

Турбизнес

Travel Trade Russia

НА ВОЛНАХ КРИЗИСА:
КАК НЕ СЕСТЬ
НА МЕЛЬ?



СЕРБИЯ
www.balkani-tur.ru
туроператор 7-ТУР





Пройдите обучение
и станьте специалистом
по Испании!



T6 academy

Онлайн-академия Испании: спешите участвовать!

Один из выпускников академии, получивших сертификат
До **15.11.2015** (включительно), станет обладателем двух авиабилетов
в Мадрид, согласно условиям, установленным Отделом Туризма
Посольства Испании в Москве.

Академия ориентирована на профессионалов туристической индустрии.
Ее программа построена таким образом, чтобы вам было интересно
изучать материал и легко в нем ориентироваться, находить нужную
информацию, быстро проверять свои знания и двигаться вперед.
И все это на компьютере, за своим рабочим столом или на планшете
в любом месте!

Зарегистрироваться и пройти обучение:
www.spain-e-learning.ru



Штутгарт

КРАСНОЕ ТРИО. ЕЩЕ ОДИН ДВУХЭТАЖНЫЙ АВТОБУС

Первый двухэтажный красный автобус-кабриолет Mercedes-Benz вышел на экскурсионный маршрут по Штутгарту STUTTGART Citytour в формате Hop-on Hop-off в сентябре 2014 г., второй — в июне 2015 г. Теперь вступил в строй и третий красный автобус. Успешный экскурсионный туристический маршрут STUTTGART Citytour

за минувшее время стал туристической визитной карточкой города, чему способствует и сам автомобильный бренд концерна Mercedes-Benz. Сегодня уже более 70 тыс. человек прокатились на этом автобусе.

Информация по городским турам STUTTGART Citytour на сайте www.stuttgart-citytour.de



БЕСПЛАТНЫЙ ИНТЕРНЕТ, НОВЫЙ СЕРВИС ДЛЯ ТУРИСТОВ И МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ

С 15 сентября 2015 г. на четырех площадях в центре Штутгарта открыт бесплатный доступ в интернет по системе WLAN. Для этого создан мобильный портал, Walled Garden, где содержится специально подобранная туристическая информация о городе: полезные советы и сведения о туристических достопримечательностях, культурных мероприятиях, гастрономии, времени работы, расписании транспорта и многом другом. Опорными пунктами нового сервиса стали: Шлоссплатц (Schlossplatz), Шиллерплатц (Schillerplatz), Марктплатц (Marktplatz) и территория вблизи туристического информационного офиса i-Punkt. Чтобы войти в интернет, надо выбрать сеть Unitymedia Wifi, открыть интернет-браузер с любым URL, запросить по СМС данные доступа, зарегистрироваться и получить бесплатный доступ.



Шлоссплатц — зона бесплатного интернета

ТУРИЗМ В ШТУТГАРТЕ. ПОЗИТИВНЫЙ БАЛАНС ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2015 г.

В первом полугодии 2015 г. в Штутгарте было зафиксировано 1 671 265 ночевок немецких и иностранных туристов. Прирост в целом составил 4,9%. Пик, + 16,2 %, пришелся на июнь. Число ночевок на внутреннем рынке увеличилось на 1,8%, тогда как в отношении зарубежного туризма этот показатель составил 12,7%. На первом месте с сильным отрывом от других США — 70 тыс. ночевок. Затем идет Швейцария. По темпам роста лидирует Китай. С показателем + 60% он переместился с восьмого места на третье.



Информация, а также бронирование пакетных программ, гостиничных номеров и городских экскурсий:

Stuttgart-Marketing GmbH, туристическое информационное бюро i-Punkt, Koenigstrasse 1a (напротив главного железнодорожного вокзала)

Тел.: +49 711 22 28 100

(экскурсии и отели)

Тел.: +49 711 22 28 111

(предварительная продажа билетов).

info@stuttgart-tourist.de, www.stuttgart-tourist.de

ВОЗДУШНОЕ СООБЩЕНИЕ

Зимнее расписание с 25 октября

Направление	Регулярность	Номер рейса	Вылет	Прилет
Москва (SVO) — Штутгарт	Ежедневно	SU2336	9:30	10:55
Штутгарт — Москва (SVO)	Ежедневно	SU2337	12.05	17:15



Stuttgart-Marketing GmbH

Пресса: annegret.bey@stuttgart-tourist.de

Общая информация:

Ханс Хадбавник: h.hadbawnik@web.de

www.stuttgart-tourist.com



THE SUNNY
SIDE OF
GERMANY
BADEN-
WÜRTTEMBERG

Баден-Вюртемберг



РУССКИЕ ЖЕМЧУЖИНЫ ВЮРТЕМБЕРГСКОЙ ДИНАСТИИ

Баден-Вюртемберг и Россию объединяет волнующая история династических интересов и любовных связей. Все началось в 1776 г. браком вюртембергской принцессы Софии Доротеи (Марии Федоровны) и цесаревича Павла (будущего царя Павла I). Руки их дочери — великой княжны Екатерины Павловны (1788–1819) — искал Наполеон. Но она отдала сердце королю Вильгельму I Вюртембергскому. С ее именем связаны основание госпиталя и гимназии, Баден-Вюртембергского банка, Сельскохозяйственного университета, а также народного праздника Каннштаттер Вазен. Умерла безвременно. Вильгельм велел построить для нее православную часовню на высоком берегу реки Неккар с надписью на портале «памятник вечной любви». Впоследствии здесь был упокоен и сам король.

Одна из лучших невест Европы, дочь Николая I, красавица Ольга (1822–1892) связала жизнь с Вюртембергом, став супругой его короля Карла Фридриха Александра. Вместе с богатым приданым она привезла в Штутгарт светский блеск петербургских салонов. До сих пор действуют основанные Ольгой: Госпиталь Ольги, Попечительское общество и Приют королевы Ольги. Сохранился фасад резиденции Ольги — «Виллы Берг». Королевская чета удочерила родственницу из России — великую княжну Веру Константиновну (1854–1912). Потом она стала супругой Вильгельма Евгения Августа Георга, герцога Вюртембергского, и тоже много занималась социальными проблемами. Ольгаштрассе, улица в Штутгарте, названная в честь Ольги, переходит в Вераштрассе.



БЛЕСК ДАЛЕКИХ ЗВЕЗД

Маркграф Баден-Бадена Людвиг Вильгельм Баден-Баденский (1655–1707), по прозвищу «Турецкий Людовик» был храбрым и умелым солдатом. Его супруга Франциска Сибилла Августе (1675–1733) славилась художественным вкусом. Ее коллекция фарфора и сегодня входит в число самых значительных подобных собраний в Европе. Неподалеку от Баден-Бадена, «самой маленькой в мире столицы», стоит принадлежавший чете замок-резиденция «Раштатт». С ними связан и замок «Фаворит». Поблизости в окружении романтических холмов над историческим Старым городом с самым старым в Германии университетом царит Гейдельбергский замок.

Подробная информация: www.schloesser-und-gaerten.de/
www.schloesser-und-gaerten.de/en

Баден-Вюртемберг. Государственная организация по туризму (State Tourist Board)

Baden Württemberg / South West Germany

Пресса: m.knauer@tourismus-bw.com

Общая информация: m.bareiss@tourismus-bw.com, www.tourismus-bw.com

Фото: <http://press.tourismus-bw.com/Photos-Pictures-Images>



«ЕВРОПА-ПАРК», ХЭЛЛОУИН И РОЖДЕСТВО

Крупнейший в Германии тематический парк «Европа-парк» — это 13 тематических площадок, где на площади почти 100 га представлены типичные для той или иной европейской страны архитектура, гастрономия и растительный мир. А также более 100 аттракционов, включая, например, русские горки с катапультой «Голубое пламя Газпрома». С конца сентября и до начала ноября основная тема в парке — хэллоуин. Тысячи тыкв, яблок, кукурузных початков, хризантем и соломенных снопов придают парку потрясающий осенний колорит. Потрясающие аттракционы и шоу-программы ждут гостей парка зимой. На рождественском базаре — как всегда ароматный глинтвейн и жареный миндаль.

РОМАНТИЧЕСКИЕ ОТЕЛИ В «ЕВРОПА-ПАРКЕ»:

Superior Colosseo, Santa Isabel и Bell Rock, El Andaluz и Castillo Alcazar. www.europapark.de

ПОРТАЛ ДЛЯ ПРОФИ

Информация для сотрудников турфирм и организаторов автобусных / групповых поездок, полезные советы для консультативного разговора с клиентами, предложения для сотрудничества, фам-трипы и многое другое. corporate.europapark.com/de/partner/vertriebspartner

ВРЕМЯ РАБОТЫ

Лето: 28 марта — 8 ноября 2015. Ежедневно с 9.00 до 18.00
Зима: 28 ноября — 10 января 2016. Ежедневно с 11.00 до 19.00

EUROPA-PARK GmbH & Co Mack KG

Europa-Park-Str. 2 77 977 Rust Tel.: +49 7822 776688
info@europapark.de



В ЦЕНТРЕ ЕВРОПЫ. АЭРОПОРТ ШТУТГАРТА

Аэропорт Штутгарта — ворота в юго-западную Германию — многое предлагает своим гостям. Прежде всего, VIP-сервис: встретят и проведут, проведут на регистрацию и в эксклюзивный лаунж, где можно полюбоваться потрясающим видом на ВПП. Плюс качественный шопинг.

Прекрасно можно посидеть в Top Air, единственном ресторане в международном аэропорту, имеющем мишленовскую звезду. Прямо из аэропорта ходят шаттлы в «Европа-парк» в Русте, а по четвергам, пятницам и субботам — в «страну скидок» — аутлет Outlets City Metzingen.

АЭРОФЛОТ выполняет ежедневные рейсы между Москвой и Штутгартом на лайнере «А320». Так что до центра Европы всего несколько часов.

www.stuttgart-airport.com/?langredir=false

ТОП -10. Праздники и фестивали в Штутгарте

Календарь событий культуры в Штутгарте богат и разнообразен.

Представляем горячую десятку — наиболее интересные праздники и фестивали.

ЧТО	ГДЕ	КОГДА
ВЫСТАВКА ТЫКВ НА ЦВЕТОЧНОМ ФЕСТИВАЛЕ «ЦВЕТУЩЕЕ БАРОККО» Тема этого года на фестивале «Цветущее барокко» — «Тыква вдохновляет!». Искусно вырезанные фигуры из тыквы, блюда из нее, самая большая кастрюля с тыквенным супом, регата на лодках-тыквах...	Фестиваль «Цветущее барокко», Людвигсбург, дворец «Людвигсбург» www.stuttgart-tourist.de/o-o-kuerbismeer-und-gaumenfreuden-in-ludwigsburg	20.09.2015 — 08.11.2015
КАННШТАТСКИЙ НАРОДНЫЙ ПРАЗДНИК — CANNSTATTER VOLKSFEST 2015 Проводится в 170-й раз. Море пива и вина, вкусная еда, музыка, аттракционы, хорошее настроение.	Территория Cannstatter Wasen, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-stuttgarter-fruehlingsfest-2016	25.09.2015 — 11.10.2015
РОЖДЕСТВЕНСКИЙ БАЗАР В ШТУТГАРТЕ — STUTTGAERTER WEIHNACHTSMARKT 2015 Праздничная иллюминация, согревающий глинтвейн и жареный миндаль. Почти 300-летняя история. Около 280 рождественских павильонов. Один из самых роскошных рождественских базаров в Европе.	Центр города, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-internationales-trickfilm-festival-stuttgart	25.11.2015 — 23.12.2015
ШТУТГАРТСКИЙ ВЕСЕННИЙ ФЕСТИВАЛЬ — STUTTGAERTER FRÜHLINGSFEST Три недели удовольствия, около 240 аттракционов, включая «русские горки»...	Район Cannstatter Wasen, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-stuttgarter-fruehlingsfest-2016	16.04.2016 — 08.05.2016
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ — INTERNATIONALES TRICKFILMFESTIVAL Традиционный фестиваль, когда наряду с другими мероприятиям бесплатно на площади Шлоссплатц (Schlossplatz) можно посмотреть блестяще подобранную программу мультфильмов.	Кинотеатры в центре Штутгарта www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-internationales-trickfilm-festival-stuttgart	26.04.2016 — 01.05.2016
ГАМБУРГСКИЙ РЫБНЫЙ РЫНОК — HAMBURGER FISCHMARKT Штутгарт с радостью приветствует Гамбург: маринованная сельдь Bismarckhering, песни моряков и знаменитый продавец угрей по прозвищу Aale-Dieter...	Площадь Карлсплатц (Karlsplatz), Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/e-hamburger-fischmarkt-2016-in-stuttgart	07.07.2016 — 17.07.2016
ДЖАЗОВЫЙ ФЕСТИВАЛЬ JAZZOPEN Джаз, блюз, соул и поп на лучших площадках города, включая Mercedes-Benz Museum.	Различные площадки в Штутгарте http://www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-jazz-open-stuttgart-2016	08.07.2016 — 17.07.2016
ШТУТГАРТСКИЙ ПРАЗДНИК СВЕТА VOLKSWAGEN — LICHTERFEST STUTTGAERT 2016 Световая феерия, традициям которой более 70 лет!	Парк Höhenpark Killesberg, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-volkswagen-lichterfest-stuttgart-2016	09.07.2016, 16.00
ШТУТГАРТСКИЙ ЛЕТНИЙ ФЕСТИВАЛЬ 2016 — STUTTGAERTER SOMMERFEST 2016 Палатки вокруг озера Экензее (Eckensee) и площади Шлоссплатц (Schlossplatz), живая музыка от рок-н-ролла до сальсы... Это одна из кульминаций лета!	Центр города, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-stuttgarter-sommerfest-2016	04.08.2016 — 07.08.2016
ШТУТГАРТСКАЯ ВИННАЯ ДЕРЕВНЯ — STUTTGAERTER WEINDORF 2016 Около 125 уютных винных палаток, почти 500 местных вин на площадях Марктплатц, Шиллерплатц и улице Кирхштрассе. На закуску швабские специалитеты.	Центр города, Штутгарт www.stuttgart-tourist.de/suchen-buchen/e-stuttgarter-weindorf-2016	24.08.2016 — 04.09.2016

УЧИТЬСЯ НИКОГДА НЕ ПОЗДНО

ОНЛАЙН-АКАДЕМИЯ «ШТУТГАРТ И БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ»

Образовательный проект для сотрудников туркомпаний, подготовленный ИД «Турбизнес» и компанией Stuttgart Marketing GmbH.

Цель проекта — углубленное знакомство менеджеров с туристическими возможностями этой земли, ее кухней, шоппингом, конгресс-центрами и лучшими отелями. И, конечно, рост продаж на этом направлении. Проект состоит из восьми тематических разделов: «Общая информация», «Города и регионы», «Курорты», «Кухня», MICE, «Шопинг», «Парки» и «Праздники и фестивали». В конце каждого раздела — тест.

Студенты академии, успешно пройдя тестовые задания, получают сертификат «Дипломированного турагента по Штутгарту и Баден-Вюртембергу». Между выпускниками академии будут разыграны две поездки!

Желаем удачи!



Зарегистрироваться и начать обучение можно на сайте www.tourbus.ru в разделе «Онлайн-обучение» или по адресу: www.stuttgart-swgermany.ru



BADEN-AIRPARK®
АЭРОПОРТ КАРЛСРУЭ / БАДЕН-БАДЕН

Четыре раза в неделю через Стамбул в Шварцвальд и Баден



Аэропорты стыкровок:
Бангкок. Гонконг. Дубай.
Екатеринбург. Йоханнесбург.
Кейптаун. Куала-Лумпур. Москва.
Пекин. Сингапур. Сочи.
Тайбэй. Тель-Авив. Токио.
Хургада. Шанхай.

Стамбул

WIDEN YOUR WORLD

**TURKISH
AIRLINES** 

Окрыление радостью жизни!

Захотелось ярких впечатлений? Значит, пришло время лететь к нам в Баден. Это невероятно красивая область земли Баден-Вюртемберг. Мы покажем все самое интересное! Начнем с нашего аэропорта Карлсруэ/Баден-Баден (FKB). Восхищают взор и пленяют сердце уже первые картины, которые открываются перед глазами при выезде из нашей воздушной гавани. Баден – сердце Европы. Лишь один «взмах крыльев» – и наш гость попадает в мир новых открытий и впечатлений. Это грандиозные природные ландшафты, высокие искусство, культура и стиль жизни, богатые возможности для активного отдыха и радость утонченного безделья, расслабляющие велнес-оазисы и гастрономические удовольствия. Здесь царит незабываемая атмосфера! Привлекает многое, остается только выбирать!

Подробнее информации: www.fly-baden.com

«АРТ-ТУР» представляет ДУБАЙ



ОСЕННИЕ КАНИКУЛЫ ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ!

Пять лучших предложений от отелей в ноябре:

**Jumeirah
Zabeel Saray 5*deluxe –
от 124 900 руб.**

+ дети до 12 лет
проживают
бесплатно!

**Atlantis The Palm,
Dubai 5*deluxe –
от 143 900 руб.**

+ полупансион в подарок,
дети до 12 лет проживают
бесплатно!

**Madinat Jumeirah
5*deluxe –
от 163 900 руб.**

+ полупансион
в подарок, специальные
цены на проживание!

**One&Only
Royal Mirage 5*deluxe –
от 164 900 руб.**

+ полупансион в подарок,
билет в аквапарк
Aquaventure бесплатно!

**Jumeirah Beach
Hotel 5*deluxe –
от 175 900 руб.**

+ полупансион в подарок,
дети до 12 лет проживают
бесплатно!

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

АРТ ТУР
Туроператор с 1992 года

ЗВОНИТЕ И БРОНИРУЙТЕ!
(495) 980 21 21
www.arttour.ru

ДУБАЙ

М О Р Е С О Л Н Ц А К Р У Г Л Ы Й Г О Д

anextour

**ЗИМНИЙ
ОТДЫХ
2015-2016**

**АНДОРРА - СОЧИ
БОЛГАРИЯ**

☎ 8-800-77-55-000

anextour.com

 atg
ANY TRAVEL GROUP

РЕКЛАМА

М О Р Е С О Л Н Ц А К Р У Г Л Ы Й Г О Д

anextour

**ОКУНИСЬ
В ЛЕТО**

ПЛЯЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

ВЬЕТНАМ

Хошимин (NEW), Дананг (NEW), Фанганг (NEW),
о Фуок (NEW), Ханг Тар (NEW), Ниньин, Фанхуй

ТАИЛАНД

Бангкок, Паттайа, Пушет, Ао Нанг,
Самуй, Краби, Коко Гил

КАНАРСКИЕ ОСТРОВА,

о Тенерифе

ДОМИНИКАНА

ИНДИЯ

Гоа

ОАЕ

Дубай

МЕКСИКА

Канкун, Пуэрто-Море

ИСПАНИЯ, БАРСЕЛОНА

Эксклюзивные туры: Сити Тур,
отдых на тавернине Коста Брава и Коста Дорада

anextour.com 8-800-77-55-000

 **atg**
анекс-тур групп

РЕКЛАМА

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
Светлана Коновалова
Александра Полянская
Владимир Сергачев
Анна Юрьева

Редакция журнала «Турбизнес»

Адрес редакции: Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Интернет: www.tourbus.ru

Отпечатано в России
Тираж 10 000 экз.

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

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

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

Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

Исполнительный директор Ольга Мальцева
o.mal'tseva@tourbus.ru

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

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

Менеджер отдела рекламы Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru

Отдел информации и распространения
Руководитель Лариса Тарасюк
L.tarasyuk@tourbus.ru
Лариса Лаврова

Отдел workshop
Руководитель Людмила Сивова
L.sivova@tourbus.ru
Елена Архипова
Кристина Сивова
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru

Отдел event
Руководитель Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL

ВЕЩЬ ИЛИ НЕВЕЩЬ? ДОРОЖНИК ИЛИ НЕДОРОЖНИК?

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.porov@tourbus.ru

Пять звезд

Российский Альянс

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

5 СОБЫТИЯ

- «Трансаэро»: прерванный полет
- За туризм взялись «сверху»
- Visit Russia расширяет границы
- В списке избранных
- Туризм в России – пока без бренда
- RBT&MA: шесть лет успеха

10 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. РОССИЯ

ТЕМА НОМЕРА

14 ДЕРЖАТЬ КУРС ПО ВЕТРУ

КАК МЕНЯЕТСЯ КОНЪЮНКТУРА РЫНКА И КАК АДАПТИРУЮТСЯ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ ТУРОПЕРАТОРЫ И ТУРАГЕНТСТВА

20 Бизнес под вопросом

22 «Шенген» на кончиках пальцев

24 ПРОФЕССИОНАЛ

Сергей Ромашкин:
«Тот, кто делает 80% работы, — не получает ничего»

ТРАНСПОРТ

28 Возьми за правило – забыть «Трансаэро»

30 Новости транспорта

ГОСТИНИЦЫ

32 Занять свою нишу

34 Когда каждый гость – особенный

ТЕХНОЛОГИИ

35 Он и off – будь всегда готов!

36 Когда клиент – соавтор и партнер

39 РЕГИОНЫ РОССИИ

Югра собирает профессионалов

РЫНКИ

40 Club Med: кризис для нас — новые возможности

Нидерланды

42 Голландская мозаика

Мальта

44 Король, дама, Валлетта

Куба

46 Остров Свободы – на все времена

Доминиканская Республика

48 Сдаваться не намерены

49 ANEX Tour: Карибы ближе, чем кажутся!

Бразилия

50 Не Рио единым

Тунис

52 С надеждой на лучшее

Индия

54 Гоа. Найдется все

55 VIP-КЛИЕНТ

Вадим Эйленкриг:
«Люблю Нью-Йорк в начале года»



«Трансаэро»: прерванный полет



Уже второй месяц события, происходящие с авиакомпанией «Трансаэро», нервируют российский турбизнес. Последствия от ухода крупнейшего авиаперевозчика в стране, очевидно, будут негативными, но главное — не допустить обрушения туристического рынка, считают его участники. На момент выхода журнала обстановка остается сложной. Надеемся, что в следующем «ТБ» мы сможем рассказать о благополучном — насколько это возможно — разрешении ситуации.

1 СЕНТЯБРЯ

Межведомственная комиссия под председательством первого вице-преьера Игоря Шувалова поддерживает консолидацию авиакомпании «Трансаэро» в группу «Аэрофлот».

3 СЕНТЯБРЯ

Совет директоров «Аэрофлота» на заседании одобряет покупку 75% плюс 1 акции авиакомпании «Трансаэро».

7 СЕНТЯБРЯ

Авиакомпания «Трансаэро» переходит под операционный контроль «Аэрофлота».

10 СЕНТЯБРЯ

Авиакомпания «Аэрофлот» обещает выполнить все обязательства перед пассажирами «Трансаэро» — говорится в совместном сообщении компаний.

15 СЕНТЯБРЯ

«Аэрофлот» планирует закрыть сделку по покупке «Трансаэро».

30 СЕНТЯБРЯ

Первый вице-премьер РФ Игорь Шувалов не исключает банкротства авиакомпании «Трансаэро».

1 ОКТЯБРЯ

Росавиация направляет уведомление о прекращении дальнейшей продажи билетов на регулярные рейсы авиакомпании «Трансаэро». Совет директоров «Аэрофлота» отказывается от приобретения 75% плюс 1 акции «Трансаэро». Авиакомпания «Трансаэро» приостанавливает продажу билетов.

2 ОКТЯБРЯ

Гендиректор «Аэрофлота» сообщает, что «Трансаэро» останавливает перевозку пассажиров

с приобретенными билетами за рубеж с 5 октября, а внутри страны — с 15 октября. «Аэрофлот» продлевает обслуживание пассажиров авиакомпании «Трансаэро» на всех направлениях с 15 октября до 15 декабря. Пассажиры с билетами на даты после 15 декабря смогут оформить возврат денежных средств в полном объеме.

4 ОКТЯБРЯ

«Аэрофлот» подтверждает перевозку клиентов туроператора «Библио Глобус» с билетами авиакомпании «Трансаэро» с датой вылета до 9 октября 2015 года.

5 ОКТЯБРЯ

Билеты «Трансаэро» туда-обратно с окончанием перевозки после 15 декабря будут аннулированы, говорится в сообщении «Аэрофлота».

6 ОКТЯБРЯ

Росавиация начинает внеплановую инспекционную проверку авиакомпании «Трансаэро». Туроператор «Библио Глобус» приостанавливает продажу турпакетов с ее билетами на вылеты после 25 октября.

7 ОКТЯБРЯ

«Аэрофлот» подтверждает перевозку клиентов компании «Библио Глобус» с билетами авиакомпании «Трансаэро» на все даты по 11 октября включительно с возвращением до 24 октября.

8 ОКТЯБРЯ

Авиакомпания «Трансаэро» уведомляет «Библио Глобус» о том, что перевозка клиентов туроператора на обратных рейсах будет выполняться только по 24 октября включительно, в связи с чем туроператор не сможет выполнить обязательства по турам с более поздним возвратом.

9 ОКТЯБРЯ

Авиакомпания «Аэрофлот» выделяет необходимое количество самолетов для перевозки клиентов туроператора «Библио Глобус» с возвратом до 15 декабря и подтверждает вылеты туристов до 15 октября рейсами «Трансаэро».

13 ОКТЯБРЯ

Президент РФ Владимир Путин поручает правительству принять меры по выполнению всех обязательств перед пассажирами авиакомпании «Трансаэро».

Мнения экспертов по развитию ситуации, а также вероятные варианты решения вопроса с чартерной перевозкой на популярных туристических маршрутах этой зимой — на страницах 28–29.



За туризм взялись «сверху»

По итогам августовского заседания президиума Госсовета, посвященного вопросам развития туризма в России, президент Владимир Путин дал ряд важных поручений. Среди них — создание к 1 ноября текущего года Координационного совета по развитию внутреннего и въездного туризма при правительстве РФ. Согласно документу, совет возглавит один из заместителей председателя правительства.

К этому же сроку кабмин должен представить предложения о порядке аттестации экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников для работы на туристических маршрутах и объектах туристического посещения и показа, а к 1 февраля 2016 года — внести изменения в законодательство, предусматривающие введение единого федерального реестра турагентов.

Также поручения президента касаются финансирования целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 годы», либерализации законодательства для упрощения въезда иностранцев в РФ, введения обязательной классификации российских гостиниц и других вопросов.

ЦИФРА МЕСЯЦА

ЗА ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ 2015 ГОДА ТУРПОТОК ИЗ РОССИИ ЗА ГРАНИЦУ СНИЗИЛСЯ ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА НА

34%

Источник: Росстат

В списке избранных

Три отечественных туроператора вошли в ежегодный список «Двести крупнейших частных компаний России — 2015», составленный журналом Forbes. Туроператор «Библио Глобус» занял в рейтинге 77-ю строчку. В 2014 году компания находилась на 89-м месте, а годом ранее — только на 142-м. По данным Forbes, в 2014 году «Библио Глобус» выручил 78 млрд рублей.

Компания «Випсервис» оказалась на 79-й строчке. В прошлом году она занимала 95-ю строчку рейтинга. Выручка компании по итогам 2014 года — 76 млрд рублей.

Также в список Forbes вошел один из ведущих российских туроператоров «Пегас Туристик». Компания заняла 192-ю строчку списка. По оценке издания, выручка туроператора в 2014 году составила 30 млрд рублей. В прошлом году в список Forbes также входил туроператор TEZ Tour: он располагался на 172 месте с выручкой в 30 млрд рублей.

В рейтинг включены компании, в капитале которых государство и иностранные совладельцы участвуют не более чем на 50%. За основу оценки выручки приняты сведения, официально предоставленные самими компаниями, а также данные Федеральной службы по финансовым рынкам, Федеральной службы государственной статистики и Федеральной налоговой службы.

Forbes

Visit Russia расширяет границы



В этом месяце состоялось сразу два официальных открытия представительств Visit Russia: 2 октября — в Берлине, 12 октября — в Пекине.

Германия и Китай — лидеры по въездному турпотоку в Россию. «За первое полугодие этого года мы приняли 222 тысячи немецких туристов, но абсолютно уверены, что интерес граждан Германии и Австрии, на рынке которой также будет работать открывающийся офис, значительно выше», — заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова (на фото).

Заместитель главы Ростуризма Сергей Корнеев на открытии туристического офиса Visit Russia в Пекине отметил: «Туристы из КНР очень интересуются Россией, и открытие офиса Visit Russia в Пекине послужит своего рода источником информации о культурных традициях нашей страны, будет способствовать формированию позитивного имиджа России для китайских граждан».

В рамках маркетинговой программы Ростуризма «Время отдыхать в России» национальные турафисы начали работу в Дубае, Хельсинки и Берлине. До конца года офис Visit Russia откроется в Италии.



На «Отдыхе» говорили о работе

Наиболее обсуждаемой темой выставки «Отдых», которая в этом году проходила с 15 по 18 сентября, стали антикризисные методы работы на рынке. Вопрос выживания сейчас одинаково волнует всех игроков, вне зависимости от их масштаба или направления деятельности. По мнению ряда участников «Отдыха», эффективность выставки снизилась после того, как в прошлом году от участия в ней отказался ряд крупных туркомпаний. Тем не менее в этом году на ней присутствовали такие операторы, как «Пегас Туристик», Coral Travel, TEZ Tour, Anex Tour, «Натали Турс» и другие.

«Выставка — это хорошая возможность лишний раз пообщаться с ключевыми партнерами, подтвердить совместные планы по продвижению на российском рынке и, конечно, «сверить» часы. Ведь никогда еще в туристической отрасли не было так важно заручиться поддержкой надежных партнеров», — считает PR-менеджер компании TEZ Tour Лариса Аханова.

Coral Travel — виды на Алтай

В начале сентября туроператор организовал ознакомительную поездку для агентств по Алтаю. Участники тура — директора и специалисты дилерской сети Coral Travel — посетили особую экономическую зону «Бирюзовая Катунь», город-курорт Белокуриху, Красногорский, Алтайский и Смоленский районы.

Туроператор считает направление перспективным, власти Алтайского края, в свою очередь, надеются, что сотрудничество с крупными игроками откроет региону новые возможности для развития туризма.

По словам руководителя отдела России компании «Ванд» Ирины Астаховой, интерес к Алтаю



есть, однако говорить о массовом туризме на этом направлении пока рано из-за неразвитости туристической инфраструктуры.

«Натали Турс» сменила партнера

Туроператор объявил о смене принимающей компании в Испании. После многолетней работы с компанией NT Incoming «Натали Турс» заключила партнерское соглашение с Jumbo Tours.

«Jumbo Tours — одна из крупнейших принимающих компаний на рынке Испании, с внушительным бэкграундом и отличными, наработанными годами контактами. Мы уже имеем положительный опыт сотрудничества по Доминикане и Франции, работаем в сфере онлайн-продаж, и, уверен, пришло время тиражировать этот опыт и доверить Jumbo Tours наше самое дорогое — и в прямом, и в переносном смысле», — разъясняет президент «Натали Турс» Владимир Воробьев.

Разрыв с компанией NT Incoming туроператор не комментирует.

Стратегический выбор TUI

В начале сентября туроператор открыл раннее бронирование зимних туров в Сербию. В новом сезоне клиенты компании впервые смогут отдохнуть на горнолыжном курорте Копаоник,



а также в столице страны — Белграде. TUI стал первым массовым туроператором России на сербском направлении. Он предлагает семидневные туры с вылетом из Москвы в Белград по воскресеньям, а также новогодний тур в столицу Сербии на 4 ночи. В продуктовой линейке компании также есть комбинированные туры: пять ночей в горах Копаоника и две ночи в Белграде. Полетная программа стартует 30 декабря и завершится 21 февраля 2016 года. Принимающая сторона TUI в Сербии — компания R-tours.

«Переговоры по включению Сербии в программы TUI велись на протяжении нескольких лет, поэтому решение туроператора взвешенное и детально продуманное», — полагает Анна Польш, представитель компании Destination Marketing.



Бразилия приходит в Россию

Официальное открытие представительства Совета по туризму Бразилии (Embratur) в Москве должно состояться в конце этого года. Планируется, что в столице на постоянной основе будет находиться консультант, в обязанности которого будет входить развитие партнерства с основными игроками российского туррынка посредством проведения встреч, совместных проектов, тренингов и других мероприятий. Кроме того, в ближайшее время будет запущена русскоязычная версия официального интернет-сайта visitbrasil.com.

Также в Москве начнет работу комитет «Откройте для себя Бразилию» (Discover Brazil). В сотрудничестве с посольством, туроператорами и авиаперевозчиками он будет продвигать Бразилию как ведущее туристическое направление, распространять информацию о стране и способствовать увеличению туристического потока из России.

ВОПРОС МЕСЯЦА

ПОВЛИЯЕТ ЛИ ВВЕДЕНИЕ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ВИЗ НА РОССИЙСКИЙ ТУРПОТОК В ЗАПАДНУЮ ЕВРОПУ?

ДА, ЖЕЛАЮЩИХ ПОСЕТИТЬ СТРАНЫ ШЕНГЕНА СТАНЕТ МЕНЬШЕ

13%

НЕТ, ТРУДНОСТЕЙ ДЛЯ ТУРИСТОВ НОВАЯ ПРОЦЕДУРА НЕ ВЫЗОВЕТ

4,3%

ДА, НО НОВОВВЕДЕНИЕ ОТРАЗИТСЯ ТОЛЬКО НА ТУРИСТАХ ИЗ РЕГИОНОВ

43,5%

НА НАШИХ ТУРИСТОВ ВЛИЯЕТ ТОЛЬКО КУРС ЕВРО

39,1%

Источник: опрос на портале www.tourbus.ru



О Чехии — в два клика

В посольстве Чешской Республики в Москве состоялась презентация нового электронного путеводителя CHENIYA.RU, организованная компаниями «ВЕДИ ТУРГРУПП», Czech Airlines и Czech Tourism.

Основные рубрики портала: «О Чехии» (полезная информация о Чешской Республике), «Города и курорты» (список мест, рекомендованных к посещению), «Посмотреть и попробовать», «Отели», «Экскурсии», «Замки», «Рестораны» (подборка лучших предложений по каждой из категорий).

«В настоящее время, в эпоху интернета и электронных СМИ, крайне важно создавать проекты, максимально удобные в использовании. Поэтому главная цель портала CHENIYA.RU — минимум времени и максимум удовольствия в изучении вопроса о путешествии в эту страну», — подчеркивает генеральный директор «ВЕДИ ТУРГРУПП» Ирина Федина.

Туризм в России — пока без бренда

В Ростуризме подвели промежуточные итоги конкурса на лучший туристический бренд России. Он был объявлен в феврале этого года. «В небольшом графическом изображении надо аккумулировать и своеобразие, и многообразие туристической России», — так определил задачу руководитель агентства Олег Сафонов.

За время проведения конкурса Ростуризм получил более 1100 работ: свыше 450 вариантов логотипов и около 600 слоганов. Свои голоса за участников могли отдавать посетители сайта ведомства. В финал первого тура конкурса вышли 10 работ, среди которых победителей выбирало профессиональное жюри. Авторы трех наиболее удачных идей первого этапа — а это Эркин Кагаров (его вариант логотипа — на фото), Андрей Ефанов и Оксана Андриевская — будут награждены пакетными турами в Ялту, Сочи и Санкт-Петербург.



Тель-Авив стал ближе

Представительство Ассоциации отелей Тель-Авива открылось в Москве 1 июля. Его возглавил Николай Дергачев. «Мы представляем в России большинство отелей муниципалитета Тель-Авив — Яффо, а также региона Герцлия. Однако наша главная задача — это не столько представление интересов конкретных гостиниц, сколько развитие направления Тель-Авив в целом», — рассказывает он.

Представительство уже активно сотрудничает с государственными органами, российскими туристическими компаниями, МІСЕ-агентствами, авиаперевозчиками, средствами массовой информации. «Мы заключили ряд маркетинговых соглашений с туроператорами, в рамках которых частично дотируем их расходы на рекламу направления. В следующем году намерены «пойти» в регионы: совместно с Министерством туризма Израиля будем участвовать в road-show и workshop», — делится планами Николай Дергачев.

Согласно официальной статистике, в 2004 году в отелях Тель-Авива остановились 77 тысяч гостей из России, в 2013 году их число превысило 396 тысяч. В прошлом году был зафиксирован спад

турпотока примерно на 10%, связанный с обострением конфликта в Секторе Газа.

«В нынешнем году мы также видим сокращение количества туристов из России — на данный момент падение составляет 38% по сравнению с прошлым годом. Но это ожидаемые цифры, обусловленные ухудшением экономической ситуации в России», — комментирует Николай Дергачев. По его словам, российский рынок — второй по объему туристов для Тель-Авива. Пальму первенства по прибытиям занимают гости из США.

Ассоциация отелей Тель-Авива совместно с мэрией города разработала специальную программу «сити-брейк», которая, помимо проживания в отеле, включает целый ряд бонусов: бесплатные экскурсии, скидки на развлечения и музеи, а также бесплатный ужин на двоих в одном из отелей или ресторане. «Такая программа доступна лишь при бронировании на сайтах туроператоров — наших партнеров. Мы надеемся, что она простимулирует интерес наших соотечественников к интереснейшему городу Израиля — Тель-Авиву», — подчеркивает Николай Дергачев. **TE**



ОЩУТИ ЖИЗНЬ НА МЕРТВОМ МОРЕ

tourism.goisrael.ru

Posetitelzrail goisrael

posetiteizrail @goisrael_ru

ISRAEL
Land of Creation

РЕКЛАМА

В ФОКУСЕ

Познать культуру через туризм

В начале сентября в Ялте состоялся III Крымский туристский форум, одной из ключевых тем которого стала роль культурно-познавательного туризма в социально-экономическом развитии регионов.

«Такой богатой культуры, как у России, нет ни у одного государства в мире. Культурно-познавательный туризм является одним из наиболее перспективных и востребованных сегментов внутреннего российского туристского рынка. Туристская отрасль должна обеспечивать вклад в экономическое развитие регионов и способствовать сохранению и популяризации нашего уникального культурного наследия», — открывая пленарное заседание, заявила заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

На Крымском форуме, в котором приняли участие более 200 человек, обсуждался ход реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, исполнение поручений Президента и Правительства Российской Федерации по Крыму, а также вопросы создания новых проектов и комплексных турпакетов культурно-познавательного и событийного туризма.



ПРОЕКТ

Импортозамещению — зеленый свет

Минкультуры России поддержало предложение Ассоциации туроператоров России создать комитет по импортозамещению в туризме, который разрабатывал бы программы поддержки участников туристического рынка, развивающих внутренний туризм.

«Создание условий для импортозамещения в туризме для того, чтобы крупные компании развернулись и начали активно работать на внутренних направлениях, — задача, поставленная на уровне правительства России. Вопросы развития внутреннего туризма можно и нужно решать на самом высоком уровне. Я являюсь самым горячим сторонником создания комитета, предложенного АТОР», — прокомментировала заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

В состав комитета по импортозамещению войдут представители бизнеса, региональных администраций, туристических информационных центров и общественных организаций. В середине сентября состоялось первое заседание новой организации.

ХРОНИКА

Три константы детского туризма

«Каждый школьник должен побывать в двух столицах — Санкт-Петербурге и Москве — и обязательно в Крыму. Это три константы для детского туризма», — уверена заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

О том, какую работу ведет Координационный совет по детскому туризму в РФ и как реализуется Национальная программа по развитию детского туризма, рассказала директор Департамента туризма и региональной политики Минкультуры России Ольга Ярилова, выступая на конференции «Детский туризм — локомотив развития культурно-познавательного, военно-исторического и семейного туризма в Крымском федеральном округе».

«Во всех субъектах РФ созданы региональные советы по детскому туризму, которые возглавляют заместители председателей правительств и в которые входят все региональные руководители органов власти, принимающие участие в организации детского туризма, а также представители туротрасли и общественности», — заявила она.

В 2014 году в Национальной программе по развитию детского туризма приняли участие 25 тысяч школьников из всех регионов России. Из них более двух тысяч человек посетили Крымский федеральный округ. В 2015 году в рамках программы более 500 школьников из Крыма и Севастополя посетят Москву и Санкт-Петербург.



КОНТАКТЫ:

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

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



МИТТ — лучший старт и продвижение IT-проектов

Раздел «IT в туризме» на МИТТ ежегодно становится популярной бизнес-площадкой для налаживания новых B2B-контактов в сфере информационных технологий. О том, почему именно эту выставку выбирают компании для своего выхода на рынок и анонсирования новых продуктов и сервисов, рассказывает **ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРЬЕВА**, директор МИТТ.

Участники раздела, представляющие системы поиска и бронирования туров, отелей, авиа, ж/д, автобусных билетов, турслуг, а также платежные системы, программное обеспечение и предложения по разработке туристических сайтов, высоко оценивают количество и качество посетительской аудитории выставки, которую не встретишь ни на одном другом профессиональном мероприятии.

«Для United Travel прошедшая выставка МИТТ 2015 — знаменательное событие, и вот почему. Для нас, как для технологически нового инновационного проекта, было принципиально важным правильно выбрать время и место выхода на российский рынок. И в качестве «точки старта» был выбран именно МИТТ. Что это дало? Во-первых — максимальный охват агентской аудитории, а также потенциальных партнеров. Возможность продемонстрировать им наши разработки — а где еще можно добиться такого эффекта, как не на крупнейшей в России отраслевой выставке? Плюс это отличная возможность получить мгновенную обратную связь — увидеть своими глазами, как рынок реагирует на новые технологические решения, и понять, куда двигаться и расти дальше. Скажу без преувеличения: мы получили достойный результат. Поток посетителей нашего стенда и количество агентств, пришедших на нашу конференцию в рамках МИТТ, доказали огромный интерес профессиональной аудитории и позволили верно выстро-

ить вектор дальнейшего развития. Поэтому я считаю МИТТ идеальной площадкой для вывода новых проектов на рынок, в особенности — таких технологически революционных, как United Travel. И мы обязательно снова используем все вышесказанное на предстоящей выставке МИТТ в 2016 году», — рассказывает Геннадий Косарев, генеральный директор United Travel.

В свою очередь, представители агентств отмечают, что только МИТТ предоставляет им уникальный шанс раз в год и на одной площадке провести встречи с компаниями, представляющими как инновационные проекты, так и все известные технологии для турбизнеса. Для турагентств важна возможность на месте сравнить и протестировать представленные сервисы, задать вопросы специалистам и получить ответы, найти информацию о перспективах расширения «продуктовой линейки», использования новых технологий и получения дохода от продаж дополнительных услуг.

Важно отметить, что не менее 25% региональных агентств, посещающих МИТТ, также работают как бизнес-трэвел-агентства и обслуживают крупные предприятия и корпорации в своих регионах.

«МИТТ — это огромное количество участников и море посетителей, это прекрасный повод для проведения встреч и переговоров, налаживания новых B2B-контактов», — так оценивает выставку Hotelbook.

Не упустите возможность своего лучшего старта и эффективного продвижения на МИТТ 2016! **ТБ**

www.mitt.ru

ЕЖЕГОДНО ВЫСТАВКУ МИТТ
ПОСЕЩАЮТ БОЛЕЕ

32 000

ЧЕЛОВЕК,

ИЗ НИХ 76% — ПРЕДСТАВИТЕЛИ
ТУРБИЗНЕСА ИЗ МОСКВЫ
И 75 РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ



RBT&MA: шесть лет успеха

1 октября в Москве наградили лучшие MICE- и бизнес-трэвел компании России. Лауреаты и победители Russian Business Travel & MICE Award, как всегда, определялись экспертным советом с учетом результатов интернет-голосования, в котором приняли участие более миллиона человек — рекорд, демонстрирующий колоссальный интерес к премии.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ЗАГЕР, ФОТО МИХАИЛ ГРУШИН

18.30. Холл «Президент-отеля» полон нарядных гостей. Среди них видные отельеры, руководители TMC и DMC, представители транспортных компаний и конвеншн-бюро. Все общаются в предвкушении предстоящей церемонии.



19.10. На сцене генеральный директор ИД «Турбизнес» и руководитель проекта Russian Business Travel & MICE Award Иван Калашников. Приветствуя гостей, он отметил, что несмотря на трудный год рынок выстоял, а борьба за награду только обострилась.



19.45. Первые награды нашли своих обладателей. Ведущие первой части церемонии генеральный директор компании «Арт Бизнес Трэвел Кафе» Людмила Кириллова и генеральный директор компании «Випсервис» Дмитрий Горин уже чествовали представителей лучшей конгрессной гостиницы Москвы категории 5*, лучшей конгрессной гостиницы Москвы категории 4*, лучшей конгрессной гостиницы Санкт-Петербурга, лучшей региональной конгрессной гостиницы. За последнюю номинацию развернулась такая борьба, что оргкомитет принял решение наградить четверых лауреатов. Но победитель все равно только один.

19.50. Настало время назвать лучший конгрессный центр России. Им стал «ВертолЭкспо» (Ростов-на-Дону). Победителя объявил вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ, председатель экспертного совета Александр Рыбаков.



19.55. Подошел черед наградить победителей и лауреатов новой номинации, которая появилась только в этом году, — премию получила лучшая зарубежная гостиница для проведения российских MICE-мероприятий — «Renaissance Минск».



20.05. Пришла пора узнать, кто лучше всех организует конференции в России (City Travel), а кто — за рубежом («Демлинк»). Лучшему организатору конференций за рубежом награду вручали Эмиль Алиев и Эмиль Абдулаззаде, управляющие партнеры компании Green Code — официального зарубежного партнера награды.

20.15. Экватор церемонии. На сцене — ведущие второй части программы: генеральный директор Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова и генеральный директор компании UTS Group Алексей Крылов.





20.20. Лучший организатор ин센сив-программ в России — «КонкордБизнесСервис», за рубежом — Aerotone Business Travel. Тем, кто лучше всех делает это за пределами нашей страны, награду вручает Сергей Канаев (на фото — справа), директор представительства Департамента туризма и коммерческого маркетинга Дубая в России, СНГ и странах Балтии. Дубай туризм — генеральный партнер премии.



20.55. Назван лучший национальный офис по туризму в сфере продвижения MICE: Отдел туризма посольства Испании в Москве. Его глава Луис Бовес Мартин (на фото — слева) принимает награду у председателя Ассоциации бизнес-туризма ACTE – Russia Вадима Зеленского.

20.30. Выбирать лучше-го всегда тяжело, особенно если все претенденты на награду отнюдь не аутсайдеры на рынке. Премию главе лучшего business travel агентства («Авиа Центр») вручил Игорь Фатьянов (на фото — справа), генеральный директор официального страхового партнера награды — компании «Зетта Страхование» (ранее — СК «Цюрих»).



21.00. Победитель в номинации «Самый яркий MICE-проект года» — Business Travel Solution. На сцене с командой BTS заместитель гендиректора MaxiMICE, партнера номинации, Алексей Сергеечев, на фото — крайний справа, рядом с ним — член экспертного совета этой номинации представитель Imperial Tobacco Sales & Marketing Наталья Младенцева.



20.45. Отмечено самое динамичное business travel агентство (Unifest Travel), вручена награда за инновации и лучшие креативные концепции в деловых мероприятиях (UTS Group). Настало время выбрать лучшую авиакомпанию для бизнес-путешественников (ОАО «Аэрофлот — Российские авиалинии»).



21.10. Все награды нашли своих обладателей! На сцене — весь цвет российского рынка MICE и делового туризма с наградами, партнеры и ведущие церемонии.

С полным списком победителей и лауреатов премии RBT&MA — 2015 можно ознакомиться на сайте www.mice-award.ru

Держать курс по ветру



Российский турбизнес, подобно Одиссею со своими спутниками, должен пройти целый ряд испытаний, прежде чем достичь тихой гавани устойчивого спроса. Несмотря на препятствия отечественная туриндустрия демонстрирует завидную живучесть. «Другого варианта нет: выживет только тот, кто умеет принимать и успешно реализовывать неординарные и эффективные решения», — в один голос говорят участники рынка.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

ИДТИ ВСЛЕД ЗА СПРОСОМ

Основной тренд сезона — серьезное падение рынка выездного туризма. Больше всего пострадали визовая Европа и дальнемагистральная массовая экзотика. А вот долларо-вым направлениям (особенно предлагающим сервис all inclusive) пока удается удерживать спрос. Сохраняется он и в сегменте туров, рассчитанных на состоятельных клиентов. И, конечно, теперь в дележе туристического «тирога» принимает участие Россия.

В количественном отношении радоваться, увы, нечему: сведения по отдельным направлениям выезда оказались даже хуже среднего показателя. Греция завершила полугодие с минусом в 53,5%. Испания — в 43,1%. Таиланд — в 53,1%. Индия — в 56,1%. А Тунис и Мексика вообще «провалились»: первый за 6 месяцев 2015-го по въезду туристов из России «упал» на 75,4%, а вторая сократила турпоток из РФ на 74%. Поэтому в текущей ситуации «достижения» Турции или Египта, которые сумели по максимуму сохранить интерес россиян (в первом случае снижение составляет 25,7%, а во втором — 13,4%), считаются наилучшими. Причем Египет все же «сделал» Турцию, так как за 6 месяцев



2015 года российских туристов там побывало на 23 тысячи больше (1,054 против 1,031 млн).

«Падение отмечается практически на всех направлениях выездного туризма, — говорит генеральный директор сети офисов продаж «Горячие туры» Светлана Макарова. — Очень сильно «просел» Тунис, туристы стали чаще отказываться от поездок в Мексику и Доминиканскую Республику, а в связи с ростом курса евро сократился турпоток и на европейском направлении». Владимир Каганер констатирует: больше всего страдают дальнемагистральные (следовательно, дорогие) массовые направления — Доминикана, Куба, Мексика. По мнению директора СЗРО РСТ Екатерины Шадской, «среднее падение объемов на выезде составило около 20% (по сравнению с 2014-м)». «Меньше всего «просели» Турция и Египет, в то время как Скандинавия и страны Балтии, пользовавшиеся большим спросом в городе на Неве, оказались в серьезном «минусе»: здесь уровень падения продаж туров достигает 50%, — говорит она. Вместе

с тем Владимир Воробьев, к примеру, заявил, что при среднем «проседании» европейских направлений на 50% по всем из них, кроме Греции, в «Натали Турс» удалось достичь «очень хороших маржинальных показателей». «Кто не ставил себе целью захватить часть рынка, этим летом мог работать и зарабатывать», — уверен он.

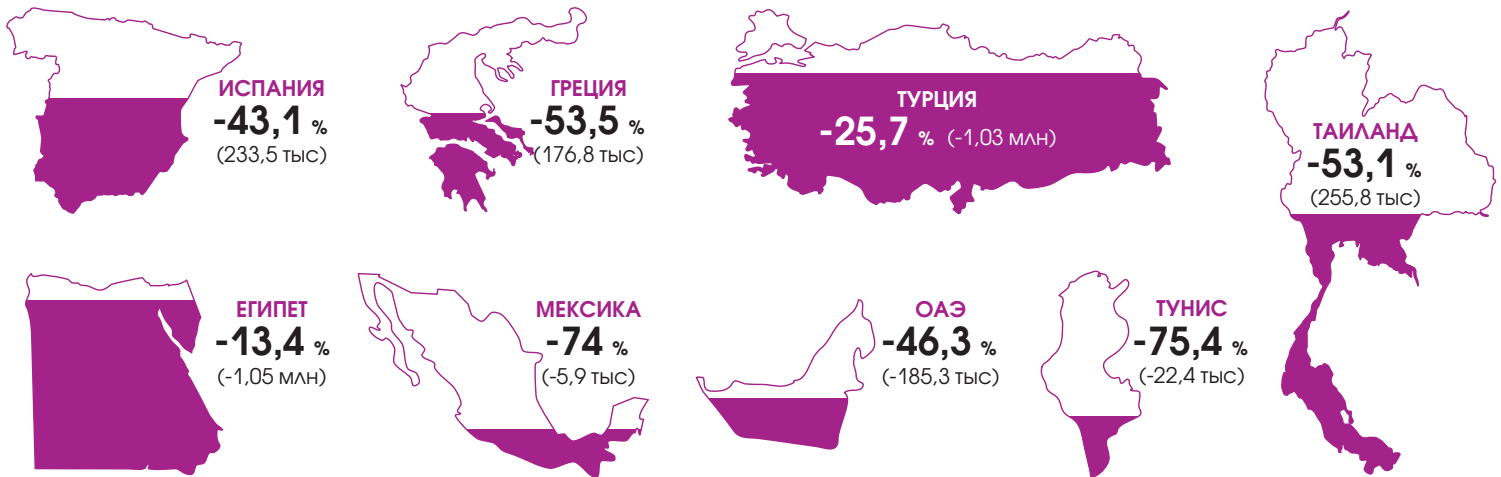
Эксперты убеждены: в обозримой перспективе альтернативы Турции и Египту как главным зарубежным курортным направлениям лета и зимы не будет. «Зимой делаем ставку на массовый Египет: взяли 4,5 тысячи кресел в неделю, расширили региональные полетные программы», — говорит Анна Малинина, директор по продажам компании «Натали Турс». В «TUI Россия» Египет называют «одним из наиболее востребованных направлений» и не скрывают, что если не в этом сезоне, то в ближайшем будущем снова хотят выйти по стране в лидеры рынка.

Вместе с тем ряд экспертов полагает, что в дополнение к Египту с его козырем в виде «все



Согласно новой методике Росстата, утвержденной в августе 2014 года, учет идет не по числу туристов, а по количеству их поездок. По ней за первые полгода 2015-го больше всего поездок туристы из РФ совершили в Финляндию (1,52 млн). За ней следуют Казахстан (1,42 млн), Турция (1,37) и Абхазия (1,272), а завершает первую пятерку «миллионников» Египет с 1,267 млн поездок.

Выезд россиян за рубеж по наиболее популярным направлениям за первое полугодие 2015 года



Источник: Росстат

Времена сейчас трудные, но интересные. Через год туристическая картина рынка страны будет совсем другой

ВИКТОР ТОПОЛКАРАЕВ

генеральный директор «НТК Интурист»

включено» в наступающем сезоне спросом будут пользоваться и другие безвизовые долларовые направления, пребывание в которых обходится относительно недорого. «Таиланд хоть и включает дорогую авиаперевозку, но наземное обслуживание там очень бюджетное», — отмечает Владимир Каганер. В этой связи, кроме Таиланда, выиграть в спросе могут такие направления, как Индия (в частности, Гоа) или Вьетнам. К которым, скорее всего, примкнет и ОАЭ: отдых в Эмиратах хотя и недешев, но абсолютно безопасен и весьма комфортен. Да и лететь туда не так уж далеко.

Что касается России, то мнения разные. Однако предстоящей зимой отправлять туристов «внутрь» намерены даже те игроки рынка, которые летом 2015 года занимали выжидательную позицию. Например, к поставившей поезд в Великий Устюг «НТК Интурист» присоединился TUI: как пояснила руководитель пресс-службы «TUI Россия» Ольга Маликова, впервые в своей практике компания выходит на рынок внутреннего туризма с предложением «пакетных» туров в Великий Устюг и на Красную Поляну. А Pegas Touristik вообще заявил о том, что с конца октября авиакомпания Pegas Fly начнет осуществлять регулярные рейсы в Сочи и Симферополь из шести российских городов (Самары, Казани, Уфы, Санкт-Петербурга, Екатеринбург и Красноярска), которые станут выполняться вплоть до апреля 2016 года. Не исключено и появление туров, «привязанных» к этой перевозке.

И ВАШИМ, И НАШИМ...

Следующий тренд — четкое позиционирование турпродукта под определенную категорию клиентов. При этом операторы формируют туры для массового «бюджетного» туриста по минимально возможным сейчас ценам, а для взыскательного покупателя, требующего «изюминки», расширяют ассортимент за счет неординарных предложений.

Если клиенты хотят получать туры дешевле — операторы их создают. «Предлагаем больше доступного продукта, отелей 3–4*, апарт-отелей, — говорит Ольга Маликова. — Фокусируемся на наиболее востребованных направлениях, отказываясь от неэффективных курортов и отелей». В компании, чувствуя интерес к безвизовым странам, продолжают развивать Турцию, Египет и Черногорию, к которым в этом зимнем сезоне впервые добавляют и Сербию. «Меньшее «проседание» мы отмечаем по тем странам, где туристы могут отдохнуть по системе «все включено», — соглашается с трендом Светлана Макарова.

«Структура рынка меняется в сторону более бюджетного продукта, — констатирует Надежда Найдис, руководитель отдела рекламы и PR PAC Group. — Поэтому в нашем ассортименте в сезоне «осень-зима» значительную часть занимают бюджетные предложения горнолыжных и экскурсионных туров». Пример-

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

СВЕТЛАНА МАКАРОВА,
генеральный директор сети
офисов продаж «Горячие туры»



Агентства, которые продолжают работать на рынке, делают упор на клиентоориентированности, стараясь обеспечить индивидуальный подход к каждому туристу. А также ведут активную работу по реанимации клиентской базы. При этом больше всего кризис затронул агентства, ориентированные на экономных туристов. А вот те, кто работал с обеспеченными туристами, пострадали меньше. Источником дополнительного заработка могут стать сопутствующие услуги: бронирование отелей, продажа авиа- и ж/д билетов, страховок для выезжающих за рубеж, туристических сим-карт.

но такого же мнения и генеральный директор TEZ Tour Владимир Каганер. «По горнолыжным направлениям этого сезона ожидаем небольшого спада спроса, а также оттока туристов на более бюджетные направления, — замечает он. — На такие, как Болгария, Андорра и, возможно, Россия».

При этом эксперты отмечают, что глубина продаж сокращается. По оценке Надежды Найдис, в среднем по европейским направлениям она составляет только 2–3 недели. Однако на таких направлениях, как круизы или горнолыжный отдых, показатель все же гораздо выше — здесь он может достигать 4–6 месяцев.

Но есть и несколько другие оценки. «В момент, когда курс валют растет, туристы активно бронируют и оплачивают туры, чтобы потом «не попасть» на доплаты, — считает Елена Кокоева из ANEX Tour. — Прежде чем забронировать тур, они тщательно подходят к выбору туроператора, предложенного в агентстве, изучают детали договора. Время, когда турист искал дешевый тур, закончилось». По ее оценке, сейчас наблюдается тенденция, когда клиент отказывается от приобретения сомнительно дешевого тура и не просит сумасшедших скидок, которые составляют часть комиссионного вознаграждения агентства. «Турист не пренебрегает отдыхом за границей: скорее речь идет о сокращении числа поездов, — отмечает Елена Кокоева. — Теперь ему важно качество услуги и наличие гарантии сервиса высокого уровня. На что мы и делаем больший упор».

И еще: на фоне изрядно «просевшего» по ряду направлений массового бюджетного отдыха «дорогие» туристы выглядят бодрячком. Эксперты отмечают: те, кто располагает средствами, по-прежнему не экономят. «Спрос на высокобюджетный отдых сохранился», — говорит Надежда Найдис. «Экзоти-

ческие направления, пользующиеся спросом у обеспеченных туристов, потеряли мало», — отмечает и Светлана Макарова. В этой связи игроки пришли к пониманию того, что концентрироваться только на отдельных направлениях или сегментах рынка не стоит — сейчас клиенту нужен широкий ассортимент, из которого он в любом случае мог бы выбрать подходящий именно ему тур.

Вместе с тем и Владимир Воробьев, и его тезка из TEZ Tour Каганер констатируют, что в целях возможной экономии на ряде европейских направлений (особенно это касается горнолыжных туров) снова усилятся отток туристов в самостоятельное «плавание». «Доля туроператоров продолжит сокращаться», — замечает первый. «К этому их подталкивает и введение биометрии при получении виз», — считает второй.

ЧТО ДЕЛАТЬ

В условиях быстрого изменения конъюнктуры рынка его игроки особенно остро-рожно подходят к формированию полетных программ. Становятся максимально «гибкими» в поисках новых направлений отдыха и способов реализации туров. И там, где это возможно и выгодно, отдают предпочтение «мягким» блокам мест и даже регулярной перевозке.

По оценке большинства опрошенных экспертов, пока раннее бронирование явно «буксует»: потенциальные клиенты заняли выжидательную позицию.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ,
генеральный директор компании «АРТ-ТУР»



Прогнозы — в нынешних условиях дело крайне неблагоприятное...

Но если говорить о трендах в запросах клиентов, надо разделять их на разные категории.

Первая — те, кто от изменений экономической конъюнктуры не пострадал: они как тратили на путешествия столько, сколько хотят, так и тратят. Более того — сейчас нередко они предпочитают выбирать не стандартный набор «перелет+отель», а сложные туры в далекие страны (например, в Латинскую Америку или ЮВА), предполагающие наличие и приключенческой составляющей. Вторая — средний класс или чуть выше. Да, они стали экономить. Выбирать более дешевый перелет на бюджетной Air Arabia. Или отель 5* — но уже не на первой линии. Что касается изменения глубины продаж, тут тоже есть градации. Сейчас на рынке есть предложения не то что last minute — даже last second: глубина продаж по сравнению с былыми сезонами заметно снизилась. И если клиенту все равно, он выберет last second. Между тем осталась и категория клиентов, которые четко знают, чего хотят. Они по-прежнему заранее готовы платить не только за определенный отель, но даже за предварительно выбранный номер. Ведь если в России рынок «падает», то в других странах он растет: понимая это, такие туристы о качественном отдыхе и сейчас беспокоятся загодя.

В основном, туристы ждут до последнего в надежде выиграть на курсовой разнице и получить дополнительный дисконт по спецпредложениям. Хотя остается и процент клиентов, фиксирующих стоимость поездки заблаговременно

НАДЕЖДА НАЙДИС

руководитель отдела
рекламы
и PR PAC Group

«Темпы раннего бронирования немного ниже, чем в прошлом году, но постепенно стабилизируются, — отмечают в «НТК Интурист». — Поскольку скидки от отелей в этом случае составляют до 20–30%, не думаем, что интерес к продажам по акции пропадет. В конце сентября традиционно мы запускаем раннее бронирование следующего лета, и этот год не стал исключением».

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

АННА МАЛИНИНА,

директор по продажам «Натали Турс»

К планированию подходим очень тщательно — оптимизируем полетные программы, отельную базу. Хороших результатов ждем от ОАЭ и экзотики (Шри-Ланки, Мальдив, Сейшелов, Индии). Оптимистичные прогнозы даем по лечебным курортам Чехии (здесь взяли жесткие блоки) и Венгрии, которым планируем уделять особое внимание. Думаю, ровно пройдет и горнолыжный сезон, хотя здесь наблюдается определенное изменение спроса. Так, дорогие австрийские курорты могут недосчитаться значительного количества российских туристов, в то время как более доступные по цене Италия и Андорра демонстрируют уверенный спрос.



© ТАТЬЯНА ЯКОВАЛЕВА

«Сейчас бронирование идет сдержанно — повторяется та же ситуация, что была весной во время раннего бронирования летнего сезона, — согласна Ольга Маликова из «TUI Россия». — Однако в октябре его темпы традиционно ускорятся».

«В основном туристы ждут до последнего в надежде выиграть на курсовой разнице и получить дополнительный дисконт по спецпредложениям, — констатирует и Надежда Найдис из PAC Group. — Хотя остается и процент туристов, фиксирующих стоимость поездки заблаговременно».

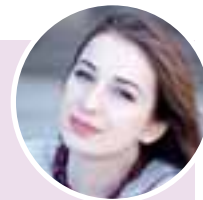
Что в этой связи предпринимают игроки рынка? По оценке Владимира Каганера, наблюдается несколько тенденций. Первая — особо тщательное планирование объемов перевозки. Вторая — стремление перейти на «мягкие» блоки мест. Третья — поиск новых направлений и способов продаж, способных привлечь клиента в нынешних условиях.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

ЕЛЕНА КОКОВА,

исполнительный руководитель PR-департамента компании ANEX Tour

Такие страны Азии, как Таиланд, Индия, Вьетнам, а теперь уже и Камбоджа — наши ключевые направления в зимнем сезоне. Учитывая дешевизну отдыха в них, мы уверены в успехе. При планировании полетных программ наши специалисты учли все нюансы и специфику каждого из регионов, откуда будем летать, поэтому считаю, что спрос полностью соответствует предложению. Разумеется, мы рационально подошли к планированию объемов и рисков, так что избытка перевозки наблюдать не придется. Что касается акций, то мы регулярно их проводим как для наших партнеров, так и для туристов. Как правило, это подарочные экскурсии, бонусы и спецпредложения.



«Внимательно следим за ситуацией на рынке и стараемся сбалансированно выстраивать нашу полетную программу, — комментируют в «Интуристе». — Нами проводятся и будут проводиться стимулирующие акции для менеджеров туристических агентств, что играет немаловажную роль в увеличении продаж и, как следствие, помогает поддерживать поток туристов». «Оптимизируем расходы, не ведем рискованную региональную политику, максимально сохраняем ассортимент с вылетами из Москвы, — отмечает Надежда Найдис. — В предстоящем горнолыжном сезоне ставим собственные программы по Италии, Франции и Австрии на весь сезон, а на «высокий» также есть программы в Андорру, Швейцарию и Финляндию».

В свою очередь, в «Натали Турс» наращивают ассортимент и переходят на принципы динамического пакетирования туров. Задача поставлена четко: по словам Владимира Воробьева, уже нынешней зимой в компании по всем направлениям хотят иметь динамические пакеты, «которые позволяют опережать конкурентов на 4–5 часов».

В «TUI Россия» тоже предлагают новинки. Например, в рамках акции раннего бронирования в течение трех дней после него клиент должен оплатить лишь 25% стоимости тура. А полностью — за 2 недели до даты вылета. В этом сезоне в компании особый акцент делают на бюджетный турпродукт, предлагая наиболее востребованные клиентом варианты. Причем это касается практически всех направлений, включая и новые для компании Сербию или Финляндию.

Что в итоге? Российский турбизнес ждет новый сезон, который простым явно не будет. Однако, переживший уже не одно потрясение, он приспосабливается к ситуации и умирать вовсе не намерен. «Если бы с аналогичным падением национальной валюты столкнулись западные страны, их выездной туризм вообще бы исчез. А у нас — жив, — заявил по этому поводу генеральный директор «НТК Интурист» Виктор Тополкараев. — Отрасль способна выживать даже в экстремальных условиях. И главное — ей не мешать». **TE**

**ПО ОЦЕНКЕ
ВЛАДИМИРА КАГАНЕРА,
СЕЙЧАС В ДЕЙСТВИИ
ТУРОПЕРАТОРОВ МОЖНО
ОТМЕТИТЬ НЕСКОЛЬКО
ТЕНДЕНЦИЙ:**

- особо тщательное планирование объемов перевозки;
- стремление перейти на «мягкие» блоки мест;
- поиск новых направлений и способов продаж.



ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БИЗНЕС-ОТЕЛИ, КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ И MICE-КОМПАНИИ В ОДНОМ КАТАЛОГЕ!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ

• УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

12^й
ВЫПУСК

ГОСТИНИЦЫ • КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ • ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ • MICE-КОМПАНИИ

ТИРАЖ:

10 тыс. экз.

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:

март 2016 г.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, TMC- и PCO-компаний (5000 адресов)
- на выставках ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), MITT (Москва), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIVTM (Барселона)
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ
- на конференции WTM Vision, на деловых мероприятиях для MICE-компаний
- на церемонии вручения наград Russian Business Travel & MICE Award

СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSINESS TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

БИЗНЕС-ТРАВЕЛ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
MICE-БИЗНЕС.РУ • 1997 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-7272

Анастасия Пшеничная | e-mail: catalog@tourbus.ru



Бизнес под вопросом

Малый бизнес наиболее остро реагирует на меняющуюся конъюнктуру рынка. Турагентства — яркий тому пример. Кризис давит на предпринимателей не только финансово, но и психологически, вследствие чего они решают избавиться от теряющих ликвидность активов.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

ТУРФИРМЫ «ГОРЯТ»

Бизнес-брокер Re:Sale Expert провел исследования рынка купли-продажи предприятий готового бизнеса в сфере туристических услуг. Результаты неожиданные: при сохранении объема предложения на уровне прошлого года, спрос на турагентства вырос на 30%.

«Панические настроения, когда многие бросились продавать свои турфирмы, сегодня сменились более трезвой оценкой ситуации. При этом дисконт на туристический бизнес все еще предлагается большой: в среднем 20–30%, а в некоторых случаях и 50%, и даже 60%. Это делает покупку особенно выгодной», — комментирует исполнительный директор компании Павел Горбов.

Действительно, стоимость турагентств снизилась, по оценке юридического агентства «Персона Грата», минимум на 20%. Однако этот фактор

не приводит к пропорциональному росту спроса на покупку турфирм. «На фоне кризиса возросло число тех, кто хочет продать турагентство, при этом спрос на приобретение турагентств снизился на 20–30%», — констатирует специалист по продаже бизнеса Наталья Ямщикова.

По словам исполнительного директора международного портала покупки-продажи готовых бизнесов Business & Asset Exchange Андрея Суворова, пик предложений по продаже турагентств пришелся на прошлый год. «С тех пор многие из объектов закрылись, так и не найдя покупателей. Сейчас, по нашим ощущениям, на рынке остались объекты, которые смогли адаптироваться к новым условиям. Тем не менее большим спросом они не пользуются. Возможно, покупателей пугают падение курса рубля и объема туристических потоков», — предполагает эксперт.

ТОП 5 КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ТУРАГЕНТСТВА

- Прибыльность
- Квалифицированные сотрудники
- Место расположения
- Реальная клиентская база
- Срок жизни с хорошей репутацией на рынке

Источник: юридическое агентство «Персона Грата»

В ЗОНЕ РИСКА

Уже больше года розничный бизнес находится в стрессовом состоянии. Заявок все меньше, сохранить объемы продаж и рентабельность — все сложнее.

Проблемы в первую очередь касаются небольших одиночных агентств, собственники которых стремятся избавиться от бизнеса. «При этом продать агентство сейчас тяжело: на рынке огромное количество свободных торговых площадей в проходимых местах с приемлемой стоимостью аренды, достаточно и специалистов с хорошим опытом на рынке труда», — считает генеральный директор группы компаний TBS Рашад Мамедов.

Сложнее всего турфирмам, которые ориентировались на продажу недорогих туров по ограниченному количеству направлений. «Их клиенты сейчас не могут себе позволить часто ездить на отдых за границу, экономят, а размер комиссии, которую получают эти агентства — минимальный. Им приходится демпинговать и фактически работать себе в убыток», — говорит генеральный директор сети турагентств «Горячие туры» Светлана Макарова.

Такие агентства — финансово неустойчивые, работающие по старым лекалам, вряд ли заинтересуют потенциальных покупателей. Прибыльность — критерий номер один, по которому оценивают ликвидность турагентства, — уверены в «Персона Грата». Не менее важны и такие критерии, как квалифицированные сотрудники, местоположение, реальная клиентская база.

«Сейчас востребованы прибыльные агентства, с историей, в которых хорошо поставлена работа, — поясняет Наталья Ямщикова. — Также пользуются спросом небольшие операторские компании по внутреннему туризму, имеющие действующие фингарантии».



Источник: компания Re:Sale Expert

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

При покупке турфирмы людьми движет уверенность, что они способны на имеющемся рынке занять свою нишу, найти своих клиентов, дать лучший сервис и качество обслуживания, чем конкуренты. Решение открыть бизнес принимается не тогда, когда «ажитоаж и рынок растет». Рынок турбизнеса то растет, то падает, но был, есть и будет. А вот способность занять свой сегмент зависит уже от усилий предпринимателя. По нашим наблюдениям, ежегодно реализуется около 500 туристических агентств. Таким образом, объем рынка мы можем оценить примерно в 1 млрд рублей в год.

ПАВЕЛ ГОРБОВ,
исполнительный директор компании Re:Sale Expert



КОМУ, ЗАЧЕМ?

По статистике Re:Sale Expert, еще совсем недавно (4–5 лет назад) около 80% турфирм покупалось в качестве подарка женщине. Эта тенденция ушла в прошлое, и теперь основной покупатель — крупные туристические сети, их доля более 50%. Вторая половина — это бизнесмены, люди не из туризма, но желающие зарабатывать на этом рынке.

Сети «Магазин горящих путевок» и «Горячие туры» рассказали, что в приобретении турагентств не заинтересованы, так как работают исключительно по системе франчайзинга. «У них нет собственной розницы, а у нас есть. Мы всегда рассматриваем вопрос покупки агентств, к весне планируем приобрести 3–4 точки продаж. Кризис — это наиболее подходящее время: их стоимость снижается в два-три раза, бывает, что агентство, которое изначально оценивалось в 500 тысяч рублей, выставляется на продажу за 100 тысяч», — рассказывает директор по развитию сети «Глобал-Трэвел» Сергей Самохвалов.

Рашад Мамедов, напротив, считает, что крупные сети предпочитают сейчас открывать собственные офисы продаж «с нуля». «Во-первых, при сопоставимых затратах компания сама выбирает место расположения и набирает команду. Во-вторых, никто не застрахован от «подводных камней» при покупке чужого бизнеса, как репутационных, так и финансовых», — объясняет он.

Агентские сети сходятся в одном: в кризис выгоднее «держаться вместе». «Рынок туристической розницы сужается, но мы наблюдаем активное вхождение новых агентств в нашу сеть», — говорит директор по рекламе и продвижению бренда сети «МГП» Надежда Ткач.

Рашад Мамедов уверен: затраты на роялти, которые платит агентство за право работать под брендом известной сети, окупаются в 80% случаев. «Впрочем, если руководство агентства не может выстроить работу менеджеров или раздает скидки всем подряд, то даже франшиза известной сети ему вряд ли поможет», — резюмирует он. **ТБ**

СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ
ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА
В РОССИИ, ПО ДАННЫМ
ЮРИДИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА
«ПЕРСОНА ГРАТА», ВАРЬИРУЕТСЯ
ОТ 500 ТЫСЯЧ ДО 1 МЛН РУБЛЕЙ.
ПО СТАТИСТИКЕ RE:SALE EXPERT,
СТОИМОСТЬ ТУРАГЕНТСТВА СТАРУЕТ
ОТ 500 ТЫСЯЧ, А СРЕДНЯЯ ЦЕНА —

2 МЛН
РУБЛЕЙ

САМЫЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ МАЛЫЕ БИЗНЕСЫ

1. Магазины
 2. Салоны красоты
 3. Кафе и бары
 4. Рестораны
 5. Гостиницы
 6. Интернет-магазины
 7. Автосервисы
 8. Автомойки
 9. Стоматологические кабинеты
 10. Аптеки
- Турагентства в ТОП-10 не входят

Источник: компания Business & Asset Exchange



Введение биометрических виз официально стартовало 14 сентября. Этого события и ждали, и боялись, как ждут новую эру, гадая: что там, за этим рубежом? Теперь в бездонную базу данных Евросоюза поступают отпечатки российских пальцев. Насколько серьезными будут последствия этого нововведения для рынка выездного туризма? Вопрос остается открытым.

ТЕКСТ
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН

НАКАНУНЕ

Основания для пессимизма у отечественного туристического бизнеса имелись. За неделю до перехода на биометрические визы Российский союз туриндустрии (РСТ) объявил, что турпоток из России в страны Евросоюза в первом полугодии снизился на 37,4%. На таком фоне новая процедура расценивалась в первую очередь как дополнительный барьер. Осознание того, что мы имеем дело с очередным этапом развития европейской бюрократии, для которого существуют к тому же серьезные миграционные мотивы, запаздывало. Зато состоялся аукцион демотиваторов: РСТ устами своего пресс-секретаря Ирины Тюриной предсказал в конце августа, что введение биометрии может привести к снижению турпотока в Европу на 30%. Ассоциация туроператоров России (АТОР) снизила ставку вдвое, спрогнозировав «временный отток туристов» в границах 10–15%.

За три дня до наступления биометрической жизни президент группы компаний «Натали Турс» Владимир Воробьев заявил на пресс-завтраке, что ожидать драматического снижения турпотока в страны Шенгена не следует. Задавая возможный алгоритм действий для остальных, он сообщил, что его компания тщательно подготовилась к этому этапу: в 36 городах России будут работать сервисные центры «Натали Турс» на базе собственных офисов или уполномоченных операторов. У клиентов появится выбор между двумя возможностями. Опция light предусматривает подготовку персоналом «Натали Турс» визового пакета и передачу его туристу для дальнейшего самостоятельного обращения в визовый центр. Согласно второму, полному варианту от туриста потребуются только явка в визовый центр для сдачи отпечатков пальцев — все остальные операции берет на себя компания, и готовый паспорт,

5,8 млн

ШЕНГЕНСКИХ ВИЗ БЫЛО ВЫДАНО
ГРАЖДАНАМ РФ В ПРОШЛОМ
ГОДУ. ИТОГИ ЭТОГО ГОДА
ПОДВОДИТЬ РАНО, НО С БОЛЬШОЙ
ВЕРОЯТНОСТЬЮ ЦИФРА
БУДЕТ МЕНЬШЕ

как и прежде, будет вручаться путешественнику накануне поездки. Хорошо, что переход пришелся на межсезонную паузу, отметил Владимир Воробьев: будет меньше лихорадки.

Коллегу поддержал глава компании DSBW Карен Гончаров: «Все летние туры уже продали, зимние пока в самом начале продаж. Отсутствие большого спроса в межсезонье позволит спокойно отработать все технологии работы по новым правилам». Гендиректор компании PAC Group Илья Иткин подтвердил, что «в первое время рынок будет приспосабливаться к новым условиям, но уже новогодние заезды пройдут в спокойном режиме». С тем, что «адаптивный период пройдет довольно быстро», согласилась и Татьяна Коршунова, директор по продвижению компании «Джет Тревел».

Решительно поступил АТОР, направив представительство Европейского союза в России прямое и ясное послание. Количество офисов визовых провайдеров, представленных в России, несоизмеримо с территорией России и ее тысячами с лишним городов, говорилось в нем. Без открытия многопрофильных визовых центров, принимающих документы на визы в разные страны Шенгена, не обойтись. На письмо очень быстро отреагировал глава департамента прессы и информации представительства ЕС Скорен Либориус: просьба Ассоциации туроператоров будет рассмотрена.

УТРО НОВОЙ ЖИЗНИ

Технологией новой схемы работы на примере чешского визового центра поделился руководитель отдела маркетинга «ДВМ-Тур» Александр Рудометкин: оператор формирует пакет документов на основе поступившей от агентства информации и записывает заявителя на прием. С утра курьер заносит в визовый центр документы всех назначенных на этот день клиентов, а турист сдает отпечатки пальцев в заранее определенное время. Если заявитель приходит без записи, то придется стоять

в живой очереди, главное — явиться в тот же день, в который были поданы документы.

А что думают операторы в регионах? Исполнительный директор компании «Самараинтур» Вера Бастракова констатирует, что основные сложности связаны со странами, по которым отсутствует сдача биометрических данных в Самаре. Прогноз этого эксперта относительно возможного падения рынка — самый пессимистичный: не менее чем 60%, и именно за счет региональных рынков. Продукт-менеджер «Аванти» (Екатеринбург) Наталья Карамышева главную трудность видит в отсутствии возможности для назначения группе определенного промежутка времени. «Каждого надо записывать отдельно, и, соответственно, пока записываешь одного, время следующего приема может быть занято. Тогда семье придется проходить процедуру порознь».

Директор краснодарской компании «Ла-Тур» Александр Лазарев сообщает, что из-за непроработанности технологии пропускная способность визовых центров на начальном этапе сократилась. «При сдаче биометрических данных туристов сопровождает сотрудник компании: чувствуя нашу поддержку, люди проходят процедуру быстрее и спокойнее», — рассказывает он.

Если искать позитив в новом порядке, то операторы видят его в том, что туристы смогут получать «длинные», на срок актуальности биометрических данных, визы — вплоть до пятилетних. В данный плюс вмонтирован, однако, свой минус: с мультивизой турист может уйти в самостоятельное плавание.

Однако жизнь продолжается: оформление визы в Швейцарию с «выездом на дом» в Москве стоит 180 евро, в регионах — гораздо больше. За визу в Чехию берут 150 евро. Приглашение специалиста «с чемоданчиком» в офис оператора на два часа стоит 500 евро, на весь рабочий день — 1600 евро. Такой почин наверняка получит дальнейшее распространение. **ts**



ЧУЖОЙ ОПЫТ

Украина перешла на биометрию минувшим летом — можно ли поучиться на ее опыте? Как рассказывает директор Центра развития туризма Украины Владимир Царук, в первое время было организовано дежурство представителей туроператоров в визовых центрах самых популярных направлений, чтобы те смогли помочь туристам. Визовые центры предложили обслуживание для туроператоров непосредственно в их офисе — для этого нужно было доплачивать 50 евро за каждого туриста. Польша отменила аккредитацию турфирм вообще, так как туроператоры стали «торговать» квотами на получение туристических виз. По оценкам туроператоров, например, TUI Ukraine, поток туристов в зону Шенгена по итогам лета уменьшился на 20–25% по сравнению с 2014 годом. Практически замерли автобусные туры. Это было связано и с биометрией. Опыт показывает, что в новых условиях готовить документы на подачу лучше за месяц-полтора, а в портфеле агентства следует иметь запасные варианты отдыха для туристов, чтобы вовремя их перенаправить.

Не так страшен ВИС

Россия лидирует по количеству выданных шенгенских виз. Всего в 2014 году было выдано 15 млн виз, из них — около 5,8 млн россиянам. При этом отказ в визе получают менее чем в одном проценте случаев. Надо отметить, что Россия — единственная страна, где есть такая широкая сеть консульств стран Шенгенского соглашения (60 учреждений) и их уполномоченных визовых центров

(350 учреждений), которые работают почти в сорока российских городах — от Калининграда до Владивостока. Рад отметить, что новая Визовая информационная система (ВИС) стран Шенгенского соглашения, которая начала функционировать в России 14 сентября, работает хорошо. В первую неделю работы ВИС ежедневно подавалось в среднем 6000 заявлений

на визу. Размер визового сбора из-за новых правил не изменится и будет по-прежнему составлять 35 евро. При подаче заявления на визу через визовый центр стоимость сервисного сбора не может превышать 30 евро.

ВИГАУДАС УШАЦКАС,
посол Евросоюза в России



«Тот, кто делает 80% работы, — не получает ничего»

СЕРГЕЙ РОМАШКИН — признанный авторитет туристического рынка, коллеги по бизнесу уважают его за профессионализм и беспристрастные оценки. В интервью «ТБ» руководитель туроператора «Дельфин» делится своим видением ситуации в отрасли, рассуждает о соперничестве и выводит формулу успеха.



Сергей, как вы пришли в туризм и почему решили заняться именно внутрироссийскими направлениями?

Наверное, стоило бы сказать, что двадцать лет назад я предвидел рост внутреннего туризма и выбрал самый перспективный сегмент. Но все было несколько проще.

Я отношусь к предпринимателям так называемой первой волны. В 1990-е годы все занимались всем. Мы пробовали себя в разных сферах бизнеса: производстве, рекламе, торговле ценными бумагами, брокерских услугах. Компаний было много, одна из них осталась как туристическая. Какого-то стратегического замысла, связанного с внутренним туризмом, у нас не было, мы не могли предвидеть, что через 20 лет российский туризм будет на подъеме.

Когда меня спрашивают, в чем секрет успешной компании, я отвечаю: «Выберите какое-то дело, делайте его ответственно 20 лет, развивайтесь — и будет вам счастье». Мы всегда очень серьезно подходили к тому, чем занимаемся, ведь ответственность туристического бизнеса выражается не только в деньгах. Люди доверяют нам самое ценное, что у них есть в жизни — свободное время, отпуск. Если человек неудачно подстригся, то он об этом быстро забудет, и цена такой ошибки невелика. А в туризме — большие семейные бюджеты, в поездки вовлекаются дети, взрослые, иногда бабушки и дедушки, поэтому любая ошибка турбизнеса — проблема для всей семьи и не может быть оценена только в рублях.

Истории о неудачных поездках передаются в семьях из поколения в поколение. Мы стараемся, чтобы передавались истории успешных поездок.

Еще со студенческих времен я активный горно-пешеходный турист. Я окончил институт в 1986 году, и к этому времени уже посетил Кавказ, Алтай, Карелию, много мест в центральной России, Крым, Краснодарский край и даже добрался автостопом от Абхазии до Москвы. К моменту основания компании я хорошо представлял туристические возможности России, поэтому мой приход во внутренний туризм был, с одной стороны, случайным, а с другой — я был к этому готов. Первой проданной нами путевкой была путевка в Крым.

За границу — в Испанию — я попал первый раз в 1995 году. Тогда наша фирма уже успешно развивалась, и я не видел финансового стимула «спрыгнуть» с одного направления на другое. И конечно, увидев сервис там, мне захотелось сделать что-то похожее здесь. Вместе с нашими отелями мы как туроператор формировали новую деловую среду и стандарты обслуживания, участвовали в законодательной работе. На наших глазах с рынка уходило поколение, для которого турист был досадной помехой, а не гостем. Мы одними из первых создали систему онлайн-бронирования, доступную 24 часа 7 дней в неделю. Мы дали туристам ассортимент, быстроту поиска, удобство бронирования. Было интересно работать!

Какие трудности пришлось пережить вашей компании за минувшие 20 лет?

Мы, как и все, переживали кризисы 1998 и 2008 годов, но я бы не сказал, что это были уникальные сложности. Кстати, 1999 год был для нашей компании как раз лучшим за все годы ее существования. Кризис 2008 года — другой. Летний сезон тогда прошел удачно, а спад начался в 2009 году. У людей стало меньше денег, снизилась покупательская способность, в итоге мы не досчитались около 30% туристов. Конечно, девальвация рубля делает внутренний продукт конкурентным, но надо понимать, что общая экономическая нестабильность и падение реальных доходов, неуверенность в будущем также снижают и внутренний турпоток. Объяснять все действия туристов удешевлением или подорожанием туров слишком поверхностно.

Похож ли нынешний кризис на предыдущий?

Тогда, в 2009 году, как я уже сказал, у нас был спад. Сейчас, к счастью, его нет, но рост турпотoka незначительный, примерно 5%. Мы пережили волну колоссального спроса в феврале-марте, когда в отдельные недели рост превышал 100% к такой же неделе прошлого года. Но, как нам стало понятно в апреле, люди просто «сбрасывали» подешевевшие рубли, которые остались с 2014 года. Все успокоилось к маю.

За восемь месяцев динамика наших продаж примерно соответствует прошлогодней. Мы считаем это неплохим результатом на фоне падения выездного потока. Динамика турпотоков на курортах различна. Количество туристов, посетивших Крым, выросло на 50% по отношению к прошлому и на 20% к 2013 году. В то же время Анапа «просела» на 15%, причем причины до сих пор не до конца ясны. Скорее всего, от поездки на курорт в этом году отказались бюджетные путешественники, которые составляли там основную долю турпотока.

Не сказались ли на ваших результатах активные действия крупных туроператоров, вышедших на российских рынок?

Когда два туроператора борются на каком-либо выездном направлении, то можно реально оценить их конкуренцию. Известно, сколько туристов ежегодно посещают, например, Хорватию. Если один игрок поставит дополнительный борт, это очевидно увеличит его возможности и снизит возможности соперника. Здесь есть почва для конкуренции, и рынок мал.

В России ситуация другая. Здесь колебания самого рынка в разы превышают возможности любого туроператора что-либо с этим рынком сделать. «Библио Глобус» запустил чартерный поезд в Анапу. Сказалось ли это на рынке перевозок на курорт? Конечно, нет. Поезд ходил в Анапу, кажется, дважды в неделю, то есть за летний сезон, по моим оценкам, перевез около 15 тысяч человек. При этом туристические власти города говорят о 3,5 миллионах отдыхающих.

На рынке внутреннего туризма конкуренция не так заметна. Стоит вспомнить, что еще несколько лет назад здесь активно оперировали такие крупные игроки по России, как «Ориент» и «Астравел», объемы которых в расцвет превышали объемы нынешних новичков. Поэтому с точки зрения глобальной рыночной позиции и конкуренции для нас мало что изменилось.

Как вы считаете, удалось ли новичкам реализовать свои амбиции на внутренних направлениях этим летом?

Я точно не помню, какие цифры они заявляли, но считаю, что никому из крупных выездных игроков не удалось войти в тройку туроператоров по внутреннему туризму. Лидер по объему туристов на нашем рынке — «Алеан», вторая строчка у нас, третья — у «Мультитура».

Новички «подняли», вероятно, более 100 000 туристов в этом сезоне, это отличный результат, но тем не менее этого недостаточно, чтобы войти в первую тройку, и экономика этого выхода, по моим оценкам, близка к нулевой. Цены изначально были на 8–10% ниже, чем наши, а это фактически вся прибыль, весь



Ответственность туристического бизнеса выражается не только в деньгах. Люди доверяют нам самое ценное, что у них есть в жизни — свободное время





доход оператора. Так, с определенным демпингом, и принято выходить на новые рынки. Мы не в обиде, продали то, что хотели, в тех объемах, в которых планировали и с прибылью.

Крупные выездные операторы, а также, например, «Алеан», предлагают пакетные туры по России. «Дельфин» — нет. Это ваша принципиальная позиция?

Мы экспериментировали с пакетными турами, но финансовый результат нас не устроил ни в один год. Обычно он был нулевой, иногда с небольшим убытком. Возможно, у туроператоров, имеющих свои авиакомпании или особые условия работы с крупными перевозчиками, экономика этого процесса выглядит лучше.

У меня сложилось впечатление, что когда туристы говорят о пакетном туре, то подразумевают предельно дешевый горящий тур из серии «500 рублей за неделю отдыха с перелетом». Мы можем сформировать пакет, но будет ли он конкурентоспособен на фоне таких экономических чудес, которые делают другие игроки? Скорее всего, нет. Другое дело, что эти экономические чудеса не могут длиться долго. Посмотрим, кто останется на рынке через пять, через десять лет. Мы не торопимся.

«Дельфин» изначально двигался в другую сторону. Сейчас идет отделение букинг-систем от операторской работы, и причина здесь не только в экономике. Booking.com, наверное, не испытывает проблем с дефицитом средств, при этом не пакетирует размещение в отеле с другими услугами. Мы развиваемся как система бронирования, вкладываем в это много сил, поэтому не считаем целесообразным пакетировать туры. Есть достаточное количество туристов с билетами или планирующих поездки на машине к морю. Им нужна только наземка.

Чем вы лучше того же Booking.com, Ostrovok.ru и других онлайн-игроков?

Booking.com и аналогичные сервисы представляют предельно простой сегмент — отели. Но туризм — это не только отели. Это и экскурсионные туры, и туры с лечением. Ассортимент предлагаемых нами отелей и туров по России шире и настраивался он с учетом специфики внутреннего туризма и клиентских предпочтений. Главное — нам удалось реализовать бронирование санаториев и экскурсионных туров, сделать это было непросто.

Взять экскурсионные туры. Если искать их по названию города — например, Санкт-Петербург — выпадает слишком много вариантов. По названию «Три волшебных дня в Северной столице» человек не поймет, какая конкретно программа ему предлагается. Мы разработали поиск по достопримечательностям Санкт-Петербурга. Клиент может выбрать Эрмитаж, Петергоф и Русский музей — и система

покажет ему все доступные варианты поездок с посещением этих мест. Такая система поиска экскурсионных туров на моей памяти была реализована впервые. В санаториях другая специфика — десятки профилей лечения и сотни методов. Требуются другие фильтры для выбора такого сложного турпродукта.

Часто ли вы путешествуете по России и миру? Куда любите возвращаться?

В течение года один раз отдыхаю за границей и один раз — в России. Пять лет назад встал на горные лыжи и теперь катаюсь зимой либо в Европе, либо на Красной Поляне. Кстати, там действительно удобно, современные подъемники, интересные трассы, нет очередей.

Не так давно я возобновил пешие походы, прошел два раза по маршруту Архыз — Красная Поляна, это примерно 100 км, четыре перевала через Кавказский хребет и около 10 дней. Мы ходим в такие походы с семьей, это очень интересно, а виды — просто роскошные.

Люблю Крым, Кавказ, а также Подмосковье, поскольку живу здесь.

В одном из интервью вы сказали, что в день принимаете около 60 звонков. Откуда черпаете силы?

Секрет работы руководителем длительное время в поддержании баланса физической и эмоциональной энергии. Если этого не делать, то потеряешь интерес к любому делу. Бизнес — это условная «гора», на которую ты должен подниматься каждый день, и запас энергии надо готовить уже с вечера. Для этого надо уметь «отрывать» себя от работы и посвящать свое свободное время хобби, семье. В то же время туризм — это интеллектуальный вид бизнеса, он постоянно развивается, здесь действительно интересно.

Какие цели, как руководитель, вы на данный момент считаете для себя ключевыми?

Пора выращивать смену. Я нахожусь сейчас в процессе обучения своих сотрудников, имею опыт преподавания студентам туристических ВУЗов. Не скажу, что эта работа на 100% по мне, но это часть работы директора. Вообще лучший директор тот, который в офисе не сидит, а задачи ставятся и решаются без него теми людьми, которые для этого наиболее подходят.

Успех компании прост: лучший продукт, лучшие специалисты по продукту, лучший директор и 100% отдача всех сотрудников. Люди готовы делать 80% работы отлично, а 20% — кое-как. Нет, так не пройдет. В нашем бизнесе те, кто делает 80% работы, не получают ничего. Только тот, кто выложится на все 100%, получит туристов, которые скажут спасибо. **ТБ**

ДОСЬЕ «ТБ»

Ф.И.О

Ромашкин
Сергей Анатольевич

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Город Ефремов, Тульская область

ОБРАЗОВАНИЕ

Высшее, Московский институт электронной техники

ДОЛЖНОСТЬ

Генеральный директор туроператора «Дельфин»

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Москва, Зеленоград

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Женат, трое детей, два внука

ХОББИ

Туризм, альпинизм, горные лыжи

ПРОЕКТ Destinations TiN ATI ONS

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

Чехия, Франция, Италия, США, Швеция, Шотландия, ОАЭ и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении. Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баварии, Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту.

За минувшее время под флагом Destinations вышли свыше 180 печатных изданий, около 130 из них — по заказам зарубежных национальных туристических организаций, общим тиражом более 1,5 млн экземпляров. С их PDF-версиями можно познакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

Проект представлен и в социальных сетях, на наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта.

Мы готовы к сотрудничеству.

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



ШТУТГАРТ И ЮГО-ЗАПАДНАЯ ГЕРМАНИЯ

Онлайн-проект

Партнер: Официальный партнер
по туризму столицы

Баден-Вюртемберга — компания
Stuttgart-Marketing GmbH



ТЕХНОЛОГИИ

Объем: 24 полосы

Тематический выпуск,
посвященный онлайн-технологиям
в туризме



ЛЕЧЕНИЕ В САКСОНИИ

Объем: 88 полос

Партнер: Организация по развитию
туризма при правительстве
Саксонии Tourismus Marketing
Gesellschaft Sachsen mbH (Т|М|G|S)



САКСОНСКИЕ ВЕСТИ

Онлайн-проект

Партнер: Организация по развитию
туризма при правительстве
Саксонии Tourismus Marketing
Gesellschaft Sachsen mbH (Т|М|G|S)



Возьми за правило — забыть «Трансаэро»

Не успел рынок «переварить» известие о слиянии «Аэрофлота» с «Трансаэро», как его участникам «вкололи» новую порцию адреналина. 1 октября принято решение о начале процедуры банкротства «Трансаэро», и теперь только продуманные совместные решения могут помочь избежать коллапса как на авиарынке, так и в российском туризме.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

БОЛЕЕ
620
ТЫСЯЧ

БИЛЕТОВ БЫЛО ПРОДАНО
«ТРАНСАЭРО» НА БЛИЖАЙШИЕ
МЕСЯЦЫ

Одной цифры достаточно, чтобы понять масштаб проблемы: по состоянию на 30 сентября на отдыхе в России и за рубежом с билетами «Трансаэро» находилось до 118 тысяч туристов, являющихся в основном клиентами туроператоров «Библио Глобус», «НТК Интурист», Coral Travel и «Натали Турс». В целом же от имени перевозчика на ближайшие месяцы продано более 620 тысяч билетов, из которых свыше 205 тысяч — в составе турпакетов. Что и позволило главе Ростуризма Олегу Сафонову заявить: «Если перевозка туристов по предоплаченным билетам «Трансаэро» не будет выполнена, последствия окажутся даже более серьезными, чем летом 2014 года».

Почему же слияния, «благословленного» на самом «верху», не произошло? Формально поводом для отмены «Аэрофлотом» оферты стало то, что в пери-

од до 28 сентября 2015 года, когда должна была закрыться сделка, нужный пакет в 75% акций не был консолидирован на одном юридическом лице. Фактически покупателю стало понятно, что это груз, который способен потопить его самого.

Долги у «Трансаэро» гигантские: в целом более 250 млрд рублей. При этом до 150 млрд — обязательства по лизингу лайнеров, еще 85 млрд перевозчик задолжал банкам и примерно 16 млрд рублей — за топливо и обслуживание в аэропортах. «Компания операционно убыточна три года подряд; не думаю, что кредиторы готовы пойти на то, чтобы вложить свои обязательства в ее уставный капитал», — заявил по этому поводу руководитель Сбербанка Герман Греф. «Никто не был заинтересован в спасении находящейся в сложном финансовом положении авиакомпании», — считает и глава ВТБ Андрей Костин. При этом представители крупных кредиторов

(а среди них и ряд других банков) сообщили, что готовы «извлекать» задолженность путем ее «просуждения» в процессе банкротства.

Как станут развиваться события? Предполагается, что банковские кредиты останутся на балансе головного юридического лица (ОАО «Авиакомпания «Трансаэро»). Часть самолетов «Трансаэро» заберет себе «Аэрофлот», а большую — вернут лизингодателям. На базе своей «дочки», авиакомпании «Россия», присоединив к ней «Донавиа» и «Оренбургские авиалинии», «Аэрофлот», по словам его генерального директора Виталия Савельева, создаст новую компанию. Свой «рецепт» спасения «Трансаэро» предложил и ОАО АКБ «Международный финансовый клуб» (МФК), который считает возможным 75% (+1 акция) ОАО «Авиационная компания «Трансаэро» передать в управление банкам-кредиторам. При этом они принимают единый подход к реструктуризации долгов. 20% из них списывают в обмен на льготы от Банка России. А «операционная деятельность «Трансаэро» возобновляется в необходимом объеме под руководством опытного и профессионального менеджмента».

Что касается судьбы пассажиров (а именно это больше всего волнует туристический рынок), то и «Аэрофлот», и министр транспорта РФ Максим Соколов заверили: перед ними все обязательства выполнят. «Аэрофлот», в частности, сообщил, что «пассажирам будет обеспечена перевозка или возврат денежных средств в случае, если она будет отменена». Максим Соколов добавил, что в процессе могут быть задействованы все крупные авиакомпании страны, включая «ЮТэйр», S7 Airlines, «Уральские авиалинии», «Россию» и т. д. Что, с учетом среднего коэффициента загрузки кресел менее чем в 80%, вполне возможно.

Сейчас известно: срок перевозки «регулярных» пассажиров «Трансаэро» с оформленными билетами (а новые не продают) продлен до нуля часов 15 декабря 2015 года. И на внутренних, и на международных направлениях. А вот туристам (в первую очередь «Библио Глобуса») придется все время быть в напряжении. Как заявил управляющий директор компании Александр Туголуков, продажа турпакетов на рейсах «Трансаэро» с вылетом после 25 октября остановлена. При этом 9 октября было принято решение о предоставлении «Библио Глобусу» дальнемагистральных самолетов Boeing-777 (из парка авиакомпании «Оренбургские авиалинии») для выполнения договорных обязательств между туроператором и авиакомпанией «Трансаэро». Самолеты будут предоставлены на два месяца — с 15 октября до 15 декабря 2015 года.

Как оценивают события вокруг «Трансаэро» на российском туристическом рынке? Коммерческий директор ICS Travel Group Дмитрий Фила-

товский уверен: «Ключевой момент — как решат проблемы с перевозкой «Трансаэро» его основные партнеры («Библио Глобус», «НТК Интурист», Coral Travel и «Натали Турс»). «Натали Турс» решение уже принял: «туры на базе «Трансаэро» с датами вылета начиная с 5 октября 2015 года будут либо переформированы под вылеты другими авиакомпаниями, либо аннулированы с полной компенсацией их стоимости». По оценкам компании, объем туров на базе полетных программ «Трансаэро» с датами вылетов после 5 октября — 1 тысяча. «С этими клиентами будем работать индивидуально, — подчеркнул президент «Натали Турс» Владимир Воробьев. — Гарантируем, что наши обязательства перед туристами будут выполнены в полном объеме».

Как заявил вице-президент АТОР Дмитрий Горин, «Аэрофлот» уже предложил туроператорам новые контракты на период зимней (т. е. после 26 октября) навигации. «Ресурсы компании и его «дочек» позволяют организовать перевозки: нужно ожидать, что в связи с этим туроператоры будут предлагать клиентам замену рейсов», — считает Дмитрий Горин. Соответственно, в самое ближайшее время «Аэрофлот» станет перезаключать договоры с туристическими компаниями уже от своего имени (или от имени «дочек»). В связи с чем расписание рейсов может изрядно корректироваться: не исключено, что пассажиров будут «передавать» и на рейсы других перевозчиков.

Поскольку «Трансаэро» был крупнейшим перевозчиком на чартерных дальнемагистральных направлениях, определенную выгоду могут получить как «Аэрофлот», так и туроператоры, располагающие собственными «крыльями». Например, «Россия», входящая в структуру «Аэрофлота», получит возможность снова задействовать простаивающие лайнеры Boeing 767, а Pegas Touristik или ANEX Tour — предложить места на самолетах своих авиакомпаний партнерам-конкурентам. Как полагает коммерческий директор TEZ Tour Александр Буртин, в связи с общим снижением выездного турпотока из России особых проблем в случае полного ухода с рынка «Трансаэро» не возникнет. «Если учесть, что уже «просевший» выездной турпоток может сократиться и еще, оставшиеся перевозчики вполне способны заполнить освободившуюся «нишу», — считает он.

Не согласиться с ним трудно: если октябрь, на который приходится две трети проданных по линии «Трансаэро» билетов, пройдет без потрясений, то особых проблем банкротство «Трансаэро» туристическому рынку России не доставит. А если оставшимся перевозчикам удастся «заткнуть» своими бортами такие массовые направления зимы, как Египет и Таиланд, то и остальные вопросы наверняка будут сняты.

Если не случится новых неожиданностей. **ТБ**



Можно с большой долей вероятности предположить, что средний чек по направлениям, где «Трансаэро» выступала монополистом или конкурировала не более чем с двумя-тремя авиакомпаниями, повысится. В то же время уход игроков, испытывающих финансовые затруднения, — это показатель оздоровления рынка.

АЛЕКСАНДР СИЗИНЦЕВ

генеральный директор
Biletix.ru



ВО ИЗБЕЖАНИЕ КОЛЛАПСА

Общественные организации различного туристического бизнеса (АТА, СТА и «Уральская ассоциация туризма»), а также ведущие агентские сети направили открытое письмо в Правительство РФ. В нем говорится, что «реализация решения выполнить обязательства перед пассажирами авиакомпании «Трансаэро» находится под угрозой срыва. Кроме того, блокируется деятельность компании «Библио Глобус». В результате может быть нанесен огромный ущерб российским гражданам и престижу России на международной арене. Также это будет неоправданный удар для всей туристической отрасли, который неминуемо приведет к беспрецедентным по числу и масштабу банкротствам туристических компаний».

«Победе» дают добро

Министерство юстиции зарегистрировало поправки в Федеральные авиационные правила (ФАП), отменяющие условие, в соответствии с которым разрешение на полеты за границу могла получить только авиакомпания, отлетавшая не менее двух лет на внутрироссийских маршрутах. Поправки вступают в силу после 12 октября, и тогда лоукостер «Победа» откроет продажи билетов на рейсы за границу.

Ранее «Победа» запрашивала разрешение на зарубежные полеты, но получала отказы от Росавиации из-за несоответствия требованиям ФАП. Теперь же с большой вероятностью лоукостер сможет начать полеты за рубеж. Авиакомпания планирует выполнять рейсы по семи международным направлениям: в Братиславу, Дрезден, Кельн, Бергамо, Зальцбург, Шамбери и Верону. По мнению заместителя генерального директора группы компаний TBS Елены Пресняковой, «выход «Победы» на международные направления — это отличная новость на фоне сокращения перевозки по этим маршрутам со стороны зарубежных авиакомпаний».



Автобусам расчистят место

В срок до 1 апреля 2016 года в России должны быть приняты меры по расширению инфраструктуры аэропортов, портов и железнодорожных вокзалов, предназначенной для временной стоянки туристических автобусов.

Согласно поручению, которое дал президент РФ Владимир Путин правительству страны, действия по расширению «автобусной инфраструктуры» предпринимаются «в целях организации посадки и высадки групп туристов». В дополнение к нему региональным властям в срок до июля 2016 года рекомендовано разработать меры по формированию комфортной туристической среды, предусмотрев установку средств туристической навигации и обеспечив доступность объектов туристского показа для лиц с ограниченными возможностями и людей пожилого возраста.



Пассажиры летят «внутри»

Практически во всех аэропортах страны наблюдается тенденция роста внутреннего пассажиропотока: в зависимости от региона за последний год он вырос в объемах на величину от 10 до 20%. В Московском авиаузле в январе — августе 2015 года объем пассажирских перевозок на внутренних линиях составил 26,8 млн человек, что на 16,1% превышает показатели прошлого года. В аэропорту Пулково по итогам восьми месяцев внутренний пассажиропоток вырос на 11,6% — до 5,4 млн человек. Аэропорт Симферополя за январь — август обслужил 3,6 млн человек, и ожидается, что по итогам 2015 года главная воздушная гавань Крыма примет свыше 4,5 млн пассажиров.

Пассажиропоток московского авиаузла за 8 месяцев 2015 года



Источник: Росавиация



EasyJet покидает Россию

С 21 марта 2016 года британский лоукостер EasyJet на неопределенный срок прекратит полеты по маршруту Лондон — Москва по причине «значительного и устойчивого падения спроса на направлении».

EasyJet действует последовательно: из-за падения загрузки сначала она сокращала число рейсов между Москвой и Лондоном (с 29 марта выполняла еженедельно 7 вместо 13-ти), а с 10 сентября отказалась от рейсов по маршруту Москва — Манчестер. По мнению Юлии Джанджиевой, менеджера отдела Великобритании компании DSBW, «уход компании EasyJet не скажется на рынке организованного туризма, но что касается самостоятельных туристов, то новость крайне негативная». Председатель совета директоров компании Infomost Consulting Борис Рыбак, в свою очередь, прогнозирует рост цен на перелеты в Великобританию.

Питер остается без Norwegian

С конца октября 2015 года вторая по величине авиакомпания Скандинавии Norwegian перестанет выполнять прямые рейсы между столицей Норвегии Осло и Санкт-Петербургом: ее последний рейс запланирован на 23 октября.

Выполнявшийся с 2006 года прямой рейс Norwegian между Осло и Северной столицей, как и ряд других, пал жертвой снижения спроса, вызванного ослаблением рубля, а также введением санкций Запада против России. Кроме того, Norwegian намерена сократить и число рейсов на Петербург из других скандинавских столиц. Известие неожиданностью не стало: из-за значительного снижения пассажиропотока на международных авиалиниях с отправлением из Петербурга уже несколько зарубежных авиаперевозчиков обнародовали планы сокращения полетных программ в город на Неве.



«Ласточка» «отлетала» сезон

15 сентября туристический поезд «Ласточка» завершил программу чартерной перевозки в летнем сезоне 2015 года по маршруту Олимпийский Парк — Роза Хутор. По данным ОАО «РЖД», за три месяца лета составу удалось перевезти 63,2 тысячи человек.

Проект был запущен 15 июня совместными усилиями ООО «Роза Хутор» и ОАО «РЖД». При этом «Роза Хутор» выступило в качестве заказчика, а перевозчик предоставил состав и обслуживающий его экипаж. По сведениям РЖД, в пиковые даты заполняемость фирменного поезда превышала 80%, а средняя по итогам перевозки в летний сезон 2015 года составила 65%. Участники проекта отмечают, что в сезон «Ласточка» оказалась хорошо востребована, так как позволяла «пляжным» туристам без проблем отправиться на экскурсии в горы, а тем, кто жил в горном кластере, — посетить побережье.

Санкт-Петербург Иркутск
Москва Владивосток
Сайгон Окленд
Колombo Денпасар
Ванкувер Корор
Хагатна Нанди
Себу Саппоро
Манила Брисбен
Нью-Йорк Пекин
Гонолулу Гонконг
Лос-Анджелес Тайбэй
Бангкок Джакарта Сингапур Токио

Всемирная маршрутная сеть для вас

Всемирная сеть полетов Korean Air охватывает 128 городов в более чем 45 странах мира, предлагая больше возможностей для деловых и личных поездок.

Москва — Сеул — Пекин

Время выполнения рейса может измениться.

Колл-центр: +7 (495) 725-2727
www.koreanair.com

Excellence in Flight
KOREAN AIR

ЗАНЯТЬ СВОЮ НИШУ

Экономический кризис и возрастающая конкуренция стимулируют отели обращать более пристальное внимание на сегменты спроса, которые ранее казались малозначимыми. Простор для разработки эксклюзивных услуг есть, и тот, кто «первый начал», получает несомненное преимущество.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

Первые попытки российских отелей занять нишевые сегменты начались несколько лет назад, когда стали активно строиться гостиницы при аэропортах, хостелы, загородные спа-отели, отели с гольф-полями и яхт-клубами. Появилось предложение для велотуристов с соответствующим набором услуг, а также отель, специализирующийся на свадьбах.

Множество ниш по-прежнему остается не занято: это эко-отели, хостел-бары, хостел-дискотеки, бизнес-хостелы и др. Стать монополистом на рынке почти невозможно, однако те, кто открыл его для себя одним из первых, имеют определенные предпочтения. А укрепить позиции можно, введя новые качественные сервисы, пройдя соответствующую аттестацию и получив сертификат.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕРВОГО

Развитый халяльный туристический рынок может обеспечить растущий поток путешественников как из других стран, так и из России.

В столице первой гостиницей, получившей сертификат о праве предоставления услуг в соответствии со стандартом «Халяль», стал «Аэростар». По этому стандарту в Москве также работают гостиницы «Космос», «Аструс», «Холидей Инн Сушевская» и несколько других.

«На постоянной основе в отеле выделены 20 номеров для гостей, заезжающих по системе «Халяль», однако мы без труда оснастим и предоставим дополнительные номера, — рассказывает Надежда Веригина, старший менеджер по маркетингу отеля «Аэростар». — Предоставляется все

необходимое: Кибла, коврик для молитвы, компас, расписание намазов, информация для гостей по услугам «Халяль», кувшинчик для совершения омовений».

Аксессуары в ванной комнате (шампунь, мыло, гель для душа) также соответствуют требованиям «Халяль». В отеле транслируются тематические телеканалы, имеются мужские и женские молельные комнаты, особое меню в ресторане. Повара имеют необходимые документы. Продукты закупаются у специализированных поставщиков.

По словам Надежды Веригиной, статус гостиницы, предоставляющей услуги в соответствии со стандартом «Халяль», привлекает в «Аэростар» конференции и МICE-мероприятия: «У нас состоялась встреча стран — членов АСЕАН, регулярно проходят курсы повышения квалификации членов совета Духовного управления мусульман, конкурсы чтецов и хафизов Корана».

Предоставление качественных специализированных сервисов не только повышает лояльность клиентов, но и открывает новые рынки. «В рамках заседания стран — членов АСЕАН наш отель впервые в России принял группу гостей из Брунея», — говорит Надежда Веригина.

ТЕНДЕНЦИИ МЕНЯЮТСЯ

Туристические группы из Китая — традиционно крупный «клиент» российской туротрасли. Для привлечения китайских туристов и улучшения туристического сервиса для них в России туристическая ассоциация «Мир без границ» реализует проект China Friendly. В рамках проекта проводится аттестация отелей, ресторанов и других объектов туристического

ПОТРЕБНОСТЬ МУСУЛЬМАН
В ХАЛЯЛЬНОМ ОТДЫХЕ БУДЕТ
С КАЖДЫМ ГОДОМ
УВЕЛИЧИВАТЬСЯ НА

20%

СЧИТАЮТ В СОВЕТЕ МУФТИЕВ
РОССИИ (СМР)

ческой инфраструктуры. Сертификат China Friendly имеют полтора десятка московских гостиниц, два отеля в Санкт-Петербурге, по одному в Твери, Казани, Владивостоке и Великом Новгороде.

Требования, которые надо выполнить отелю, чтобы получить сертификат, не предполагают глобальных затрат, подчеркивает территориальный менеджер по туризму отелей Park Inn в Санкт-Петербурге Юлия Паслен. Нужны терминалы China Union Pay, многие банки устанавливают их бесплатно; указатели и информация об отеле на китайском языке. Придется включить дополнительные пункты в меню завтрака, позаботиться о наличии палочек для еды и тапочек в номерах. Приветствуется присутствие на ресепшен персонала, владеющего одним из основных китайских диалектов.

«Этот рынок раньше многие считали проблемным и не слишком прибыльным. Гости из Китая традиционно отдают предпочтение эконом-сегменту, часто питаются самостоятельно. Но тенденция меняется, сейчас китайские туристы готовы платить деньги, — рассказывает Юлия Паслен. — Может быть, большинство из них не готовы останавливаться в отелях luxury-сегмента, но качественный эконом-класс они могут себе позволить».

Собеседница «ТБ» отмечает также, что, несмотря на привычки, не характерные для европейцев, с точки зрения службы хаускипинга, гости из Китая — не проблемные: «Нужно учитывать особенности их поведения, культурологические особенности их страны. Но персонал отеля именно на китайских туристов никогда не жалуется».

Следование стандартам China Friendly гарантирует успех в работе с этим рынком при разумном ценообразовании. «Если сделать все в соответствии со стандартами, но стоимость номеров будет неприемлемой, китайский турист предпочтет другой отель», — говорит Юлия Паслен. С другой стороны, по ее словам, стремление сделать пребывание китайских туристов более комфортным повышает их лояльность к отелю, в том числе позитивно влияет на отношение туроператоров.

ЧТО НЕ ЗАПРЕЩЕНО, ТО РАЗРЕШЕНО

Отельеры ищут «новые рынки сбыта» и новые клиентские сегменты, поэтому с энтузиазмом встречают появляющиеся маркетинговые программы.

«Недавно сообщество отельеров Russian Hotels Talks проводило опрос отелей по участию в маркетинговой программе Dogs Friendly и получило положительные отклики», — рассказывает коммерческий директор гостиницы «Аструс» Андрей Михайлец. По его словам, спрос на услуги в рамках концепции Dogs Friendly постепенно растет. Об этом свидетельствует динамика google trends и поисковых запросов. «Пока это европейские страны, но тенденция очевидна, — отмечает эксперт. — Клиенты, которые путешествуют с домашними животными, достаточно платежеспособны и требовательны».

«Целевую аудиторию составляют физические лица, которые не хотят оставлять своих питомцев в гостиницах для животных, ищут площадки и рейсы с подходящими условиями бронирования, и профессионалы-«догхендлеры», которые посещают специализированные выставки и съезды», — рассказывает Андрей Михайлец. По его словам, получить дополнительный доход в этом сегменте отели могут несколькими способами: это оплата уборки номера с учетом повышения расходов на химию или же оплата тарифа за размещение с животными с учетом веса и высоты в холке.

Клиентам важно предоставление таких сервисов, как парковка и мойка лап, наличие парковой зоны рядом с отелем, внятная тарификация услуги, компактное поселение, возможность настроить лифт с поездками на отдельные этажи и т.д.

Службу хаускипинга перспектива принимать гостей с четвероногими друзьями не пугает. «Менеджеры этой сферы уже давно шутят: ни одна собака им еще ни разу не нанесла такого ущерба, какой, бывает, наносят обычные гости», — говорит Андрей Михайлец. — Еще важно побороть стереотип о том, что в отелях с животными проживать запрещено и поэтому нельзя». **ТБ**



Участниками программы China Friendly, запущенной по инициативе туристической ассоциации «Мир без границ», уже стали 14 отелей в Москве, два – в Санкт-Петербурге, а также одна гостиница во Владивостоке, одна в Твери и одна в Великом Новгороде.



Если в системе онлайн-бронирования воспользоваться фильтром «размещение с животными», можно оценить объем предложения на рынке. В Москве, например, в сентябре 2015 года 676 средств размещения предлагают остановиться у них с животными. Три года назад их было немногим больше ста. Глобальные маркетинговые программы Pets Friendly в частности есть у Hilton, Best Western, Marriott.

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:



И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

ДИЗАЙН ОТЕЛЬ
В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ

MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA

Дизайн-отель с непревзойденным стилем
Ресторан, Lounge, бар
Wellness-центр, 8 конференц-залов,
подземная парковка

MERCURE является частью

концепции отелей

ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA

Апартаменты

IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA

Современные номера, ресторан и бар

115184, Россия, улица Бахрушина, 11
3 минуты от метро Павелецкая
Тел: +7 (495) 720-53-03
Факс: +7 (495) 720-53-06
h8223@accor.com, www.accorhotels.com

DISCOVER
MERCURE

Mercure
HOTELS

MERCURE ION
MORE THAN JUST A HOTEL
DISCOVER THE WORLD

LE CLUB ACCOR
HOTELS

Когда каждый гость — особенный

«Изобрести велосипед» в сфере гостеприимства непросто, но предложить услуги велотуристам — вполне возможно. Как и другим особенным гостям, если прислушаться к их запросам, а иногда и капризам, и немного пофантазировать.



Babymoon holidays

Специальные услуги для беременных предлагают многие отели известных западных курортов, где развита традиция babymoon holidays — отдыха для женщины или для пары, ожидающей ребенка. Hotel

Splendido в итальянском Портофино предлагает пакет для таких пар: две ночи в двухместном номере с видом на море, специальный завтрак в номер, бесплатный обед или ужин, предродовой массаж для мамы и подарок для ее будущего ребенка. Эксклюзивную программу для беременных предлагает ялтинский Palmira Palace. Программа разработана врачами и учеными Центра восстановительной медицины и использует климатические особенности Крымского полуострова.

Своим сервисом для беременных известен турецкий отель Matnara Manhattan в Нью-Йорке. Постояльцам предлагается размещение в одноместном номере с колыбелькой для младенца, трансфер из аэропорта и подарок для мамы. Сюда часто приезжают иностранки, желающие родить ребенка в США и автоматически получить для него гражданство этой страны. Как правило, будущие мамы останавливаются в отеле минимум на два месяца, кроме того, они оплачивают медицинское обслуживание (около \$30 тысяч). Средний чек одного клиента составляет \$45 тысяч.



Отели для сна

Многие отели позиционируют себя как «лучшее место для сна», предлагая гостям специальные матрасы и подушки, звукоизоляцию и успокаивающие запахи. Некоторые пошли дальше по этому пути: Swissôtel в Берлине предлагает комнаты с сервисом Deep Sleep, кото-

рый был разработан для тех, кто страдает от проблем со сном. Перед тем как идти в кровать, клиент получает теплый напиток на основе шоколада и дышит горным воздухом в течение 30 минут. В номере пахнет лавандой. Когда гость ложится в постель, начинает работать устройство, издающее бинауральные волны, которые способствуют переходу организма в состояние сна.

В нью-йоркском The Benjamin для спокойного сна постояльцев по всему отелю расстелены ковры с очень толстым ворсом, поглощающим звук шагов, в номерах установлены шумоизолирующие окна, и даже есть сотрудник, который предотвращает и ликвидирует каждый посторонний шорох.



Отели для женщин

Распространенная в мире практика, начало которой положили на Ближнем Востоке. К примеру, в Эр-Рияде, столице Саудовской Аравии, только женщин принимает спа-отель Luthan Hotel and Spa. В Евро-

пе такие гостиницы также пользуются спросом. В Берлине постояльцев-мужчин не пускают в Intermezzo Hotel, а в копенгагенском бизнес-отеле Hotel Bella Sky Comwell есть этаж, предназначенный только для женщин.



Отели для велотуристов

Путешествующим на велосипеде необходим ряд дополнительных услуг, не встречающихся в обычных отелях. К примеру, парковка для велосипедов с зоной мойки и ремонта, информация о маршру-

тах. Некоторые специализированные гостиницы предлагают возможность хранения велосипеда в номере, а также предоставляют комнаты с душем после освобождения номера. Разместиться с комфортом велосипедисты могут, к примеру, в Meridional (Аликанте, Испания) или Best Western Hotel Cristallo (Милан, Италия).



Только для взрослых

Отдых без детей — частый запрос молодых пар или тех, кто просто хочет провести отпуск в тишине.

Списки таких отелей, в том числе расположенных на популярных направлениях семейного отдыха, регулярно обновляют специализированные интернет-порталы. Не принимают гостей младше 16 лет в Atlantica Bay (Лимасол, Кипр), Commodore Elite Suite & Spa (Сиде, Турция), Chromata (Санторини, Греция). **ТБ**

On и off — будь всегда готов!

Российский туррынок очень чутко реагирует на любые изменения в экономике. Это в равной степени касается как офлайна, так и онлайн, ведь кризис не делит на «своих» и «чужих». Эксперты, принявшие участие в конференции Online Travel 3.0, поделились своим мнением относительно будущего обоих сегментов рынка и дали советы по выживанию в непростые времена.

БОРИС РЫБАК,

председатель совета директоров компании Infomost Consulting



На туриндустрию сейчас оказывается сильнейшее давление, связанное с исчезновением реального спроса.

Очевидный выход — прекратить паразитировать на иностранных продуктах, а сосредоточиться на собственных. При этом в стремительно уменьшающемся количестве туристов доля профессиональных путешественников будет намного больше, чем, например, три года назад.

Люди, которые отдыхают за границей один раз в год, нуждаются в турагентстве. Тем, кто ездит туда каждый месяц, агентство ни к чему. Сложно даже представить, зачем оно им может понадобиться. А вот онлайн нужен абсолютно всем. И если где-то есть интересные перспективы развития, то именно в онлайн.

ГРАЧ МУРАДЯН,

руководитель группы IT-проектов Amadeus



Из огромного количества разнообразных подходов в онлайн все свелось к поиску самого выгодного тарифа, причем через метапоиск. Между тем, если говорить о повышении доходности в условиях кризиса, то наиболее актуальная вещь — это продажа дополнительных услуг.

Сейчас большинство онлайн-агентств предлагают поиск самого «дешевого» тарифа, а потом допродают багаж. А ведь можно сделать другой критерий поиска, например, «найти самый низкий тариф, где багаж уже включен», тем самым предоставить новый сервис клиентам и хоть немного диверсифицировать свой сайт.

С точки зрения поисковых систем мы сейчас используем около 10% от их потенциальных возможностей. Ведущие ОТА пытаются что-то предпринять в этом направлении. Это и есть дорога в будущее, так и нужно выходить из кризиса.

ВЛАДИМИР ПРОСКУРИН,

BSP-менеджер IATA



Лет 15 назад на четвертом этаже гостиницы «Минск» — там тогда был бизнес-центр — я насчитал 16 турагентств. Сейчас это трудно представить. Агентский рынок меняется, жесткая конкуренция ведет к процессу консолидации. При этом в туриндустрии много рисков. Один из них — когда у владельцев бизнеса при подходе к точке невозврата возникает желание собрать все, что осталось, и просто исчезнуть. Такие истории наносят огромный имиджевый ущерб всему рынку.

Средний возраст российских путешественников — от 25 до 55 лет. Это люди, у которых с собой минимум два гаджета. Очевидно, что мы движемся в сторону онлайн, но, по статистике, наши граждане больше доверяют ОТА, у которых есть офлайн-офис.

Посмотрим глобально: количество агентств в мире не уменьшается, но меняется уровень сервиса, направления их деятельности. От того, какой вектор развития выберет агентство и какие технологии будет применять, и зависит, выживет ли оно.

ДМИТРИЙ МИГАЧЕВ,

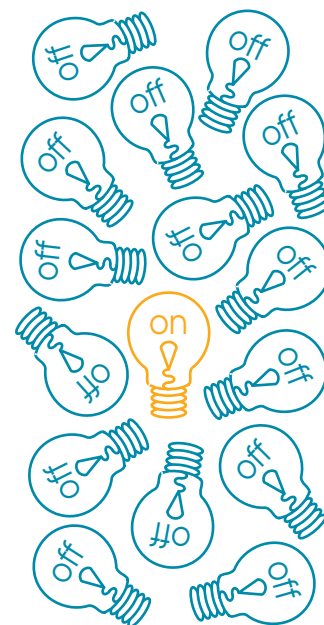
директор по партнерским онлайн-продажам компании «АльфаСтрахование»



Большая часть онлайн-трэвел-рынка — это продажи авиабилетов. Бытует мнение, что клиенту все равно, где покупать, главное, чтобы было дешевле. Многие рассуждают так: «Зачем я буду вкладывать в постпродажное обслуживание, если все равно в следующий раз клиент купит там, где цена на 500 рублей ниже?»

Однако с точки зрения страховщика, который всегда продает отложенную услугу, очень важно оказывать такой сервис, чтобы клиент к тебе возвращался. В обозримой перспективе, по моему мнению, именно качество сервиса — это единственное, что может перевернуть рынок и дать ему дополнительный стимул к развитию. **ТБ**

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



24–25 сентября в Москве прошла международная конференция и выставка Online Travel 3.0, организованная компанией ATO Events. В этом году в ней приняли участие более 220 профессионалов индустрии e-travel. Значимое место в программе заняла форсайт-дискуссия «Влияние экономики на рынок онлайн-трэвел в России. Что будет с отраслью в обозримом будущем?». На конференции также обсуждались перспективы динамического пакетирования, мобильные технологии в туризме, трэвел-стартапы и другие темы.



Когда клиент — соавтор и партнер

«За пять лет существования на рынке «Портбилет» полностью подтвердил свою успешность. Мы предложили туристическому рынку бесплатную автоматизацию рабочего места билетного кассира, а рынок благодарно ответил нам своими билетными объемами», — говорит ИРИНА СОЛОВЬЕВА, управляющий директор субагентского бизнеса холдинга «Випсервис». О новом технологическом решении системы, которое призвано облегчить жизнь организаторам деловых поездок, читайте в интервью «ТБ».

«Портбилет» (www.portbilet.ru) — простое и эффективное онлайн-решение для поиска, бронирования и продажи билетов, а также дополнительных услуг. В системе представлены авиационные и ж/д билеты, чартеры, билеты на «Аэро-экспресс», гостиницы и полисы страхования путешественников. Основные преимущества — дружелюбный интерфейс, привлекательная цена и полный ресурс мест. Скоро: решение для менеджеров небольших и средних ТМС.

«Портбилет» уже проявил себя как эффективный инструмент консолидации рынка турагентств в области их билетной продажи. В каком направлении планируете двигаться дальше?

Успех надо масштабировать. И вполне логично, что желание это сделать задало направление развития системы. Среди клиентов «Портбилета» сегодня не менее 8–10% составляют бизнес-трэвел-агентства. Работа с ними подсказала нам, что автоматизация рабочего места билетного кассира в небольшом

и среднем агентстве, которое занимается организацией деловых поездок, — «следующая остановка» на пути развития системы.

Почему вы уверены, что нововведение будет востребовано?

Автоматизация — это крайне дорогостоящий процесс. Позволить себе решение, разработанное «in house» за собственный счет, мало кто способен. И даже у очень хорошего среднего ТМС с его оборотами нет возможности вытащить «из кармана» пару миллионов долларов, чтобы получить собственную автоматизацию процессов работы с клиентом. Реше-

ния, которые сейчас продаются, тоже не дешевы. Есть ежемесячная абонентская плата за стандартный функционал, но за каждое расширение контента надо доплатить: хочешь еще одну систему бронирования, плати. И так далее...

Что вы готовы предложить рынку взамен?

Решение, которое в ближайшем будущем мы предложим рынку малых и средних ТМС, — абсолютно иное. Недаром мы ведущий консолидатор по продаже пассажирских перевозок на российском рынке — весь билетный контент, необходимый для продажи клиентам ТМС, у нас уже давно есть. Мы идем от обратного: добавляем к нему автоматизацию ключевых «обязательных» бизнес-процессов без дополнительных издержек. Иными словами — все лучшее, что есть в «Портбилете» плюс автоматизация наиболее важных и общих процессов по обслуживанию клиентов ТМС.

В чем заключаются основные преимущества нового решения «Портбилета» для ТМС-компаний?

К билетному кассиру, если он работает «на улице» или в туристическом агентстве, клиент приходит сам. К билетному кассиру, который работает в агентстве по организации деловых поездок, клиент сам не приходит. Вся коммуникация осуществляется по электронной почте или по телефону, то есть не структурирована. Для того чтобы ее структурировать, в «Портбилете» создан такой элемент системы, как «Заявка». Более того, у руководителя компании появилась возможность отслеживать работу по заявке, а также собирать статистику, оценивая не только количество денег, которые зарабатывает сотрудник, но и качество его работы с клиентом. Это первое новшество, которое появилось в системе.

Второе — это переписка по заявкам. Теперь внутри одной заявки мы можем делать бесконечное количество предложений для нашего клиента, а он одним нажатием может либо принять,



Еще один сверхважный момент — безопасность. Мы все помним прошлый год, когда рынок лихорадили проблемы вскрытия то одной, то другой системы бронирования. Наш комплексный подход к теме защиты работы пользователя в системе дал свои плоды: начиная с мая 2015 года в «Портбилете» подобного рода ситуаций не происходило.

МИХАИЛ ШАЛАЕВ,
руководитель департамента разработки

Мы пригласили участвовать в формировании идеологии и функционала корпоративного продукта «Портбилет» 3279 агентств из Москвы, Омска, Нижнего Новгорода, Казани, Волгограда. Большое спасибо всем, кто откликнулся! Теперь мы понимаем, что используют в своей работе коллеги.

Формирование профиля клиента и сотрудников-пассажиров, создание структурированной заявки, формирование и отправка из системы по этой заявке любого количества предложений для клиента по перевозке, получение обратной связи по предложению от клиента одной кнопкой, переписка по заявке, проведение бронирования, выписка проездных документов, передача данных о транзакциях в 1С для автоматического формирования закрывающих документов — все это будет доступно без дополнительной платы при условии, что выписка проездных документов производится через «Випсервис». Теперь о том, что важно для любого

пользователя вне зависимости от его специализации. Здесь, как и раньше, наше основное преимущество — простота использования «Портбилета» и его дружелюбный интерфейс. А это значит, что маленьким ТМС нет необходимости проводить дорогостоящее обучение персонала и сертификацию билетных кассиров на знание систем бронирования. Благодаря «Портбилету» они одновременно могут быть специалистами практически по всем системам бронирования, которые представлены на рынке. В связи с внедрением «Портбилета» дела у компании начинают идти в гору, и со временем у менеджеров появляются помощники, которым также не нужно обладать какими-то специальными знаниями, благодаря чему в высокие сезоны они могут помочь своим старшим товарищам, работая в этой же самой системе.

ТАТЬЯНА МОЛЬТЕР,
директор по развитию



либо не принять его. Все это позволяет работать над билетными заявками довольно быстро. А это, в свою очередь, экономит время для продажи клиенту более высокомаржинальных услуг, например, гостиниц.

Еще одним важным моментом является то, что в данной сфере более строгие требования по закрывающим документам. Наша система интегрируется с 1С, которую используют наши клиенты, им отправляются транзакции, на основе которых можно сформировать те закрывающие документы, которые необходимы бухгалтеру.

Выбрать, какой функционал автоматизировать, нам помогли наши беседы с потенциальными пользователями системы. Мы провели исследование, чтобы соблюсти здоровый баланс: с одной стороны, было важно, чтобы эта автоматизация приносила доход клиенту, а с другой — чтобы не было таких дорогостоящих решений, которые мы не могли бы отдать пользователю бесплатно. Мы все еще в процессе «доводки» нашего решения. Он продлится до конца года. В январе-феврале 2016 года мы начнем пилотный проект.

Если вам интересно наше решение, и вы готовы принять участие в пилотном запуске, мы будем рады видеть вас в числе наших партнеров по тестированию. Просто напишите нам на portbilet@vipservice.ru или позвоните в Департамент продаж

8 (495) 626-50-12. **ТБ**

Холдинг «Випсервис» основан в 1993 году. Крупнейший российский консолидатор по продаже авиационных и железнодорожных билетов, а также туристических и сопутствующих услуг «Випсервис» объединяет в сеть более 10 000 субагентов. Холдинг является агентом «номер один» национальных перевозчиков «Аэрофлот» и РЖД. Ежегодно по проездным документам, выписанным при посредничестве холдинга, летают почти восемь миллионов пассажиров. «Випсервис» продает также более трех с половиной миллионов билетов на железные дороги.



Випсервис

«РОЗА ХУТОР»



«Роза Хутор» — это всесезонный горный курорт мирового класса. Зимой это одна из самых больших зон для горнолыжного катания в России. Общая протяженность горнолыжных трасс на курорте «Роза Хутор» составляет 77 км. Максимальная высота подъема составляет 2474 м, перепад высот на трассах — 1534 м. Отличное качество катания обеспечивает современная система искусственного оснежения трасс.

Летом курорт «Роза Хутор» превращается в излюбленное место ценителей активного отдыха в горах. К услугам гостей — рафтинг, конные прогулки в горах, маршруты для трекинга, веревочный парк приключений «ПандаПарк».

www.rosaski.com

«ПРЕМЬЕРА ТУР»



Туристическая компания «Премьера Тур» осуществляет прием в Санкт-Петербурге. Гарантированные еженедельные групповые программы (от одного человека), стоимость тура от 1290 руб., обслуживание на собственных автобусах Mercedes, круглосуточная поддержка, моментальное подтверждение, удобные системы оплаты. Бонусная и обучающие программы для агентов.

Операторские тарифы на авиаперевозку, авиа и ж/д кассы. Блоки мест на регулярных рейсах в Прагу. Менеджеры с большим опытом работы в туризме.

www.premiera.travel

BRISCO



Туроператор BRISCO входит в международный туристический холдинг TH&C и уже в течение 10 лет предлагает своим клиентам уникальные возможности для отдыха. Свою историю компания начала в 2004 году, постепенно увеличивая количество направлений, а холдинг открывал собственные отели, чтобы гарантировать туристам максимально качественный отдых и сервис высшего уровня.

Благодаря существующей инфраструктуре, состоящей из собственной авиакомпании METROJET, принимающей стороны, транспортной компании и собственных отелей, туроператор BRISCO способен контролировать всю цепочку предоставления услуг, а также предлагает своим партнерам и клиентам эксклюзивные условия и специальные цены на предлагаемый туристический продукт.

www.new.brisco.ru

СКО «РОСЮГКУРОРТ»



Санаторно-курортное объединение «РОСЮГКУРОРТ» — ведущий туроператор курорта Сочи уже более 17 лет. Главные преимущества работы с СКО «РОСЮГКУРОРТ»:

- гарантированные квоты мест в лучших санаториях и отелях Сочи;
- накопительная система скидок для туристических агентств;
- компания является разработчиком и основным оператором городской программы доступного отдыха и лечения в Сочи — «Открытый Юг» (программа позволяет получить качественный отдых и лечение по специальным сниженным ценам, экономия от цен самих здравниц составляет от 7 до 40%);
- система онлайн-бронирования путевок с возможностью оплаты банковской картой в режиме реального времени;
- колл-центр с возможностью получения любой информации о курорте Сочи бесплатно.

www.rukurort.ru

GCH HOTEL GROUP GMBH



Управляющая компания GCH Hotel Group GmbH с главным офисом в Берлине считается одной из ключевых в Европе и второй по величине в Германии. Компания предлагает более 120 отелей от 2* до 5* для размещения по всей Германии, а также в Нидерландах, Бельгии, Австрии и на Кипре.

Кроме собственного бренда Grand City в управлении компании находятся отели всемирно известных брендов Radisson Blu, Wyndham, Best Western, Mercure и Holiday, расположенные в крупных европейских городах и на известных курортах.

Количество отелей в портфолио GCH Hotel Group постоянно растет, компания приглашает к сотрудничеству действующие отели и открывает новые. Предлагаются различные варианты бронирования отелей, в том числе при содействии представителя в России и странах СНГ.

www.gchhotelgroup.com

Югра собирает профессионалов

В период с 9 по 15 ноября 2015 года в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре состоится **Неделя туризма**, в рамках которой намечен ряд мероприятий, направленных на развитие туристской отрасли региона.

12–13 НОЯБРЯ

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФОРУМ «ТУРИЗМ В
СЕВЕРНЫХ РЕГИОНАХ.
ПРОДВИЖЕНИЕ И
РАЗВИТИЕ. ОПЫТ
РЕГИОНОВ»**

В рамках форума запланировано обсуждение современного состояния и перспектив развития туризма, туристско-рекреационного потенциала северных территорий. Программой предусмотрены тематические секции: «Международный туризм», «Оздоровительный туризм», «Межрегиональный туризм», «Событийный туризм».

Во время проведения форума состоится заседание Координационного совета по туризму Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» и заседание Координационного совета по туризму Уральского федерального округа.

13–14 НОЯБРЯ

**XIV ТУРИСТСКАЯ
ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
«ЮГРАТУР 2015»**

Мероприятие пройдет в конгрессно-выставочном центре «Югра-Экспо» в Ханты-Мансийске. За 13 лет в выставке-ярмарке приняли участие более 700 предприятий туристского бизнеса. География участников охватывает города и районы Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, Уральского, Центрального, Северо-Западного, Сибирского и Крымского федеральных округов, Болгарии, Чехии и Словакии.

Основная цель мероприятия — раскрытие возможностей туризма и отдыха в автономном округе, демонстрация, продви-

жение и реализация туристского продукта регионов Российской Федерации, расширение межрегиональных туристских связей.

Многолетний опыт проведения выставки доказывает ее высокую эффективность как важнейшего инструмента маркетинга туристского продукта и катализатора деловой активности турбизнеса.

**IV ВСЕРОССИЙСКАЯ
ОТКРЫТАЯ ЯРМАРКА
СОБЫТИЙНОГО
ТУРИЗМА «RUSSIAN
OPEN EVENT EXPO»**

Ярмарка событийного туризма «Russian open Event Expo» с презентацией событийных мероприятий муниципальных образований и субъектов Российской Федерации также будет проходить в конгрессно-выставочном центре «Югра-Экспо».

Основным мероприятием ярмарки станет III Всероссийский конкурс в области событийного туризма. Конкурсная программа состоит из 13 номинаций, среди которых специальная номинация «Столица событийного туризма» для муниципальных образований.

**ФОРУМ «ЛИДЕРЫ
ТУРИНДУСТРИИ ЮГРЫ»**

На форуме будут чествовать победителей одноименного конкурса. Его цель — выявление и поощрение организаций, предприятий и отдельных представителей, достигших наилучших результатов в развитии и продвижении туризма в автономном округе. **ТБ**

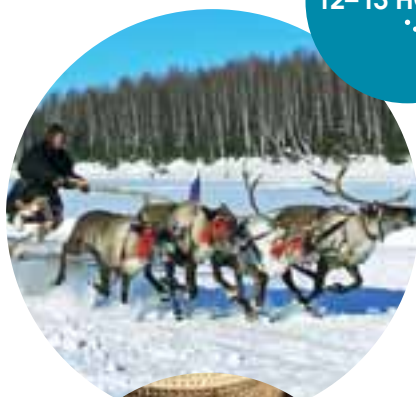
www.tourism.admhmao.ru



13–14 НОЯБРЯ



14 НОЯБРЯ



Club Med:

КРИЗИС ДЛЯ НАС — НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



Французская компания Club Med, один из крупнейших европейских туроператоров и владелец сети курортов all-inclusive премиум-класса, представлена в России более 15 лет. Сначала работа велась через «Агентство на Цветном бульваре», а в 2013 году компания открыла собственное представительство. О планах по дальнейшему завоеванию российского рынка, приоритетных направлениях и особенностях продаж рассказывает генеральный директор Club Med Russia ЭЙАЛ АМЗАЛЛАГ.

Туристический рынок России сейчас переживает не лучшие времена. Станет ли это преградой для вашего развития?

Мы не первый раз сталкиваемся со сложностями в связи с экономической ситуацией. В 2011–2012 годах, когда мы решили выйти на прямую дистрибуцию, российская экономика интенсивно росла, а в 2013 году произошел сильный экономический спад. 2014 год, ознаменовавшийся банкротством крупных российских туроператоров и девальвацией рубля, был непростым, но тем не менее стал для нас годом возможностей: пока другие компании с трудом справлялись с тяжелой экономической ситуацией на рынке, мы фиксировали рост продаж.

Сегодня, несмотря на сложную экономическую ситуацию, клиенты премиум-сегмента не меняют свои предпочтения и по-прежнему выбирают отдых высокого уровня. Мы всегда ориентируемся на потребности нашего клиента — в этом особенность и ключевое преимущество Club Med. Мы продаем не просто отдых, мы организуем идеальные каникулы для всей семьи по системе premium all-inclusive.

Продажи в текущем 2015 году уже превзошли показатели 2014 года, и такая позитивная динамика позволяет нам прогнозировать дальнейшее увеличение объемов и укрепление позиций.

Как вы планируете покорять российский рынок? Каких целей вы стремитесь достичь?
Мы готовы удивить клиентов качеством и широким выбором услуг на курортах. Наша система кардинально отличается от того, что предлагают

конкуренты. Мы специализируемся на отдыхе all-inclusive премиального уровня, который помимо проживания и питания включает широкий выбор спортивных развлечений — от тенниса и гольфа до цирковой трапеции и водных лыж — всего более 60 видов активных развлечений. У гостей горнолыжных курортов есть возможность не только кататься на лыжах и сноуборде, но и гулять по окрестностям на снегоступах, заниматься альпинизмом, бобслеем и даже кататься на собачьих упряжках.

Что касается наших приоритетных целей, их три: мы стремимся стать лидерами в сфере горнолыжного сегмента, планируем активное развитие в digital-сфере и, наконец, концентрируем внимание на дальневосточном регионе как перспективном регионе развития.

Когда я говорю о digital-сфере, я имею в виду не только продажу туров через интернет. Прежде всего, мы планируем сделать коммуникацию с клиентом более современной и высокотехнологичной.

Уже в конце октября мы запустим новую функцию визуализации отдыха — проект «Виртуальная реальность». С помощью специальных очков наши клиенты смогут рассмотреть интересующие их направления с обзором 360 градусов, переместиться на один из наших курортов и прочувствовать фирменную атмосферу Club Med — полетать под куполом цирка, встать на виндсерф, встретить рассвет на Карибах. Клиент получит эмоции, схожие с теми, которые испытал бы, посетив тот или иной курорт.

Вы предлагаете клиенту особые условия и сервис. Но в нынешних реалиях, когда громкие банкротства прошлого года привели к кризису доверия потребителей к туроператорам, многих туристов волнует только одно — гарантии надежности.

Наша компания владеет и управляет 72 курортами по всему миру. Мы продаем туры на свои курорты, поэтому здесь «риск» отсутствует как понятие. Мы гарантируем высокое качество продукта, который предлагаем, и этот факт можно доказать реальными цифрами — более 85% клиентов, побывавших в Club Med, возвращаются к нам снова и снова. У нас есть банковские гарантии, мы числимся в реестре российских туроператоров. Также одной из наших главных гарантий являются эксклюзивные партнерства.

По какому принципу вы отбираете агентства, которые будут с вами работать?

Мы подходим к этому вопросу со всей серьезностью. Для нас важно стать самым лучшим туроператором в России, а не самым крупным. Нашими агентами становятся только те компании, которые соответствуют концепции Club Med и могут правильно позиционировать бренд.

Все наши агентства делятся на четыре категории: «стандарт», «премиум», «элит» и «shop in shop».

В течение первого года работы агент имеет статус «стандарт», и его комиссия увеличивается прямо пропорционально росту его бизнес-показателей. В зависимости от активности агентства и результатов меняется и категория. В элитном сегменте у нас всего четыре партнера, и они имеют право на эксклюзивные цены и самое большое количество преимуществ.

Высший уровень — это «shop in shop» («магазин в магазине»), когда мы открываем брендированный уголок Club Med в агентстве. Мы уже создали его в Казани, планируем открытие в Санкт-Петербурге, на Дальнем Востоке и странах СНГ.

Какие направления считаются приоритетными для российского рынка?

Основное направление Club Med — это горнолыжные туры. В наступающем зимнем сезоне мы предлагаем нашим клиентам 21 курорт в альпийском регионе. В этом году мы сделаем акцент на курорте Val Thorens Sensations во Французских Альпах, который открылся в прошлом году, и итальянском курорте Pragalato Vialattea.

На всех своих курортах мы активно развиваем концепцию семейного отдыха. Ведь именно Club Med открыл такой формат детского отдыха, как мини-клубы. На каждом нашем курорте действует программа Baby Friendly. Например, на некоторых горнолыжных курортах даже 4-летние дети могут брать уроки катания с инструктором.

На нашем курорте в Пунта-Кане запущен проект в партнерстве с Cirque du Soleil: теперь каждый гость может научиться летать на цирковой трапеции, прыгать до небес на банджи, крутиться на ленте, жонглировать. На курорте Sandpiper Bay в Майами работают спортивные академии под руководством заслуженных тренеров. Таких академий четыре — по теннису, гольфу, волейболу и фитнесу, и они включают курсы различной сложности, так что записаться могут как новички, так и опытные игроки.

Мы ценим доверие наших клиентов и делаем все возможное, чтобы его оправдать. В этом году мы подписали документы о стратегическом партнерстве с «Аэрофлотом», который будет осуществлять регулярные рейсы в Милан, Турин, Гренобль и Шамбери. Наши клиенты могут быть уверены, что их перелет пройдет с комфортом и без сложностей, их рейс не отменят и не перенесут.

Недавно у вас появился свой «дом» — флагманский бутик-офис Club Med...

Да, и мы очень рады этому событию. Наш офис отражает изысканный стиль жизни Club Med. Это эстетическое пространство, где каждая деталь интерьера напоминает о предстоящем отдыхе. **ТЕ**



На всех своих курортах Club Med активно развивает концепцию семейного отдыха



Мы гарантируем высокое качество продукта, который предлагаем, и этот факт можно доказать реальными цифрами — более 85% клиентов, побывавших в Club Med, возвращаются к нам снова и снова



Парк цветов Кёкенхоф входит в туристический Цветочный маршрут

ГОЛЛАНДСКАЯ МОЗАИКА

Голландия — страна индивидуального туризма. Какому типу путешественников она интересна? Какие маршруты уже освоены россиянами, а какие им еще предстоит для себя открыть? Рассказывает руководитель проектов Нидерландского бюро по туризму и конгрессам ДИТТЕ ООМС.

Какова ситуация с российским турпотокom в Голландию?

За последние пять лет турпоток из России увеличился в два раза: если в 2009 году в Голландию приехало около 102 тысяч россиян, то в 2014 году уже 196 тысяч туристов.

В 2015 году мы наблюдаем небольшой спад по сравнению с 2014-м — примерно 9%. Наша кампания по продвижению Голландии в России ориентирована на высший средний класс и на активных молодых профессионалов. Небольшой спад можно объяснить в первую очередь тем, что Голландия никогда не была массовым направлением для российского рынка. В принципе мы и не пытаемся привлечь каждого туриста из России. Наши предложения ориентированы в основном на тех, у кого уже сформирован позитивный имидж страны и присутствует желание отправиться в Голландию, только пока нет четкого понимания, куда именно.

Насколько перспективен российский рынок для Голландии?

Российский туристический рынок, безусловно, важен для нас. Это связано с хорошим потенциалом роста прибытий россиян и продолжительности их пребывания в стране, а также с величиной их расходов во время путешествия. И мы не планируем прекращать своей маркетинговой деятельности на этом рынке.

Назовите основные преимущества Голландии, которые помогут российским туристам сделать выбор в ее пользу при планировании своего отдыха.

Выбрать Голландию поможет разнообразие интересов самих туристов — одни решат узнать больше о жизни и творчестве Ван Гога. Другие — посетить интересные города: Амстердам, Гаагу, Утрехт. Третьи — заняться шопингом в аутлетах. Четвертые — принять участие в одном из многочисленных незабываемых событий в Голландии. Список можно продолжать долго.



Дитте Оомс

ТЕМАТИЧЕСКИЕ МАРШРУТЫ ПО ГОЛЛАНДИИ

- B** Цветочный
- G** «Золотой век»
- H** «Ганзейские города»
- M** «Мондриан – голландский дизайн»
- S** Шопинг
- V** «Ван Гог»
- W** Водный



В начале этого года мы провели исследование по предпочтениям российских туристов, приезжающих в Голландию, за последние пять лет. Основываясь на ключевых интересах, мы построили тематические маршруты «Следуй за мечтой» и представили их в формате схемы метро. Если сравнить нашу страну по размеру с Россией, то она очень компактно размещается в границах одного региона или, может быть, даже одного города, например, Москвы. Мы подумали, а почему Голландия в таком случае не может стать одним городом для российского туриста? И, вдохновившись этой идеей, создали новую стратегию: Голландия — город, тематические маршруты по интересам — схема метро.

А турист вправе выбирать свой маршрут и делать пересадки в зависимости от своих предпочтений и желаний.

Какие, по вашему мнению, города и достопримечательности Голландии еще ждут своего открытия — как российскими агентствами, так и туристами?

В рамках нашей новой стратегии мы планируем расширить туристические возможности для российских туристов и показать им другие города наряду с уже активно посещаемыми Роттердамом, Гаагой и Амстердамом. Например, город современного дизайна Эйндховен, город-аутлет Рурмонд, место рождения Ван Гога — провинцию Брабант, Европейскую культурную столицу 2017 года — Леуварден. А показать нам есть что, поверьте.

Чем занимается Голландский альянс в России, какие проекты реализовал в этом году и что планирует осуществить в следующем, рассказывает представитель организации **МАРИНА НИКУЛОВА**.



Какие компании объединяет Голландский альянс?

Голландский альянс объединяет Нидерландское бюро по туризму и конгрессам (NBTC), авиакомпанию KLM, амстердамский аэропорт Schiphol и Amsterdam Marketing и сотрудничает со многими партнерами из разных секторов туристического бизнеса — отелями, транспортными компаниями, компаниями по аренде лодок, музеями, принимающими туроператорами.

Какие задачи решает Голландский альянс в России?

Главные задачи — показать разнообразие туристических возможностей Голландии, познакомить наших туроператоров с различными направлениями и видами туризма, помочь им освоить продукт.

Какие маркетинговые акции по продвижению Голландии в этом году вы могли бы особо отметить?

В феврале этого года Голландский альянс провел ряд профильных мероприятий в Москве и регионах: три конференции — в Санкт-Петербурге, Казани и Екатерин-

бурге — и workshop в Москве. Мы решили дать возможность заинтересованным компаниям, как с российской, так и с голландской стороны, обсудить сложившуюся на туристическом рынке ситуацию и вместе разработать пути ее решения, а также, возможно, найти компромиссные варианты сотрудничества.

В июне мы приглашали 20 туркомпаний из России принять участие в бизнес-workshop Holland Experience в Амстердаме и ознакомительном туре, маршрут которого проходил через Роттердам, Гаагу и область Северный Брабант — родину Ван Гога.

Что планируете на следующий год?

Мы намерены сделать упор на тот туристический потенциал Голландии, который интересен российскому туристу. Мы также будем плотно работать с ключевыми игроками B2B-сегмента, которые входят в Голландский клуб, и проведем ряд бизнес-мероприятий по позиционированию туристического продукта. **ТВ**

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

Направление перспективное, остальное — дело привычки

Голландия — достаточно стабильное направление, и этот год не стал исключением. Сейчас наблюдается спад, но он прогнозируемый и связан прежде всего с колебаниями курса валют и введением биометрии. Турист выжидает, поэтому глубина продаж не превышает неделю. В связи с Днем народного единства, который празднуется 4 ноября, ожидаем повышения спроса. Голландия — перспективное направление, страна активно продвигает малоизученные российскими туристами регионы, что также простимулирует поток.

ВИКТОРИЯ ЩЕРБАКОВА,
заместитель генерального директора по туризму компании «Инна Тур»

В целом мы довольны продажами по Голландии, в этом году активизировался спрос из Санкт-Петербурга. Конечно, мы отмечаем спад спроса в связи с введением дактилоскопии, однако эта процедура стала обязательной совсем недавно и о последствиях пока говорить рано. Сейчас мы работаем в штатном режиме. Отток туристов, на мой взгляд, будет особенно заметен в регионах, но падение спроса долго не продлится, и в ближайшие месяцы туристы привыкнут к новым условиям получения виз, как уже начинают привыкать к курсу валют.

ТАТЬЯНА ТРАПЕЗНИКОВА,
менеджер европейского отдела компании DSBW

Король, дама, Валлетта

Валлетта — не только политический и экономический центр Мальтийского архипелага. Это один из немногих сохранившихся в Европе средневековых городов-крепостей с множеством исторических мест. Она внесена в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО и выбрана Культурной столицей Европы 2018 года.



ТЕКСТ
СВЕТЛАНА КОНОВАЛОВА



Алтарь кафедрального собора Св. Иоанна

КРАСОТА СО ВСЕХ СТОРОН

Валлетта — одна из наиболее насыщенных достопримечательностями столиц мира. Здесь на площади 55 га расположены 320 исторических и культурных памятников.

Одна из самых значимых церквей города — собор Св. Иоанна. Торжественно-роскошным оформлением в стиле барокко он обязан одному из лучших итальянских художников XVIII века Маттия Прети. Пол выложен плитами надгробий, под которыми покоятся около 400 рыцарей. Побывавший на Мальте в 1831 году Вальтер Скотт писал, что он нигде не видел подобной красоты. В Музее собора находится шедевр Микеланджело Караваджо «Усекновение главы Иоанна Крестителя».

Не менее величественна Церковь кораблекрушения Св. Павла. Она была возведена в честь апостола, который в 60-е годы прожил здесь после кораблекрушения три месяца. Среди реликвий, хранящихся в церкви, — позолоченная кисть св. Павла и часть колонны, на которой, по преданию, апостолу в Риме отрубили голову.

Стоит также посетить церковь Девы Марии Победительницы, церковь Сан-Паола-де-Таршин и реконструированную в прошлом веке церковь

кармелиток — точную копию базилики, построенной в 1570 году и разрушенной фашистской авиацией во время Второй мировой войны.

Не такие помпезные, но от этого не менее интересные достопримечательности Валлетты — форт Сент-Эльмо, одна из главных сцен кровавой битвы во время Великой осады, и подземный командный пункт «Убежище Ласкариса», который находится на 30-метровой глубине в скале под Верхними садами Барракка. Кстати, эти сады — еще одно примечательное место Валлетты с восхитительной панорамой: отсюда открывается завораживающий вид на город, гавань, соседние форты и корабли.

МУЗЕЙНЫЕ ИСТОРИИ

Ценители истории найдут в Валлетте первоклассные музеи, где можно посмотреть на очень любопытные экспонаты. Например, в Государственном военном музее, расположенном на территории форта Сент-Эльмо, представлены документы Второй мировой войны, оружие, снаряжение и техника, включая самолет Gloster Gladiator, прославившийся в боях с фашистами, крест Святого Георгия, который пожаловал Мальте в 1942 году



Подробности в интернете:
www.malta.ru

король Георг VI за героизм, проявленный защитниками острова. А в Национальном археологическом музее — Спящую леди (Sleeping Lady), каменную статуэтку лежащей на боку женщины в пышном платье. Это самый ценный экспонат исторического культурного наследия Мальты. Здесь также выставлены найденная в мегалитическом комплексе Хаджар-Им статуя Венеры Мальтийской, обнаруженная в храме Таршин часть солидных размеров скульптуры, которую называют Толстая леди (Fat Lady), и множество других экспонатов.

В центре города стоит Дворец Великого магистра, построенный в XVI веке. Сегодня это резиденция президента Мальты и прекрасный музей. Парадные залы украшены фризами с эпизодами истории ордена, представлен портрет Екатерины II (1783) работы Д. Левицкого. Здесь находится Оружейная палата с обширной коллекцией оружия и доспехов разных стран вплоть до XVIII века.

После посещения Дворца Великого магистра лучше всего отправиться в Национальный музей изобразительных искусств — крупнейшее собрание живописи на Мальте или в Каза Рокка Пиккола — частный дом-музей на улице Республики. Зданием владеет семья мальтийских аристократов Де Пиро, которые прослеживают историю своего рода со времен Великой осады. Экскурсии обычно проводит представитель семейства.

И ХЛЕБ, И ЗРЕЛИЩЕ

В столице изрядное количество кафе и ресторанов, во многих хорошо представлена местная кухня. Туристы и местные жители любят кафе «Кордина», расположенное на площади Республики в здании бывшего казначейства рыцарей Мальтийского ордена. Когда-то здесь были различные государственные учреждения, потом отель и казино. Кафе переехало сюда в 1944 году, хотя впервые оно открылось еще в 1837 году. От предыдущих хозяев «Кордине» достался крытый внутренний дворик, украшенный

фресками известного мальтийского художника Джузеппе Кали. Недавно эта «картинная галерея» была дополнена художественными работами, посвященными Независимости Мальты, рождению Республики и вступлению в Европейский Союз.

Налобовавшись красивыми сводами, здесь можно отведать паштеты, джемы из инжира, опунции, граната, оливки, фаршированные сырами, различные блюда средиземноморской кухни, а также всевозможные сладости и фирменную выпечку. Особенно хвалят туристы местные пирожные. **ТЕ**

Спящая леди, Национальный археологический музей



БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ

БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ

БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ

- Легко добраться
- Исключительный выбор мест размещения
- Солнце 300 дней в году
- Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- в. Газел - международный рейс
- Бесплатный проезд

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<p>ICS TRAVEL GROUP <small>www.icsm.com</small> М «ТУЛЬСКАЯ» (495) 740-4847 (ин.) www.icsm.com</p>	<p>ЕМБЛИО ГЛОБУС <small>www.embio.com</small> М «УБРЯНКА» «СЕМЕНОВОЙ» (495) 504-2555 www.embio.com</p>	<p>ВАНД ВОЯЖ <small>www.voyage.com</small> М «УБРЯНКА» (495) 750-3651 www.vand.ru</p>	<p>ДИАЛОГ <small>www.dialog.com</small> М «РАСОСТРЕПЕНОВАЯ» (495) 730-2022 (ин.) www.dialog.com</p>
<p>ИНСАЙТ-ЛИНГВА <small>www.insight.com</small> М «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 790-0622 www.illn.com</p>	<p>ТХ МЕЛТА <small>www.thmelita.com</small> М «АРБАТСКАЯ» (495) 411-9032 www.thmelita.com</p>	<p>МИЛЕНИУМ ВОЯЖ <small>www.milennium.com</small> М «САВЕТОВСКАЯ» (495) 480-8633 www.milennium.com</p>	<p>НАТАЛИ ТУРС <small>www.natali-tours.com</small> М «МАЯКОВСКАЯ» (495) 750-56-09 www.natali-tours.com</p>
<p>СТБ ТУРС <small>www.stbtours.com</small> М «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 759-8775 www.stbtours.com</p>	<p>ТРЕВЕЛМАРТ <small>www.travelmart.com</small> М «ТАГАНСКАЯ» (495) 825-8330 www.travelmart.com</p>		

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

РЕКЛАМА



Остров Свободы — на все времена

Куба, далекая территориально, но близкая по духу нашим соотечественникам, всегда остается в поле зрения туроператоров и туристов. Множество факторов, в том числе и «оттепель» в отношениях Острова Свободы с США, подогревают интерес к стране. О том, зачем ехать на Кубу, почему российский туррынок, несмотря на кризис, остается приоритетным и как правильно позиционировать направление, рассказывает директор Представительства Министерства туризма Кубы в России ЭДИЛЬБЕРТО РИВЕРОН ЛЕОН.



Эдильберто Риверон Леон

Ухудшение экономической ситуации в России сильно «ударил» по туристическому рынку, особенно по дальнемагистральным направлениям. Как менялась динамика турпотока из РФ на Кубу за последние несколько лет и какова статистика этого года?

В 2013 году Кубу посетили 70,4 тысячи россиян, в 2014 году этот показатель снизился до 69,2 тысячи. По данным на сегодняшний день, в 2015 году количество российских туристов снижается на 40% по сравнению с предыдущим годом. Тем не менее Куба еще занимает лидирующее место среди крупных конкурентов в странах Карибского бассейна: турпоток в Доминиканскую Республику

и Мексику упал на 60 и 74% соответственно. Мы надеемся, что показатели 2016 года будут лучше.

Россия входит в 15 главных рынков для нашего острова, занимая в этом году 12-е место. Наиболее популярные туры — это туристические пакеты на 10 и 14 дней, но в зимнее время, с учетом ежедневных рейсов в Гавану с «Аэрофлотом», любая комбинация будет возможна.

Подавляющее большинство наших соотечественников предпочитают отдыхать на курорте Варадеро. Какие кубинские курорты могут составить ему конкуренцию?

Варадеро можно назвать квинтэссенцией кубинских курортов, его пляж неоднократно называли одним из лучших в мире авторитетные источни-

ки. В сочетании с близостью к Гаване это делает его самым известным и востребованным направлением. В последние годы Министерство туризма направляет свои усилия на продвижение таких перспективных направлений, как острова Кайо-Коко и Кайо-Санта-Мария. Это природные заповедники, в которых создана значительная гостиничная инфраструктура.

Какие еще кубинские турпродукты заслуживают внимания россиян?

Есть кубинские туристические предложения с большим потенциалом в России. Среди них мы выделяем дайвинг, для развития которого Куба имеет прекрасную инфраструктуру по всему острову и очень интересные места с богатой подводной флорой и фауной. Мария-ла-Горда, Сьенфуэгос или Хардинес-де-ла-Рейна предлагают уникальный опыт для любителей данного вида спорта.

Недавно разработан маршрут, который знакомит с историей и основами всемирно известной кубинской табачной промышленности — от выращивания до готового изделия — и сопровождается дегустацией лучших сигар в мире.

Ежегодно Куба предлагает богатый календарь событий, который может удовлетворить интерес взыскательных туристов. В 2016 году стоит обратить внимание на такие события, как Фестиваль сальсы (18–24 апреля), FOTOSUB (27 апреля — 1 мая), Фестиваль подводной фотографии IMASUB в Мария-ла-Горда, Пинар-дель-Рио (1–2 июня); 66-й Международный турнир по рыбной ловле имени Эрнеста Хемингуэя (13–18 июня), турнир «Куба гольф» (1–5 октября).

Какие маркетинговые акции по привлечению российских туристов запланированы на ближайшее время? Насколько значимо для вас взаимодействие с российским турбизнесом?

Куба продолжает осуществление совместных проектов с рядом российских туроператоров, среди которых отметим «Библио Глобус», «Натали Турс», ICS Travel Group, Tez Tour и «Гаванатур Россия».

С 2014 года мы реализуем комплексный план, охватывающий телевидение, прессу и интернет и включающий в себя несколько специальных проектов. Рекламная кампания должна дойти до основных регионов России. Очень активно в последнее время работаем в социальных сетях. В Instagram создан клуб для любителей Кубы, который очень хорошо развивается. В 2015 году планируется провести ряд презентаций кубинского направления в нескольких регионах страны, с которыми мы намерены начать сотрудничество.

Ваш совет российским турагентам: как правильно позиционировать Кубу?

Куба — направление, готовое предложить самые разнообразные виды отдыха. Это не только солнце и пляж, но и экотуризм, дайвинг, место для проведения мероприятий и конференций и многое другое. Остров небольшой и протяженный, это способствует продвижению познавательного и экскурсионного туризма. Такие города, как Тринидад, Ремедиос, Санта-Клара, Камагуэй, Ольгин, Сантьяго-де-Куба и Баракоа, предлагают знакомство с бесценным архитектурным богатством. Многим из них уже более 500 лет. В список Всемирного наследия ЮНЕСКО включены 12 кубинских объектов. Куба — это история, архитектура, природа, культура, традиции. **ТБ**



ГОСТИНИЧНЫЕ НОВИНКИ

- Melia Jardines del Rey (1176 номеров), Кайо-Коко
- Pullman Cayo Coco (556 номеров), Кайо-Коко
- Melia Marina Varadero (423 номера и 126 апартаментов), Варадеро

ТОП 5 ПРИЧИН ПОСЕТИТЬ КУБУ

- Аутентичность и дружелюбие ее народа
- Уникальная история и культура
- Архитектурное богатство городов и поселков
- Магическая природа, прекрасные пляжи
- Безопасность для туристов

По мнению Эдильберто Риверон Леона



Сдаваться не намерены

Доминиканская Республика участвовала в выставке «Отдых» в 12-й раз, направив в Москву представительный состав экспонентов. Стенд республики посетила официальная делегация из Санто-Доминго во главе с директором департамента международного продвижения министерства туризма ИНДИРОЙ ХОСЕ, которая ответила на вопросы «ТБ».



Пунта-Кана, популярный курорт на побережье Карибского моря, предлагает разнообразный активный отдых: от гольфа до парасейлинга

Всемирная туристская организация зафиксировала в первом полугодии 2015 года 538 млн иностранных туристов, на 4% больше, чем в первом полугодии прошлого года. Каков вклад Доминиканской Республики в эти цифры?

С января по август 2015 года в Доминиканской Республике наблюдался устойчивый рост показателей туристического сектора. Общее число туристов (доминиканцы и иностранцы-нерезиденты) увеличилось на 310,8 тысячи и составило 4,2 млн человек. За три последних года туризм принес экономике свыше 16 млрд долларов.

Какие изменения происходят с инфраструктурой и отельным фондом вашей туристической индустрии?

Ежегодное увеличение количества туристов приводит к положительной реакции со стороны частного сектора. К тому же на многие курортные зоны Доминиканы распространяется закон о поощрении развития туризма путем предоставления 100% налоговых льгот инвесторам. С 2012 года инвестиции в индустрию туризма почти утроились. В этом году прямые иностранные инвестиции в сектор туризма выросли на 17% по сравнению с первым полугодием 2014 года.

По данным Ассоциации отелей и туризма Доминиканской Республики, за последние полтора года было заявлено строительство 4,5 тысячи номеров, которые пополнят уже имеющийся фонд из 65 тысяч номеров. В 2015 году начато семь крупных туристических проектов, инвестиции в которые составляют около 2 млрд долларов, — это приведет к появлению примерно 4 тысяч новых номеров на различных курортах.

Не так давно Россия была четвертым по значимости рынком для Доминиканы, уступая только традиционной первой тройке — США, Канаде и Франции: в 2013 году вашу страну посетили 184 тысячи российских туристов. Какова динамика этого процесса?

С января по август 2015 года россиян было всего 39,6 тысячи. Разница между августом нынешнего и прошлого года показывает снижение потока на 63%. Это ощутимое падение, и турбизнес Доминиканской Республики не будет мириться с таким положением. В рамках нашей глобальной стратегии мы продолжаем активную работу по диверсификации туризма. Особое внимание уделяется развитию МICE-сектора, luxury- и экокурортов, а также свадебным и гольф-турам. Начинаем шире популяризировать медицинский туризм: Доминикана имеет в своем распоряжении первоклассные спа-курорты и прекрасно развитый рынок диагностических, оздоровительных и косметических услуг. Молодежи будет дан широчайший выбор возможностей для активного отдыха. К примеру, пляж Кайт-Бич в Кабарете не так давно вошел в десятку лучших пляжей мира. **ТБ**



ANEX Tour: Карибы ближе, чем кажутся!

Пляжный отдых на белоснежном песочке на берегу океана не нуждается в дополнительной рекламе: именно так большинство туристов представляют отпуск мечты. Доминикана — это рай, где отдых может быть только идеальным!

Клиентов много, у каждого свои предпочтения: кому-то необходимы дискотеки, для других важен тихий спокойный отдых, детям хочется развлечений, любителям активно проводить время — спорта. ANEX Tour приглашает посетить Доминиканскую Республику, где каждый найдет занятие по душе.

Доминиканское направление компания ANEX Tour открыла в прошлом году, и результаты превзошли все ожидания. В преддверии нового сезона ANEX Tour впервые организует собственную чартерную программу в Доминиканскую Республику, прямые перелеты выполняются два раза в неделю на бортах собственной авиакомпании AZUR air.

Учитывая специфику отдыха в этой стране, отели предоставляют туристам весь пакет услуг, привычный для российского туриста. Как показывает практика, наибольшее число клиентов компании предпочитают отдыхать в отелях категории 5* на базе питания all inclusive. В число гарантированных отелей в ассортименте ANEX Tour входят, например, Caribe Club Princess 4*, Sirenis Punta Cana Resort Casino & Aquagames 5*, Vista Sol Punta Cana Beach Resort 4*, Barcelo Punta Cana 4*, Grand Palladium Punta Cana 5*, Barcelo Bavaro Palace Deluxe 5*, Barcelo Dominican Beach 4*, Be Live Collection Punta Cana 5*.

ПОЧЕМУ ПУНТА-КАНА?

ANEX Tour делает ставку именно на Пунта-Кану как главный курорт Доминиканской Республики. Поскольку Пунта-Кана находится в месте, где сходятся

воды величественного Атлантического океана и спокойного Карибского моря, отдых здесь можно рекомендовать самым разным категориям туристов: от семей с маленькими детьми до молодежи, ищущей спортивной активности. Экзотические джунгли на контрасте с пляжными пейзажами завораживают любого туриста!

КАКИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ РЕКОМЕНДОВАТЬ ТУРИСТАМ?

Главная достопримечательность Доминиканы — природные ресурсы. Это национальные парки, горы, тропические леса, рощи, водопады, пещеры и богатый подводный мир. Порекомендуйте своим туристам посетить уникальное озеро Энрикильо.

Страна располагает развлечениями для всех категорий туристов. Детям наверняка понравятся дельфинарий Dolphin Explorer и парк развлечений Bavaro Adventure Park. Для взрослых курорт предлагает различные виды водных развлечений, а также поля для гольфа, теннис, скачки или зажигательные национальные танцы в стиле меренге и сальсы.

Любителей подводного плавания непременно заинтересуют возможности дайвинга в Доминикане. Можете обрадовать своих туристов: их ждут пещеры, подводные сады, затонувшие суда и коралловые рифы, обрамляющие Карибские острова. У северных берегов курорта находятся учебные центры по серфингу, виндсерфингу и кайтсерфингу, где желающим выдадут в аренду все необходимое оборудование, одежду и аксессуары, научат справляться с волнами. **ТБ**



ЕЛЕНА КОКОВА,
исполнительный руководитель
PR-департамента компании
ANEX Tour



Чартерные перелеты Москва — Пунта-Кана в этом сезоне выполняются дважды в неделю авиакомпанией AZUR air, входящей в холдинг Anex Tourism Group



anex tour

Дополнительную информацию о турах в Доминикану и о других предложениях компании ANEX Tour можно получить на сайте www.anextour.com, по тел. +7 (495) 799 92 92 (для агентств), 8-800-775-50-00 (для частных лиц)

Не Рио единым

Территория Бразилии поделена на 27 штатов. Российские путешественники отдают предпочтение лишь одному — Рио-де-Жанейро. В том, что другие штаты способны предложить интересные турпродукты, которые придется по душе нашим соотечественникам, лично убедились отечественные туроператоры и журналисты, побывавшие на выставке BNTM. В этом году она прошла в столице штата Сеара — городе Форталеза.

ТЕКСТ

СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА



Познакомьтесь с колоритной Бразилией гости BNTM могли не выходя из Centro de Eventos



ДЛЯ СВОИХ И НЕ ТОЛЬКО

Выставка Brazil National Tourism Mart (BNTM) ежегодно проходит в одном из девяти штатов северо-восточного региона Бразилии. В 2013 году BNTM состоялась в Баие, в прошлом году — в Пернамбуку, в этом — в Сеаре. Ее цель — максимально широко представить туристические возможности северо-восточных штатов Бразилии на мировом туристическом рынке.

В 2015 году в выставке приняли участие 226 туроператоров из 26 стран мира. Впервые на BNTM приехали операторы из Ямайки, Эстонии, Венгрии и Румынии. В рамках BNTM состоялся ряд презентаций и семинаров, а также серия рабочих встреч игроков бразильского рынка с представителями туриндустрии из других стран. От России в выставке участвовали компании «Евроэкспресс», «РуКолумб», «Джаз Тур» и «Турэкспресс».

Коммерческий директор Centro de Eventos do Ceara Маркос Помпеу рассказал, что сейчас доля иностранных туристов, посещающих северо-восток Бразилии, составляет около 10% (остальные 90% — бразильцы), и выразил надежду, что это соотношение скоро изменится.

СОЕДИНЯЯ КОНТИНЕНТЫ

Официальным партнером BNTM уже много лет является авиакомпания TAP Portugal. На крыльях TAP удобнее всего добраться из Москвы в Бразилию — с пересадкой в Лиссабоне. Перевозчик выполняет рейсы из португальской столицы в 12 бразильских городов. В частности, в Форталезу и Ресифи он летает ежедневно, в Салвадор — шесть раз в неделю, в Натал — трижды в неделю.

Рейсы Москва — Лиссабон выполняются пять раз в неделю. TAP Portugal имеет кодшеринговое соглашение с авиакомпанией S7 и совместно осуществляет перелеты из Санкт-Петербурга, Самары, Казани, Уфы, Екатеринбурга и Сочи.

Минимальная стыковка в Лиссабоне занимает около часа, максимальная — 11 часов.

Путешествующим в Бразилию лучше иметь шенгенскую визу для того, чтобы можно было выйти из здания аэропорта и прогуляться по португальской столице.

Периодически TAP Portugal предлагает специальные тарифы на перелеты до Бразилии как на своем сайте, так и в открытой продаже. На зимний сезон-2015/2016 авиакомпания подготовила спецпредложения на все бразильские направления, а также в Боготу и Панаму.

НОВОЕ ОТКРЫТИЕ БРАЗИЛИИ

По мнению генерального менеджера компании «Евроэкспресс» Рузанны Дансы, посещения штата Сеара недостаточно, чтобы получить общее представление о севере и северо-востоке Бразилии. «Мы продвигаем туры, сочетающие посещение трех штатов: Баия, Пернамбуку и Сеара. Эти регионы готовы к приему россиян вплоть до наличия русскоговорящего персонала в столицах штатов. Здесь расположено огромное количество исторических и природных достопримечательностей», — рассказывает она.

В штате Баия эксперт рекомендует посетить город Салвадор и насладиться его уникальным архитектурным наследием, в Пернамбуку — Музей танца фрево и город Олинда, признанный ЮНЕСКО памятником Всемирного наследия человечества, а штат Сеара больше подходит для любителей приключенческого туризма.

«Бразильская сторона очень заинтересована в развитии туристического обмена между нашими странами. После прошлой выставки BNTM мы провели удачный рекламный тур по штату Пернамбуку, в этом году также готовим тур по северо-востоку страны. Посольство Бразилии в РФ активно работает над популяризацией направления на российском рынке. Хочется верить, что все эти усилия не пройдут даром и русские туристы расширят свою палитру путешествий по Бразилии», — говорит Рузанна Данса. **TE**



ФОРТАЛЕЗА

Это один из самых крупных и развитых городов страны. Его визитная карточка — бескрайние песчаные пляжи, соседствующие с современными высотками и дорогами отелями. В гостинице Marina Beach останавливался Владимир Путин, когда в прошлом году принимал участие в саммите стран БРИКС. Наиболее популярным среди местных жителей считаются пляжи Ирасема и Прайа-де-Футуро. Главная набережная города — Бейра-Мар — место притяжения туристов и молодежи.

ФОРТ, ТЕАТР И СОБОР

Главные культурно-исторические достопримечательности Форталезы — форт Успения Богоматери, построенный в XVII веке голландцами, культурный центр Dragao do Mar, Кафедральный собор. Отдельного внимания заслуживает театр известного бразильского писателя Жозе де Аленкара. Фасад здания театра выполнен в двух стилях — неоклассическом и ар-нуво. Функционирующий с 1910 года, он до сих пор ежедневно принимает гостей.



КАНОА-КЕБРАДА

Для того чтобы в полной мере насладиться нетронутой экзотической природой, стоит потратить три часа и добраться до живописной деревушки Каноа-Кебрада. Местные виды захватывают дух: красивые дикие пляжи, красно-кирпичные песчаные скалы и дюны, по которым можно покататься на багги.



CENTRO DE EVENTOS

Форталеза может претендовать на роль ведущего центра делового туризма в Бразилии благодаря открытию здесь два года назад суперсовременного делового комплекса Centro de Eventos do Ceara. В нем, кстати, и проходила выставка VNPM, а годом ранее — саммит стран БРИКС. Здесь есть все для проведения любого делового мероприятия — как крупного, так и небольшого. Всего в Centro de Eventos 44 зала разной вместимости, площадь комплекса позволяет свободно разместить 4 тысячи стендов. Ежегодно Centro de Eventos принимает более 5 миллионов посетителей.

BEACH PARK

Любителям экстрима понравится в Fortaleza Beach Park — это первый и самый большой аквапарк в Южной Америке. В первую очередь он известен благодаря водной горке Insano, которая считается одной из самых высоких и страшных в мире. В Beach Park есть и другие развлечения. Здесь можно задержаться на несколько дней, остановившись в Beach Park Suites Resort 5*.

КУМБУКУ

Еще одно местечко, славящееся прекрасными пляжами и подходящее для размеренного, уединенного отдыха, — поселок Кумбуку. От Форталезы до него — всего 45 км. В Кумбуку также популярны багги-туры, причем, как уверяют бразильцы, дюны здесь выше, чем в Каноа-Кебраде, а значит, и ощущения будут ярче. Внимание заслуживает отель Vila Gale, работающий по системе «все включено».





С надеждой на лучшее

Сезон этого года в Тунисе оказался обреченным на провал, едва начавшись. Между тем меры, предпринятые властями страны в связи с терактами, действуют, и длительное отсутствие плохих новостей, по мнению экспертов, отзовется интересом туристов. Тем более что уникальность и многообразие туристических предложений этого направления не могут не привлечь путешественников.

ТЕКСТ ЭЛЕОНОРА АРЕФЬЕВА

В РЕЖИМЕ «МИНИМАЛЬНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ»

Говорить о туризме в Тунисе сегодня можно только в контексте тех мер, которые призваны сделать безопасным отдых в этой стране.

Сразу после июньского теракта в Москву приехал заместитель министра туризма, руководитель Национального турофиса Туниса Абделлатиф Хамам. Он рассказал, что правительство Туниса разработало срочный план мер по повышению безопасности туристов. Тысяча сотрудников полиции делегированы в качестве подкрепления для работы в гостиницах: в зонах приема туристов, в общественных местах, на пляжах. «Также выделяются воинские подразделения для контроля путей передвижения туристов и других чувствительных зон», — добавил Абделлатиф Хамам.

В Тунисе объявлена «минимальная толерантность» в отношении салафитов-экстремистов, закрыты 80 мечетей, и введен запрет на функционирование религиозных общин, в которых призывают к насилию. Три месяца, прошедшие после теракта, показали, что эти меры работают.

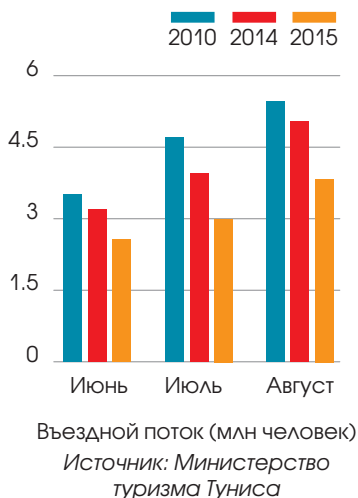
Что касается спроса на курорты Туниса, то, по данным представителя Тунисского национального офиса по туризму в России и СНГ Межида Кахлауи, падение в разные месяцы составило от 30 до 60%. Российским туроператорам, которые сохранили полетные программы в Тунис, власти страны частично компенсировали затраты. По прогнозам Межида Кахлауи, спрос россиян на Тунис стабилизируется к началу сезона-2016.

ОТДОХНУТЬ НА МОРЕ

Тунис — одна из немногих стран, где можно отдохнуть на великолепных средиземноморских пляжах, минуя процедуру оформления визы.

Наиболее популярные пляжные курорты Туниса расположены на восточном побережье страны: это Хаммаммет, Набель, Сус, Монастир, Махдия, а также отстоящий на пару километров от материка южный остров Джерба. На северном побережье Туниса расположен небольшой курортный город Табарка; туристы останавливаются и на побережье пригорода столицы — Гаммарта.

Хаммаммет — уважаемый морской курорт. Туристический район Ясмин Хаммаммет —



это новый современный город, в котором все создано для роскошного отдыха: отели и резиденции класса «люкс», рестораны и клубы, набережная и причал, гольф-поля. Длинные пляжи — особое достоинство курорта.

Центры талассотерапии есть во многих отелях Хаммамета, равно как и других морских курортов Туниса, и эта опция выделяет их на фоне конкурентов. Первый центр оздоровления и омоложения с помощью моря и его даров в Тунисе был открыт в 1994 году; теперь их более 60. Тунис — единственная страна, в которой стандарты талассотерапии установлены на государственном уровне, а преподавание ее основ ведется в медицинских университетах. В процедуры центров входят различные виды гидромассажа с морской водой, лечение грязями и обертывания морскими водорослями.

Сус — более демократичное место, чем Хаммаммет, больше подходит для молодежного отдыха. Но и здесь можно найти тихие и респектабельные отели. Кстати, гости отелей второй и третьей линий также имеют беспрепятственный доступ к морю. В Сусе есть и гольф-поля, и центры водного туризма, и площадки для картинга. В этом городе отведут душу и поклонники исторических достопримечательностей, посетив Медину с Большой мечетью I века постройки, цитадель Касба, Музей народного искусства и традиций.

Из морских курортов следует выделить Махдию — небольшой городок с великолепными пляжами, и остров Джербу, куда следует съездить еще и потому, что островная жизнь сильно отличается от материковой.

Пригород столицы Туниса — Гаммарт — славится люксовыми отелями и виллами, расположенными на живописных холмах.

ПОКОРИТЬ САХАРУ

Отдых в пустыне — пока не из разряда излюбленных русскими туристами развлечений, однако джипы с европейцами или арабскими шейхами нередко можно встретить на просторах тунисской Сахары. Пустыня разная, от ее сменяющихся видов захватывает дух. Есть вполне обитаемая — с верблюжьей колючкой и поедающими ее «кораблями пустыни», есть абсолютно марсианские пейзажи. Есть поселки берберов, уютящиеся на вершинах обрывистых холмов, есть мертвые поля с цветными кристаллами высохших гигантских соленых луж — это на месте древних пересохших морей. Есть скалы, а в них — жилища пещерных людей, троглодитов. Экстремальное развлечение ждет туристов в песчаной пустыне, где ветер без усталости перемещает дюны. Не редкость в этих краях миражи. Но вдруг пустыня исчезает наяву и сменяется финиковым лесом природного оазиса. Один из самых живописных — Ксар Гилян. Есть

оазисы, расположенные в колоритных городах юга страны — Тозере и Нефте. Толпы туристов посещают горные оазисы — Чебику, Тамерзу и Мидес.

УВИДЕТЬ ЧУДЕСА ИЗ ЧУДЕС

В Тунисе есть особые места, не посетить которые в поездке в эту маленькую страну было бы непозволительно. К таким можно отнести мечеть Кайруана — первую в регионе Магриба. Основана она была в 670 году, а свой нынешний облик приобрела в 836 году. И почтенный возраст, и гигантские размеры, и необычная архитектура привлекают сюда сотни тысяч паломников и туристов каждый год.

Тунисский городок Эль-Джем — обладатель одного из самых известных амфитеатров Римской эпохи. Здесь проходили гладиаторские бои и гонки на колесницах, позднее камни амфитеатра были использованы при строительстве города и Кайруанской соборной мечети, но несмотря на это амфитеатр поражает своим величием.

Предместья столицы Туниса — настоящее собрание достопримечательностей. Здесь и Карфаген, и музей Бардо, располагающий уникальным собранием римских мозаик и артефактов, которые иллюстрируют трехтысячелетнюю историю цивилизации на земле Туниса.

Кроме того, в предместьях Туниса находится поселок Сиди-бу-Саид. В XVIII веке это местечко благодаря красоте своих ландшафтов привлекло османских наместников и богатых тунисцев, которые стали строить здесь летние резиденции в бело-голубых тонах. С 20-х годов прошлого столетия все дома в городе стали строить именно в этой гамме. Со смотровой площадки Сиди-бу-Саида открывается вид на Тунисский залив, Карфаген, президентский дворец и окрестности столицы. Фото, сделанные там, можно считать визитной карточкой Туниса. **ТБ**



ТОП 5 КУРОРТОВ ТУНИСА

- Хаммаммет
- Набель
- Сус
- Монастир
- Махдия

Руины знаменитого Карфагена



Гоа. Найдется все

Слово «Kenna» в переводе с официального языка штата Гоа — конкани — буквально означает «иногда». Иногда это, иногда то, а лучше и то, и другое — по такому принципу построены туристические слоганы направления, подчеркивающие его разнообразие и многогранность: Kenna ancient — kenna modern, Kenna relax — kenna refresh, Kenna party — kenna after-party. Директор по туризму Министерства туризма Гоа АМЕЯ АБЪЯНКАР рассказал, какие новинки ждут россиян этой зимой в самом маленьком индийском штате.



ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

турист увидит мусор на берегу, то может сфотографировать его и с помощью мессенджера WhatsApp отправить службе, отвечающей за чистоту. В течение 12 часов мусор не только будет убран — в качестве обратной связи отправитель получит снимок того же самого места после уборки.

В прошлом году по инициативе министерства на Гоа появилось специальное женское такси. Оно пользуется популярностью у одиноких женщин и у семей с детьми. «Также мы создаем туристическую полицию, которая призвана сделать отдых иностранных путешественников на Гоа максимально комфортным», — добавил Амея Абьянкар.

ПО КИТАЙСКОМУ ПУТИ

Для посещения Индии российским туристам необходимо оформлять визу. Сейчас ее стоимость составляет 75 долларов, но, как было заявлено на пресс-конференции, власти страны готовы рассмотреть возможность ее снижения до 65 долларов.

Российская сторона, в свою очередь, заинтересована в привлечении туристов из Индии. Как заявил начальник управления международного сотрудничества Ростуризма Валерий Коровкин, ведомство разрабатывает проект безвизового обмена туристическими группами между Россией и Индией. За основу будет взят опыт уже действующего безвизового обмена между Россией и Китаем, однако минимальное число участников группы может быть снижено до трех человек (в случае с Китаем группа должна состоять минимум из пяти человек).

«Таким образом, родители с ребенком уже будут считаться группой и смогут посетить Индию без визы. Надеюсь, это станет первым шагом на пути введения полностью безвизового режима между Россией и Индией», — подчеркнул он. **ТБ**



Подробности в интернете:
www.goa-tourism.com
В ближайшее время портал будет русифицирован

Колва — самый протяженный пляж Индии (24 км) и один из лучших в Южном Гоа

WHATSAAPP И ЖЕНСКОЕ ТАКСИ

«Мы считаем Россию ключевым туристическим рынком, так как более половины отдыхающих на Гоа прибывают именно из вашей страны», — заявил Амея Абьянкар, выступая на пресс-конференции в рамках выставки «Отдых». По статистике, ежегодно штат посещает около 180 тысяч гостей из РФ.

Одна из первостепенных задач Минтуризма Гоа — расширить представление туристов о направлении. Помимо отличных пляжей на Гоа множество культурных достопримечательностей, развит оздоровительный, активный и экотуризм. Постоянно разрабатываются новые предложения. В этом сезоне, например, можно покататься на воздушном шаре или гидросамолете, а также отправиться в тур на лодке-амфибии.

Большое внимание власти Гоа уделяют вопросам безопасности. «С этого года на всех пляжах штата дежурят команды спасателей, которые патрулируют побережье с раннего утра и до полуночи. Они уже оказали помощь почти четырёмстам туристам», — сообщил Амея Абьянкар.

Еще один приоритет — чистота пляжей. На Гоа появились штатные уборщики и, более того, запущено мобильное приложение, позволяющее туристам контролировать состояние пляжей. Так, если



Собор Святой Екатерины, внесенный в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, входит в популярный у россиян тур «Весь Гоа за один день»

Люблю Нью-Йорк в начале года

Трубач Вадим Эйленкриг — один из немногих джазовых музыкантов, известных широкой публике. Произошло это во многом благодаря программе «Большой джаз», которую Вадим вел вместе с Аллой Сигаловой на канале «Культура». Впрочем, и без помощи телевидения Вадиму удалось достичь многого. Он играл в биг-бэндах Олега Лундстрема, Анатолия Кролла, Игоря Бутмана, а сейчас реализует самостоятельные проекты.

Вадим, у вас напряженный график концертов. Как вы отдыхаете и где?

Вот с отдыхом большие проблемы. Постоянные перелеты, репетиции, концерты — все это ситуации, близкие к стрессу, так что для меня уже отдых, если я просто сижу дома на диване перед телевизором, смотрю сериал, пью кофе. Кстати, если сериал заменить игрой на трубе, это тоже будет отдыхом для меня. Через день я хожу в спортзал, качаюсь, это очень разгружает психологически.

Я думал, что вы расскажете про поездки, туризм, море.

Это все тоже связано с работой. Не так давно была очень запомнившаяся поездка, организованная каналом РБК на бизнес-регату на Карибах. Вместе с диджеем Леграном мы играли каждый вечер, но зато утром и днем купались, любовались экзотичной природой и вообще наслаждались жизнью. А еще я очень люблю Нью-Йорк в начале января.

А что особенного в январском Нью-Йорке?

Атмосфера, удивительное построждественское настроение. Во-первых, там совсем другой воздух, потому что прямоугольник Манхэттена выступает в залив и продувается ветрами с океана. Ты дышишь этим неповторимым океаническим воздухом и как будто бы погружаешься в непривычную стихию. Во-вторых, в Нью-Йорке очень быстрый темп жизни. Рано утром я прихожу в кафе и пока выпиваю чашку кофе, там четыре раза успевает смениться публика. Сначала входит рабочий в желтой спецовке и каске, весь заляпанный краской, затем появляется полицейский в форме, вот входит девушка в деловом костюме, позже появляются туристы, приходят студенты, пенсионеры. Вот так наблюдать за людьми, которые заметно

отличаются от московской публики, мне всегда очень интересно.

Вот вы говорите про Карибские острова и Нью-Йорк, а с местами более близкими, скажем, с Черным морем, вас что-либо связывает?

Конечно, на Черном море я тоже время от времени бываю. Например, в Сочи. Я очень рад, что он стал красивым и чистым.

Во время зимней Олимпиады я каждый вечер играл в Русском доме, ходил на соревнования и поражался тому, как преобразился город, сколько веселья и радости на лицах людей. Затем через полгода я приехал в Сочи на фестиваль «Акваджаз» и поразился тому, что там нельзя невкусно поесть. Независимо от того, куда ты зашел — в дорогой ресторан или дешевый. Для меня в любом путешествии важны три составляющих: кухня, архитектура и люди. Все это есть в Сочи.

А еще очень живописное место на Черном море — это Крым. Вы согласны?

Да, абсолютно. Мне запомнился один яркий эпизод. Я выступал на Сардинии, и мне подумалось, что это самое красивое место, которое я когда-либо видел. Там горы, покрытые зеленью, причем растительность такая разнообразная, что буквально нет ни одного уголка, похожего на другой, и потрясающее море. И буквально через неделю после Сардинии я прилетел в Крым на джазовый фестиваль в Коктебеле. Я ехал по полуострову и понимал, что попал в удивительное место, превосходящее по красоте



Для меня
в любом
путешествии
важны три
составляющих:
кухня, архитектура
и люди. Все это
есть в Сочи

ВАДИМ ЭЙЛЕНКРИГ

БЕСЕДОВАЛ
АЛЕКСАНДР СЛАВУЦКИЙ
ФОТО АВТОРА И ИЗ ЛИЧНОГО
АРХИВА МУЗЫКАНТА

Сардинию. Там есть виды, которые приковывают к себе внимание. Например, Карадаг, гора Волошина, Ай-Петри! А совсем неподалеку от Ай-Петри знаменитый Большой каньон, а еще дворцы Ливадии, величественный ханский дворец в Бахчисарае... В Крыму очень много любопытных мест, достойных того, чтобы приехать туда несколько раз. За одну поездку весь Крым не посмотришь.

Путешествия и поездки — прекрасное время для занятий спортом. Многие музыканты избегают силовых видов спорта, а у вас бицепсы по 50 см в обхвате, не боитесь испортить руки?

Я думаю, для того чтобы понять, насколько это опасно, надо как минимум это попробовать. Подавляющее большинство людей, которые опасаются, что потом не смогут играть, никогда спортом не занимались. Сейчас на западе появилось много музыкантов совсем другой формации. Они занимаются спортом, ведут здоровый образ жизни. Хотя бы потому, что это дает больше сил для концертной деятельности и гастролей, делает их жизнь более полноценной. Поэтому я убежденный сторонник спорта и считаю, что мне это дает правильную энергетику. От стереотипа джазового музыканта как некоего существа, которое выпивает, курит, недосыпает, питается

непонятно чем, иногда даже принимает наркотики, надо уходить, сейчас уже другое время.

Да, сейчас вы действительно успешный музыкант. Хотя в 90-е вы бросили музыку, занимались бизнесом, но затем все-таки вернулись в джаз. Знаю, что история вашего возвращения была красивой и романтической.

Это очень сентиментальная история. Я ехал со своим другом в машине и думал о том, что вот сейчас получаю диплом Университета культуры и больше никогда в музыку не возвращаюсь, я уже представлял бизнес-план своей жизни. Был поздний вечер, шел дождь, огни фонарей волнами размывались дворниками на лобовом стекле, и вдруг из радиоприемника зазвучала музыка. Саксофонист играл безумно красиво, так, как будто объяснялся в любви единственной женщине. Не помню, кто играл, но меня заворожило. Я вдруг четко увидел картину: лет через 10–15 я еду в автомобиле, у меня все хорошо и в жизни, и с бизнесом, и вдруг заиграет такой же саксофонист, и я себе не прощу, что он играет, а я ушел из музыки. Я пришел к родителям и сказал, что снова сажусь к ним на шею, мне не нужно ни копейки денег, но им придется меня кормить. И я бросил бизнес и начал заниматься музыкой по семь часов в сутки. **16**



Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Продолжается подписка на 2016 год



Подписной купон

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
- Роспечать «Офис Москва»
тел.: (495) 921-25-55
www.rosp.ru
- Информ-система
тел.: (499) 789-45-55/69
www.informsistema.ru
- Каталогный номер
АПР «Почта России» —
26098

Стоимость подписки

10 номеров — 10 выпусков, включая НДС 18% — 3717 руб.
Январь — декабрь

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.

Отдел распространения ИД «Турбизнес»

тел.: (495) 723-72-72,

e-mail: L.Tarasjuk@tourbus.ru, L.Lavrova@tourbus.ru

САМАЯ МИСТИЧЕСКАЯ
ИСТОРИЯ ЛЮБВИ!



Мюзикл Эндрю Ллойд-Уэббера

ПРИЗРАК ОПЕРЫ

ЕЖЕДНЕВНО НА СЦЕНЕ ТЕАТРА МДМ
(495) 739 3737 phantom-musical.ru

Основано на романе Гастона Леру «Призрак Оперы» Организационная компания «Историческая Компания Мюзиклов» и The Really Useful Theatre Company Limited

12+
+ parter.ru +



Клиенту нужны поддержка и внимание

Поддержка и внимание должны быть адресными

«Умные» технологические решения помогают нам сопровождать 20 000 наших пользователей на всех этапах работы. CRM-система позволяет видеть каждого клиента, сохранять историю взаимоотношений с ним, глубже разбираться в потребностях его бизнеса.

Поддержка и внимание должны быть уместными

Каждый квартал мы проводим исследование удовлетворенности пользователей качеством работы системы для сбора жалоб, информации о проблемах, неудобствах и получении новых идей! По итогам опроса исправляются ошибки, совершенствуется интерфейс, добавляется функционал.

Поддержка и внимание должны быть ощутимыми

Бесплатный доступ в систему, бесплатный федеральный круглосуточный телефонный номер поддержки, бесплатный СМС-сервис для повышения безопасности работы в системе, бесплатная круглосуточная поддержка колл-центра – наш существенный финансовый вклад в клиентские отношения.

Portbilet – онлайн-
решение для продажи
билетов
и дополнительных услуг

В системе для вас:
Авиационные билеты
Железнодорожные билеты
Билеты на аэроэкспресс
Гостиницы
Полисы страхования

Москва,
Переведеновский пер.,
д. 17, стр. 1, оф. 217

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