных и групповых трансферов, услуг по экскурсионному и визовому обслуживанию. Поиск информации и процесс введения данных максимально просты, поэтому от пользователей системы — менеджеров турфирм не требуется каких-либо специальных знаний. Максимальная комиссия при работе с основными авиакомпаниями, включая «Транс-

аэро», S7 («Сибирь») и «Аэрофлот», и отелями позволяет агентствам получить дополнительный доход. На безвозмездной основе предлагается установка модулей онлайн-бронирования на агентские сайты.

«Благодаря качественному сервису, выгодным ценам и круглосуточной профессиональной поддержке сайт TravelPro становится все более популярным среди агентств, — отмечают представители «Идеал-тура». — В наши планы на 2014 год входит дополнение данного сервиса функциями по онлайн-бронированию железнодорожных билетов и оформлению полисов страхования». Компания «Идеал-тур» работает на рынке в сфере индивидуального и делового туризма с 2003 года, является аккредитованным агентом ИАТА, включена в единый федеральный реестр туроператоров РФ и имеет прямые контракты с крупнейшими поставщиками гостиничных и наземных услуг.

Технологии системы Contact — турбизнесу

Прошедший 2013 год для платежной системы Contact стал во многом поворотным с точки зрения внедрения новых технологий для оплаты туристических услуг

В частности, в 2013 году система Contact реализовала платежные решения с ключевыми поставщиками программного обеспечения для туристического рынка и стала предлагать туроператорам интеграционный сервис бронирования и оплаты туров в режиме реального времени. Помимо этого, система предоставила своим пользователям возможность онлайн-оплаты турпакетов с помощью платежного интернет-сервиса Contact24. Для удобства плательщиков предусмотрена возможность установки терминалов дистанционной оплаты туров непосредственно в офисе туроператора или агента. Все эти нововведения существенно сократили время оформления платежа и сроки его зачисления на счет компании, благодаря чему объем платежей в адрес турфирм существенно вырос и достиг 40% от всех платежных операций в рамках Contact.

«Главной целью развития технологий Contact всегда было и остается наличие различных опций для оплаты турпакетов, вне зависимости от их местонахождения или расположения офиса турфирмы, — подчеркивают представители компании. — В плане отношений с партнерами прошлый год был примечателен тем, что уровень развития IT-платформы Contact сделал возможным единовременное подключение к системе 15 крупных туркомпаний».

В планах системы Contact на 2014 год — ряд проектов, реализация которых позволит сделать процесс оплаты туров еще более удобным, быстрым и безопасным. В частности, сейчас ведется работа по созданию единого портала оплаты туров в рамках интеграции сервиса Contact24 и сайтов туроператоров. Данный проект делает доступными платежи в адрес большинства российских туркомпаний из любой точки мира через интернет или мобильные приложения. Причем с минимальными комиссиями или вообще без взимания комиссии.

Технологическая база осуществления платежей по системе Contact — одна из самых современных на рынке и отвечает всем требованиям качества и безопасности расчетов, предъявляемых как со стороны турфирм, так и их клиентов. Сегодня Contact использует для трехсторонних расчетов (клиент — система — туркомпания) технологии, позволяющие совершать полный комплекс операций, удобных всем участникам процесса. «Технологическое развитие Contact соответствует текущим рыночным требованиям и направлено на удовлетворение потребностей партнеров, число которых только в сфере туризма составляет 150 фирм», — отмечают в компании.



»» Уровень развития IT-платформы Contact сделал возможным в 2013 году единовременное подключение к системе 15 крупных туркомпаний.

HRS: нет предела совершенству

В 2014 году продолжится реализация планов, связанных с фундаментальными изменениями сервиса HRS.com

«Одним из ключевых моментов стало слияние с компаний Hotel.de (в России — Hotel.info), которую HRS.com приобрел в начале 2013 года. Это важная сделка не только упрочила позиции HRS.com в Европе, но и расширила влияние, добавив новые офисы, например, в Токио и Рио-де-Жанейро. Сейчас практически все технологически готово к объединению баз данных двух компаний, которые получают общий экстранет, общий личный кабинет для корпоративных клиентов и общую базу отелей», — рассказывает менеджер HRS.com Алексей Минаев.

Другим стратегическим направлением стало сотрудничество с GDS. Сейчас отели-партнеры HRS.com представлены во всех трех продуктах Amadeus: Cryptic, HotelPlus, AeTM. Глобальное сотрудничество HRS.com с Amadeus открывает индивидуальным гостиницам доступ в международный канал дистрибуции. Теперь такие отели представлены в GDS наравне с международными гостиничными цепями без дополнительных затрат средств на разработку технологий и продвижение.

Отели HRS доступны для бронирования 90 тысячам турагентств и более 6600 корпоративным клиентам по всему миру. Более того, HRS.com подписал договор с Sabre, в рамках которого в 2014 году отели-партнеры могут предлагать свои номера еще для 350 тысяч агентов. Глобальное сотрудничество HRS.com с ведущими GDS позволяет локальным региональным отелям абсолютно бесплатно выйти на международный туристический онлайн-рынок и значительно улучшить показатели загрузки номерного фонда.

2013 год также стал поворотным с точки зрения мобильной коммерции. Каждое шестое бронирование совершалось с помощью мобильного телефона или планшета. Ожидается, что уже в ближайшее время мобильные бронирования достигнут 20% от общего количества. Рост демонстрирует не только европейский рынок, но и российский, хотя здесь уровень продаж пока несколько ниже. «HRS.com планирует развивать мобильные решения и в будущем, причем целевой аудиторией выступают не только конечные пользователи услуг и гости отелей, но и сами отельеры», — рассказывает Алексей Минаев. — Так, в конце 2013 года было разработано мобильное

приложение, которое позволяет отельерам в несколько кликов управлять специальными предложениями и скидками в личном кабинете HRS.com».

Что касается отелей — партнеров HRS.com, то для них в 2014 году активная работа продолжится по трем направлениям. Слияние с hotel.de будет включать улучшение «юзабилити» как самих продуктов (сайт, мобильные приложения), так и экстранета, а также синергию клиентов обеих компаний. Подключение новых channel manager'ов позволит отелям тратить меньше времени на управление своими данными в HRS.com. Разрабатываются и развиваются новые продукты.

В 2013 году HRS.com представила такие новинки, как HRS Deals, Hotels NOW, Surprice Hotels. Эти продукты дают возможность отельерам значительно повышать загрузку номерного фонда. Например, HRS Deals позволяет поддерживать релевантный уровень загрузки в низкий сезон. Surprice Hotels позволяет отелям, не нарушая паритета цен, предлагать клиентам скидки. Это отличный инструмент и для несетевых (индивидуальных) отелей, которые могут в открытой конкурентной борьбе, без давления со стороны бренда именитого отеля, завоевать доверие и привлечь больше гостей. Hotels NOW дает отелям возможность не только заполнить пустующие номера, но и получить дополнительный приток бизнес-туристов, которые планируют свою поездку в последний момент.

Для корпоративных клиентов HRS.com с начала 2014 года открыла новую главу в истории компании, предлагая комплексные решения по бронированию гостиниц для деловых поездок. Выводя на рынок новый бренд «HRS.com Corporate — The Hotel Solutions Provider», компания продолжает успешное развитие инновационных решений и позиционирует себя как глобального поставщика отельных решений для бизнес-путешествий. Теперь HRS.com предлагает комплекс услуг, включающий не только бронирование отелей для деловых путешественников и групп, но оказывает и консалтинговые услуги по аналитике и сокращению затрат на размещение сотрудников компаний-клиентов, проводит индивидуальный подбор гостиничной базы и онлайн-тендеры для гостиниц, предлагает способы экономии бюджета и различные варианты оплаты.



НОВЫЕ ПРОДУКТЫ HRS В 2013 ГОДУ

>>> HRS Deals — сервис для бронирования отелей со скидкой от 50%. Это инструмент, который позволяет отельерам увеличить загрузку номерного фонда. Hotels NOW — мобильное приложение для тех, кто планирует поездку в последний момент — бронирование отеля накануне или в день заезда со скидкой от 30%. Surprice Hotels — проект, основанный на «слепом» бронировании, помогающий пользователям забронировать отели со скидкой от 25%, ориентируясь на описание номера и услуги, а не на бренд отеля.

UFS: альтернативные источники прибыли турагентства

В последнее время онлайн-сервисы по бронированию и продаже пакетных туров, железнодорожных и авиабилетов, отелей, страхованию пассажиров в поездке и других продуктов стремительно развиваются, составляя все большую конкуренцию традиционным каналам продаж – туроператорам и турагентствам. Различные маркетинговые инструменты, программы лояльности – это отличные способы удержать клиентов и привлечь новых. Однако все больше туристических агентств задумывается об альтернативных источниках дохода. При этом на основе уже имеющегося потока клиентов без значительных вложений в IT-технологии, рекламу и персонал агентство может не только сохранить свое место на рынке, но и увеличить прибыль.



»»» Компания «УФС» 10 лет предоставляет сервис по продаже и бронированию широкого спектра туристических услуг на базе современной высокотехнологичной IT-платформы UFS-Online. Ее специалисты в режиме 24/7 оказывают полную техническую поддержку пользователей ПО и конечных потребителей. Программное обеспечение основано на последних информационных технологиях туристической отрасли, оно постоянно обновляется и совершенствуется. Новинкой ближайшего времени станет интеграция продуктов «УФС» с системами продажи международных железнодорожных перевозчиков.

СЕКРЕТ УСПЕХА – ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ

Как правило, турагентство продает уже готовые пакеты от туроператоров. Но зачастую вылеты, особенно за рубеж, производятся из городов, где есть крупные аэропорты – из так называемых хабов. До места отправления клиенту нужно добраться. Предложив ему билет на самолет или поезд и «не отпуская» его в традиционную билетную кассу, турагентство не только решает проблему путешественника, но и делает кросс-продажу, получая комиссионное вознаграждение. Компания «УФС» предоставляет программное обеспечение (ПО) «под ключ» и удобный сервис для продажи железнодорожных, авиабилетов, а также бронирования отелей, оформления страховых полисов, билетов на «Аэроэкспресс». Простой в работе единый интерфейс ПО «Электронная касса» позволяет подобрать наиболее удобный вид транспорта, определить маршрут и время отправления относительно уже купленного тура. Бронируя услуги через «Электронную кассу», можно воспользоваться специальными предложениями перевозчиков, принять участие в бонусных программах. Технология «УФС» не требует вложений в разработку дополнительных опций, обновляется регулярно и бесплатно. «Электронная касса» напрямую взаимодействует с системой продажи электронных билетов ОАО «РЖД», крупнейших GDS и ведущих авиаперевозчиков. Это обеспечивает получение актуальных сведений о наличии мест, расписании, категориях питания на борту в режиме онлайн.

ЗАСТАВЬТЕ САЙТ ПРИНОСИТЬ ДОХОД

Часто турагентства недооценивают возможности своего интернет-сайта, ориентируясь лишь на его информационную составляющую: публикует отзывы путешественников, информирует о «горящих» предло-

жениях, турах и т.д. Нужно максимально использовать трафик агентского сайта. «УФС» дает возможность клиентам турфирмы покупать билеты и бронировать отели, не выходя из дома – с помощью «Онлайн-модуля». Это специальная форма, которая встраивается в сайт и осуществляет продажи широкого спектра туристических услуг. Как и в «Электронной кассе», клиентам доступны билеты на все направления ОАО «РЖД», в том числе международные, билеты на рейсы более 300 крупнейших авиаперевозчиков мира (включая чартерные и лоукост), а также услуги бронирования номеров более 150 тысяч отелей. Страхование пассажиров производится «в один клик». На сайте ваш посетитель всегда может оплатить услуги картой или выбрать отложенную оплату наличными. «УФС» обеспечивает надежность платежного шлюза и принимает к оплате карты крупнейших платежных систем, в том числе AmericanExpress и DinersClub.

НЕ УПУСТИТЕ «БЫВАЛЫХ»

Одна из тенденций современного туристического рынка – увеличение числа самостоятельных путешественников. Это опытные туристы, которые хотят формировать программу своей поездки индивидуально. Не всегда туроператоры могут предоставить им такую возможность. Установив ПО от «УФС», турфирма получает заметное преимущество перед конкурентами и может как конструктор «собрать» особенное путешествие для своего клиента.



Система бронирования
для вашего бизнеса



УНИВЕРСАЛЬНАЯ
ФИНАНСОВАЯ
СИСТЕМА

Собери
свой идеальный
ПРОДУКТ



- ✓ Продажа ЖД и авиабилетов
- ✓ Бронирование отелей
- ✓ Платежный шлюз
- ✓ Техническая поддержка
- ✓ Собственный колл-центр
- ✓ Обучение кассиров

10 лет на рынке

6000 агентов

300 авиакомпаний

Контактная информация:

123290, г. Москва, 1-й Магистральный тупик, д. 5А, блок D,

БЦ «Магистраль плаза»

+7 (495) 642-83-66;

partner@ufs-online.ru; www.ufs-partner.ru; www.ufs-online.ru

Билет в лучшее будущее

18 февраля 2014 года состоялось очередное заседание Правления некоммерческой организации «Альянс туристических агентств», на котором в его ряды было принято несколько новых членов. Среди них — холдинг «Випсервис». Генеральный директор холдинга Дмитрий Горин был выбран в члены правления альянса.

Что ищет крупнейший российский билетный консолидатор в партнерстве с АТА, почему альянс избирает в правление топ-менеджера не из сетевой туристической организации, какую пользу принесет это сотрудничество «Випсервису», некоммерческой организации и ее членам? На эти вопросы отвечает **ДМИТРИЙ ГОРИН**.



Чем вызван интерес к членству в АТА со стороны несетевой организации холдинга «Випсервис»?

Сначала небольшая ремарка — у нас тоже есть сеть розничных агентств. Просто она еще очень молода. Что касается факторов, повлиявших на наше решение войти в альянс, то их много. Но самых важных — два.

Первый — мы всегда идем за нашими клиентами и стараемся быть ближе к ним. Мы активно сотрудничаем с сетевыми организациями. Наши клиенты — «Магазин горящих путевок», «Горячие туры», «Мастер Отдыха», «ТТ-Трэвел» (TUI), «Роза ветров», НАТО (Национальные агентства и туристические операторы), «Глобал Трэвел», «География» (сеть в Екатеринбурге). Это уже действующие, или — мы в это верим — будущие члены альянса. Нам приятно иметь возможность для диалога с ними не только в рамках повседневной работы, но и на площадке для обсуждения стратегически важных вопросов функционирования рынка.

Второй фактор — нам понятны и близки цели и ценности этой организации. Мы всегда подчеркиваем, что видим свою роль в консолидации рынка. Эта роль заключается в распространении знаний, технологий и стандартов, а не только в предоставлении выгодных коммерческих условий сотрудничества. Мы вообще верим в эффективность объединений профессиональных успешных людей.

Билетные продажи — востребованная дополнительная услуга, которая распространяется все шире. Мы видим это по росту количества пользователей нашей онлайн-системы бронирования билетов и сопутствующих услуг «Портбилет» в федеральном масштабе. Более 60% договоров на подключение сегодня подписывается без участия менеджеров по продажам, агентства по собственной инициативе приходят к нам.

Участникам альянса мы предложим наш опыт, знания и технологии. Мы хотим, чтобы появились стандарты обслуживания и для билетных продаж.

Коллеги ожидают от вас активного профессионального обмена опытом в вопросах функционирования агентского и субагентского рынка. Чем вы готовы поделиться с коллегами?

Субагентская сеть — наше важнейшее, стратегическое направление бизнеса. За двадцать лет работы мы сформировали не только деловые, но и человеческие отношения с субагентами. Это актив, который не может быть ни украден, ни скопирован.

Общаясь ежедневно, мы понимаем, что в это не лучшее для всех время особенно трудно независимым агентствам. Они вынуждены в одиночку противостоять вызовам рынка. Перевозчики сокращают комиссии. Они ожидают стреми-

Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем

Тел. (495) 626-50-12

www.vipservice.ru

тельного роста продаж. Специалисты — турменеджеры, билетные кассиры — оценивают свои умения и знания все дороже. Они становятся все более подвижными, легко меняя работодателей. Клиенты уходят в другие, более технологичные каналы продаж. Они хотят получить хороший сервис за меньшие деньги. Все это — издержки, расходы, потери, которые приводят к неминуемому «дырам» в балансе, размер которых с каждым днем растет.

Мы в состоянии помочь тем владельцам бизнеса, кто уже оказался в такой ситуации, но активен, не боится выйти из зоны комфорта, готов меняться. Мы даем технологии, которые расширяют список услуг, сокращают издержки на персонал, при этом не создают серьезных дополнительных затрат. В каждом отдельном случае рецепт свой. Главное — не бояться искать помощи у сильного партнера.

Альянс стремится сделать свой вклад в развитие более прозрачной и профессиональной туристической индустрии, все участники которой будут ответственно подходить к выполнению своих рыночных обязательств. Это будущее станет лучшим для всех — клиентов, агентств, их поставщиков.

>>> «Випсервис» — крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг. Основные направления деятельности компании — консолидационное (субагентская сеть), тревел-менеджмент-консалтинг, продажа пассажирских перевозок частным лицам онлайн, учебный центр. Холдинг является агентом номер один национальных российских перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД, имеет сеть турагентств — 6 офисов в Москве и в других городах, а также управляет в качестве оператора федеральной сетью сервисных центров по бронированию авиационных и железнодорожных перевозок.

В тему

Что вы можете сказать о холдинге «Випсервис» как о партнере? Что вы ожидаете от его прихода в альянс?

Генеральный директор компании «Магазин горящих путевок»
СЕРГЕЙ АГАФОНОВ

«Випсервис» — один из стратегических партнеров МГП. Высокопрофессиональная работа, гибкий партнерский подход и технологичность коллег позволяют нам взаимовыгодно сотрудничать уже много лет.

Вступление в АТА такого крупного игрока, как «Випсервис», безусловно, поможет альянсу в реализации заявленных целей. Достигать компромисса, выстраивать максимально эффективные взаимоотношения, учитывающие потребности быстро меняющегося агентского рынка, гораздо легче, находясь в режиме постоянного диалога и держа руку на пульсе, что и подразумевает членство в АТА.

Генеральный директор компании «Спутник»
СЕРГЕЙ КУЛЬКО

О «Випсервисе» я могу сказать только хорошее. В настоящий момент мы не ведем активное сотрудничество. Но, по информации коллег, «Випсервис» заслуживает высокой профессиональной оценки как высокотехнологичный партнер с корректным отношением к контрагентам.

Мы приветствуем любые партнерские отношения, если они направлены на конструктивную работу. Безусловно, приятно когда к альянсу присоединяются партнеры-лидеры в своем сегменте бизнеса. Для нас важен успешный опыт работы наших партнеров, новый взгляд на события, происходящие в альянсе. Уверен, что членство в АТА «Випсер-

виса» — важное приобретение, которое принесет прогрессивные результаты.

Генеральный директор УК «Горячие туры»
СВЕТЛАНА МАКАРОВА

«Випсервис» — один из организаторов «Турпомощи», а Дмитрий Горин является вице-президентом АТОРа по транспорту. Холдинг — партнер сети «Горячие туры» с 2010 года. С данной компанией мы сотрудничаем по линиям «Портбилет» и «Билетикс». «Випсервис» проявил себя как надежный партнер, это лидер по продажам авиаперевозки. Благодаря нашему сотрудничеству агентства сети получили возможность бронировать авиационные и железнодорожные билеты в системе «Портбилет» на выгодных условиях,

интегрироваться с крупнейшими мировыми системами бронирования пассажирских перевозок без затрат на дорогостоящее оборудование, привлечь к работе профессиональных операторов по бронированию, круглосуточный call-центр, а также повысить производительность нашего труда, сократив объем ручной работы и уменьшив количество возможных ошибок. Работа «Випсервиса» как поставщика транспортных услуг в качестве партнера альянса даст более объемную картину развития туристического рынка. Специалисты холдинга превосходно знают свое дело, именно это позволит определить оптимальные механизмы взаимодействия и найти новые точки соприкосновения.





«» Круизы из Санкт-Петербурга на Royal Princess 5* Lux.

»» КРУИЗЫ

Двойная польза для партнеров

Круизный туроператор Breeze Line продолжает продажи своего нового турпродукта весенне-летнего сезона 2014 года «Столицы Северной Европы из Санкт-Петербурга на Royal Princess»



11-дневный кольцевой круиз стартует и завершается в порту Северной столицы. Маршрут предполагает посещение Хельсинки, Стокгольма, Копенгагена, Осло, Орхуса, Гётеборга, Берлина и Таллина. Круиз будет выполняться на флагмане Princess Cruises — Royal Princess 5* Lux. В период с 30 мая по 26 августа запланировано 10 рейсов.

Для мотивации партнеров Breeze Line провел промоакцию «Продай круиз и получи i-Pad». Участие в розыгрыше призов приняли агенты, которые заблаговременно стали предлагать своим клиентам бронировать новинку сезона. Победителями стали наиболее успешные в продажах круизов из Санкт-Петербурга турфирмы, московские — RGB-tour (фото 1), круизный центр «100 морей» (фото 2) и «Нордэкс», а также Astarta Group из Санкт-Петербурга (фото 3) и турагентство «Турне» из Томска (фото 4).

«Отправляя наших туристов в круиз с Breeze Line, мы можем быть совершенно спокойны, зная, что качество обслуживания будет на высоте», — говорит генеральный директор круизного центра «100 морей» Наталья Дядченко. «Более всего мы заинтересованы в стабильности и устойчивости нашей дальнейшей работы и, соответственно, в хороших и взаимовыгодных результатах сотрудничества с оператором», — отмечает руководитель сети агентств RGB-tour Михаил Алексеев. «В Петербурге традиционно пользуются спросом круизы с посещением норвежских фьордов и путешествия по столицам Балтики на паромах, — рассказывает генеральный директор Astarta Group Ольга Смычковская. — Поэтому на старте мы не были уверены в том, что гораздо более качественные, но и более дорогие круизы, не предусматривающие посещения фьордов, будут так востребованы. Однако практика продаж показала, что наши клиенты все больше тяготеют пусть и к более затратным, но и более качественным круизам».

«В этом году компания Princess Cruises, которую мы представляем, впервые организует такую большую программу из Санкт-Петербурга, — поясняет заместитель директора Breeze Line Илья Милитицкий. — Новейший флагман флота компании, лайнер Royal Princess, будет выполнять круизы по северным столицам — это очень популярное у туристов направление. Поначалу у наших питерских агентов были некоторые сомнения по поводу продаж круизов премиум-класса, но результаты явно превзошли ожидания: сочетание интересной программы и возможности путешествия на новеньком, суперсовременном лайнере вызвали огромный интерес. Сейчас в компании Breeze Line стартовала новая акция «Восточный Экспресс», в рамках которой призами победителям станут ознакомительные круизы по Японии. Подробную информацию о конкурсе можно получить в личном кабинете агентства на сайте www.breeze.ru.



Первый электронный гид

С 2014 года круизная компания «Мостурфлот» на всех своих теплоходах предлагает туристам «медиагиды»

Мультимедийные информационные устройства представляют собой подробный аудиоинформационный буклет-путеводитель «Круизы по рекам России» и специальное электронное устройство «медиапен». Аудиоинформация разделена по темам: города и населенные пункты,

культурные и исторические памятники, география, природные ресурсы и т.д. В дополнение к путеводителю создается мультимедийная библиотека, в которую уже входит буклет «Дом Романовых» (все о династии Романовых и времени их правления, время звучания — около

3 часов), подарочная книга «Московское время» (история Москвы), карты-путеводители по основным историческим объектам Москвы и Санкт-Петербурга. Готовится книга о народах России. Аудиоинформация будет поддерживаться информацией в видеоформате.



>>> В 2013 году компания «ВодоходЪ» приняла на круизных теплоходах

112 тысяч

клиентов. Пассажиропоток на внутригородских перевозках составил около 400 тысяч человек.

Юбилей «Водохода»

Компания «ВодоходЪ» встречает десятый, юбилейный навигационный сезон

За прошедшие годы оператору удалось не только сохранить лучшие традиции своих российских предшественников, но и реализовать программу по созданию качественно новых туристических продуктов с учетом лучших мировых образцов. Сегодня «ВодоходЪ» предлагает широкий спектр круизных маршрутов продолжительностью от 3 до 19 дней, охватывающих почти всю Европейскую часть России. В 2013 году навигация судов оператора продолжалась 175 дней — с 29 апреля по 20 октября.

В этом году компания намерена разнообразить водные путешествия с помощью новых экскурсионных программ, которые традиционно входят в стоимость путевки. Теперь турист может самостоятельно выбрать одну из трех основных бесплатных экскурсий. У оператора появился интернет-магазин для частных лиц с возможностью онлайн-оплаты картами Visa или MasterCard.



Все дороги ведут в школу

Новые тренды на российском рынке образовательного туризма – индивидуализация обучающих программ, повышенный интерес к нестандартным турам, раннее бронирование программ академического обучения

«В 2012–2013 годах рынок образовательного туризма в нашей стране демонстрировал стабильный рост», — считает руководитель отдела обучения за рубежом компании Language Link Наталья Сергеева.

ПЕРВЫЕ СРЕДИ ЛУЧШИХ

По свидетельству эксперта, абсолютным лидером продаж стали детские групповые образовательные программы. Большой популярностью также пользовались долгосрочные программы обучения (среднее и высшее образование за рубежом). Явно вырос интерес к нестандартным, максимально «персонализированным» предложениям. Это, например, программы home tuition, когда клиент проживает в семье преподавателя и про-

ходит обучение в домашних условиях; family programmes, в рамках которых обучение проходит вся семья, причем у каждого ее члена — своя учебная программа, а также специализированные программы для детей Academic summer, когда дети изучают иностранный язык и ряд школьных дисциплин, занимаются спортом. Это отличная возможность для адаптации и подготовки к долгосрочным программам обучения.

«В целом на сегодняшний день ситуация аналогична прошлому году. При этом надо отметить следующую тенденцию: постоянные клиенты заключают договоры раньше, а первичные клиенты не торопятся принимать решение о поездке, — рассказывает директор по маркетингу агентства международного образования «Инсайт-Лингва» Наталья Пугачева. — Думаю, что отчасти это связано с колебаниями «новичков» относительно окончательного решения о поездке в условиях роста курса валют, тогда как постоянные клиенты осознают необходимость образовательной поездки для своих детей. Они доверяют нам как оператору и поэтому стараются заключить договоры как можно раньше, чтобы гарантировать места в группе и на курсе в учебном заведении. Также стоит отметить раннее бронирование академических программ».

НЕСТАНДАРТНО

По словам Натальи Пугачевой, одним из основных направлений работы компании являются летние каникулярные программы для школьников. Традиционные лидеры продаж — Великобритания, США и Мальта. Из интересных предложений оператора можно выделить «Летнюю художественную школу в Лондонском университете искусств». В двухнедельную программу включены не стандартные уроки английского языка, а занятия на английском по темам «Искусство: рисунок, живопись, коллаж», «3D дизайн», «Графический дизайн», «Дизайн одежды» и «Фотография: практическая работа в студии и на улице». «Динамика спроса на основные направления образовательного туризма в последние два года в целом стабилизировалась. Видимо, этому способствовало отсутствие визовых «революций», «пандемий» и относительная стабильность

Абс ИнсайтЛингва
Обучение за рубежом

Для молодежи и взрослых

- Языковые курсы в 28 странах
- Подготовка и поступление в зарубежные университеты
- Бакалавриат, магистратура, MBA
- Профессиональные курсы

Для детей и подростков

- Комплектуемые группы: Великобритания, США, Мальта, Кипр
- Программы для готовых групп
- Индивидуальные программы: изучение языка + спорт/наука/творчество/лидерство
- Художественная школа в Лондоне
- Программы для родителей с детьми от 3 до 15 лет
- Школы-пансионы и колледжи

Мы ждем вас на МИТТ-2014 на национальных стендах Великобритании и Мальты

Страны обучения

Австралия	Испания	Нидерланды
Австрия	Италия	Новая Зеландия
Бельгия	Канада	США
Великобритания	Кипр	Франция
Германия	Китай	Чехия
Ирландия	Мальта	Швейцария
		ЮАР

Москва (495) 795-0922 **Санкт-Петербург** (812) 332-9373 **Калининград** (4012) 59-3059

российской валюты, — говорит руководитель департамента продаж компании Elitour Наталья Розова. — Список наиболее популярных направлений у наших клиентов не изменился. По-прежнему сюда входят Великобритания, США, Швейцария, Германия и Франция». Среди летних программ оператора востребованы классические предложения для групп в Великобритании, США, Ирландии. Повышенный интерес в прошлом сезоне вызвал новый групповой комбинированный тур «Европейские каникулы», в рамках которого студенты имели возможность учиться и отдыхать в швейцарских Альпах с последующим переездом на южное побережье Англии. Успешно реализуются групповые программы «Каникулы на Манхэттене», «Каникулы в Калифорнии», «Новые лидеры» на базе Кембриджского университета. Востребована и эксклюзивная программа Elitour «Каникулы у моря» в английском курортном городке Истборн на базе старейшего учебного заведения страны — Истборн Колледжа. Для индивидуальных оператор предлагает программы «Суперинтенсив» в Бельгии, Великобритании, Франции, Германии, позволяющие за короткое время значительно поднять уровень владения иностранным языком. Для родителей с маленькими детьми подойдут программы «В школу с мамой», для любителей спорта — программы с подготовкой по футболу, теннису, хоккею, серфингу.

НОВЫЕ ТРЕНДЫ

«Мы ожидаем, что в новом сезоне сохранятся и получат дальнейшее развитие тренды, которые наметились в 2012–2013 годах», — полагает Наталья Гришаева. По ее словам, сейчас наблюдается повышенный интерес к изучению нескольких иностранных языков одновременно. Клиенты заинтересованы в посещении двух или трех стран за сезон, с последовательным изучением разных языков. «На наш взгляд, интерес к получению высшего образования за рубежом будет расти, — уверена Наталья Пугачева. — В сентябре 2013 года президент РФ утвердил список иностранных вузов, дипломы которых будут признаваться в нашей стране. Их студентам будут выделяться государственные стипендии». По ее словам, важный тренд в каникулярных программах для школьников — выбор интенсивных курсов изучения языка и специализированных программ «язык + наука/спорт/искусство/бизнес/лидерство», которые дают ребенку возможность развить свои таланты. Набирают популярность программы для родителей с маленькими детьми в возрасте 4–8 лет.

«Ценовая политика большинства туроператоров зависит от условий, которые предлагают партнеры — зарубежные образовательные центры, авиакомпании и иностранные диппредставительства в Москве, — поясняет Наталья Розова. — На стоимость поездки, конечно, влияет «самочувствие» российской валюты. Очевидно, что нынешнее ослабление рубля по отношению к доллару и евро ставит в невыгодное положение российских студентов и школьников по сравнению с их коллегами из Западной Европы. Для наших клиентов рублевая цена поездки может увеличиться на 15–20%. Если ослабление рубля продолжится, то эти цифры будут еще больше». По мнению эксперта, на любое значительное подорожание рынок все последние годы реагировал стандартно — снижением спроса. Видимо, и новый сезон не будет исключением.



>>> В сентябре 2013 года президент РФ утвердил список иностранных вузов, дипломы которых будут признаваться в нашей стране.

19 ЛЕТ В ЗАРУБЕЖНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Каникулы за рубежом

Изучение настоящего английского, французского, немецкого, испанского на родном языке:

- с экскурсионной или спортивной/развлекательной программой
- в столице или очередабельной провинции
- у моря или в горах
- самостоятельно или с родителями
- с группой или индивидуально

Академические программы в Западной Европе и США:

- средние школы и колледжи
- подготовка в университет
- высшее образование
- специальное образование
- повышение квалификации
- специальная языковая подготовка



РОССИЯ, МОСКВА,
М. «АРБАТСКАЯ»-«ПУШКИНСКАЯ»
TEL: (495) 921 4146, 629 3676
E-MAIL: INFO@ELITOUR.COM
WWW.ELITOUR.COM



Под гору в сугроб

Первую строку в рейтинге наиболее опасных стран для зимнего отдыха заняла Австрия

Аналитический центр «АльфаСтрахование» исследовал статистику страховых обращений россиян за рубежом и составил рейтинг наиболее опасных стран для зимнего отдыха по итогам прошлого года. Первую позицию среди стран, где чаще всего встречались пять наиболее популярных причин для страховых обращений, занимает Австрия, на втором месте — Болгария, третье место делят между собой Таиланд и Индия, на четвертом — Германия, на пятом — Израиль. Самым частым поводом для обращений за медицинской помощью в заграничных поездках в прошлом году стали воспалительные заболевания дыхательных путей (тонзиллит, ринит, синусит, ларингит, фарингит, бронхит), среднее значение составило 33,7%.

На втором месте оказались травмы (средний показатель — 14%), на третьем — острые воспалительные заболевания желудочно-кишечного тракта (средний показатель — 8,7%), на четвертом — переломы (8,2%), наконец, пятыми по «популярности» стали растяжения (5,6%).

Необходимо отметить, что «АльфаСтрахование» не работает с туроператорами, специализирующимися на таких направлениях, как Турция и Египет, и данные по этим направлениям не были учтены в статистике.

Самый высокий показатель воспалительных заболеваний дыхательных путей за период исследования наблюдался в Израиле (превышает среднее значение на 13,9%), затем следует Германия (пре-

вышение на 6,2%), замыкает тройку Таиланд (превышение на 1,6%).

В Австрии, Болгарии и Индии данный показатель ниже среднего значения на 11,2%, 9,7% и 0,9% соответственно.

Наиболее травмоопасными направлениями выездного туризма, по данным страховой компании, в прошлом году стали Таиланд (превышение среднего значения на 2,3%), Австрия (превышение на 6,4%) и Болгария (превышение на 9,3%). Наименее травмоопасной страной, согласно внутренней статистике «АльфаСтрахование», является Израиль — показатель меньше среднего значения на 10,1%.

Показатель переломов в Австрии превышает среднее значение в 2,8 раза, в Болгарии — в 1,6 раз. Наиболее низкие значения по данному показателю наблюдались в Таиланде (2,6%) и Израиле (3,8%).

Наиболее высокий процент воспалительных заболеваний желудочно-кишечного тракта был отмечен в Индии, где среднее значение превышено в 2,9 раз. В Таиланде средний показатель превышен на 1,3%. Наименьшее количество гастроэнтеритов зафиксировано в Австрии — показатель в 2,4 раза ниже среднего значения, в Болгарии этот показатель ниже среднего значения в 1,8 раз. «Смена обстановки и путешествие за границу для многих россиян — излюбленный способ справиться с сезонной хандрой и зарядиться бодростью. Особенно много туристов выезжает за рубеж в период новогодних каникул. В группе риска в этот период — туристы, страдающие сердечно-сосудистыми заболеваниями, нарушениями деятельности нервной системы, астматиками», — комментирует Антон Колегов, главный андеррайтер Управления страхования путешествующих «АльфаСтрахование».

«Стандартная медстраховка не покрывает некоторых рисков. Особенность страхования горнолыжников и сноубордистов заключается в том, что страхуется дополнительный спортивный риск. В случае страхования горнолыжника-любителя тариф страхования по сравнению со стандартным тарифом по базовому договору страхования удваивается, при страховании профессиональных горнолыжников стандартный тариф утраивается», — отмечает эксперт.



РАСПРОСТРАНЕННЫЕ СТРАХОВЫЕ СЛУЧАИ В ПЕРИОД ЗИМНЕГО ОТДЫХА



СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ

Ранг	Вид страхового случая	Среднее значение (%)
1	Воспалительные заболевания дыхательных путей	33,7%
2	Травмы мягких тканей	13,9%
3	Воспалительные заболевания желудочно-кишечного тракта и расстройства пищеварения	8,7%
4	Переломы, в том числе множественные	8,2%
5	Травмы суставов, в том числе вывихи, растяжения	5,6%

Источник: данные компании «АльфаСтрахование»

ERV — 2 миллиона не предел

«Подводя итоги прошедшего года, мы можем сказать, что число 13 оказалось для ERV счастливым. За 2013 год число застрахованных туристов в ERV превысило цифру в 2 миллиона человек», — отмечает генеральный директор страховой компании ERV **АНДРЕЙ ТЮРИН**.



В прошлом году у компании появилось немало новых партнеров. В их числе авиакомпания airBaltic, туроператоры «Солвекс», «Дельфин» и большое количество туристических агентств, которых насчитывается уже более 2 000 в портфеле компании. С 2013 года страховая компания ERV начала сотрудничество с авиакомпанией airBaltic. Это стало возможным благодаря глобальному партнерству группы ERV и airBaltic на международном рынке. Теперь при покупке билета на сайте airBaltic российский клиент может приобрести страховой полис ERV, выбрав один из двух комплексных страховых пакетов.

«В июне мы выпустили на рынок новую страховую программу, не имеющую аналогов в России, — Страховой пакет ОПТИМА, который довольно быстро набрал популярность среди туристических компаний. Другая важная новость — в конце года совместно с мировым лидером по продажам билетов на концерты и театральные мероприятия компанией CTS Eventim (Parter.ru и Kontramarka.ru) запущен новый продукт ERV — страховая программа EVENT (Страхование культурно-массовых мероприятий). Этот старт также оказался весьма успешным», — комментирует итоги 2013 года Андрей Тюрин.

Относительно планов ERV на 2014 год руководство компании говорит, что они, как всегда, амбициозны: «Наш бизнес всепогодный, поэтому уже сейчас мы ведем переговоры с потенциальными партнерами, а также обсуждаем совместные действия с партнерскими компаниями. В преддверии летнего туристического сезона у нас в планах запуск нескольких онлайн-проектов. Мы продолжим активно проводить семинары, вебинары и тренинги для турагентств по всей России. Что касается новинок, то в этом году мы планируем активно продвигать уже выпущенные нами продукты, их потенциал на рынке огромен».

Страховая компания ERV активно действует на туристическом рынке, включая перспективный корпоративный сектор. Планы развития на этом направлении связаны с партнерством с АБТ — Ассоциацией бизнес-туризма. «В этом году мы планируем начать сотрудничество с компаниями в рамках бизнес-туризма, российскими MICE-операторами. Учитывая успешный опыт группы ERV за рубежом в корпоративном сегменте, я считаю, что и в России нам удастся заинтересовать этот рынок», — подчеркивает Андрей Тюрин.

Страховщики просят о коррективах

Всероссийский союз страховщиков (ВСС) считает страховое покрытие в размере не менее 2 млн рублей для выезжающих за рубеж туристов завышенной суммой и просит Министерство финансов уменьшить ее вдвое

С страховщики направили в Минфин предложение доработать законопроект об условиях страхования путешественников, подготовленный ведомством, и изменить размер минимальной суммы покрытия страхового полиса. Президент ВСС Игорь Юргенс считает, что необходимо более четко определить, что является страховым случаем в соответствии с законом «Об

организации страхового дела». Согласно этому документу, страховым случаем является не внезапное заболевание, несчастный случай или смерть, как это прописано в законопроекте Минфина, а риск возникновения непредвиденных расходов на оказание экстренной или неотложной медицинской помощи (включая медицинскую эвакуацию) при несчастном случае или вне-

запном заболевании, а также на репатриацию тела в случае смерти застрахованного лица. В то же время имущественные интересы застрахованного лица являются объектом страхования финансовых рисков. Кроме того, Игорь Юргенс отмечает, что законопроектом, подготовленным Минфином, установлена необоснованно завышенная сумма минимальной страховки. Согласно доку-

менту, это 2 млн рублей, в то время как действующая сейчас планка не превышает 1,5 млн рублей. При определении размера страховой суммы должно учитываться несколько факторов: страна посещения, цель и сроки поездки, стоимость медицинской помощи, которая может потребоваться, а также расходы на репатриацию тела в случае смерти туриста.



Не упускай сегодняшний день

В последние годы знаменитый телеведущий **ВЛАДИМИР ПОЗНЕР** стал заправским путешественником. Весной 2008 года на Первом канале вышел цикл фильмов «Одноэтажная Америка», снятых Владимиром Познером и Иваном Ургантом. Затем был показан аналогичный проект о Франции «Тур де Франс». Вскоре издательство «АСТ» представило книгу Владимира Познера с таким же названием, ставшую результатом этой поездки. Позже Владимир Познер и Иван Ургант проехали по Италии, затем состоялась поездка по Германии.

ТЕКСТ И ФОТО
АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ

Владимир Владимирович, какое место в вашей жизни занимают туризм и путешествия? Я очень люблю ездить по разным странам и считаю, что ничего более интересного не существует. Особенно люблю Европу. Если разговариваешь с людьми просто так, а не через микрофон и телекамеру, узнаешь много нового. Я получаю удовольствие от общения с друзьями, от книг, хорошей музыки. Я ничего не коллекционирую, но так получилось, что я стал собирать кружки с названием мест, где был. Сейчас у меня триста с лишним таких кружек. Очень люблю теннис, два раза в неделю хожу на корт. Так что я много от чего получаю удовольствие. Французская часть моей натуры словно говорит мне, что надо взять все хорошее от дня сегодняшнего, что будет завтра еще никому не известно. Конечно, надо планировать: вот через две недели я буду там-то и там-то, это все правильно. Но не упускай день сегодняшний, он такой прекрасный. И вот так живет вся Франция.

Например, во время обеда не надо «запихивать» наспех в себя еду, а лучше посидеть с друзьями два часа днем, ведь поработать можно и вечером. Если уж ты здесь, получай удовольствие, я стремлюсь к этому.

Пару лет назад у вас вышла книга «Тур де Франс». Читая ее, я понял, что вы очень любите Францию. Можете пояснить, за что?

Если вы прочитали книжку, то у вас, по идее, уже должен быть ответ на этот вопрос — я довольно подробно пишу об этом. Я там родился, моя мама была француженкой — это, конечно, играет определенную роль. Но чтобы по-настоящему что-то или кого-то любить, нужно иметь личный опыт. Уже во взрослом возрасте я много раз бывал во Франции, но именно поездка для съемки программы позволила мне увидеть Францию очень подробно. В повседневной жизни есть целый ряд мест, куда мы не поедем, огромный контингент людей, с которыми мы не общаемся в силу различия в

профессиях, социальном статусе и так далее. Во время поездки я открыл для себя много нового. И именно тогда я с особой силой почувствовал, что Франция — это моя страна. Притом что у нее есть проблемы, и очень серьезные, она мне мила, она соответствует моему настрою, моему духу. Любовь логическому объяснению не поддается. И вообще гораздо проще рассказать, почему ты не любишь кого-то или что-то, чем объяснить, почему ты любишь.

Чем Франция принципиально отличается от России?

Если не говорить о географических и климатических отличиях, которые, на мой взгляд, не так уж и принципиальны, я бы отметил, что французы очень серьезно отличаются от русских. Это народ, на мой взгляд, гораздо менее эмоциональный, гораздо менее склонный к перепадам настроения от полного мрака до абсолютного восторга. Зато необыкновенно чувствующий красоту. Причем во всем — от вина и еды до предметов быта. В этом смысле Франция поразительная страна. И недаром она была законодателем мод в течение нескольких веков.

Это цивилизованное государство Европы, ставшее таким одним из первых. Это страна, которая сильнее всего повлияла на весь мир. Недаром еще до монголо-татарского ига русские княжны выходили замуж за французскую знать. В одном из французских городков даже есть памятник дочери Ярослава Мудрого, которая вышла замуж за французского короля. На самом деле, сходства между народами Франции и России почти нет. Может быть, поэтому они так и притягиваются друг к другу.

Французам свойственны снобизм и высокомерие. Например, моя знакомая поехала в гости к своей подруге во Францию и уехала на неделю раньше, чем собиралась, как раз из-за этого.

У французов встречается некоторое высокомерие, особенно в определенных кругах, убежденность в своем превосходстве. Как я люблю в шутку говорить, французы не думают, что они лучше всех, они это знают. Французам свойственно свысока относиться к другим народам. Другая их не очень приятная черта — некоторая скарденность. Французы очень хорошо считают деньги. Есть даже такое выражение *soucet a sous*, если буквально перевести на русский, оно означает «копейка — это копейка». Французы не такие широкие люди, как русские, чтобы взять, ух, все содержимое холодильника и на стол поставить.

Моя мама француженка, она меня воспитала соответствующим образом, мы уже жили тогда в Советском Союзе. Хорошо помню, как-то вечером я зашел к родителям. У них были гости, стоял накрытый стол, а готовила мама замечательно. Она на меня подняла глаза

и спросила: «Ты голоден?» Я прекрасно понимал, что надо отвечать нет. У родителей было четверо гостей, их с отцом двое. Мама приготовила еду на шесть человек. И эти шестеро замечательно поужинают, а вот для седьмого еды уже нет. Очень характерная французская черта. Иногда это может быть неприятно.

Вы путешествуете не только по Европе. Не так давно вам довелось поехать по Иордании. Какие впечатления остались у вас от этой поездки?

Огромное впечатление на меня произвел город-крепость Петра, одно из великих чудес мира, каменный город, основанный более четырех тысяч лет назад. Там я увидел многочисленные монументальные храмы и гробницы, усыпальницы и праздничные залы, водные каналы и резервуары, бани, культовые сооружения, красоту которых описать невозможно.

Я недолго находился около Мертвого моря, купался в нем. Там происходят странные вещи, можно сказать, что я сидел на воде, потому что лечь невозможно, вода выталкивает. Думаю, что легенда о том, что Христос ходил по воде, там и родилась.

Я довольно много общался с простыми иорданцами. Например, когда ездил в Петру, это был путь через всю страну, длившийся часа три с половиной. По дороге я разговаривал с самыми разными людьми и узнал много любопытного.

В отличие от Ирана, где все женщины, даже приехавшие из других стран, должны быть в платках и юбках, в Иордании это не обязательно. И если вы не мусульманка, можете одеваться, как хотите. Например, ходить по улицам в джинсах и без всякого платка. Но нравы все равно строгие, например, мальчик с девочкой не могут встречаться на улице. Это считается неприличным.

Как получилось, что именно Иван Ургант сопровождает вас в поездках?

Это произошло случайно. Когда я задумывал «Одноэтажную Америку», хотел, чтобы со мной поехал Леонид Парфенов, у нас с ним хорошие отношения. Но Леня не смог, он в то время стал главным редактором «Русского Ньюсвика». Возникли еще несколько кандидатур, но и с ними тоже ничего не получилось. И мне кто-то говорит, а вот есть Иван Ургант, парень 28 лет. На тот момент я о нем ничего не знал и удивился: «Вы что, смеетесь? Детский сад какой-то, о чем я с ним буду разговаривать?» И все-таки мы встретились, и Ваня мне сразу понравился. Очень открытый, сердечный, добрый, умный, начитанный, интересующийся человек. Мне с ним повезло, потому что мы разные по многим параметрам, и это отличие между нами придает фильму особую драматургию. Мы очень подружились, сделали фильмы о путешествиях. Мы привыкли друг к другу, у него замечательное чувство юмора, я тоже юмора не лишен, нам вместе хорошо работается.



>>> Деньги очень важны для чувства независимости. Если я обеспечен финансово, я понимаю, что могу плюнуть на все и уйти с этой работы. При этом ни я, ни мои близкие не станут жить существенно хуже. Также мне важно понимать, что когда я уйду, мои дети не окажутся в тяжелом положении. А еще это возможность получать какие-то удовольствия, ездить по миру, смотреть различные страны. Но деньги как таковые меня вообще не интересуют. Я всегда поражаюсь тем людям, которые, заработав гигантские суммы, не успокаиваются, а хотят еще и еще, их интересует сам процесс зарабатывания. Меня это совсем не интересует.

»»» Я понимаю, что когда мы уходим из эфира, то через довольно короткое время нас забывают вообще. Это порой происходит незаслуженно быстро, но такова наша профессия.

Насколько для вас важна слава, сопровождающая вашу жизнь? Вообще не важна. Конечно, мне приятно, что люди подходят ко мне, просят автографы, подписать фотографии или вместе сфотографироваться. Я это делаю всегда, никогда никому не отказываю, считаю, что это часть профессии. Есть известные люди, которые жалуются на внимание публики, ворчат: вот не могу, устал раздавать автографы. На что я всегда говорю, ну вот дождитесь того дня, когда никто не будет подходить, никто не будет ничего спрашивать, тогда я посмотрю, как вы будете этому рады. По поводу своей известности я не заблуждаюсь, на телевидении мы не создаем ничего вечного, в отличие от писателей или художников.

Вы ведете несколько программ, снимаете фильмы, пишете книги. Что вам помогает выдерживать такой насыщенный ритм жизни? Даже не знаю. В греческой мифологии был такой великан Антей, который питался энергией от земли, пока его ноги ее касались, он был непобедим. Одолеть его можно было, только оторвав ноги от земли. Мне кажется, я питаюсь от своей работы, которая поддерживает в форме не только физической, но и умственной. Чем больше у меня работы, тем мне

интереснее, тем лучше я себя чувствую. Конечно, поддерживать мне форму помогает и спорт — три раза в неделю я играю в теннис, который обожаю. Наверное, большую роль играют и гены.

У Пушкина есть такая фраза: «Благосклонное внимание женщин — почти единственная причина всех наших усилий». Вы с этим согласны? Я очень люблю Пушкина. Судя по тому, что о нем пишут, это был сложный человек, нелегкий в общении. Но мне кажется, мы бы с ним подружились, если бы жили в одно время. Он был большой любитель женщин, понимал в этом. И, конечно, он прав. Думаю, что в жизни нормального мужчины женщины играют огромную роль и стремление понравиться им, произвести на них впечатление является одним из важных факторов всех мужских поступков.

Вы родились первого апреля. Как вам кажется, отразилось ли это на вашей жизни? Да я первоапрельский, между прочим, никакой другой день так назвать нельзя. Нельзя же сказать «первоиюньский», «первосентябрьский». Родиться в День дурака, когда все над тобой издеваются, смеются, разыгрывают тебя, это замечательно. Так что это сидит во мне.



Подписной купон

Стоимость подписки

14 номеров — 14 выпусков, включая НДС 18% - 4130 руб.

Подписчикам журнала гарантируется

доставка журнала по Москве – курьерской службой, доставка журнала по регионам – почтой, бесплатное получение тематических приложений, пригласительных билетов и путеводителей по туристическим выставкам, информационных материалов ведущих туроператоров.

Фирма _____
 Профиль деятельности _____
 ФИО и должность получателя _____

 Индекс _____ Факт. адрес _____

 Тел./факс _____
 e-mail _____
 www _____
 ИНН _____
 КПП _____

Альтернативные агентства подписки

- **Урал-Пресс**
тел. (495) 789-86-36/37/38,
www.ural-press.ru
- **Деловая пресса**
тел. (495) 665-68-92
www.delipress.ru
- **Информ-система**
тел. (499) 789-45-55/69
www.informsistema.ru
- **Роспечатъ «Офис Москва»**
тел. (495) 921-25-55
www.rospr.ru

Наши реквизиты

ООО ИД «Турбизнес»
 ИНН 7743553760
 КПП 774301001
 ОАО МКБ «Замоскворецкий»
 г. Москва
 БИК 044583636
 р/с 40702810600000003981
 к/с 30101810400000000636

Уважаемые коллеги!

Приглашаем к участию в эффективных региональных workshop «Турбизнес».

22 апреля 2014 (вторник)

Ташкент

Знакомимся с туристическим потенциалом Узбекистана

23 апреля 2014 (среда)

Баку

Профессиональный workshop в промышленном, социальном и культурном центре Азербайджана

24 апреля 2014 (четверг)

Тбилиси

Налаживаем партнерские отношения в крупнейшем городе и столице Грузии

Стоимость участия в workshop:

ТАШКЕНТ, БАКУ, ТБИЛИСИ - 19 тыс. руб. (за один город)
Цены указаны без учета НДС 18%

Дополнительно предлагаем:

- организацию мастер-классов (от 6 тыс. руб.),
- доставку материалов к рабочему месту,
- пакеты обслуживания (от 7 тыс. руб.),
- размещение рекламы в полноцветном каталоге workshop, тираж 3500 тыс. экз. (от 5 тыс. руб.),
- заочное участие в workshop (8,5 тыс. руб.),
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.

Workshop в России:

12 марта – Саратов, 13 марта – Тольятти, 14 марта – Ульяновск, 24 марта – Пятигорск, 25 марта – Ставрополь, 26 марта – Волгоград, 27 марта – Краснодар, 28 марта – Ростов-на-Дону, 31 марта – Ижевск, 1 апреля – Пермь, 2 апреля – Екатеринбург, 3 апреля – Тюмень, 4 апреля – Сургут, 7 апреля – Челябинск, 8 апреля – Уфа, 9 апреля – Самара, 10 апреля – Казань, 11 апреля – Н. Новгород, 15 апреля – Омск, 16 апреля – Новосибирск, 17 апреля – Красноярск, 25 апреля – Калининград



Отдел workshop «Турбизнес»

Кристина Сивова:

k.sivova@tourbus.ru

Евгения Шуманская:

e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация:

(495) 723-72-72, www.tourbus.ru,

Wshotels@tourbus.ru



Тебе все труднее одному бороться с изменениями рынка?

Трудности наступают, создавая все больше рисков для твоего агентства:

- ✓ Перевозчики сокращают комиссии. Они ожидают стремительного роста продаж
- ✓ Специалисты оценивают свои умения и знания все дороже. Они становятся все более подвижными, легко меняя работодателей
- ✓ Клиенты уходят в другие, более технологичные каналы продаж. Они хотят больше хорошего сервиса за меньшие деньги

Сильный партнер облегчает борьбу с трудностями:

- ✓ Открываются новые технологические возможности
- ✓ Сокращаются издержки на персонал
- ✓ Увеличивается качество и скорость обслуживания клиентов
- ✓ Расширяется список услуг без дополнительных затрат

Более 5000 игроков туристического рынка России предпочли Випсервис в качестве партнера по бизнесу. У тебя есть выбор – бороться в одиночку или позвонить в Випсервис!

Випсервис – крупнейший российский консолидатор, лидер рынка бронирования и продажи авиационных и железнодорожных билетов с 1995 года.

Москва,
Переведеновский переулок,
д. 17, к. 1

+7 (495) 626-50-12
portbilet@vipservice.ru

Санкт-Петербург
Екатеринбург
Новосибирск
Ростов-на-Дону
Тюмень
Иркутск



Випсервис

Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем