

№16 Декабрь 2013

www.tourbus.ru

# Турбизнес

Travel Trade Russia

Туризм  
в России  
2014.  
Прогнозы  
и планы



12+

on-line

WWW.BREEZE.RU

бронируйте круизы в интернете

**КРУИЗЫ  
ОТ БРИЗА**



# Mitt

Весь мир. Одна выставка.



## 21-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

### 19–22 марта 2014

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Получите электронный билет на выставку на сайте:

[www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)



**MITT - это:**

- 1 852 компании-участника
- 198 стран и регионов мира
- 73 765 посещений за 4 дня выставки
- 56 688 м<sup>2</sup> выставочной площади
- 9 павильонов и залов

Новый раздел и тема года:

## ИНДУСТРИЯ ВСТРЕЧ

Профессиональная организация деловых мероприятий

Спонсоры:



Официальный медиа-партнер:



Официальный B2B партнер:



Организатор:



ITE Москва  
+7 (495) 935 7350  
travel@ite-expo.ru  
www.mitt.ru

Ежегодная официальная поддержка:



Министерство  
Культуры РФ



Совет  
Федерации РФ  
Правительство РФ



Государственная  
Дума РФ



Правительство  
Москвы



Российский  
Союз  
Туризма

**Главный редактор** Елена Борисова  
e.borisova@tourbus.ru

**Заместитель  
главного редактора** Ян Хвилер

**Заместитель  
главного редактора,  
главный художник** Алексей Пелевин

**Редакция:** Сергей Дементьев,  
Анна Юрьева

**Дизайнер** Надежда Калистратова

**Художник** Владислав Суворовин

**Корректор** Марина Мартынова

**Сайт** www.tourbus.ru

Михаил Шугаев  
Софья Константинова  
Александра Полянская

**Тематические выпуски Destinations**

Александр Попов  
Елена Головина  
Светлана Коновалова  
Елена Смирнова

**Редакция журнала** «Турбизнес»

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

**Почтовый адрес:** 107031, Москва, а/я 32

**Тел./факс:** (495) 723-72-72

**Интернет:** www.tourbus.ru

**Отпечатано в России**  
**Тираж 10 000 экз.**

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

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

При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

**Учредитель:** ООО «Турбизнес»

**Издатель:** ООО ИД «Турбизнес»

## Турбизнес

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

**Исполнительный директор** Ольга Мальцева  
o.maltseva@tourbus.ru

**Заместители  
генерального директора** Елена Борисова  
Александр Попов

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

**Менеджер отдела рекламы** Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

**Отдел информации  
и распространения** Лариса Тарасюк  
l.tarasyuk@tourbus.ru  
Лариса Лаврова

**Отдел workshop** Людмила Сивова  
Елена Архилова  
Кристина Сивова  
Евгения Шуманская  
workshop@tourbus.ru

## Турбизнес

из Северо-Запада

## BUSINESS TRAVEL

БИЗНЕС • АГЕНТСТВО • КОММЕРС • ТУРИЗМ

## Destinations

ТУРБИЗНЕС

## Пять звезд

гостиничный бизнес

© ООО ИД «Турбизнес»

## ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО...

С 20 декабря по 15 января в столице пройдут 22 международных новогодних ярмарки, на которых свои товары представят 35 городов России, 13 стран и городов Европы. Общее число праздничных мероприятий в период новогодних торжеств превысит полторы тысячи. Во время новогодних выходных в российской столице можно будет бесплатно посетить 63 городских музея, — об этом заявил председатель комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Сергей Шпилько. На улицах установят 450 световых



конструкций, пешеходные зоны оформят по особой концепции. Московские мосты украсят дополнительной иллюминацией и красочными елями. За новогодний период Москва рассчитывает принять до 200 тысяч туристов, не считая транзитных путешественников и тех, кто остановится у друзей и родственников.

## В НОМЕРЕ

### СОБЫТИЯ

- 2 Впервые на Ближнем Востоке
- 5 В СНГ – Год туризма
- 7 Двойной праздник Iberia
- 8 Встретимся на MITT
- 10 Сочи круглый год

### 4 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК – РОССИЯ

### 15 ЛЕТ С «ТУРБИЗНЕСОМ»

- 6 Смотрим в будущее
- 22 Про культуру и туризм

### 11 РЕДАКЦИОННАЯ ПОЧТА

### ТЕМА НОМЕРА

- 12 Деньги не решают проблем
- 14 Работа в «ручном режиме»
- 17 Бизнесменов стимулируют
- 18 Тактика балансирования

### 20 РЕГИОНЫ РОССИИ

### ТРАНСПОРТ

- 24 Высокий полет с низкими ценами
- 25 Где идут морские баталии

### ТУРОПЕРАТОРЫ

- 32 Зима без потрясений?

### 36 ТЕХНОЛОГИИ

### РЫНКИ

- 38 Малая Италия – малой России
- 41 Спорады: где наших еще нет
- 44 Мальта – следы древних цивилизаций
- 46 Карибские сокровища
- 49 Индонезия – тренды сезона
- 52 Туристы выбирают Шри-Ланку
- 54 Сверхновая звезда Марокко

### 55 VIP-КЛИЕНТ

## ОПРОС WTM

91%

опрошенных представителей туриндустрии на выставке WTM-2013 оценили перспективы работы своей компании в 2014 году как «оптимистичные».

89%

респондентов «оптимистично» настроены в отношении перспектив развития мировой туротрасли в 2014 году, при этом 27% опрошенных оценили их как «очень оптимистичные».

70%

специалистов заявили, что они уже сейчас отмечают рост спроса на туристические услуги со стороны потребителей.

## Впервые на Ближнем Востоке

Дубай объявлен городом проведения ЭКСПО-2020, впервые в истории Всемирная выставка будет проводиться в этом регионе

Согласно стратегии развития туризма Дубая, к 2020 году эмират должен ежегодно принимать 20 млн туристов. «На пути достижения этой цели теперь мы можем использовать проведение ЭКСПО для увеличения числа гостей, причем не только за шесть месяцев проведения самой выставки, но и в течение 7 лет, которые ей предшествуют», — заявил Хелаль

Саид Альмарри, генеральный директор ДТКМ и исполнительный директор Дубайского центра международной торговли.

Ожидается, что в период с октября 2020 года по апрель 2021 года более 25 млн туристов посетят выставку ЭКСПО-2020, при этом 70% гостей приедут из-за рубежа. Это будет самое большое число иностранных посетителей в истории выставки.

### РЕГИОНЫ МИРА, КОТОРЫЕ ВЫИГРАЮТ ОТ УВЕЛИЧЕНИЯ СПРОСА НА ТУРУСЛУГИ



Источник: опрос представителей туриндустрии на выставке WTM-2013



### ДИНАМИКА МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРИБИТЫЙ В 2009–2013 ГОДАХ



Источник: данные Всемирной туристической организации ООН, октябрь 2013 года



Кала Макарьелета

Менорка

[www.spain.info](http://www.spain.info)

\* Начни свой день с душа



Испания  
Ты мне нужна

## Новая стратегия развития

### 11–12 ноября в Москве состоялось заседание Координационного совета по туризму при Минкультуры России

В заседании приняли участие заместитель министра Алла Манилова, руководители Ростуризма, региональных органов исполнительной власти в сфере туризма, представители общественных организаций и профессиональных объединений. Основной темой стало рассмотрение проекта «Стратегия развития туризма до 2020 года», который будет вынесен на общероссийское общественное обсуждение.



«Новый проект стратегии учитывает современные мировые тренды развития туризма и фиксирует текущий этап развития российской туристической индустрии. Особое внимание в нем уделено вопросам развития туристской инфраструктуры, созданию единой системы туристской навигации, решению транспортных проблем, созданию новых глобальных маршрутов и продвижению новых возможностей России как внутри страны, так и за рубежом», — заявила Алла Манилова.

Участники совета подчеркнули важность создания новых стандартов в сфере туристских услуг. По словам заведующей отделом стандартизации и оценки соответствия услуг Всероссийского научно-исследовательского института сертификации Елены Лежиной, сейчас в туристической индустрии действует более 20 национальных стандартов. С 1 января 2014 года вступят в действие стандарты, направленные на регулирование деятельности туроператоров и турагентств, организаторов образовательных языковых туров, персонала

туроператоров и турагентств, специализированных средств размещения.

На пленарных заседаниях с докладами выступили министр по делам предпринимательства и развития туризма Республики Саха (Якутия) Екатерина Кормилицына и руководитель Агентства по туризму и внешним связям Камчатского края Геворк Шхиян. Докладчики подчеркнули необходимость активного вовлечения дальневосточных регионов в цивилизованный туристический оборот и важность создания единого координационного центра некоммерческого партнерства, в состав которого войдут представители власти и бизнеса. «Развитию Дальнего Востока будет уделяться особое внимание, — подчеркнула директор департамента туризма и региональной политики Минкультуры России Ольга Ярилова. — С этого года мы начали проведение такого формата мероприятий, как Неделя культуры и туризма. Такие недели уже прошли на Камчатке, в следующем году мы планируем провести Неделю культуры и туризма на Сахалине и в Амурской области».

## Слияние культуры и туризма

### 18–19 ноября в Калининградской области прошло заседание Координационного совета по культуре при Минкультуры России

В работе форума приняли участие министр культуры РФ Владимир Мединский, губернатор Калининградской области Николай Цуканов, председатель Калининградской областной думы Марина Ореева, а также руководители исполнительных органов власти в сфере культуры субъектов Российской Федерации. Самым ярким событием форума стала передача уникальной коллекции художественных изделий Музею янтаря из петербургской галереи «Янтарный дом».

В рамках двухдневного заседания участники познакомились с культурно-туристическим потенциалом Калининградской области и рассмотрели возможности развития территорий в культурно-историческом контексте. В Музее янтаря гости обсудили вопросы интеграции уникальных музейных продуктов в индустрию туризма.

По оценкам экспертов, Калининградская область представляет собой уникальную региональную модель, где совокупность природного и культурного пространства дает мощный эффект для развития всего региона. Это подтверждает статистика: количество

туристов, посещающих область, за последние пять лет увеличилось на 11,8%.

«Калининградская область рассматривается как один из наиболее перспективных субъектов с точки зрения развития внутреннего и въездного туризма. Благоприятные и разнообразные природно-ландшафтные условия, уникальные водные ресурсы, наличие курортов федерального значения и большого числа объектов историко-культурного наследия свидетельствуют о том, что это один из наиболее перспективных макрорегионов современной Европы», — заявил Владимир Мединский.



#### КОНТАКТЫ:

Департамент туризма и региональной политики Минкультуры России  
Москва, Газетный переулок, д. 3, корп.7, стр.1.

Телефон приемной: 8-495-788-30-90  
<http://www.mkrf.ru/>

# В созвездии лучших

3 декабря в столичном отеле «Балчуг Кемпински» состоялось вручение премии «Путеводная звезда», учрежденной Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству Москвы

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

«Наш город проводит столь ответственный конкурс предприятий туриндустрии с 2003 года, за это время в орбите «Путеводной звезды» оказалось множество проектов, способствующих превращению Москвы в популярную туристическую дестинацию. Это отели, туркомпании, объекты показа, СМИ», — заявил глава Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Сергей Шпилько. В торжественной церемонии приняли участие более 400 представителей туриндустрии.

Первыми «Путеводную звезду» получили отельеры: в категории 5\* — отель «Ритц Карлтон Москва», 4\* — «Рэдиссон Славянская», 3\* — гостиница «Ибис Москоу Павелецкая». Оздоровительный комплекс «Вагутинки» стал победителем в номинации «Специализированные и малые средства размещения».

В номинации «Внутренний туризм» победил туроператор «Дельфин», лучшей по въездному туризму стала компания «Тари Тур», по выездному туризму — туроператор «Пегас Туристик».

В номинации «Социальный и экологический туризм» победителем стал Фонд поддержки Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество».

В числе победителей 2013 года проекты UniFest Travel (номинация «Бизнес-туризм»), Столичная судоходная компания (номинация «Экскурсионное обслуживание»), «Российская телевизионная и радиовещательная сеть. Московский региональный центр» (Останкинская телебашня — номинация «Объекты показа»), ресторан «Балчуг-Гриль» (номинация «Предприятия общественного питания»), флотилия «Рэдиссон Роял Москва» (номинация «Транспортные предприятия»). Московский филиал Российской международной академии туризма был отмечен наградой в номинации «Подготовка кадров для туриндустрии».

В числе награжденных СМИ — проекты «Страна-Онлайн», «Страна.ру». Портал ИД«Турбизнес» tourbus.ru стал лауреатом «Путеводной звезды». В этом году в рамках премии были учреждены несколько специальных номинаций. С полным списком победителей и лауреатов премии «Путеводная звезда-2013» можно ознакомиться на сайте Москомтуризма.



## IX МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ВЫСТАВКА ИНТУРМАРКЕТ

# 2014

Дорогие наши коллеги  
и любимые участники!  
От всей души поздравляю вас  
с наступающим Новым Годом  
и светлым праздником  
Рождества!  
Пусть наступающий год  
будет щедрым на радость  
и благополучие, дружите  
с удачей и не теряйте дух  
первооткрывателей!  
До встречи на выставке!

Ольга Коточкина  
Директор выставки

# 15-18 марта

## Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

- Официальная государственная поддержка
- 1300 участников из более чем 140 стран и регионов мира
- 75 000 посетителей
- насыщенная деловая программа
- Выставочная площадка №1 в России
- Онлайн - регистрация

Организатор выставки

экспотур  
www.itmexpo.ru



# Смотрим в будущее



»» ТБ-Events – самый молодой отдел ИД «Турбизнес», ему всего два года. Несмотря на юный возраст ТБ-Events работает вполне по-взрослому: в прошлом году было организовано 10 мероприятий, в нынешнем – больше двадцати.

»» В активе отдела – проведение международной конференции WTM Vision, Московского Гостиничного форума, многочисленных семинаров для турагентов, отельеров, гидов-экскурсоводов.



»» Есть в ТБ-Events и свои уникальные проекты. В числе know-how – дни профессионального образования специалистов отрасли – Travel Business Day, Travel Marketing Day, Hospitality Marketing Day.

»» Гордость ТБ-Events – награда Russian Business Travel & MICE Award. Шутка ли, в течение года определять лучших игроков рынка делового туризма России, а затем провести масштабную церемонию награждения в столичном «Президент-Отеле».



«« Если говорить о будущем, ТБ-Events смотрит на большую карту России. В планах – проведение дней профессионального образования для турфирм и гостиниц в российских регионах. Почин в Нижнем Новгороде уже сделан »»

**ИВАН КАЛАШНИКОВ**

Генеральный директор ИД «Турбизнес»

# Двойной праздник Iberia

Национальный испанский перевозчик представил новый лайнер A-330 и обновленный фирменный стиль

**Т**оржественная церемония представления нового аэробуса, названного в честь испанского короля Хуана Карлоса I, прошла в мадридском аэропорту Барахас. Событие, на которое собрались более 300 специалистов туристической и авиаотраслей, в том числе делегация из России, стало двойное знаменательным. Фюзеляж «королевского» лайнера украшает новый фирменный стиль, салоны экономического и бизнес-класса оснащены по последнему слову дизайнера и техники.

Ребрендинг Iberia затронул в первую очередь логотип компании, который, сохранив цвета испанского флага — желтый и красный, стал более лаконичным и динамичным. Вместе с тем из него исчезла монаршая корона. Изменение стиля коснулось и других фирменных элементов — указателей в аэропорту, полиграфических материалов и даже формы стюардесс. Как отмечает управляющий директор Iberia Луис Гальего, ребрендинг компании отражает ее модернизацию, инвестиции в будущее, клиентоориентированность.

В новом аэробусе, пополнившим флот Iberia, радикально изменен бизнес-класс — каждому пассажиру выделено свое удобное пространство с полками и нишами, кресла превращаются в плоские кровати длиной почти 2 метра. Все кресла в обоих классах оснащены большими touch-screen-экранами и мощными мультимедийными системами. Вскоре в полете будет доступен Wi-Fi.

Пока лайнеры с новым оснащением будут летать только на трансатлантических маршрутах. Ожидается, что в течение полутора лет переоборудуют все самолеты авиакомпании. В планах Iberia — увеличить количество пассажиров из России, в том числе транзитных, которые отправляются в страны Латинской Америки.

>>> Авиапарк национального перевозчика Испании сегодня насчитывает

**125** лайнеров. Мадрид и Москву связывают 9 рейсов Iberia в неделю.



## ОЛЬГА САНАЕВА

Руководитель регионального совета и автобусной комиссии РСТ

Большое спасибо отраслевой профессиональной выставке «Интурмаркет» за организацию объединенного стенда туроператоров-«автобусников», членов РСТ: «Анкар», «Туртранс Вояж», DSBW, «Старый город», «БВЛ» и «Кружозор». Впервые на российских выставках удалось создать тематический стенд, посвященный европейским автобусным экскурсионным турам. Компания МАН предоставила новый автобус, который стал не только объединяющим элементом экспозиции, но и удобным залом для переговоров. Приехавшие на выставку профессиональные потребители — турагенты, которых всегда много на «Интурмаркете», могли легко нас найти. Мы получили от них много благодарных отзывов по организации и проведению конференции, посвященной специфике организации и продаж автобусных экскурсионных туров.

## Новости выставки «Интурмаркет»

### Деловая программа АТОР на «Интурмаркете-2014»

#### Консультируют юристы АТОР

Насыщенная деловая программа АТОР на «Интурмаркете-2014» предусматривает ряд полезных мероприятий для профессиональных посетителей. Помимо ставшей уже традиционной аттестации менеджеров турагентства, туристическим компаниям предоставляется возможность задать вопросы специалистам правовой службы АТОР. Консультации будут проходить на стенде, на вопросы агентства ответит руководитель правовой службы АТОР Надежда Ефремова. Записаться на консультацию можно по адресам: [ator@atorus.ru](mailto:ator@atorus.ru), [efremova@atorus.ru](mailto:efremova@atorus.ru) и по телефону (495) 660-07-14.

Для более подробного ответа рекомендуем во время записи на консультацию сообщить свой вопрос.

#### Лучшие среди профи

Профессиональных посетителей выставки «Интурмаркет-2014» приглашают принять участие в обучающих программах АТОР. Семинары от офисов по туризму и вебинары на сайте организации помогут менеджерам агентств подготовиться к прохождению аттестации АТОР — квалификационному экзамену на знание популярных туристических направлений. Участники, правильно ответившие на вопросы теста, получат дипломы трех категорий. Чем выше балл, тем престижнее диплом. Набравших максимальное количество баллов ждут памятные призы от офисов по туризму. О темах, датах и времени проведения семинаров и аттестации будет сообщено дополнительно. Следите за новостями на [www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru) и [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru).

#### Третий Всероссийский съезд туробъединений

17 марта в рамках деловой программы выставки «Интурмаркет» пройдет III Всероссийский съезд туристских объединений. В нем примут участие представители более 20 организаций. В ходе встречи профессионалы туристической индустрии обсудят основные информационные задачи отраслевых объединений, каналы распространения информации, технологии обратной связи между руководством туробъединений и турфирмами, пути оптимизации информационного сотрудничества между туробъединениями, обсудят возможные решения других проблем региональных рынков. Повестка дня съезда будет опубликована на сайте [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru)

До встречи на выставке

15-18 марта 2014 года в «Крокус»!

[www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru)



# Встретимся на MITT

«На предстоящей выставке MITT будет много нового и интересного», — обещает директор «MITT/Путешествия и туризм» **ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРЬЕВА**. Подробности — в интервью «ТБ».

**Елизавета, что нового ожидает нас на выставке MITT в 2014 году?** В первую очередь новый раздел и новая тема года MITT-2014: «Индустрия встреч/MICE — профессиональная организация деловых мероприятий». MITT еже-

годно посещают около 80 тысяч человек. Из них более 3,5 тысяч — это корпоративные посетители, которые представляют компании и ассоциации различных отраслей экономики, а также агентства по деловому туризму из большинства российских регионов. Кроме того, большинство туроператорских компаний — участников MITT в последние годы открыли у себя MICE-отделы и усилили присутствие компетентных сотрудников на своих стендах на выставке. Мы отмечаем растущий интерес посетителей к предложениям отелей и владельцев площадок и залов для проведения разного рода корпоративных мероприятий. Участники раздела — это DMC, TMC, FIT, авиакомпании, event-агентства, отели и владельцы площадок, транспортные компании и т.д. Впервые на MITT-2014 состоится Российский форум индустрии встреч — мероприятие, включающее специальные обучающие сессии для корпоративных покупателей и ассоциаций — посетителей MITT. На выставке доступны удобные сервисы для посетителей и участников — работает система назначения встреч. Уже сейчас на сайте [www.mitt.ru](http://www.mitt.ru) можно получить бесплатный электронный билет, без билета вход на выставку будет платным.

## Кто выступает партнерами и спонсорами предстоящей выставки? Кого мы впервые увидим на MITT-2014?

Уже четвертый год подряд одним из основных спонсоров MITT выступает компания TUI. Среди других спонсоров выставки: Maxx Royal Hotels, Voyage Hotels, Chateau Maison Noble — дебютант MITT-2014, который представит уникальные предложения по Франции, включая эксклюзивные винные туры. Спонсор пресс-конференции MITT — «СКО ФНПР «Профкурорт» — специализированный туроператор по санаторно-курортному лечению и оздоровительному отдыху в санаториях и пансионатах Черноморского побережья и Средней полосы России, Кавказских Минеральных Вод, Подмосковья, побережья Крыма. Позже будут объявлены страна-партнер и остальные спонсоры. Раздел и форум индустрии встреч на MITT-2014 вызывают большой интерес у профессионалов отрасли. Спонсорами и партнерами проекта уже стали «ЭкспоФорум», петербургский конгрессно-выставочный центр международного уровня, включающий отели высокого сегмента и объекты сопутствующей инфраструктуры, — генеральный спонсор, Novotel Moscow Centre — официальный отель, ГК «Пушкарская Сло-

бода» и «Суздаль» — спонсоры форума. Партнеры — TMI Consultancy, Motivation&Events, АБТ, Конгресс-бюро Москвы и другие компании. На предстоящей выставке MITT усиливается испанское присутствие. Помимо традиционно большого стенда Испании впервые отдельными стендами будут представлены Балеарские и Канарские острова. Куба и Доминиканская Республика увеличили площади своих стендов. После перерыва на выставку вернулись Аргентина и Перу.

## Каждый год MITT становится все более удобным для посещения. Какие разделы будут на предстоящей выставке?

На предстоящей выставке будет один павильон больше. Его займут сразу два раздела: «Индустрия встреч/MICE», о котором я говорила выше, и раздел «Медицинский туризм». Раздел стабильно увеличивается, на MITT-2014 мы ожидаем более 200 участников из 45 стран мира. Это частные и государственные медицинские фонды, диагностические центры и клиники, реабилитационные центры, курорты, консультационные, сервисные и страховые компании, специализированные туроператоры, представители авиакомпаний. 95% участников раздела — иностранные компании и организации. Новинки в области информационных технологий традиционно анонсируются в популярном разделе «Информационные технологии в туризме» в павильоне №1. Развивается павильон «Россия», который объединяет российские курорты и региональные представительства по туризму, региональных операторов по внутреннему туризму, объекты размещения.

## Какие основные мероприятия включает деловая программа MITT-2014?

Хочу обратить внимание специалистов на два очень важных мероприятия. 6-й Международный туристический бизнес-саммит — ключевое деловое мероприятие отрасли, ежегодно собирающее руководителей турфирм, страховых, консалтинговых компаний, авиаперевозчиков, региональных и национальных администраций по туризму. Тема саммита 2014 года — «Массовое увеличение частных интернет-бронирований: как извлечь пользу из этой ситуации?»

На Российском форуме индустрии встреч соберутся специалисты из различных регионов России, представляющие компании, специализирующиеся на профессиональной организации мероприятий и предоставляющие услуги в области делового туризма, а также приглашенные представители со стороны корпоративных покупателей и ассоциаций, что давно практикуется на аналогичных мероприятиях за рубежом. Основная программа форума уже размещена на сайте выставки.

Программа мероприятий всех четырех дней выставки будет очень насыщенной — состоятся презентации новых направлений и услуг, пресс-конференции, пройдут обучающие семинары и мастер-классы.

**Следите за новостями MITT на официальном сайте выставки [www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)**

# Европейский квартет: от Каспия до Иссык-Куля

«**Ч**етыре страны — одна мелодия, четыре страны — одна виза», — под таким девизом 18–22 ноября прошел традиционный туристический workshop стран «Вышеградской четверки» в Киргизии, Казахстане и Узбекистане. В гости к местным туристическим компаниям приехали директор представительства Словацкого управления по туризму в РФ Любица Алушицова, директор представительства Польской туристической организации в РФ Анджей Сераковский, советник по туризму Венгерской Республики в РФ Шандор Фабиан и директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в РФ Роберт Новотны. К ним присоединились специалисты туристической индустрии из Клиники репродуктивной медицины и гинекологии и санатория «Томашов» города Злин, отеля Kur&Spa Hotels Miramare курорта Лугачовице (Чехия), компаний Holiday Travel (Польша) и Robinson Tours (Венгрия). Весомую помощь при организации рабочих встреч оказали вице-президент Бишкекской экономической палаты Сергей Магай и директор Узбекской ассоциации частных туристических организаций Фирюза Акабировова. Организаторы выражают признательность коллегам. Workshop посетили более 250 представителей турфирм Бишкека, Алматы и Ташкента. Они познакомились с актуальными предложениями и новинками турбизнеса стран «Вышеградской четверки». Презентации продолжились встречами в формате b2b: посетители пообщались с гостями, получили рабочие материалы, обсудили различные нюансы продаж. В Алма-Ате и Ташкенте в работе workshop приняли участие послы, вице-послы и почетные консулы Чехии, Венгрии, Словакии и Польши. Они ответили на вопросы турфирм, касающиеся визовой политики, и пообещали, что по мере увеличения потока туристов в страны «Вышеградской четверки» процедура оформления въездных виз будет облегчаться. Мероприятия в каждом городе завершала веселая лотерея, в ходе которой разыгрывалось множество сувениров и оригинальных подарков из Словакии, Венгрии, Польши и Чехии.

1. Участники workshop у нулевого километра в Бишкеке. >>>

2. Посол Словакии в Казахстане и Киргизии ПЕТЕР ЮЗА в ходе рабочей встречи в Алма-Ате.

3. Директор Узбекской ассоциации частных туристических организаций ФИРЮЗА АКАБИРОВА с участниками рабочей встречи в Ташкенте.



## ВЫШЛИ ИЗ ПЕЧАТИ



### МОСКВА – МЕСТО ВСТРЕЧИ

»»» Брошюры на русском и английском языках подготовлены ИД «Турбизнес» совместно с Конгресс-бюро Москвы. В них представлены современные столичные площадки для проведения МICE-мероприятий и другая информация для инициаторов встреч.



### «ПУТЕШЕСТВИЕ ЗА ЗДОРОВЬЕМ»

»»» Выпуск посвящен оздоровительному и медицинскому туризму в России, Германии, Испании, Венгрии, Польше, Сербии, Словакии, Чехии, на Мальте и в Южной Корее.

## По полной программе

Организаторы МИТТ запланировали масштабную рекламную кампанию, направленную на привлечение частных посетителей в субботу

**В** 2014 году впервые в практике проведения МИТТ рабочие часы в субботу 22 марта, последний день выставки, будут продлены до 18.00. Ежегодно МИТТ посещают более 12 тысяч частных лиц — потенциальных клиентов компаний-участников. Пик их посещения приходится на субботу. В этот день на стендах участников всегда присутствуют специалисты по работе с частными клиентами, которые готовы дать профессиональные консультации, помочь определиться с направлением предстоящего летнего отдыха и даже забронировать тур. Если оператор не работает с частными лицами напрямую, то поработать в субботу он приглашает свои уполномоченные турагентства.

Участники выставки позитивно отреагировали на нововведение. «Продление рабочих часов МИТТ-2014 в субботу — это грамотное решение для привлечения частных клиентов. Среди субботних посетителей также может быть много потенциальных корпоративных клиентов», — считает Наталья Андропова, генеральный директор компании «Атлантис Лайн».

21-я Международная выставка «МИТТ/Путешествия и туризм» состоится 19–22 марта 2014 года в Москве в ЦВК «Экспоцентр». Часы работы: 10.00 – 18.00  
Дополнительная информация на сайте [www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)

## ПРИГЛАШЕНИЕ

**ПРИГЛАШЕНИЕ**  
**Moscow International MICE Forum**  
 Московская Международная Выставка Делового и Инcentив Туризма  
**17 марта 2014**  
 Москва, Тишинская пл., 1, ТВК «Тишинка»  
 Участники M.I.C.E. Forum:  
 Зарубежные и российские туристические агентства и туроператоры  
 Курорты и отели • Круизные компании • Авиалинии • Деловая авиация  
 Конгресс-конференц- и бизнес-центры • DMC • SPA курорты  
 Гольф-курорты • Специалисты в выставочном бизнесе  
**International M.I.C.E. Forum**  
**MOSCOW**  
 Телефон организатора:  
**+7 495 777-25-77**  
 Для посещения мероприятия не забудьте зарегистрироваться на сайте:  
**www.miceforum.ru**

# Лето избаловало туристов

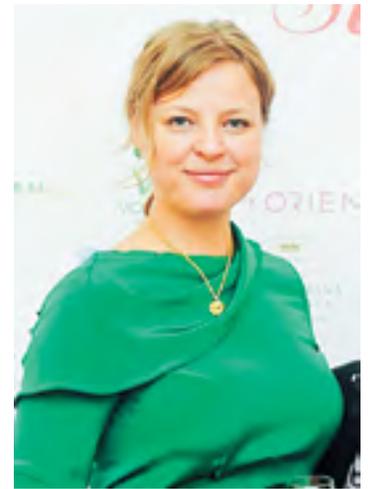
По данным статистики ruSPO.ru за ноябрь, в целом по зимнему пляжному сезону определились два явных лидера. На Египет приходится не менее 30% всех запросов, а на занимающий второе место Таиланд – 18%. В Северной столице лидерство Египта еще более очевидно (35%), доля Таиланда составляет 9%, остальные направления – ОАЭ, Индия, Вьетнам, Доминикана, Мексика – не перешагнули 5%-ный рубеж в объемах общего спроса.

Комментирует директор по туризму туроператорской компании «Верса»

**МАРИНА САМОРОДСКАЯ.**

подготовил ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

«**М**ожно с сожалением констатировать, что не слишком удачный летний сезон, в ходе которого на рынке господствовал демпинг и туры продавались по минимальным ценам, избаловал туристов низкой стоимостью поездок, — отмечает эксперт. — Клиенты привыкли приобретать туры дешево и сейчас подчас просто не понимают, почему зимний отдых требует больших затрат. Вместе с тем опыт тяжелого лета пошел операторам на пользу. Во всяком случае, предпосылок для повторения июньской демпинговой ситуации нет, продажи по некоторым направлениям идут лучше, чем в прошлом сезоне. В египетской полетной программе из Санкт-Петербурга участвуют 8 крупных российских операторов, которые общими усилиями организовали 9 чартерных программ на «крыльях» пяти авиакомпаний. Провозные емкости нынешнего зимнего сезона пока не так велики, как в прошлые годы: еженедельно в Египет из Петербурга выполняются 25 рейсов общей емкостью почти в 5,4 тысячи кресел, тогда как раньше эта цифра доходила до 9 тысяч кресел. В этой связи операторы считают объем предложений вполне соответствующим моменту и в ближайшее время не намерены увеличивать провозные емкости. Сейчас в городе на Неве предлагаются традиционные для Египта направления — Хургада и Шарм-эль-Шейх, к которым оператор «Верса» добавил полетную программу в Табу (2 рейса в неделю).



«Спрос на Египет есть, но пока по разным причинам он не так высок, как в прошлые сезоны, — продолжает Марина Самородская. — Поскольку на египетском рынке в этом году новых игроков не появилось, объемы перевозки и спроса сбалансированы — нет предпосылок для демпинга. А вот ситуация со странами Южной и Юго-Восточной Азии в связи с постановкой новых чартеров во Вьетнам и Гоа существенно изменилась. Я практически уверена в том, что предложение и спрос по Гоа будут акцентированы на бюджетный отдых с невысокой стоимостью туров. Стоит учитывать, что в ценовом отношении Вьетнам, скорее всего, станет конкурировать с соседним Таиландом, а вот избыток перевозки по Индии приведет к удешевлению турпакетов». Относительно изменений в предпочтениях клиентов эксперт отмечает: «У туристов действительно изменились предпочтения: для них становится важна не только стоимость путешествия, но и общий уровень обслуживания в компании. Причем это касается не только самого отдыха за рубежом, но и качества всего сервиса, начиная с момента покупки путевки и заканчивая прилетом домой. В нынешних условиях высокой конкуренции и сходных цен качество «мелочей», способных сделать приобретение тура простым и удобным, а отдых — комфортным во всех отношениях, играет все большую роль».



Это ежегодное издание, работающее в течение года как справочное пособие. Содержит максимально полную информацию о туристическом рынке Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона по разделам: турфирмы, объекты размещения, зарубежные турфирмы, консульства, визовые центры, МICE-объекты, транспорт, объекты питания, страховые компании и др. Распространяется на ведущих туристических выставках и профессиональных мероприятиях Москвы, Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона РФ, а также на Workshors, проводимых более чем в 40 городах России журналом «Турбизнес», доставляется в офисы турфирм.

## ТУРБИЗНЕС

в САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ и СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ

### УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе» — единственное в Петербурге печатное издание, более 13 лет работающее на рынке B2B, приглашает Вашу компанию к участию в 4-м выпуске каталога «Турбизнес в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе».

**Наш каталог — эффективная площадка для размещения рекламы!**

**Прямой выход на целевую аудиторию • Возможность заочного участия в турвыставках (начиная с MITT и INTOURMARKET) в течение всего 2014 года • Длительность и многократность воздействия рекламы на пользователя**

**Варианты имиджевого участия:**

- 1 полоса рекламы 210 x 295 мм = 30 000 руб.
- 1/2 полосы 190 x 135 мм = 16 000 руб.
- 1/4 полосы 93 x 135 мм = 8 000 руб.
- Выделение информации о компании в справочном разделе каталога + логотип = 2 500 руб.
- Возможность нестандартных видов рекламы

НДС не облагается

Скидки до  
**40%**

при размещении рекламы пакетом в КАТАЛОГЕ и ЖУРНАЛЕ!!!

Информация о каталоге и анкета для бесплатного размещения в справочном разделе каталога — на сайте:

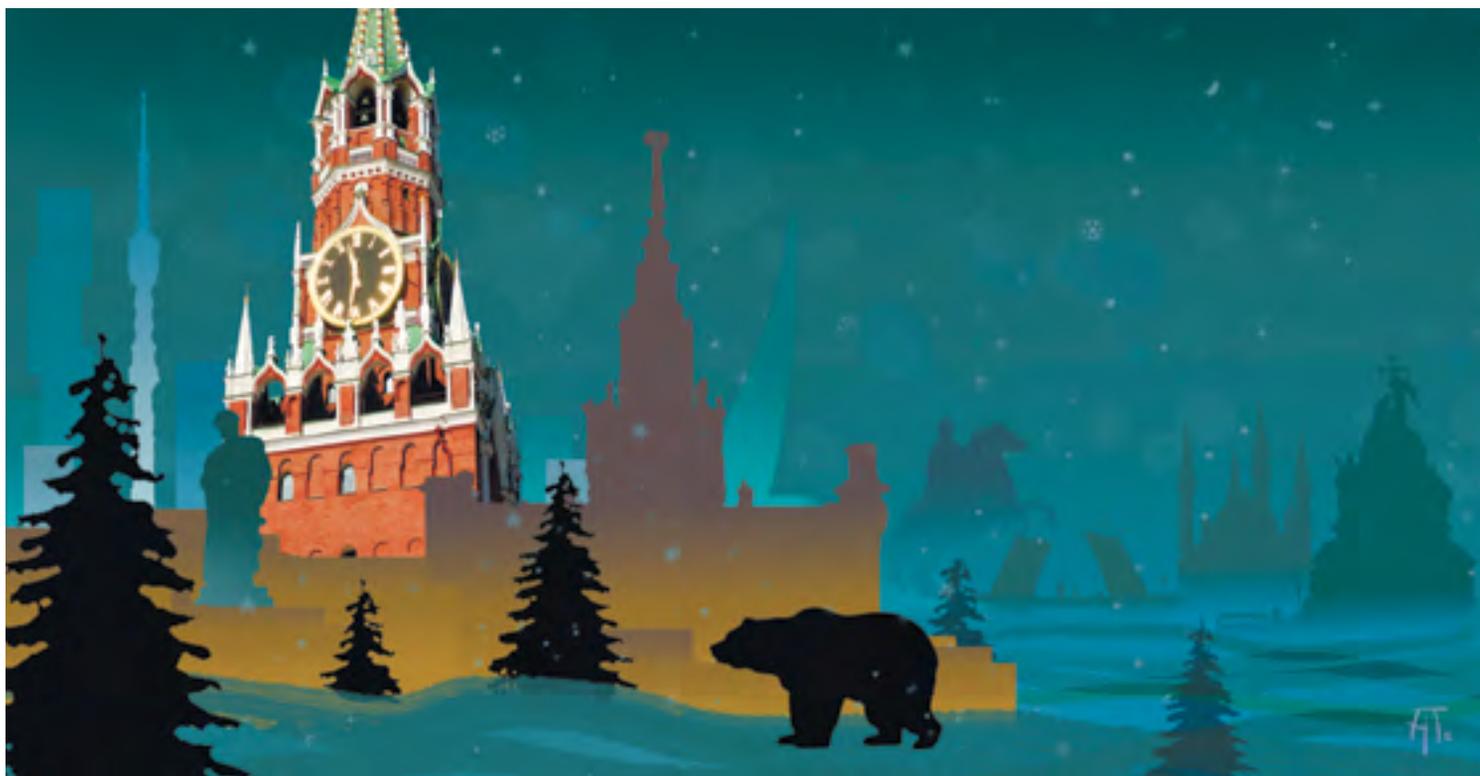
[www.tourbusspb.ru](http://www.tourbusspb.ru)

Санкт-Петербург, Садовая ул. 28-30  
Тел./факс: +7 (812) 335-0883, тел.: +7 (812) 310-3245, +7 (901) 310-4096  
E-mail: [tourbus@westcall.net](mailto:tourbus@westcall.net)  
[www.tourbusspb.ru](http://www.tourbusspb.ru)

Готовимся к MITT и INTOURMARKET

**Дополнительные бонусы к рекламе в каталоге:**

- Размещение логотипа компании (с указанием страницы рекламы) в «Содержании» каталога, на сайте [www.tourbusspb.ru](http://www.tourbusspb.ru) и в анонсе каталога, на страницах журнала «Турбизнес на Северо-Западе».
- Размещение новостей в журнале и на сайте [www.tourbusspb.ru](http://www.tourbusspb.ru)



# Деньги не решают проблем

Туризм перестает быть престижной сферой для специалистов с вузовским образованием и высокими требованиями к условиям работодателей. Дипломированные выпускники туристических вузов уходят в другие отрасли.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

»» По данным Ростуризма, по трем профильным направлениям — «Туризм», «Гостиничное дело» и «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» — подготовку специалистов в России ведут

**316** вузов  
**181**  
и вузовский филиал.

Даже беглый анализ потребностей рынка труда в России показывает, что пока в сфере туризма и гостиничного бизнеса работодателям больше всего нужны не «умы», а «руки»: примерно три четверти вакансий предназначены для специалистов со средним и начальным профобразованием.

## КТО НУЖЕН И НУЖЕН ЛИ

В Санкт-Петербурге, например, из более чем 1,2 тысячи вакансий в туризме и гостиничном бизнесе около 900 приходится на места для официантов, администраторов, секретарей и т. д. Одних только горничных (средняя зарплата 19 тысяч рублей) требуется больше 200. В Москве при средней зарплате в 30 тысяч их нужно почти 500. При этом, по данным веб-ресурса [rabota.yandex.ru](http://rabota.yandex.ru), анализирующего предложения в интернете, на середину октября в Петербурге имелось лишь 118 предложений по вакансиям для менеджера по туризму (средняя зарплата — 33 тысячи рублей), в Москве — 373 (средняя зарплата — 39 тысяч рублей), а в Ростове-на-Дону — всего 37 (зарплата 19 тысяч рублей).

«В целом по рынку образовательных услуг и в деле подготовки кадров для сферы туризма и сервиса в России произошел серьезный перекоп в сторону высшего профильного образования, — уверена Светлана Антонова, директор Колледжа туризма и гостиничного сервиса (Санкт-Петербург). — Такое количество выпускников, которое выдают вузы, рынку труда просто не нужно: на нем велика потребность в специалистах со средним уровнем профобразования, а вот число профильных колледжей в десятки раз меньше, чем вузов. В результате окончившие вузы ребята вынуждены работать на должностях, не соответствующих уровню их образования, либо вовсе уходить в другие отрасли».

## СЛИШКОМ МНОГО ВУЗОВ

«Необходимость в оптимизации численности вузов, в ужесточении требований к открытию туристских программ, давно назрела. О каком качестве обучения может идти речь, если во многих вузах, ведущих подготовку специалистов для сферы туризма, имеется всего одна профильная кафедра? — спрашивает Тамара Власова, президент Национальной академии туризма. —

Подавляющее большинство филиалов, а подчас и самих вузов, профильными не являются».

С мнением коллеги согласен ректор Российского госуниверситета туризма и сервиса Александр Федулин: «Многие туристические кафедры создавались в непрофильных вузах с целью привлечения абитуриентов на популярную специальность. Сейчас, когда речь идет о систематизации туристического образования и повышении его качества, нужно с помощью тех или иных мер оставить его только в наиболее сильных учебных заведениях, способных обеспечить высокий уровень подготовки».

По данным Ростуризма, по трем профильным направлениям — «Туризм», «Гостиничное дело» и «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» — подготовку специалистов в России ведут 316 вузов и 181 вузовский филиал. Каждый третий госвуз и каждый пятый коммерческий обязательно выпускают «профессионалов» в туризме и сервисе: по этому показателю впереди только учебные заведения, готовящие пресловутых экономистов, менеджеров и юристов.

Качество подготовки многих выпускников, формально получивших дипломы о высшем образовании, нередко хромает. Почему? Причин много, но самые значимые — отсутствие жесткой связи между теорией и практикой, а также низкий уровень преподавания. Игорь Мазулов, генеральный директор группы компаний «Петротур», сам преподающий в вузе и отец студентки, не без сожаления говорит о том, что многие из тех, кто сейчас учит работе в туризме, сами им никогда не занимались. А потому в процессе обучения они используют те методики и инструменты, которые в реальности давно не используются. Что касается немногих практиков, которых все же удается заполучить вузу, то для них преподавание — хобби или благотворительность, или то и другое вместе.

В результате сложилась ситуация, при которой даже обучение за достаточно большие деньги (в силу непро-

фильности в большинстве российских вузов оно платное) не дает нужного качества. Поэтому часть студентов предпочитает учиться за рубежом, либо делает выбор в пользу таких учебных заведений, как петербургская школа Swissam. Дорого — год учебы на академических программах стоит 300 тысяч рублей, но результат практически гарантирован, поскольку система обучения принципиально другая: теория и практика складываются в пропорции 50 на 50, стажировку студенты систематически проходят в лучших отелях и ресторанах международных брендов. Правда, вуз типа Swissam в России пока только один и работает всего год, тогда как основные программы обучения у него трехгодичные.

### ЧТО И КАК ДЕЛАТЬ

На этот извечный российский вопрос профессионалы отвечают: «Сокращать число вузов, одновременно повышая качество подготовки».

На конференции в Петербурге даже звучало предложение ввести аккредитацию туристических вузов при Ростуризме, однако вряд ли это возможно хотя бы в силу того, что ведомство не располагает такими полномочиями.

Вместе с тем форум рекомендовал целый ряд шагов для улучшения качества обучения по профильным для туризма профессиям. В частности, речь идет о внедрении системы рейтингов вузов, включении в образовательные программы пособий из «Золотой серии» учебников по туризму и созданию системы непрерывного послевузовского обучения специалистов по всей России. В том числе — основам инвестиционной деятельности в туризме, продвижению и управлению туристическими дестинациями, государственному и муниципальному управлению в туризме, новейшим информационным технологиям.



«<< Сейчас как никогда остро стоит задача сформировать эффективно работающую разноразмерную систему образования в туризме, которая позволяла бы закрыть все потребности рынка в специалистах >>>

**ЕВГЕНИЙ ПИСАРЕВСКИЙ**

Заместитель руководителя Ростуризма

### МЕНЕДЖЕРЫ ПО ТУРИЗМУ

#### МОСКВА

373 вакансий

Средняя зарплата  
39 тысяч рублей

#### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

118 вакансий

Средняя зарплата  
33 тысячи рублей

#### РОСТОВ-НА-ДОНУ

37 вакансий

Зарплата 19 тысяч рублей

Источник: данные rabota.yandex.ru, осень 2013 года

## Вернуть жизнеспособность

Вторая международная конференция «Модернизация туристского образования в России» состоялась осенью в Санкт-Петербурге

Специалисты отрасли обсудили образовательную проблематику российского туризма и подтвердили стремление сформировать из разрозненных учебных заведений стройную систему подготовки кадров для туристической и гостиничной индустрии и гостиничного хозяйства. «Сейчас наша общая задача —

сформировать эффективно работающую разноразмерную систему образования в туризме, которая позволяла бы закрыть все потребности рынка в специалистах, — так сформулировал посыл для участников конференции Евгений Писаревский, заместитель руководите-

ля Ростуризма. — Она должна сочетать в себе системность, присущую российской образовательной традиции, и прикладную направленность обучения зарубежных школ. А главное — быть способной к адаптации в условиях быстро изменяющихся потребностей рынка».

# Работа в «ручном режиме»

**ДМИТРИЙ АМУНЦ** стал заместителем главы Ростуризма в январе 2013 года. На этом посту в течение девяти месяцев курировал международную сферу деятельности ведомства. В сентябре он был назначен ответственным за направление внутреннего туризма и государственных целевых программ. О проблемах и новых подходах к развитию внутреннего туризма в России — в эксклюзивном интервью «Турбизнесу».

БЕСЕДОВАЛА АННА БИРЮКОВА

»»» Интегральный общественный эффект от реализации мероприятий ФЦП — 980,3 млрд рублей; интегральный коммерческий эффект — 231,3 млрд рублей; индекс прибыльности — 1,1; период окупаемости частных инвестиций — 13 лет; интегральный бюджетный эффект — 574,4 млрд рублей; расчетный срок окупаемости бюджетных инвестиций (период возврата средств федерального бюджета) — 6 лет; доля бюджетных ассигнований (коэффициент участия государства) — 0,26.

Источник: постановление правительства РФ от 2 августа 2011 года

**Дмитрий Михайлович, кабинет министров назвал федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» неэффективной. Как вы считаете, есть ли у программы будущее?**

Действительно, по итогам 6 месяцев 2013 года были определенные проблемы, связанные с реализацией субъектами Российской Федерации ФЦП, что было вызвано проблемами с прохождением государственной экспертизы, вернее, необходимостью подтверждения сметной стоимости объектов, финансируемых с использованием средств федерального бюджета. Мы практически в «ручном режиме» занимались этим вопросом вместе с коллегами из регионов. По состоянию на текущий момент никаких опасений нет.

Я уверен — ни у кого не вызывает сомнений то, что эта программа нужна. ФЦП развития внутреннего и въездного туризма построена на принципе государственно-частного партнерства. Федерация берет на себя создание транспортной инфраструктуры, подведение тепла, электроснабжения и т.д. Объекты же туристско-рекреационного или автокластера создаются на средства инвесторов. Это наглядный пример государственно-частного партнерства, когда государство создает необходимые условия, обеспечивая благоприятное развитие тому или иному проекту, реализуемому за счет частных инвестиций.



Кроме того, данная программа и такой подход к развитию туризма является мощным стимулом социально-экономического развития территорий. Мультипликативный эффект от развития туристического сектора затрагивает такие сферы, как транспорт, связь, энергетика, ЖКХ, строительство, здравоохранение, образование, культура. Более того, за счет роста количества рабочих мест и объемов налоговых поступлений благоприятный эффект проявляется даже в снижении уровня криминогенной напряженности в регионе. В Бурятии, например, за счет развития туризма за 4,5 года в несколько раз повысился средний уровень заработной платы.

**Почему же в таком случае программа оказалась неэффективной?**

Поясню. Раньше региональные экспертизы сами согласовывали документацию. С начала 2013 года стало необходимым направлять на согласование проектно-сметную документацию в государственную экспертизу, а подразделения Госэкспертизы находились в семи точках России. В результате Иваново, Ярославль, Калуга должны были отправлять документы в Санкт-Петербург, Республики Тыва и Бурятия — в Красноярск, Рязань — в Саратов и т.д. Возникла неразбериха, которая вылилась в проблемы с ходом реализации ФЦП.

Но здесь есть недоработка и региональных органов власти, потому что надо тесно взаимодействовать

с экспертизой, оперативно исправлять замечания, добиваться, несмотря на их «завал», рассмотрения документации. По итогам девяти месяцев ситуация в целом выправилась. У нас довольно неплохие показатели. Недавно мы провели Координационный совет федеральной целевой программы. Уверен, что до конца текущего года будет обеспечено максимальное исполнение бюджета.

**То есть причиной таких низких показателей стала только проблема с экспертизой?** Да, основная проблема с экспертизой. Кроме того, где-то были проблемы с подрядчиками, где-то проекты не могли согласовать с органами охраны памятников и т.д. Приведу несколько цифр. По состоянию на начало сентября объем нераспределенных по причине отсутствия положительных заключений Главгосэкспертизы о достоверности сметной стоимости финансовых средств составил более 900 млн рублей (40% годового объема) по 21 из 43 объектов капитального строительства. Ситуация уже улучшилась.

**На одном из заседаний по обсуждению внутреннего и въездного туризма поднималась такая проблема, как несогласованность федеральных целевых программ в различных областях. Эта проблема актуальна?**

Проблема абсолютно точная. Есть определенные недоработки с точки зрения координации ФЦП. Не хочу кидать камни ни в чей огород, но понятно, что нужно проводить работу по координации разработанных и разрабатываемых программ. Ростуризм договорился с Минрегионом и Минэкономразвития о создании рабочей группы по территориальному планированию. Мы предложили коллегам из этих ведомств вместе с нами через призму туризма провести анализ имеющихся программ федерального и регионального развития. Допустим, реализуется проект в Ярославле или в Бурятии, и параллельно смотрим, что есть еще в планах Минрегиона и Минэкономразвития, чтобы скоординировать эти программы. Такой подход поможет выйти на кумулятивный эффект.

**Можно считать, что эксперимент удался?**

Пока все хорошо, мы только начали.

**Есть ли проекты, финансирование которых в 2014 году будет приостановлено?** Мне пока не хотелось бы об этом говорить. Руководители субъектов берут под личный контроль реализацию проектов, осуществляемых в рамках ФЦП. Но, к моему сожалению, такие проекты есть. Вопрос планирования 2014 года был рассмотрен на очередном Координационном совете 11 ноября.

**В правительстве активно идут разговоры о сокращении бюджета на следующий год. Это как-то скажется на туристической сфере и финансировании ФЦП?** К сожалению, может сказаться. При сокращении бюджета мы будем вынуждены меньше внимания уделять продвижению турпродукта и созданию туристской инфраструктуры, а невыполнение обязательств по созданию инфраструктуры влечет за собой возможную остановку проектов. Инвестор готов реализовать проект, но он надеется, что к участку будет подведена вода, дорога и т.д. Наша задача заключается в активном развитии государственно-частного партнерства, привлечении внебюджетных источников финансирования.

**Когда могут «всплыть» эти проблемы?**

Сейчас бюджетный процесс идет полным ходом, я надеюсь, что в ближайшее время будут понятны контрольные цифры. Повторю, наша задача — искать внебюджетные источники, развивать государственно-частное партнерство.

**Один из таких внебюджетных источников, похоже, найден. Вы неоднократно заявляли в СМИ о намерении организовать лотерею, часть средств от которой пойдет на развитие туризма. Расскажите более подробно об этом проекте.** По существующему законодательству, при организации лотереи 10% доходов должно направляться на цели, перечисленные в 138-ФЗ «О лотерее». В том числе на развитие туризма. Сейчас мы отработываем два варианта.

« К настоящему времени мы завершили сбор предложений по продвижению туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках в 2014 году. Получено более 300 заявок от субъектов РФ, муниципальных образований и юридических лиц »

**ДМИТРИЙ АМУНЦ**

## Три из девяти

Почему «затянулась» реализация ФЦП

**Ф**актическое освоение субъектами РФ средств федерального бюджета 2011 года началось только в марте 2012 года и составило 87,4% от объема бюджетных назначений. Ростуризм смог начать осуществлять функции государственного заказчика-координатора только со 2 октября 2012 года. До этого времени финанси-

рование мероприятий не осуществлялось. В результате комплекса мероприятий, проведенных Ростуризмом, кассовый расход по мероприятиям 2012 года составил 96,7% от объема бюджетных назначений. По итогам 2012 года из девяти целевых индикаторов и показателей плановые показатели достигнуты по трем позициям. Это инвестиции

в основной капитал средств размещения (204,7%), количество лиц, работающих в туристических фирмах (111,9%), и объем платных услуг, оказанных населению (102,7%). В целях повышения мониторинга реализации мероприятий ФЦП была сформирована межведомственная рабочая группа по внесению изменений в ФЦП.

## «ТУРЛОТО» ОЦЕНЯТ В МЭР, МИНФИНА И МВД

»»» Документы по организации государственной туристической лотереи направлены на рассмотрение Минэкономразвития, Минфина и МВД РФ. «Мы надеемся, что в ближайшее время указанные ведомства рассмотрят нашу инициативу и дадут возможность организовать государственную лотерею, средства от которой в виде целевых отчислений пойдут на развитие инфраструктуры и развитие туризма», — отметил Дмитрий Амулец. По его словам, в течение пяти лет проведения лотереи на эти цели можно будет направить до 7 млрд рублей. Кроме того, развитие туризма в регионах влечет за собой мультипликативный эффект. «Когда мы говорим о туризме, мы обеспечиваем инструмент доставки потребителя к историческому, культурному, природному наследию», — пояснил замглавы Ростуризма.

Во-первых, приглашаем существующих организаторов лотерей направлять средства на развитие туристской инфраструктуры, в конкретные социально значимые проекты, в конкретных населенных пунктах, в объекты, предлагаемые общественностью. Например, в объекты культурного, исторического или природного наследия с целью их вовлечения в туристский оборот. Второе направление — это организация государственной лотереи, чтобы средства от лотереи целевым образом направлялись на развитие инфраструктуры туризма. Если это предложение согласуют Минфин, Минэкономразвития, МВД, а затем одобрит правительство, то Ростуризм выступит организатором государственной лотереи. Проекты соответствующих документов уже направлены на рассмотрение.

**Экономический эффект от лотереи уже просчитан?** По мнению экспертов, в городах-миллионниках, если говорить о 10%-ных отчислениях негосударственной лотереи, ежемесячно можно направлять на развитие туризма более 1 млн рублей. Что касается государственной лотереи, то в течение 5 лет можно будет направить в туристскую инфраструктуру до 7 млрд рублей. Хочу отметить, что речь идет только о классической лотерее, известных всем бумажных билетах.

**Какие еще разрабатываются способы привлечения внебюджетных средств?** Вместе с Внешэкономбанком разработана программа Комплексного развития инфраструктуры туризма (КРИТ). ВЭБ оказывает содействие субъектам — при нашем участии — в развитии туристской инфраструктуры с тем, чтобы обеспечить точ-

ку социально-экономического роста. В том числе через свой Федеральный центр проектного финансирования.

Кроме того, участие Федерального агентства по туризму в государственно-частном партнерстве может заключаться не только в выделении финансовых средств, но и в продвижении турпродукта. Практически сформирован план мероприятий на 2014 год по продвижению туристского продукта Российской Федерации. Средства на эти цели предусмотрены в ФЦП в объеме более 200 млн рублей.

**Какие-то проекты по продвижению уже ведутся?** До конца года мы должны провести конкурс и начать первый этап реализации автоматизированной информационной системы. Во-первых, мы будем развивать наш информационный портал Russia.travel, который создан Ростуризмом совместно с «РИА Новости». Во-вторых, разовьем ресурс «Welcome2Russia». Задача заключается в том, чтобы добавить на информационный портал услуги. Например, у посетителя должна быть возможность забронировать тур, гостиницу и т.д. Пока трудно сказать, как будут взаимодействовать эти два сайта. Посмотрим, что предложат разработчики. По крайней мере, в техническом задании автоматизированной информационной системы речь идет о создании единого информационного портала.

**Предполагалось, что в ближайшее время портал Russia.travel будет переведен на другие языки. Это может быть реализовано до конца года?** К сожалению, не успеваем. Были планы до конца года запустить портал на английском, а потом на китайском языке, но задача оказалась сложнее, чем представлялось.

## Получают деньги в 2013 году

Объем средств федерального бюджета, предусмотренный программой на 2013 год, — 2240 млн рублей

Утверждено открытие нового финансирования 18 инвестиционных проектов на территории 13 субъектов РФ на сумму 1741 млн рублей. Речь идет о проектах в следующих регионах: Республика Бурятия, Алтайский край, Ивановская область, Липецкая область, Республика Тыва, Республика Саха (Якутия), Нижегородская область, Ярославская

область, Костромская область, Вологодская область, Рязанская область, Псковская область, Республика Алтай. Высвободившиеся средства федерального бюджета (433,4 млн рублей — на 2013 год, 1096,9 млн рублей — на 2014 год) перераспределены между пятью инвестиционными проектами пяти субъектов РФ (ТРК «Никола-Ленивец» Калуж-

ской области, ТРК «Соленые озера» Оренбургской области, ТРК «Этническая Чувашия» Чувашской Республики, ТРК «Харп» Ямало-Ненецкого автономного округа, ТРК «Кезеной-Ам» в Чеченской Республике). Остаток средств федерального бюджета после проведения конкурсного отбора в объеме 65,5 млн рублей на 2013 год и 233,1 млн рублей на

2014 год будет распределен между регионами — участниками программы, заявившими потребность в дополнительном финансировании, в зависимости от результатов исполнения бюджетных обязательств и обоснованности запросов. Таким образом, в 2013 году реализуются мероприятия по созданию 23 туристских кластеров на территории 18 субъектов РФ.

# Бизнесменов стимулируют

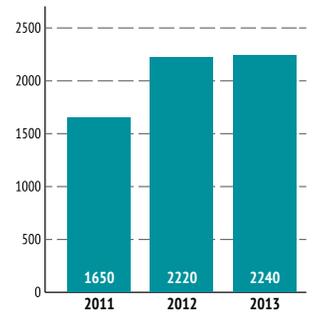
Санаторно-курортный и оздоровительный отдых – к проектам в этих видах туризма инвесторы проявляют сейчас наибольший интерес

ТЕКСТ АННА БИРЮКОВА

По словам заместителя руководителя Ростуризма Дмитрия Амунца, этот сегмент сейчас переживает второе рождение в России. «Недавно я был в Алтайском крае, где находится один из самых передовых проектов ФЦП – «Белокуриха». В сезон загрузка курорта составляет 102%, а годовая загрузка – около 80%. Планируется создание нового туристско-рекреационного кластера «Белокуриха-2». В стране ощущается дефицит современных комплексов оздоровления и санаторно-курортного назначения, и мы считаем, что за этим направлением туризма серьезное будущее», – комментирует Дмитрий Амунец.

У каждой территории нашей большой страны свои особенности. Тем не менее, по мнению замглавы Ростуризма, приоритетов у инвесторов как таковых нет. Например, в Оренбурге есть такой туристический объект, как Соль-Илецкие озера. Ежегодно здесь отдыхает более миллиона человек, а необходимая инфраструктура практически отсутствует. Ростуризм сейчас изучает этот проект с целью создания стимулирующих условий для прихода инвесторов. В результате сформируется благоприятная ситуация с развитием туризма, а как следствие – с экономическим положением этой территории. Республика Мордовия, известная своими спортивными достижениями, станет в 2018 году одним из мест проведения матчей чемпионата мира по футболу. В связи с этим здесь активно развивается спортивный туризм. Уже есть опыт поддержки регулярных матчей чемпио-

ната России по футболу, в рамках подготовки к чемпионату мира 2018 года. Кстати, согласно постановлению правительства Российской Федерации №518, Ростуризм отвечает за размещение болельщиков. В свою очередь, Тверь и Ярославская область в качестве приоритета делают акцент на развитие речного туризма. Отдельное направление – детский туризм. Одна из наиболее системных программ в этой сфере – проект «Страна детей», который активно продвигается благодаря инициативной, творческой и энергичной команде. Предполагается создание 24 единогоформатных детских лагерей от Калининграда до Дальнего Востока с одновременным проживанием и обучением более тысячи детей в возрасте до 14 лет. Это совершенно новый вид детского туризма, предлагающий и отдых, и образование, и занятия спортом, и насыщенный организованный досуг. Проектом занимается группа инвесторов, которая посчитала, что детский отдых в нашей стране имеет не только социальную, но и коммерческую перспективу. В данный момент пилотный проект реализуется на территории Можайского района Московской области, недалеко от Бородина. Инвесторы строят дорогу, здания и сооружения, земля находится в их собственности. «Насколько мне известно, «Сбербанк» готов поддержать «Страну детей» и открыть финансирование. Есть предварительная договоренность с правительством Московской области о поддержке этого проекта и о том, что он будет предложен к включению в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма».



## ВЫДЕЛЕНО И ОСВОЕНО

>>> Объем средств, предусмотренных в рамках бюджетных обязательств Программы на 2011 год, составил 1650 млн рублей. Фактически освоено 198 млн рублей. 2012 год – показатель составил 2220,0 млн рублей. Фактически выделено 2146,7 млн рублей. 2013 год – 2240 млн рублей. Фактически планируется к освоению 947,4 млн рублей.

## Инвесторам напомнят о субсидиях

11–12 ноября состоялось заседание Координационного совета ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 годы)»

В ходе заседания глава Ростуризма Александр Радьков напомнил, что государственные инвестиции в строительство объектов обеспечивающей инфраструктуры создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости должны обеспечить привле-

чение в 2013 году не менее 6807,1 млн рублей внебюджетных инвестиций. На 11 ноября 2013 года Ростуризмом заключены 13 соглашений с 9 субъектами РФ, в соответствии с которыми перечислено из федерального бюджета 947,4 млн рублей. По результатам заседания принята

решение, что на сайте Ростуризма будут опубликованы результаты конкурсного отбора инвестиционных проектов, представленных субъектами Российской Федерации для включения в перечень мероприятий ФЦП. Субъектам рекомендовано информировать инвесторов о существующей воз-

можности предоставления субсидий на возмещение затрат на уплату процентов по кредитам и займам, привлеченным в российских кредитных организациях для финансирования инвестиционных проектов.

ИСТОЧНИК: РОСТУРИЗМ

# Тактика балансирования

Неразделенность функций между федеральным и региональным уровнями власти сказывается в разных сферах внутреннего туризма

ПОДГОТОВИЛ  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**П**о мнению руководителя Республики Коми **ВЯЧЕСЛАВА ГАЙЗЕРА**, значительного увеличения туристского потока на территориях РФ, имеющих статус особо охраняемых природных зон, допускать нельзя. Чтобы контролировать ситуацию, уже сейчас необходимо выработать эффективную систему взаимодействия между теми, кто в этом заинтересован. «Дело очень сложное и нужно грамотно разработать меры, которые позволят и сохранить природу в первозданном виде, и показывать ее туристам», — считает глава республики, имеющей большой потенциал в сфере экологического туризма.

## НЕТ ПОЛНОМОЧИЙ

Известно, что неорганизованные посетители уникальных мест зачастую наносят природе непоправимый вред. Таких примеров, к сожалению, в нашей стране немало. «С точки зрения экологии плато Маньпупунер уникально не только благодаря знаменитым столбам выветривания, а и потому, что там растет редкий белый мох. Нерадивые туристы безжалостно его вытаптывают: ходить там можно только по определенным тропам, а «дикари» порой позволяют себе такое, о чем даже говорить не хочется. Однако при существующей ситуации мы фактически никак контролировать туристов на особо охраняемых территориях не можем — нет у нас таких полномочий. Пока влиять на процесс я могу лишь с помощью личных договоренностей. А нужны системные правила, которые будут общими для всех», — говорит Вячеслав Гайзер.

Ряд проблем возникает в связи с федеральным подчинением особо охраняемых территорий: многое можно было бы сделать гораздо быстрее и эффективнее, но у региона нет для этого оснований. «Моя задача — выйти на документально оформленные отношения с Минприроды, которые бы четко определяли, что, когда и как мы совместно делаем для того, чтобы и туристы были довольны, и природа осталась в целостности и сохранности. Главное — соблюдать баланс», — считает губернатор.



## ТОЛЬКО САМОЛЕТОМ

По оценке главы Республики Коми, неразделенность функций между федеральным и региональным уровнем власти сказывается и в других сферах, самым непосредственным образом связанных с туризмом. В частности, на ситуации вокруг строительства нового аэропорта в Сыктывкаре: в местечке Соколовка его ведут уже более 20 лет.

«Это наша головная боль, — не скрывает Вячеслав Гайзер. — Проблема в том, что вопросом занимаются федеральные структуры: мы четвертый год добиваемся того, чтобы объект передали в наше ведение. Уверен, что если бы это произошло, мы бы давно аэропорт достроили: есть желающие поучаствовать и в частно-государственном партнерстве. Однако решения так и нет».

Для того чтобы проиллюстрировать, как может измениться ситуация в случае перехода собственности в республиканские руки, Вячеслав Гайзер приводит пример действующего аэропорта Сыктывкара. Около полутора лет назад власти Республики Коми добились передачи из федеральной в региональную собственность предприятия «Комиавиатранс», отвечающего за аэропортовое хозяйство. Затем появилась программа развития компании, благодаря которой капитально отремонтирована ВВП в Усинске, схожие по характеру работы ведутся в Инте, Троицко-Печорске и Вуктыле. Сейчас, за неимением нового аэропорта, совместно с Росграницей, в Сыктывкаре завершается работа над проектом нового малого международного терминала. И делается это потому, что пассажиропоток за рубеж за последние два года вырос в Сыктывкаре в 50 раз: в прошлом году на чартерах он составил около 55 тысяч человек.

»» В Республике Коми принята программа выделения субсидий хозяевам гостевых домов, благодаря которой они могут получить помощь из регионального бюджета — в 2014 году на нее предусмотрено около

**2** млн рублей.

«Трудностей с дорогой по воздуху нет: Сыктывкар, например, надежно связан регулярными авиарейсами с обеими российскими столицами. Но сейчас перед нами стоит чрезвычайно важная задача восстановления внутреннего авиасообщения, которое по известным причинам было почти утеряно, — констатирует Вячеслав Гайзер. — И мы последовательно над этим работаем». Так, в рамках федеральной программы субсидирования закупки новых самолетов приобретено три лайнера L-410, с помощью которых к концу этого года в регионе намерены восстановить воздушное сообщение с большей частью районных центров. «Ухта, Вуктыл, Печора, Варгуза, Усть-Цильма, Троицко-Печорск, Инта — их транспортная доступность значительно повышается и для туристов потому, что любой перелет внутри республики сейчас по стоимости примерно равен цене билета в купе по железной дороге», — отмечает Вячеслав Гайзер.

## БЕДА — ДОРОГИ

Развивать туризм помогают и другие виды транспорта. Если речь идет о таких обширных территориях, как Республика Коми, логистика в целом и транспортная доступность ее отдельных частей во многом определяют и общее развитие экономики, и развитие туризма как ее части. Почему? В регионе, где в качестве магистрального направления выбрали развитие экологического туризма, примерно в половине районов нет устойчивой круглогодичной связи с опорной сетью автодорог. А дорога в ее европейском понимании пока доходит лишь до середины территории республики. «В последние 10 лет мы практически ничего не строили — только латали, — признается Вячеслав Гайзер. — Зато в этом году сдаем сразу 96 км новых дорог, и главная наша цель в этом отношении — довести хорошую дорогу до Нарьян-Мара. Это наверняка приведет к развитию районов. В том числе и с точки зрения туризма. Своим чередом идут перемены и на железнодорожном транспорте. Например, полностью оснащен новыми вагонами поезд Москва — Воркута, есть планы по их введению в оборот и в других составах, курсирующих по территории Республики Коми».

## ДВИЖЕНИЕ ЕСТЬ

Что касается республиканских туристических приоритетов, то здесь первые места занимают экологический (природный) туризм, этнографический — по линии национальной общности финно-угорских народов, мемориальный и событийный. По оценке Вячеслава Гайзера, в настоящее время въездной организованный турпоток в республику составляет около 20 тысяч человек в год, внутренний — на порядок больше. За два последних года, в течение которых в регио-

не стали активно развивать туризм, ежегодный рост турпотока составляет примерно 20%. Такие крупные и интересные для туристов события, как «Усть-Цилемская горка», «Ыбица» и другие, стали в Коми весьма популярными, а путевки в экологический лагерь «Еж» раскупают за много месяцев вперед. «Туризм вряд ли когда-нибудь будет приносить доход, сравнимый с тем, что дают другие основные для нас отрасли, — подчеркивает Вячеслав Гайзер. — Но он хорош тем, что с его помощью можно возрождать отдаленные уголки республики. Однако развивать экологический туризм нужно очень осторожно».

В вопросе увеличения количества мест в объектах размещения в республике стараются поддерживать баланс. В частности, в регионе принята программа субсидирования хозяев гостевых домов, благодаря которой они могут получить помощь из регионального бюджета — в 2014 году на нее предусмотрено около 2 млн рублей. Благодаря программе можно улучшить условия пребывания гостей, сделать их более комфортными.

«Пока мы выделили на нее небольшие деньги, но если программа субсидирования гостевых домов станет развиваться, и мы поймем, что в это направление стоит вкладывать средства, ее финансирование может быть увеличено, — говорит глава республики. — Любая инициатива «снизу», если она укладывается в стратегию развития туризма, будет нами поддерживаться».

Чтобы туризм в Республике Коми развивался эффективнее, в ближайшее время в структуре правительства региона появится профильное агентство. «Сейчас необходимые для развития туризма функции разделены по разным ведомствам, и поэтому нужно организовать единую госструктуру, которая сконцентрировала бы их в одном месте, — заявляет Вячеслав Гайзер. — Действующая «Корпорация по развитию туризма Республики Коми» будет работать по-прежнему — у нее и вновь образуемого агентства будет разный функционал, но одна цель. Уверен, что туризм в республике от этого только выиграет».

>>> В рамках федеральной программы субсидирования закупки новых самолетов в Республике Коми приобретено три лайнера L-410, с помощью которых к концу года в регионе намерены восстановить воздушное сообщение с большей частью районных центров.

В Коми испокон веков люди жили по берегам рек. Деревня Диюр на притоке Печоры Ижме.





# Большие старты на Калужской земле

«Участие Калужской области в реализации федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма стало для региона главным итогом уходящего года», — подчеркивает заместитель министра — начальник управления развития туризма области **ПАВЕЛ КОНОВАЛОВ**.

**ПОДГОТОВИЛИ**  
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН,  
ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

**В** беседе с корреспондентом «ТБ» на состоявшемся 29 ноября III Калужском туристском форуме Павел Коновалов отметил, что одним из проектов, реализуемых в области в рамках ФЦП, станет туристско-рекреационный кластер в Никола-Ленивце. Здесь ежегодно проходит крупней-

ший в Европе фестиваль ландшафтных арт-объектов «Архстояние». Общая стоимость объектов, которые будут сооружены, оценивается в 300 млн рублей. К 2018 году на территории кластера в Никола-Ленивце планируется ежегодно принимать более 400 тысяч туристов и экскурсантов.

## Место культурного притяжения

Таруса — исторический городок в Калужской области — принадлежит к числу самых знаменитых малых городов России

**Н**ебольшая Таруса участвовала в VIII международной выставке «Интурмаркет-2013», в XX Московской международной выставке «Путешествия и туризм», работала на II международном форуме по сельскому туризму в Белгороде, III Калужском туристском форуме. «Пока в Тарусском районе нет турфирм, которые специализировались бы на внутреннем туризме — это на данном этапе невыгодно экономически, — говорит директор городского ТИЦ Ирина Павловец. — Поэтому районной администрацией было принято решение о создании в самом центре города туристско-информационного центра — в рамках целевой программы развития внутреннего и въездного туризма на территории Тарусского района на 2011–2016 годы. Мы живем на субсидии и работаем по заданию администрации». Тарусу (9,5 тысячи жителей), впервые упомянутую в летописи в 1246 году,

для остальной России «открыл» в конце позапрошлого века Василий Поленов. Именно с его легкой руки с 1890-х годов сюда хлынули художники-пейзажисты, облюбовавших городок за необычайную живописность. Первая волна интеллигенции, приехавшей в Тарусу, — Поленовы, Ватагины, Цветаевы, Борисов-Мусатов. За художниками последовали

писатели — Константин Паустовский, Николай Заболоцкий, Ариадна Эфрон, и музыканты. «Недаром еще с конца XIX века Таруса стала своего рода нашим отечественным Барбизоном», — писал Константин Паустовский. В новые времена в городе появились несколько мемориальных музеев: Музей семьи Цветаевых, Музей Пау-

стовского, после долгих мытарств открывшийся в августе минувшего года. Предполагается воссоздание уничтоженной в 1966 году дачи Цветаевых в Песочном — ныне это территория дома отдыха «Серебряный век». Установлена мемориальная доска на доме, в котором в 1957–1958 годах жил Николай Заболоцкий. Работают подзабытые когда-то народные промыслы: тарусская вышивка и тарусская керамика. «В сюжетах для пешеходных и автомобильных экскурсий у нас недостатка нет, — рассказывает Ирина Павловец. — Совсем рядом находится музей-усадьба «Поленово», до которой в разгар сезона можно добраться на катере, а также окрестные дворянские усадьбы, постепенно приводимые в последние годы в порядок, — Истомино, Барятино. По ним проложен специальный маршрут «Деревенскими тропами». В конце минувшего века были отреставрированы и тарус-



Другой многообещающий проект — туристско-рекреационный кластер на базе набережной реки Оки в Калуге. Комплексное освоение прибрежной зоны Оки предусматривает строительство пятикилометровой набережной на левом берегу, а также сооружение различных объектов гостеприимства и досуга, включая гостиничные комплексы и конгресс-центр. По предварительной оценке, необходимая сумма капиталовложений в этот кластер может достигать 11 млрд рублей. В 2013 году сдан в эксплуатацию интересный объект сельского туризма в деревне Рождествено. Пруды, пасека, русские бани могут сделать эту агроусадьбу привлекательной не только для отечественного туриста. К значимым событиям 2013 года относится состоявшийся на территории Калужской области турслет учащих России и Белоруссии, в котором приняли участие более 400 человек. Партнером в организации слета выступил Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения. «Кроме того, в конце года мы отправили тысячу детей, в том числе из социально незащищенных семей, на экскурсии в Санкт-Петербург», — сообщил Павел Коновалов.

В 2012 году Калужская область приняла более миллиона туристов. По итогам 2013 года, как ожидается, турпоток увеличится до полутора миллионов человек. Никола-Ленивец, Национальный парк Угра, культурно-образовательный центр «Этномир», парк птиц «Воробьи» — эти объекты становятся все более популярными и известными. «В 2014 году, объявленном Годом культуры в Российской Федерации, мы постараемся проложить новые туристские маршруты через музей-усадьбу в Полотняном заводе, который является объектом культурного наследия федерального уровня. Это будет происходить на основе государственно-частного партнерства, с инвестором подписано соответствующее концессионное соглашение. Станем совершенствовать туристскую навигацию — начнем с Калуги и знаменитого исторического города Боровска, где она должна «звучать» на английском языке. Прорабатываем проекты строительства в определенных городских пространствах велодорожек: мировые тренды, в данном случае касающиеся активного туризма, не обходят стороной и Калужскую область», — прокомментировал Павел Коновалов.

## КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ



ские святые — Воскресенская церковь XVII века и собор Петра и Павла на главной площади». «Мы по праву гордимся тем, что только в последние годы у нас открыты четыре памятника выдающимся соотечественникам, — говорит глава Тарусского района Евгений Мальцев, — Марине Цветаевой, Константину Паустовскому, герою Отечественной войны генералу Михаилу Ефремову и, наконец, появившийся минувшей осенью памятник Белле Ахмадулиной». Такое сочетание «звезд» отечественной культуры всех поколе-

ний создало благоприятную почву для проведения многочисленных туристических событийных мероприятий: Рихтеровский фестиваль, Мусатовские пленэры художников, джазовый фестиваль Игоря Бутмана. Третий год подряд в середине июня проводится детский фестиваль «Петухи да гуси в городе Тарусе». «Мы надеемся, — говорит Ирина Павловец, — что с будущего года при активной поддержке Министерства культуры он будет включен в общероссийский календарь туристических событий. На открытии памятника Ахмадулиной очень много говорилось также о необходимости учреждения большого поэтического фестиваля в нашем городе». Одним из главных туристических неудобств Тарусы до последнего времени считался недостаток баз размещения, но ситуация меняется. В 2003 году в центре города открылся 100-местный пансионат «Якорь», реконструируется бывший дом отдыха имени Куйбышева (на территории которого находилась дача Цветаевых) — ныне дом отдыха «Серебряный век» (150 мест).

В ста метрах от автовокзала, в самом центре города несколько лет назад открылась гостиница «Таруса» (22 номера). На границе города и Тарусского района строится большой (территория — 36 га) спа-комплекс Welna (на сегодня — 75 мест в шести коттеджах). «Мы заняты также в программе поддержки развития агротуризма Калужской области — в рамках этой программы два хозяйства получили господдержку в виде субсидий», — добавляет Ирина Павловец. Сегодня в Тарусском районе имеется 30 баз размещения, в основ-

ном они расположены вдоль Оки. Для любителей недорогого отдыха идеально подходит построенный в 1970-е годы и по большей части реконструированный спортивно-оздоровительный комплекс «ОТЕК-Таруса» в 4 км от города. В районе постепенно развивается и сельский туризм — пока действуют три гостевых дома. Любителей более дорогого отдыха привлечет база отдыха «Солнечная на Оке» (5 коттеджей на 4 и 6 человек, гостиница на 24 номера). Объект нового поколения — курорт на берегу реки Таруски Welna Eco Spa Resort (на фото).





## Про культуру и туризм

Пушкин — это не только «наше все» в культуре, пушкинские маршруты — один из ведущих брендов российского туризма. Петербургский комплекс «Всероссийский музей А.С. Пушкина» включает шесть музеев — квартиру поэта на Мойке, экспозицию «А.С. Пушкин. Жизнь и творчество», Царскосельский Лицей, дом Китаевой, квартиру Н.А. Некрасова и усадьбу Г.Р. Державина.

Директор музейного комплекса — **СЕРГЕЙ НЕКРАСОВ**, доктор культурологии, заслуженный деятель искусств, писатель — о синергии культуры и туризма.

БЕСЕДОВАЛ ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

**Сергей Михайлович, сколько посетителей за год бывает в ваших музеях?** В течение года к нам приходит около 300 тысяч человек. Больше всего посетителей в Лицее — 150 тысяч гостей. Затем по популярности идет квартира на Мойке — около 100 тысяч человек; 30 тысяч бывают на даче Китаевой и в квартире Некрасова; остальные приходят на усадьбу Державина. В комплексе работают 400 сотрудников. Большая часть занимается обслуживанием зданий и сада. Научных сотрудников у нас 60 человек.

**Тема Пушкина для вас не только музейная работа?** Помимо сугубо музейных дел мне приходится заниматься и другой работой, связанной с именем Пушкина. На сегодняшний день я написал 20 книг, в каждой из которых попытался сказать что-то новое о поэте и его окружении. Так к 200-летию Лицея в Царском Селе родилась идея издать двухтомную лицейскую энциклопедию. К этому же событию мы сделали красивый документальный фильм о знаменитом учебном заведении. Потом появилась идея проследить судьбы выпускников Лицея, который действовал до 1917 года. После революции 38 лицеистов были расстреляны, около 100 арестованы и отправлены на Соловки, порядка 600 человек уехали за границу. В эмиграции они продолжали ежегодно встречаться, писали стихи. В 1993 году мне удалось встретиться в Париже с одним из последних лицеистов. Все это послужило основой для создания фильма, который мы назвали «Лицей после Лицея». Удалось также издать сборник стихов «Лицейская лира», которые были написаны лицеистами на протяжении полутора столетий.

**Квартира Пушкина на Мойке — один из самых известных и популярных петербургских музеев...** Экспозиция располагается в старинном особняке, который в XIX веке принадлежал нескольким поколениям князей Волконских. В сентябре 1836 года Пушкин и его семья поселились в нижнем этаже этого дома в наемной квартире, состоящей из одиннадцати комнат. Здесь 29 января (10 февраля по новому стилю) 1837 года Пушкин скончался, смертельно раненный на поединке с Ж. Дантесом. В 1920-х годах квартира получила статус музея. В настоящее время мемориальная квартира воссоздана в своем первоначальном виде на основе плана В.А. Жуковского и других исторических документов. Многие вещи помнят прикосновение рук поэта. Квартира на Мойке пользуется таким большим спросом, что в пик туристического сезона нам приходится даже ограничивать число посетителей, поскольку пропускная способность музея достаточно мала — в комнатах помещается одновременно не более 20 человек.

**Народная тропа к поэту не зарастает?** В этом же доме на втором и третьем этажах размещается наша

основная литературно-монографическая экспозиция «А.С. Пушкин. Жизнь и творчество». Здесь посетителей значительно меньше, а жаль — экспозиция в семнадцати залах располагает уникальными экспонатами. В музее хранится подлинный стол Н.М. Карамзина, на котором он написал «Историю Государства Российского». Здесь выставлено кресло Г.Р. Державина и его портрет работы Боровиковского. В коллекции — банкетка, на которой М.И. Кутузов сидел во время Бородинского сражения. Одним из самых удивительных экспонатов является «Нащокинский домик», представляющий собой миниатюрную копию московской квартиры П.В. Нащокина, друга поэта. Следует заметить, что старыми вещами, которые хранятся в музее, можно пользоваться и сегодня. Дуэльные пистолеты, заказанные в Брюсселе, стреляют и сейчас; копии ботфортов, сшитых сапожником Пелем, можно носить; самовар исправно варит чай.

**Пополняется ли музейная коллекция за счет даров?** Да, такое бывает. Например, один из потомков Пушкина подарил нам печатку Натальи Николаевны. Мы также получили в дар золотые часы, которые принадлежали деду поэта. Одними из последних даров являются фарфоровая чашечка для шоколада, принадлежавшая Наталье Николаевне, а также одеяло, которое она связала для своих внуков.

**Какой экспонат представляет наибольшую ценность?** В феврале 1837 года Наталья Николаевна Пушкина вместе с детьми покинула дом на Мойке. Незадолго до этого она раздарила некоторые вещи Александра Сергеевича его ближайшим друзьям и знакомым. Через многие десятилетия они стали возвращаться обратно. Одним из самых ценных экспонатов являются часы Пушкина. К ним даже нельзя прикасаться руками — их достают из специального футляра крайне редко и только в перчатках. Золотые швейцарские часы он получил от императрицы Марии Федоровны в качестве подарка за стихи, адресованные принцу Оранскому. Александр Сергеевич до конца жизни носил их с собой. В момент кончины поэта Жуковский остановил их, поэтому они всегда показывают 14.45 — время смерти Пушкина.

**Все хорошо знают Музей-Лицей в Пушкине, но гораздо меньше слышали о музее-**

**даче, которую поэт снимал здесь после своей женитьбы.** Александр Сергеевич снял восемь комнат и прожил здесь с молодой женой с мая по октябрь 1831 года, наслаждаясь радостями своего первого семейного лета. Дом принадлежал вдове придворного камердинера А.К. Китаевой. В мезонине дома воссоздан кабинет поэта, где были написаны многие шедевры — «Сказка о царе Салтане», «Письмо Онегина к Татьяне» и другие. Обидно, что возле примечательного дома не останавливаются автобусы, которые везут туристов в Лицей и Екатерининский дворец. Чтобы исправить ситуацию, мы хотим создать маршрут «Пушкин в Царском Селе», который позволит увидеть все традиционные достопримечательности и заглянуть в места, связанные с именем поэта.

**Чем интересна усадьба Г.Р. Державина на Фонтанке?** В этом доме Гавриила Романовича Державина прожил почти четверть века — до своей кончины в 1816 году. После реставрации усадьба стала занимать особую нишу в культурной жизни Петербурга — здесь действуют несколько залов для проведения временных выставок, проводятся литературно-музыкальные вечера, проходит ежегодный Праздник русской поэзии XVIII века. В бывшей Оранжерее разместилось Литературное кафе — место проведения различных встреч и вечеров. В саду организуют концерты, проходят театрализованные экскурсии. Предлагается специальная музыкальная экскурсия для иностранцев.

**Список музеев, входящих в комплекс, завершает квартира Н.А. Некрасова на Литейном проспекте. Как музей связан с именем Пушкина?** В этом доме Некрасов прожил с 1857 года до своей кончины в 1877 году. Все эти двадцать лет в квартире находилась редакция двух популярных в то время журналов — «Современника», задуманного и издававшегося еще Пушкиным, и «Отечественных записок». Часть помещений считается половиной издателя и публициста А.А. Краевского, который оказался последним хозяином квартиры. Ныне здесь проходят выставки современных петербургских художников и коллекционеров. Хочется надеяться, что и этот музей станет более известным среди горожан и гостей нашего города.

## ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

НЕКРАСОВ СЕРГЕЙ  
МИХАЙЛОВИЧ

### МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Пушкин (Санкт-Петербург)

### ОБРАЗОВАНИЕ

Ленинградский государственный институт театра, музыки и кинематографии

### ДОЛЖНОСТЬ

Директор Всероссийского музея А.С. Пушкина

### МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Санкт-Петербург

### СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Женат, имеет сына

### ХОББИ

Любые темы, связанные с именем А.С. Пушкина



>>> Ежегодно в Пушкине проходит Международный лицейский фестиваль «Царскосельская Осень». Из разных стран мира приезжают потомки Пушкина и его друзей-лицейстов первого выпуска. В традиционную программу входит Лицейский бал, вручение «Царскосельской художественной премии» и литературно-музыкальный вечер. Для детей подготовлен ряд программ, действие которых разворачивается во всех музеях комплекса. Например, маленькие посетители могут прогуляться по экспозиции с путевым листом «Там, на неведомых дорожках», а сказочные персонажи — ученый кот и золотой петушок — помогут им исследовать музейное пространство.

# Высокий полет с низкими ценами

По прогнозам экспертов IATA, в 2014 финансовом году мировая гражданская авиация получит прибыль в 16,4 млрд долларов

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

»»» 2013 финансовый год — для лоукостера он завершился в ноябре — принес EasyJet выручку в размере 4,26 млрд фунтов стерлингов (+10,5%). Компания перевезла 60,8 млн пассажиров (+4%), средняя загрузка рейсов составила 89,3%

**В** 2012 году этот показатель составил 7,4 млрд, а по итогам 2013 финансового года он должен увеличиться до 11,7 млрд долларов. Главными причинами роста специалисты считают снижение цен на топливо и динамичное развитие сегмента бюджетных авиаперевозок. Авиакомпания-лоукостеры стремительно развивают свой бизнес. Об этом, в частности, говорят результаты глобального исследования, проведенного компанией Amadeus. «Бюджетные перевозчики уверены в своем потенциале, — говорится в отчете. — В первом полугодии 2013 года они увеличили объем провозных емкостей по всему миру на 6,8% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года». В ходе исследования отмечено существенное увеличение объема провозных емкостей дискаунтеров в Азии (+28,7%) и на Ближнем Востоке (+17,7%). В Европе общий рост составил 0,8%. При этом в большинстве стран Южной Европы объем бюджетных провозных емкостей сократился; наиболее явное снижение среди европейских столиц зафиксировано в Мадриде (-27%), Афинах и Риме. С другой стороны, в большинстве стран Восточной и Северной Европы авиакомпании-дискаунтеры демонстрируют уверенный рост. В Варшаве, например, провозные емкости дискаунтеров увеличились на 63%, в Копенгагене — на 28%.

«Существенно возрастает объем бронирований предложений бюджетных авиаперевозчиков через систему Amadeus, — отмечает эксперт Amadeus Александр Хорре. — Лоукостеры используют предлагаемые нами возможности для проникновения на высокодоходный рынок деловых поездок и выхода на новые регионы, где их бренды представлены весьма ограниченно». Недавно Amadeus внедрил расширенный функционал Light Ticketing для бронирования билетов EasyJet. Эта компания выполняет рейсы в Москву с марта 2013 года, сейчас в ее расписании два ежедневных рейса из Домодедова в лондонский Гатвик и четыре рейса в неделю — в Манчестер. Средняя загрузка воздушных судов на этих линиях составляет 80%. К 20 ноября на своих лондонских рейсах из Москвы EasyJet перевезла 135 тысяч пассажиров, на манчестерских — 37 тысяч. По свидетельству руководства дискаунтера, на российском рынке он уже вышел на окупаемость. Еще одно знаковое событие для российского рынка — крупнейший европейский дискаунтер Ryanair получил разрешение на выполнение полетов из Дублина в Москву и Санкт-Петербург с весны будущего года. Впрочем, руководство Ryanair пока не торопится озвучивать конкретные даты начала полетов в нашу страну.

## БЮДЖЕТНЫЕ АВИАПЕРЕВОЗЧИКИ МИРА

ГОРОД	ПРОВОЗНЫЕ ЕМКОСТИ*	ИЗМЕНЕНИЕ ПРОВОЗНЫХ ЕМКОСТЕЙ
1. Лондон	14,77	+3%
2. Сан-Паулу	10,75	+7%
3. Джакарта	9,38	+44%
4. Куала-Лумпур	8,16	+15%
5. Лас-Вегас	7,52	-1%
6. Денвер	6,91	-3%
7. Чикаго	6,85	+5%
8. Барселона	6,70	0%
9. Нью-Йорк	6,59	+4%
10. Манила	5,74	+2%

\* В первом полугодии 2013 года (млн посадочных мест)

Источник: исследование компании Amadeus



# Где идут морские баталии

Насколько выгодно использование демпинга в борьбе за круизного пассажира? Где происходят подобные «сражения» и к чему они могут привести? Постараемся разобраться в вопросе ценовых войн на мировом круизном рынке.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

**П**о подсчетам авторитетного издания Cruise Industry News, наиболее популярными регионами плавания сегодня являются Карибский бассейн и Средиземноморье — на них приходится соответственно 40% и 20% от общего объема мировых круизных продаж. Каким образом круизным компаниям удастся оставаться на плаву, как минимум удерживая цены на прежнем уровне, в условиях роста расценок на топливо, судозаходы, зарплаты экипажей?

## ВОЮТ ЭКОНОМИИ

«Судя по последним событиям в круизном мире, скорее следует говорить не о ценовых войнах, а о войнах экономий. Объяснение этому может быть самое простое: на некоторых направлениях в низкий сезон цены достигают своего минимума практически у всех компаний. При этом главная задача любого оператора — максимально загрузить свои лайнеры. Но даже полная загрузка судна, вмещающего, скажем, две тысячи пассажиров, при минимальной стоимости путевок в лучшем случае покроет лишь 40–45% себестоимости круиза. Вот здесь и начинается война экономий. В отличие от так называемой ценовой войны, такая битва незаметна для потребителя. По крайней мере, делается все возможное, чтоб она оставалась незаметной», — рассказывает генеральный директор компании «Метрополис Круиз» Ольга Килимник. По мнению директора по маркетингу и PR компании «Виа Марис» Елены Кармановой, в прежние годы рост спроса на круизы всегда опережал рост круизного флота. Поэтому чаще наблюдалась нехватка мест в круизах, чем недостаток спроса. В таких ситуациях ценовые войны теряют всякий смысл. «С появлением мегалайнеров пассажироместимость мирового круизного флота выросла в разы, но тут мировой экономический кризис подоспел. И мы столкнулись с явлением, которое принято называть ценовыми войнами», — полагает эксперт. Заместитель генерального директора компании «Бриз Лайн» Илья Милитицкий отмечает, что круизные компании не в состоянии быстро отреагировать на рост спроса увеличением про-

возных мощностей. «Например, последние два года наблюдался переизбыток лайнеров в Средиземноморском регионе, вызванный повышенным спросом на эти круизы в 2010–2011 годах. В результате в 2012–2013 годах цены в регионе были очень «агрессивные». Круиз на 13 дней на лайнере класса «премиум» продавался по цене от \$799. Это, конечно, очень приятно клиенту, но приносит убытки операторам. «Навоевавшись» за эти два года, в 2014 году все компании сокращают свое присутствие в регионе, и таких низких цен мы уже не ждем», — говорит Илья Милитицкий.

## ВОЕННАЯ ГЕОГРАФИЯ

Ценовые войны характерны для тех регионов плавания, где традиционно велик объем операторских предложений — это Карибы, Средиземное море, несколько меньше — Северная Европа. Иногда баталии происходят и на экзотических направлениях, спрос на которые ограничен. «В последние годы объем предложений круизов по Средиземноморью был очень большим. Это приводило к ценовым войнам. Сейчас круизным компаниям надоело терять деньги в этом регионе, последним трендом в круизном бизнесе является смещение спроса в сторону Азии. Так, крупнейший круизный холдинг — Carnival Corporation, контролирующий до 70% мирового круизного рынка, в 2013 году открыл офис в Токио. Под одним из самых популярных брендов этого холдинга — Princess Cruises, уже второй год выполняется обширная программа азиатских круизов. Эти маршруты пользуются огромной популярностью у наших клиентов», — рассказывает Илья Милитицкий. Любые ценовые войны — а это чистой воды демпинг — негативно сказываются на работе круизных компаний, так как снижают доходность бизнеса. «Однако круизные операторы стремятся любыми средствами заполнить свои суда, ведь затраты на круиз полупустого лайнера практически равны затратам на круиз лайнера со 100%-ной загрузкой. Поэтому логика снижения цен здесь вполне понятна. Резкое снижение расценок обычно привлекает в круизы тех людей, которые раньше не могли себе этого



« Не все компании идут по пути урезания расходов и максимальной загрузки судов. Например, новый флагман Royal Princess, спущенный на воду в 2013 году, на 50% больше, чем суда Ruby Princess, Emerald Princess, Caribbean Princess и Crown Princess. Казалось бы, и число пассажиров на нем должно быть в полтора раза больше. На деле же Royal Princess вмещает всего на 15% туристов больше, чем лайнеры предыдущей серии. Кроме того, компания убрала со своего нового флагмана каюты с окном, заметно увеличив — до 80% от общего количества — число кают с балконами >>>

**ИЛЬЯ  
МИЛИТИЦКИЙ**

Заместитель генерального директора  
компании «Бриз Лайн»



« Для российского рынка актуален вопрос «скидочного демпинга» среди турагентов. В борьбе за клиента очень часто агент готов дать туристу скидку, всего на пару процентов отличающуюся от размера комиссионного вознаграждения. Это порочная практика, которой пока не удается положить конец. Отдавая свою комиссию клиенту, агенты пытаются выторговать у оператора комиссию повыше, а в случае отказа грозятся уйти к другому туроператору. В итоге не зарабатывает никто, а клиент ищет нового агента, который даст скидку еще больше »»

## ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Директор по маркетингу  
и PR компании «Виа Марис»

позволить. Большинство круизных компаний считают это вполне позитивным результатом, ведь после этого многие «новички» становятся поклонниками круизного отдыха», — отмечает Елена Карманова. С другой стороны, затяжные ценовые войны ведут к снижению доходности круизных компаний, а значит, — к стремлению экономить. Это неизбежно сказывается на уровне сервиса.

На чем могут экономить круизные операторы? Во-первых, на персонале. Конечно, существенно сократить его не получится — надо просто нанимать более дешевую рабочую силу со всеми вытекающими последствиями. Во-вторых, на еде. Правда, речь скорее идет не о самих блюдах, а о сокращении времени работы шведского стола. Это создает очереди, дополнительные неудобства для туристов. Наконец, можно сократить время стоянки и расходы на обслуживание в порту. Специалисты уверены, что подобные меры могут нанести непоправимый ущерб имиджу круизного отдыха.

### РАЗМЕР ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Небольшие круизные операторы, как правило, не участвуют ни в каких ценовых войнах, поскольку у них нет для этого необходимых ресурсов. Выживают они лишь за счет поддержания сервиса на должном уровне, интересных маршрутов и создания домашней атмосферы на борту. Все это позволяет таким компаниям из года в год оставаться на плаву за счет постоянных клиентов и тех людей, которые хотят путешествовать, а не просто развлекаться в плавучем доме отдыха.

Кроме того, флот небольших круизных операторов — это в основном 20–30-летние суда, которые значительно дороже в обслуживании. Поэтому возможности резко снижать цены у них нет. Зато уровень сервиса на таких кораблях не становится хуже по сравнению со многими новыми лайнерами, рассчитанными на потребителя с доходами ниже среднего.

Солідные, с богатой историей, компании, владеющие роскошными судами, стоимость путевок на

которые достигает \$1000 в сутки, также, невзирая на кризис, удерживают цены и даже повышают их до разумного предела, предлагая при этом высококачественный продукт. Это относится к таким операторам, как Holland America Line, Cunard Line, Seabourn Cruise Line, Celebrity Cruises.

Важна и география плавания. Например, в самом популярном регионе плавания — Карибском бассейне — велика роль корпорации Carnival в развитии инфраструктуры. Это позволяет оператору указывать местным властям, какие цены на обслуживание ее судов следует устанавливать. «Памятен скандал 10–12-летней давности, когда власти стран Карибского бассейна попытались увеличить пассажирские сборы. Чем все закончилось? Все осталось на прежнем уровне. Цены на 3–7-дневные круизы не повысились, а даже где-то снизились», — говорит Ольга Клиимник.

Несколько иная ситуация в Азии. Раз туристам у нас так нравится, если им интересны наши достопримечательности и теплый климат в то время, когда в Европе зима, то отдых нужно оплачивать полностью, — примерно так рассуждают в этом регионе. Конечно, скидки возможны и здесь, но при условии, что суда той или иной компании будут заходить в азиатские порты часто. А вот от побережья Аляски, некогда весьма престижного региона плавания, круизные компании постепенно отказываются. Дорогое обслуживание, короткий сезон, минимальный доход от экскурсий — все самое красивое видно из иллюминатора, жесткие экологические требования — ценовые войны здесь не помогут остаться на плаву.

### РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ

Российский круизный рынок настолько невелик, что сложно говорить о каких-либо ценовых войнах. В 2013 году услугами круизных операторов воспользовались 25–30 тысяч наших соотечественников. Между тем даже число круизеров-бразильцев, которые никогда не славились особой тягой к путешествиям, уже достигло полумиллиона человек. Понятно, почему рынок РФ не оказывает пока серьезного влияния на общие тенденции развития мирового круизного бизнеса.

Общемировые круизные ценовые войны иногда позитивно влияют на рост российского круизного рынка. Однако нет уверенности в том, что такой период будет длиться долго. Подавляющее большинство тех клиентов, которых привлекла низкая цена круиза, не смогут позволить себе этот вид отдыха, когда ценовые войны закончатся. Кроме того, агентам не очень интересно работать практически вхолостую, продавая круизы по минимальным ценам.



»» В 2013 году четыре крупнейшие круизные корпорации — Carnival, RCCL, NCL, MSC — и еще с десятком компаний, владельцы или фрахтователи судов, продали около

**23,5** млн круизных путевок.

# «Анекс Тур» — программа на Тенерифе



В конце октября туроператор «Анекс Тур» запустил зимнюю полетную программу на Тенерифе. Прямые перелеты из Москвы в столицу острова Санта-Крус выполняются по вторникам и пятницам из аэропорта Домодедово самолетами UTair.

«Тенерифе стал всемирно известным курортом более полувека назад, с тех пор он известен европейцам как остров «вечной весны». С каждым зимним сезоном популярность отдыха на Тенерифе увеличивается и на российском рынке. Сегодня это тренд, показатель благосостояния и активной жизненной позиции туриста. Именно по этой причине туроператор «Анекс Тур» в нынешнем сезоне поставил собственные борты на этом направлении», — рассказывает специалист по Испании отдела продаж компании Татьяна Чижова. Программа на Тенерифе от «Анекс Тур» ориентирована на различные группы отдыхающих. К их услугам — отели всех ценовых категорий, разнообразные варианты питания — от завтраков до системы «все включено». Продолжительность туров составляет 11 ночей, стоимость — от 466 до 1226 евро (без учета стоимости визы). «Основное преимущество Тенерифе — расположение в субтропической климатической зоне. Горячий воздух, поступающий из региона Сахары, обеспечивает комфортный температурный режим и возможность круглогодичного пляжного отдыха», — отмечает Татьяна Чижова. — Прекрасные пляжи с вулканическим песком, обладающим целебными свойствами, развитая туристическая инфраструктура и обширная экскурсионная программа стабильно привлекают на Тенерифе европейцев из разных стран. Это, кстати, немаловажный фактор, отражающийся на качестве обслуживания. Природная красота острова, экзотические флора и фауна не оставят равнодушными жителей российских мегаполисов». Крупнейший и самый популярный курорт Тенерифе — Плайя-де-лас-Америкас, растянувшийся на несколько километров вдоль южного побережья острова. Большое количество отелей и апартаментов на любой вкус и бюджет, многочисленные бары и рестораны, магазины и развлекательные заведения позволят каждому путешественнику получить максимум удовольствия от поездки. Любителям спокойного отдыха подойдет Лос-Кристианос.

В отличие от Плайя-де-лас-Америкас, на этом курорте меньше возможностей для развлечений и активного отдыха. Зато здесь расположен один из красивейших пляжей острова — Плайя-де-лас-Вистас. Из порта Лос-Кристианоса курсируют паромы на другие острова Канарского архипелага. Самый популярный маршрут — на остров Гомера.

Курортная линейка «Анекс Тур» представлена не только югом Тенерифе, но и северной частью острова. Самый популярный курорт северного побережья — Пуэрто-де-ла-Крус. Погода в этой области менее предсказуема, а температура на несколько градусов ниже. Но Пуэрто-де-ла-Крус привлекает много туристов из Европы как центр развлечений. Многочисленные рестораны, бары, дискотеки, ночные клубы и казино стали местом «паломничества» европейской молодежи. Здесь же находится главная достопримечательность Тенерифе — знаменитый «Лоро Парк».

При выборе размещения на юге острова стоит обратить внимание на гостиницы цепочки Iberostar (Iberostar Bouganville Playa 4\*, Iberostar Torviscas Playa 4\*, Iberostar Las Dalias). Оптимальный вариант для компании отдыхающих или пары молодых людей — отель Sol Tenerife, расположенный на первой береговой линии. Здесь бурная ночная жизнь. Экономичный, но качественный вариант размещения — отель Laguna Park II 2\*. Апартаменты отличаются достойным уровнем сервиса. Притязательные туристы оценят роскошь гостиницы Iberostar Grand Hotel Anthelia 5\*, расположенной на первой береговой линии в районе Коста-Адехе, понравится им и отель Dream Gran Tacande 5\* на самом берегу океана, на пляже Плайя-дель-Дуке. Высочайшим уровнем сервиса порадует Abama 5\*, единственный отель, имеющий отдельный пляж с золотистым песком. Тенерифе, заряженный самобытной культурой Канарских островов, это территория праздника и веселья, остров отлично подойдет для молодежного отдыха и не оставит равнодушными семейных туристов.

>>> Полетная программа компании «Анекс Тур» на Канары — это прямые перелеты из Москвы в столицу острова Тенерифе Санта-Крус. Они выполняются по вторникам и пятницам из аэропорта Домодедово самолетами UTair.

## ФОКУС-ОТКРЫТИЕ



### PARK INN BY RADISSON PETROZAVODSK

#### КАТЕГОРИЯ

4\*

#### ДАТА ОТКРЫТИЯ

20 ноября 2013 года

#### АДРЕС

Петрозаводск, пл. Гагарина, д. 1

#### НОМЕРНОЙ ФОНД

180 номеров, в том числе три номера для размещения гостей с ограниченными возможностями. Во всех номерах – бесплатный высокоскоростной доступ в интернет, индивидуальная система климат-контроля, телевизоры с плоским экраном, рабочая зона и фирменные комфортные кровати.

#### СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 4500 рублей в сутки.

#### К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Традиционный баварский ресторан-пивоварня Paulaner, кафе Terrace Cafe с легкими блюдами из местных сезонных продуктов, широким выбором свежих соков и оригинальных коктейлей, суси-бар в лобби отеля, кофейня, где можно отведать свежий итальянский кофе и вкуснейшую выпечку. Для организаторов мероприятий предусмотрено пять современных конференц-залов с дневным освещением, а также многофункциональный зал на 300 гостей, который идеально подойдет для проведения деловых конференций, частных мероприятий, свадеб и банкетов. Все конференц-залы оборудованы по последнему слову техники и предлагают бесплатный высокоскоростной доступ в

интернет. В отеле доступна инновационная MICE-концепция бренда Park Inn by Radisson «Смарт-мероприятия», направленная на достижение максимальной эффективности деловых встреч.

#### СПРАВКА «ТБ»

Park Inn by Radisson Petrozavodsk стал первым и на данный момент единственным международным отелем в столице Карелии. С его открытием портфель группы Rezidor в России увеличился до семи с лишним тысяч гостиничных номеров в действующих гостиницах. Расположение отеля в непосредственной близости от основных достопримечательностей и делового центра города делает его идеальным местом как для туристов, так и для деловых путешественников. В 50 метрах от гостиницы расположен железнодорожный вокзал, аэропорт Петрозаводска – в 15 км.



### HAMPTON BY HILTON VOLGOGRAD PROFSOYUZNAYA

#### КАТЕГОРИЯ

3\*

#### ДАТА ОТКРЫТИЯ

8 ноября 2013 года

#### АДРЕС

Волгоград, ул. Профсоюзная, д. 13

#### НОМЕРНОЙ ФОНД

157 номеров

#### СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 3 500 рублей в сутки.

#### К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Конференц-зал общей вместимостью 250 мест, который при необходимости может трансформироваться в три небольших зала, лобби-бар и парковка на 80 мест.

#### СПРАВКА «ТБ»

Hampton by Hilton в Волгограде стал вторым в России отелем этого бренда после открывшейся недавно гостиницы в Воронеже.

Гостиница находится в финансовом сердце города, в непосредственной близости от основных городских магистралей, неподалеку от крупнейшего торгового центра «Ворошиловский». Инвестор проекта ГК «Столия» заключила с компанией Hilton франчайзинговое соглашение на покупку бренда

Hampton by Hilton. Как пояснил президент ГК «Столия» Виктор Зверев, гостиница создавалась путем реконструкции бывшего здания заводоуправления Волгоградского завода медоборудования, которое ГК «Столия» приобрела в собственность. Hampton by Hilton – трехзвездный отель бизнес-класса, предназначенный для приема иностранных гостей, правительственных делегаций, людей, которые прибывают в Волгоградскую область для проведения конференций, презентаций любого уровня. Виктор Зверев прогнозирует окупаемость проекта в течение 8 лет и заверяет, что компания будет строго выполнять все требования Hampton by Hilton.



## ГОСТИНИЦА «ЦЕНТРАЛЬНАЯ»

КАТЕГОРИЯ  
3\*

## ДАТА ОТКРЫТИЯ

2015 год

## АДРЕС

Москва, ул. Тверская, вл. 10

## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Кофейня, кондитерская, ресторан. При отеле планируется построить 2-уровневый подземный паркинг на 70 автомобилей.

## СПРАВКА «ТБ»

Здание гостиницы расположится на месте бывшего дома Филиппова с булочной, кондитерской и кофейней, построенного в 1885–1892 годах архитектором М.А. Арсеньевым. В 1911 году Дмитрий Филиппов из династии булочников Филипповых открыл гостиницу на 550 мест под названием «Франция». В 1917 году гостиницу переименовали в «Люкс», в 1953 году – в «Центральную».

Снесенный отель сейчас решено восстановить, воссоздав композицию и художественное решение западного и южного фасадов на уровне трехэтажной исторической части здания 1892–1911 годов, а также элементы декора. Во внутренней отделке будут воссозданы парадные интерьеры (вестибюль гостиницы, центральная лестница с лифтами, буфет и вестибюль 2 этажа, залы булочной, кондитерской, кофейни, ресторан).



## JUMEIRAH ST. PETERSBURG

КАТЕГОРИЯ  
5\*

## ДАТА ОТКРЫТИЯ

Конец 2016 года

## АДРЕС

Санкт-Петербург, Невский проспект,  
д. 7/9

## НОМЕРНОЙ ФОНД

74 просторных номера с высокими потолками, включая 18 люксов.

## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Три ресторана и бара международной кухни, спа-салон, гидромассажный бассейн на крыше, конференц-центр, а также галерея бутиков, выходящих на Невский проспект.

## СПРАВКА «ТБ»

Jumeirah Group подписала соглашение с компанией ООО «ИФГ-Базис-Проект» об управлении отелем в Санкт-Петербурге в ноябре 2013 года. «Отели и курорты Jumeirah в Дубае уже давно пользуются популярностью у российских туристов, поэтому мы очень рады возможности представить наш бренд в России», – заявил президент Jumeirah Group Джеральд Лоллес. Илья Соколов, генеральный директор «ИФГ-Базис-Проект» отметил: «Для нас большой честью является возвращение ценности исторического здания в центре Санкт-Петербурга и превращение его в роскошный отель под управлением Jumeirah Group. В Санкт-Петербурге существует стабильный спрос на отели премиум-сегмента,

и мы уверены, что этот отель привлечет внимание самых искушенных путешественников, приезжающих в Северную столицу.

Отель откроется в известном «Доме Вавельберга», памятнике культуры федерального значения, построенном в 1912 году на углу Невского проспекта и Малой Морской улицы, в самом центре исторического и делового Петербурга, в шаговой доступности от основных достопримечательностей города – Эрмитажа, Исаакиевского собора, храма Спаса на Крови, набережной Невы.

# T6 Workshop

ТУРБИЗНЕС

Приглашаем к участию в

## ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» В 2014 ГОДУ

- 12-14 марта** Саратов – Тольятти – Ульяновск   
*Налаживаем агентскую сеть в Поволжье*
- 24-28 марта** Пятигорск – Ставрополь – Волгоград – Краснодар – Ростов-на-Дону  
*Лучшее профессиональное roadshow на юге России*
- 31 марта - 4 апреля** Ижевск – Пермь – Екатеринбург – Тюмень – Сургут  
*Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири*
- 7-11 апреля** Челябинск – Уфа – Самара – Казань – Н. Новгород  
*С Урала в Поволжье. Более 1000 региональных агентств-посетителей*
- 15-17 апреля** Омск – Новосибирск  – Красноярск   
*Самое важное весеннее деловое мероприятие в Сибири*
- 23-24 апреля** Баку – Тбилиси   
*Впервые! Азербайджан и Грузия в одном roadshow*
- 25 апреля** Калининград  
*Единственный workshop в самом западном регионе России*

### Стоимость участия в workshop:

РОССИЯ -15 тыс. руб. (за один город),

Тбилиси, Баку - 19 тыс. руб. (за один город)

В стоимость участия входит: предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация трансферов для посетителей (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

### Стоимость проведения мастер-классов:

30 мин. – 7 тыс. руб.,

40 мин. – 9 тыс. руб.

### Дополнительно предлагаем:

- доставку материалов в города проведения workshop к рабочему месту (46 руб./кг.);
  - пакеты обслуживания (от 5 тыс. руб. в одном городе, вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, Тбилиси, Баку - от 6 тыс. руб. в одном городе);
  - размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.);
  - заочное участие в workshop (7 тыс. руб.);
  - индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.
- В пакет обслуживания не входят авиа - и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова k.sivova@tourbus.ru, Евгения Шуманская e.shumanskaya@tourbus.ru

Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tourbus.ru

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 300 МЕРОПРИЯТИЙ В 45 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА



# «Роза ветров»: вся спортивная палитра

Уже более 20 лет компания «Роза ветров» занимается организацией туров на спортивные мероприятия международного масштаба. О том, что интересного в этом сегменте турбизнеса ждет агентства в 2014 году, рассказывает президент «Розы ветров» **СЕРГЕЙ ЗЕНКИН**.

**В** феврале нас ждет зимняя Олимпиада в Сочи, в мае в Беларуси пройдет чемпионат мира по хоккею, в июне в Бразилии состоится чемпионат мира по футболу. Мы очень хорошо подготовились к организации туров на эти мероприятия. Составлены оптимальные программы, включающие удобное размещение, зарезервированы билеты на соревнования, взяты блоки мест на транспорте. Бразилия очень привлекательна для туристов с точки зрения своих экскурсионных возможностей. Мы это предусмотрели и предлагаем комбинированные туры «спорт+экскурсионный пакет» с посещением водопада Игуасу и пр. Сейчас в продаже туры на полуфинал, финал и три матча России. Так же мы активно продаем входные билеты на матчи. После жеребьевки 6 декабря в декабре-январе идут самые активные продажи. Спортивные туры достаточно дороги (некоторые турпакеты на чемпионат мира по футболу стоят больше \$10 тысяч) и финансово очень привлекательны с точки зрения агентских продаж, ведь комиссия включена в стоимость тура. Чтобы наши партнеры научились легко продавать такой продукт, мы активно проводим семинары, мастер-классы и наши, ставшие уже традиционными, вебинары. Мы готовы проводить личные консультации для каждого агентства, заинтересованного в продажах. Успешно идут продажи

туров на зимнюю Олимпиаду в Сочи с размещением на круизных лайнерах. Также мы предлагаем пакеты с размещением в санаториях «Металлург», «Беларусь», ГРК «Океан», Отель «Олимпик». Кроме того, оказываем содействие в оформлении паспорта болельщика, бронировании билетов и заказе трансферов. На чемпионат мира по хоккею, который пройдет в Минске с 9 по 25 мая 2014 года, мы подготовили очень удобные пакетные туры, включающие проживание в отелях различных категорий, билеты на матчи, трансферы.

Для стимуляции продаж объявлен «Спортивный марафон» для агентств.

**Первый этап: 9 декабря 2012 года — 1 февраля 2014 года**

Агентство, оформившее наибольшее количество клиентов на спортивные туры\*, получает приз — тур на 5 дней/4 ночи на Олимпийские игры 2014 года в Сочи.

**Второй этап: 1 февраля — 1 мая 2014 года**

Агентство, оформившее наибольшее количество клиентов на спортивные туры\*, получает приз — тур на 4 дня/3 ночи на чемпионат мира по хоккею 2014 года в Минске.

\* Спортивные туры: Олимпийские игры, чемпионаты мира по хоккею и футболу, матчи лучших футбольных команд Европы.

 **РОЗА ВЕТРОВ**  
ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

www.roza-v.ru  
(495) 956 5024/25  
sport@roza-v.ru

## ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ В БРАЗИЛИИ

- ТУР на ТРИ МАТЧА РОССИИ  
ТУР НА ПОЛУФИНАЛ и ФИНАЛ
- РАЗМЕЩЕНИЕ В ОТЕЛЯХ и  
НА КРУИЗНЫХ ЛАЙНЕРАХ
- ВХОДНЫЕ БИЛЕТЫ на МАТЧИ

## ОЛИМПИЙСКИЙ СОЧИ

ТУР  
9-21.05.2014  
НА 7 МАТЧЕЙ  
СБОРНОЙ РОССИИ

ТУР  
22-26.05.2014

в МИНСК НА ДВА 1/4 ФИНАЛА  
ДВА 1/2 ФИНАЛА, МАТЧ ЗА 3 МЕСТО и ФИНАЛ

## ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ХОККЕЮ • 2014 БЕЛАРУСЬ



# Зима без потрясений?

По мнению менеджеров турфирм, клиенты уже хорошо понимают выгоду «раннего бронирования» и специфику «динамических цен». Это означает, что туристы все чаще заранее планируют отдых и покупают путевки. Как выглядит спрос в этом году, насколько меняются зимние цены на турпакеты, на каких направлениях может случиться избыток авиаперевозки? Корреспондент «ТБ» поинтересовался мнением специалистов операторских компаний.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Основные изменения структуры потребления туристических услуг происходят на рынке с подачи крупных туроператорских компаний. «Можно сказать, что российский туристический бизнес уверенно стремится к европейской модели. Не за горами то время, когда цены на летний сезон следующего года основные игроки рынка будут выставлять уже осенью текущего года, как это происходит, например, в Германии. Эта тенденция особенно явно проявилась в российском турбизнесе именно теперь. Так, наша компания в рамках акции раннего бронирования открыла продажи туров в Австрию, Болгарию, Италию

и Андорру на 2014 год еще в апреле 2013 года», — рассказывает медиадиректор компании Tez Tour Moscow Роман Рыбаков.

Коммерческий директор компании «Южный Крест» Евгений Косинков отмечает, что из-за сокращения объемов продаж туров в Египет увеличился спрос на остальные направления. По его словам, наблюдаются рост средней стоимости турпакетов и увеличение глубины бронирований. С этим согласен коммерческий директор «НТК Интурист» Исмаил Болюкбашы — в его компании уже в начале ноября глубина продаж достигала марта 2014 года. «При этом я не могу сказать, что на рынке есть явный переизбыток

перевозки на каком-то направлении, кроме Таиланда. Да и здесь он не настолько значителен. Например, в сентябре и октябре 2012 года в Египет было заявлено почти на 40% больше рейсов, чем в 2011 году, что привело к финансовым потерям операторов. В этом году турфирмы ведут себя более сдержанно», — подчеркивает Исмаил Болукбашы.

Генеральный директор компании «Мосинтур» Арсений Чанышев рассказывает, что в этом году существенно снизился спрос на новогодние поездки: «Однозначно сократился спрос на новогодние и рождественские программы, поездки на отдых в период январских каникул. Думаю, что падение можно оценить в 20–25%. Это вполне закономерно: прошлые майские праздники были очень продолжительные и они «взяли на себя» часть клиентуры. Сказываются и чрезмерно высокие цены на новогоднюю авиаперевозку. Значительное число туристов перешло к практике самостоятельного бронирования туров». По мнению заместителя генерального директора компании «Джет Тревел» Максима Приставко, одним из отличий этой зимы стал рост спроса на поездки в периоды со второй половины января до начала февраля и в марте. «На некоторых направлениях продажи на первую неделю февраля у нас уже полностью закрыты. В то же время новогодние и каникулярные туры продаются в основном с заездами с 4 января — то есть наиболее экономичные варианты. Продажи туров с заездами 28 декабря пока разочаровывают», — отмечает Максим Приставко.

## ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Осенне-зимний сезон в Москве начался относительно спокойно. Обычно после ноябрьских праздников «загорался» Египет, а вслед за ним — Таиланд. В декабре очередь доходила до направлений «массовой экзотики» — Доминиканы, Мальдив, Кубы, Мексики. В этом году Египет балует туристов невысокими ценами. «Анализируя проданные турпакеты, мы не видим больших ценовых изменений. Наземное обслуживание традиционно подорожало на 3–5% (кроме Египта), но одновременно у нас появилась более экономичная перевозка. В результате в той же Доминикане, например, цены даже немного снизились по сравнению с прошлым годом», — рассказывает Роман Рыбаков.

По оценке генерального директора компании «Меридиан Экспресс» Василия Ворушилова, в этом зимнем сезоне цены на туры выросли незначительно — в пределах 5–10%. Несколько

иная картина наблюдается в российских регионах. Там идут жесткие ценовые войны. Особенно это заметно в предложениях на тайском направлении операторских компаний Сибири и Дальнего Востока. Отмечаются и демпинг, и избыток перевозок. Цены на туры здесь существенно ниже, чем в Москве.

Пока можно констатировать отсутствие серьезного демпинга на альпийских направлениях, хотя некоторые туроператоры и здесь зачастую выставляют очень низкие цены. Однако больших объемов продаж дешевых туров нет, в целом продукт реализуется по вполне разумным и экономически обоснованным ценам.

«За последние пять лет рынок настолько привык к этому, что наличие на рынке определенного объема предложений по ценам ниже себестоимости воспринимается как должное. Нынешние демпинговые явления вызваны не столько переизбытком перевозки и желанием захватить рынок, сколько необходимостью поддерживать прежний уровень перевозки в то время, когда сезонный спрос меньше объема предложений», — полагает Евгений Косинков.

## ГЛЯДЯ В НЕБО

По мнению столичных операторов, это неплохо, ведь у таких перевозчиков молодой парк надежных самолетов, хороший сервис на борту, гибкие и дружественные финансовые условия для туроператоров.

Впрочем, Роман Рыбаков считает, что этой зимой опять будет наблюдаться переизбыток перевозки на многих направлениях на провальные даты. Хотя, по его словам, разумные туроператоры уже умеют минимизировать издержки низких дат. Более того, те компании, которые ставят во главу угла прибыль, а не рост объемов, продолжают зарабатывать и в низкие даты. Это происходит благодаря тому, что изначально в полетных планах ставятся борта меньшей емкости. Многие российские авиакомпании спокойно идут навстречу турбизнесу, и операторам не приходится платить за пустые кресла.

Максим Приставко полагает, что пока трудно судить о реальных объемах перевозки: «Как показывает практика, заявления туроператоров о своих объемах — это в лучшем случае планы, в худшем — самореклама. Думаю, что перевозка будет сбалансирована с учетом спроса и текущих продаж, и существенного ее переизбытка не будет, так же как и дефицита».

По мнению Евгения Косинкова, если говорить о перевозке в целом, то ее переизбыток есть всег-

>>> Основной тренд сезона и 2013 года в целом — выход на региональный рынок иностранных авиакомпаний.



<<< Наличие у компании «Анекс Тур» собственного авиапарка, расширяющегося с каждым годом, позволяет гибко подходить к формированию чартерной программы и оперативно реагировать на колебания спроса >>>

**НАТАЛЬЯ  
АКИМЦОВА**

Директор по маркетингу и PR «Анекс Тур»

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:



И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ:



**НОВЫЙ ОТЕЛЬ MERCURE В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ**  
ОТКРЫТИЕ В КОНЦЕ 2013

MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA  
ДИЗАЙН-ОТЕЛЬ С НЕПОВТОРИМЫМ СТИЛЕМ,  
РЕСТОРАН TOWN-HOUSE, БАР, ФИТНЕС-ЦЕНТР,  
8 КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ, ПОДЪЕМНАЯ ПАРУОБКА

MERCURE — часть нового комплекса отелей  
ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA, ПАРК-ОТЕЛЬ  
IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA, СОВРЕМЕННЫЙ ОТЕЛЬ

119184, Россия,  
Москва, Бахрушинская 11  
3 мин. от м. Павелецкая  
Тел: +7 (495) 720-53-03  
Факс: +7 (495) 720-53-06  
HR@accor.com,  
www.accorhotels.com

DISCOVER MERCURE

Mercure HOTELS

MERCURE OTELI  
БОЛЕЕ 100 ОТЕЛЕЙ  
ПО ВСЕМУ МИРУ

LE CLUB ACCOR HOTELS

да, иначе самолеты были бы полностью заполнены, и наблюдался бы постоянный рост цен. «Другой вопрос, насколько предложение опережает спрос. Сегодня загрузка всех существующих полетных программ неплохая, если туроператоры не станут дополнительно увеличивать объемы, то сезон пройдет ровно», — полагает Евгений Косинков.

С этим согласен Арсений Чанышев: «В Германию и Францию сейчас летает столько авиаперевозчиков, что никакие чартеры не нужны. Даже не имея жестких блоков мест, можно подобрать билеты по привлекательной цене. Правда, это не касается января».

## Ждать осталось недолго

Прогнозы специалистов операторских компаний на зимний сезон можно назвать сдержанными, но вполне оптимистичными

«Я не жду ничего сверхъестественного от этой зимы. Нашу компанию спасает деловой туризм. Февраль и начало марта — отличное время для этого сегмента туррынка. Надеюсь, что сезон будет не хуже, чем прошлогодний», — отмечает Арсений Чанышев.

По мнению экспертов «Анекс Тур», значительного роста цен на зимних направлениях не предвидится. «Демпинга мы также не ожидаем. Глубина продаж наглядно показывает, что все запланированные объемы будут выполнены», — говорит Наталья Акимцова.

Роман Рыбаков полагает, что внешних предпосылок для банкротств туркомпаний в ближайшее время нет. Но то, что творится на их финансовых «кухнях», известно только узкому кругу «шеф-поваров». «В зоне риска всегда находятся те туроператоры, которые делают чрезвычайно экспрессивные пассы на рынке. Например, каждый сезон добавляют в свой ассортимент несколько новых направлений и резко наращивают объемы при ценах, близких или даже ниже порога рентабельности», — заключает Роман Рыбаков.

»» **92%** представителей отелей по всему миру, опрошенных в рамках исследования Hotels.com, ожидают увеличения числа туристов из России в течение следующих трех лет. Почти треть отелей (32%) уже начали предлагать телеканалы на русском языке, более 23% наняли русскоговорящий персонал, а 12% — планируют это сделать.

**RADIOGUIDE®**  
**РАДИОГИД**

- Радио Гид – техническое сопровождение экскурсионных программ
- ENRG – система синхронного перевода
- Аудиогид AG-11 – оборудование для индивидуальных туристов
- Автоматические экскурсионные системы на основе GPS и Глонасс

www.radio-guide.ru  
Санкт-Петербург,  
тел./факс: +7 (812) 575-58-24



**Инновационное цифровое оборудование  
для экскурсий и конференций  
Сделано в Санкт-Петербурге!**



# «Радионяня» для турбизнеса

Петербургская компания «Радио Гид» работает на рынке современных туристических технологий, занимаясь разработкой и поставкой цифрового радиооборудования для организованного туризма и индустрии встреч. Официальные представительства фирмы открыты в Москве, Екатеринбурге, Астане, Казани, Киеве, Ялте, Риге, Праге, Лиссабоне, Тель-Авиве, Барселоне, Будве, Каире. Рассказывает генеральный директор компании «Радио Гид» **СЕРГЕЙ ДАВЛЕТШИН.**

**Какие продукты вы предлагаете туристическому рынку?** «Радио Гид» — уникальная разработка российских ученых, инженеров и программистов в области радиоэлектроники и компьютерного программирования.

Все началось с выпуска экскурсионного оборудования «Радио Гид» с цифровым способом передачи звука, работающего на нелегальной частоте. За 8 лет активной эксплуатации оно претерпело ряд реноваций и превратилось в надежный и элегантный гаджет.

Следующая разработка компании — IntelRG — многоканальный цифровой аппаратный комплекс для обеспечения синхронного перевода, которому сегодня отдают предпочтение многие организаторы конгрессов в России и за рубежом.

Настоящим прорывом стал аппаратный комплекс ENRG, устанавливаемый на любом транспортном средстве, будь то туристический автобус или пассажирский теплоход. Он определяет координаты нахождения транспорта при помощи GPS или «Глонасс» и дистанционно включает в приемниках туристов фрагмент экскурсионной программы, соответствующий конкретному отрезку маршрута.

По аналогичной схеме работают автоматические экскурсионные системы, установленные в статичных объектах маршрута (деревья, дома). Они срабатывают, когда транспортное средство попадает в зону действия радиометки.

**Какие новинки представила компания в этом году?** После некоторого усовершенствования получил «второе рождение» наш «Аудиогид» (AG-11) — мобильное устройство с записанным набором экскурсий для индивидуальных путешественников. Аппарат может работать в ручном режиме, когда турист самостоятельно вводит номер объекта, и в автоматическом режиме, когда устройство активируется, попадая в зону действия радиометки.

Уникальность оборудования заключается в его технических характеристиках: формат записи — MP3, стерео, неограниченное количество аудиоматери-

ала, который можно разбить на десятки языков, работа без подзарядки свыше 50 часов и т.д. Сейчас мы запускаем AG-11 в тестовую эксплуатацию в Санкт-Петербурге. Также попробуем использовать его в Праге, уже записана пешеходная экскурсия по Старому городу на нескольких языках. Нынешней зимой планируется начать интересный проект в Барселоне, где возникла потребность в нашем продукте ENRG для оснащения экскурсионных автобусов, обслуживающих круизы. Еще одна новинка, которую, безусловно, оценят все организаторы конгрессов — новое поколение оборудования синхронного перевода IntelRG с автономным блоком питания, позволяющее проводить мероприятия без привязки к каким-либо площадкам, независимо от наличия источников энергии. Это значит, что теперь любой международный конгресс может себе позволить формат open air.

**Чем привлекает партнеров сотрудничество с вами?** Все наши новшества появляются на свет, прежде всего потому, что мы умеем слушать своих партнеров. Строим работу, опираясь на их требования и пожелания, даже в мелочах. Например, разработка новой модели кабинки для переводчиков-синхронистов в IntelRG или увеличение радиуса действия экскурсионного оборудования по просьбе наших пражских коллег. Мы хотим, чтобы наши партнеры почувствовали себя участниками увлекательного инженерно-технического процесса, основанного на передовых технологиях. Поэтому всякое обновление программного и аппаратного обеспечения — это постоянный процесс совместного творчества команды компании «Радио Гид» и тех, кому наше оборудование действительно помогает развиваться и предлагать высококачественные услуги на рынке.



« Экскурсия с «Радио Гидом» — модный тренд Северной столицы, свидетельство высокого уровня культуры туристских предприятий и их стандартов качества. Продукты компании используются практически повсеместно: во всемирно известных музеях и дворцово-парковых комплексах, на речных круизных судах, в туристических автобусах и во время пешеходных туров. Партнерами компании являются более ста турфирм города и крупнейшие круизные операторы, суда которых заходят в Санкт-Петербург >>>

**СЕРГЕЙ  
ДАВЛЕТШИН**

Генеральный директор компании «Радио Гид»



# «Мы делаем идеальную площадку для туротрасли»

Основатель и генеральный директор компании «Профи.Трэвел» **АЛЕКСЕЙ ВЕНГИН** рассказывает о новом проекте, который, по его словам, обещает стать лучшим веб-порталом в туризме в сегменте b2b.



**Ваша компания долго ассоциировалась с оранжевым цветом региональных порталов для турагента TurProfi.ru. В этом году вы запустили новый b2b портал Profi.Travel. Рынку нужна еще одна площадка?** Уже сейчас очевиден уход продаж массового сегмента в интернет. Чтобы агентству быть конкурентоспособным, его персонал должен иметь высокую квалификацию, уметь работать со сложным туристическим продуктом, с индивидуальными запросами туристов, потребности которых растут. Именно в этом и заключается миссия Profi.Travel как коммуникационной площадки, где любой оператор или представитель отеля с помощью современных инструментов может продвигать турпродукт, а агент, умело ее используя, начинает зарабатывать больше.

**Главный показатель успешности проекта — его аудитория. Что сейчас представляет собой аудитория Profi.Travel?** У нас уже хорошие результаты, которых мы достигли за полгода с момента запуска проекта. Многие b2b-площадки приходят к таким показателям лишь через 3–5 лет. Например, наша ежедневная аудитория — до 5 тысяч человек в сутки. На наш дайджест подписано более 75 тысяч агентов из трех стран. На портале зарегистрировано свыше 8 тысяч личных аккаунтов турагентов. Ни один другой ресурс не предложит вам такую четко таргетированную аудиторию. Также отмечу нашу группу «ВКонтакте» — более 6 тысяч активных членов лояльного сообщества менеджеров по туризму.

Наши постоянные пользователи-турагенты готовы активно повышать свой профессиональный уровень: это показывает огромный интерес к обучающим материалам и их бурное профессиональное обсуждение в комментариях. Кроме того, наша аудитория очень лояльна к проекту, ее кредит доверия очень высок. Это дорогого стоит.

**Какие возможности для пользователей уже есть на площадке?** Мы не меряем портал традиционными разделами: новости, календарь, работа и так далее, — они взаимосвязаны и представляют комплексную платформу для работы и повышения квалификации в туризме. Мы первыми пошли вглубь туристического продукта, создав уникальную продуктовую редакцию из специалистов по аналитике, которых готовили несколько лет. Мы даем контент нового уровня, живой онлайн-учебник по туризму со сравнительными характеристиками полетных программ, отельной базы и так далее. В глобальном смысле такие материалы и помогают турагенту в его ежедневной работе — максимально точно выполнить запрос туриста.

**В чем преимущества работы с Profi.Travel?** У нас за плечами 16-летний опыт продвижения и рекламы в туризме, в секторе b2b, которым мы готовы делиться с нашими партнерами. Мы интересны абсолютно всем: от небольших региональных туроператоров до национальных туристических офисов, так как решаем задачи любого масштаба.

Мы предлагаем современные и эффективные инструменты онлайн-продвижения, некоторым из них нет аналогов на рынке. Это, например, мощнейший по эффективности инструмент для продвижения новых продуктов или целых направлений — баннер-брендинг всего портала. Уникальный имиджевый формат занимает большую площадь и при этом не раздражает пользователя.

Уже больше года мы создаем виртуальные руководства по продажам. Это многоуровневые долгосрочные кампании по продвижению того или иного направления, которые мы проводили для национальных офисов Чехии, Швейцарии, Абу-Даби, Дубая, а также ТИЦ российских регионов, например, Центра развития туризма Свердловской области. В разработке находятся аналогичные проекты с Голландским альянсом, Австрийским национальным управлением по туризму и другими партнерами.

**Вы говорите о высокобюджетных инструментах. Но маржинальность туристического бизнеса невысока, как и бюджеты на продвижение, многим важно сочетание цены и качества. Каким образом ваши партнеры могут решать задачи при ограниченном бюджете?**

Технология Profi.Travel позволяет показывать посетителю портала разный контент, в зависимости от того, в каком регионе он находится. Это позволяет избавить агента от массы ненужной ему информации, а клиенту дает возможность четко таргетировать свою рекламу. Также мы хотим дать нашим клиентам возможность взаимодействовать с аудиторией не только по ее географическому положению, но и в зависимости от специализации. Это позволит проводить рекламные кампании, ориентированные на целевые группы агентов, специализирующихся, например, на круизах, событийных или индивидуальных турах и так далее.

Еще одна интересная возможность — разместить таргетированное объявление, оплатив лишь то количество показов, которое требуется.

Все это позволяет экономить бюджет и добиваться максимальной эффективности.

**Готов ли рынок к таким современным инструментам продвижения, которые вы предлагаете?**

Мы считаем, что онлайн-маркетинг движется в своем развитии семимильными шагами и туристическая отрасль за ним не успевает. Специалисты по маркетингу и рекламе в туристической отрасли испытывают очевидный недостаток в источниках информации в этой

сфере, который мы стремимся ликвидировать разными способами. Разобраться во всем многообразии онлайн-продвижения нашим клиентам помогает персональный менеджер, наши специалисты выступают с докладами на профессиональных форумах, мы создали специальный сайт [marketing.profi.travel](http://marketing.profi.travel) и группу Marketing Travel на Facebook, где уже более 200 членов, мы активно делимся с ними информацией и своим опытом в онлайн-маркетинге.

**Все, что все говорили о новом проекте и его инновациях, — это серьезные вложения.**

**Каков объем инвестиций в проект?** На данный момент в проект инвестировано уже около 300 тысяч долларов, и это не конечная сумма. Разработки не прекращаются, в общей сложности в проект планируется вложить порядка миллиона долларов. Но наиболее ценные вложения — это наши сотрудники. Над проектом работает отличная команда профессионалов нашей компании. Разработки ведут лучшие программисты и дизайнеры, которых мы привлекаем на аутсорсинге.

**Проект уже активно обсуждают: конкуренты опасаются, туроператоры проявляют интерес. Вы сами в каком бизнес-настроении?**

Это удовлетворение от того, что полтора года работы не прошли впустую, и мы сделали продукт, который рынком востребован, нужен ему. Это азарт сделать лучший b2b-ресурс в отрасли не только в России, но и в мире. Мы продолжаем работу и делаем идеальную площадку для коммуникаций в отрасли.

Это вера в то, что проект Profi.Travel — новый толчок в развитии туристической отрасли на всем русскоязычном пространстве.

>>> Ежедневная аудитория Profi.Travel — до 5 тысяч человек в сутки. На дайджест подписано более 75 тысяч агентов из трех стран. На портале зарегистрировано свыше 8 тысяч личных аккаунтов турагентов.

## СПРАВКА «ТБ»

«Профи.Трэвел» — это 16-летний опыт в онлайн-медиа b2b и маркетинговых кампаниях для турбизнеса. Компания реализует два проекта: известная сеть порталов [TurProfi.ru](http://TurProfi.ru) и коммуникационная платформа Profi.Travel. [TurProfi.ru](http://TurProfi.ru) работает в пяти регионах страны (Северо-Запад, Урал, Поволжье, Татарстан, Юг России) и охватывает в них около 100% профессиональной аудитории в туризме. Profi.Travel — это международная площадка, которая охватывает

три страны: Россию (в первую очередь Москву и Центральный федеральный округ), Казахстан и Украину. В штате компании — более 50 сотрудников: специалисты по туризму и диджитал-маркетингу, журналисты, дизайнеры. Они трудятся в бэк-офисе в Екатеринбурге, представительствах в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Ростове-на-Дону. Также работают два зарубежных подразделения фирмы — в Праге и Женеве.



# Малая Италия — малой России

Первый «отраслевой» год туризма — Италии в России и России в Италии — проходит на перекрестке культурного и туристического обмена

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ

**М**инистр культуры РФ Владимир Мединский и тогдашний министр туризма Италии Пьеро Ньюди объявили об инициативе прошлой весной — во время проведения выставки МИТТ-2013. «Нам бы хотелось, чтобы больше итальянцев приезжало в Россию, причем не только в Москву и Санкт-Петербург, но и в другие регионы нашей страны. Чтобы понять Россию, нужно побывать на Байкале, на Волге, в Карелии, на Камчатке», — подчеркнул Владимир Мединский. «Чтобы хорошо узнать страну, необходимо посещать малые города, — согласился итальянский министр туризма. — Хотя, учитывая размеры России, это и проблематично, думаю, что результаты Года туризма нас вполне удовлетворят».

По мнению заместителя министра культуры РФ Аллы Маниловой, Италия и Россия равно заинтересованы в установлении прямых взаимоотношений регионов. Для этого будут разработаны новые маршруты и специ-

альные турпакеты: они позволят охватить малоизвестные или труднодоступные для иностранных туристов регионы. Сегодня 11 российских городов имеют прямое сообщение с 8 итальянскими городами, о чем в отношениях с другими странами можно только мечтать. Некоторые регионы Италии достигли особо заметных успехов именно на ниве туризма, например, в 2013 году турпоток из России в область Марке возрос на 73%. В Москве действует визовый центр Италии на 75 окошек, где практически без очередей можно получить визу в течение 48 часов. Увеличивается количество визовых окон в Санкт-Петербурге и в 14 других российских городах (Волгограде, Ульяновске, Воронеже и т. д.)

## РОССИЯНЕ В «СТРАНЕ ЧУДЕС»

Программа перекрестного года туризма стартовала в сентябре нынешнего и завершится в сентябре будущего года. Первой ласточкой стала открывшаяся в конце



Пьяцца-дель-Пололо в городке Асколи-Пичено (регион Марке) считается одной из самых красивых площадей во всей Италии.

июня в ГМИИ им. Пушкина выставка картин Тициана из музеев Италии. Увертюрой — в прямом и переносном смысле — к проекту можно считать начавшийся в последний день сентября на родине Джузеппе Верди музыкальный фестиваль, посвященный 200-летию композитора. Как в увертюре обычно звучат основные темы оперы, так и фестиваль обозначил некоторые ключевые направления итало-российского туристического года.

Во-первых, отправляющимся на фестиваль российским туристам визы впервые предоставлялись бесплатно — так будет и с другими культурными мероприятиями, проводящимися в Италии в рамках проекта. Например, неделей моды на популярном бальнеологическом курорте Монтекатини-Терме.

Во-вторых, в отличие от «колыбелей» других великих деятелей итальянской культуры, родные места Джузеппе Верди — Паданская равнина, городок Буссето, деревенька Ле-Ронколе (сегодня — Ронколе-Верди с домом-музеем композитора), имение Верди Санта-Агата близ Пьяченцы — практически неизвестны на туристическом рынке.

«Из охраняемых ЮНЕСКО 49 объектов, находящихся в Италии, 80% неведомы и самим итальянцам», — отмечает недавно назначенный на эту должность посол Италии в РФ Чезаре Мария Рагальини. Поэтому лейтмотив проходящего ныне года туризма, о котором говорилось и до его начала, — продвижение в России малоизвестных и труднодоступных городов Италии. «Малая Италия — малой России», — афористически сформулировал этот постулат посол. Важной частью проекта является, в частности, пропаганда средиземноморской диеты — она, как известно, является самостоятельным нематериальным памятником ЮНЕСКО.

Самый крупный проект — *Mirabilia* (в приблизительном переводе — «Страна чудес»), реализуемый торгово-промышленными палатами девяти не самых больших итальянских городов — Бриндизи (90 тысяч жителей), Аквилы (73 тысяч), Специи (95 тысяч), Матеры (59 тысяч), Перуджи (150 тысяч), Салерно (140 тысяч), Удине (120 тысяч), Виченцы (113 тысяч) и Генуи (600 тысяч). Примечательно, что некоторые из них находятся в южной части Апеннинского полуострова — края, который даже в Италии считается только что не туристической «целиной».

## МАЛ ЗЛОТНИК, ДА ГОРОД

«Раскрутка» городов, входящих в проект *Mirabilia*, вполне возможна», — полагает новый директор московского офиса ENIT Доменико ди Сальво. Это доказывает пример области Марке. В летний период выполняется прямой регулярный рейс из Москвы в Анкону — центр региона. В Москве на базе туропера-

тора ICS прошла презентация достопримечательностей Марке — родины Рафаэля Санти, Джоаккино Россини, Беньямино Джильи — для 160 российских турагентств. Аналогичные мероприятия прошли в «Московском доме книги» («Едем в Марке») и в других городах РФ, в частности, в Нижнем Новгороде. Уже в рамках перекрестного года туризма прошли презентации Марке в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Под знаком области Марке прошел VI фестиваль итальянской кухни *Buona Italia*, в котором приняли участие 30 ресторанов Москвы, Санкт-Петербурга, Краснодар и Сочи. Темой мероприятия были старинные рецепты, забытые вкусы и легендарные производства. Последним была посвящена первая в московском Столешниковом переулке выставка старинной фотографии типа *open-air*.

В декабре в Москве состоится презентация Сардинии, в апреле — областей Апулия (Москва, Петербург), Умбрия (Москва, Петербург, Казань) и Лигурия (Москва, Петербург, Екатеринбург).

Весьма важная часть программы перекрестного года туризма — выставки, посвященные самым красивым из малых итальянских городов. Весной — начиная с выставки MITT — по российским городам (Екатеринбург, Самара, Краснодар) проедет фотовыставка «Un.it». На ней будут представлены 150 лучших фото- и киноработ, посвященных объектам ЮНЕСКО в Италии. Там же пройдут презентации лучших туристических маршрутов по малым городам Италии. В марте в Северной столице, Екатеринбурге и Краснодаре пройдет фотовыставка «Малые города в деталях» — 47 стендов и 12 авторских фотографий самых красивых малых городов и византийских исторических центров, а в Москве откроется первый магазин

>>> По данным статистики РФ, в прошлом году нашу страну посетили

**212** ТЫСЯЧ

итальянских туристов, Италию — 800 тысяч россиян. Согласно итальянской статистике, год назад в Италии побывали 1 млн наших сограждан, а в России — 370 тысяч итальянцев. Несмотря на расхождение в цифрах, тенденция очевидна — за последние два с половиной года турпоток российских граждан в Италию удвоился.





«« Реклама туров в Россию — уже не редкость даже на улицах небольших итальянских городов.

Ассоциации самых красивых малых городов Италии. Однако в списке малых городов России, в которых пройдут мероприятия года, практически одни мегаполисы. Ни одного российского города с населением меньше 100 тысяч человек в нем нет. Между тем, некоторые — к сожалению, пока очень немногие — малые туристические города России имеют вполне достаточную для проведения мероприятий года инфраструктуру: это 4-звездные гостиницы, насыщенный календарь туристических мероприятий, растущая сеть музеев и выставочных залов, развитая сеть заведений общественного питания. Самый яркий пример — Углич, уже седьмой год подряд проводящий международный фотофестиваль.

## Италия вкусная и модная

Мероприятия перекрестного года туризма спланированы по темам: «Кухня» — «Мода» — «Музыка» — «Книги»

Помимо уже прошедшего в Москве VI фестиваля *Vuona Italia*, с января 2014 года в петербургском Итальянском институте культуры — при поддержке кулинарной школы *Gusto* — состоится «Путешествие в итальянскую кулинарию». В мае в Петербурге будет организована программа «Кулинарное путешествие через всю Италию», а в Москве — презентация «Вкусы неизвестной Италии».

Итальянскую моду представят как в историческом, так и в современном аспектах: в Москве и Петербурге откроется выставка «Стиль на сцене». Это показ 84 сценических костюмов и 128 эскизов знаменитых итальянских модельеров для оперных и балетных постановок с начала 1980-х годов до наших дней. В апреле-мае состоится выставка, посвященная истории итальянской моды «Итальянская мечта»: Рим, высокая мода и великие дивы».

На курорте Монтекатини-Терме уже создана Ассоциация отелей (12 гостиниц) для проведения в предпасхальную — по православному календарю — седмицу 2014 года Недели моды. Глава Ассоциации Никколо Гуэльфи не скрывает, что неделя «выстроена» специально под вкусы состоятельных российских туристов, значительно

умножившихся в Монтекатини за последние три года. Наконец, какая же Италия без музыки? В феврале состоится концерт произведений Антонио Вивальди в Большом зале Московской консерватории. В марте там же пройдет мероприятие «Страдивари»: итальянские музыканты проведут презентацию кремон-

ской скрипичной школы, сыгран на инструментах из Музея музыкальной культуры имени Глинки. Книжную часть программы заполнят «итальянские» витрины в крупнейших магазинах Москвы и Петербурга, стенд на популярной декабрьской выставке литературы non-fiction. Известный исследователь Италии Алексей Кара-Мурза к году туризма приурочил выпуск новых книг о знаменитых русских на Сицилии, в Амальфи и в Генуе. Возможно, будет переиздан вышедший 12 лет назад весьма популярный у туристов и гидов его четырехтомник, посвященный отзывам наших великих соотечественников о Риме, Флоренции, Венеции и Неаполе. Зимой должен появиться путеводитель Михаила Талалая о прославленном венецианском погосте Сан-Микеле. Завершить Год туризма в сентябре должна уникальная выставка «Мадонна Сенигалии» в ГМИИ им. А. С. Пушкина.





<<< Северные Спорады – пока неизведанный кусочек Греции.

## Спорады: где наших еще нет

Греция сохраняет позиции одного из лидирующих направлений выездного отдыха россиян.

По данным министерства туризма страны, по итогам текущего года Эллада примет рекордное количество гостей из-за рубежа – свыше 17 млн человек, которые принесут национальной экономике около 11 млрд евро.

ТЕКСТ ЕЛЕНА СМИРНОВА

Самыми популярными направлениями греческого туризма в текущем году стали острова Микonos (увеличение турпотока на 68,1%), Санторини (+27,5%), Кефалония (+22,5%), город Ханья на Крите (+21,8%), остров Закинф (+19,8%) и Ираклион на Крите (+18,6%). Число российских туристов в стране в первом полугодии увеличилось на 57,5%. Нынешний сезон был сложным для отечественных туроператоров на греческом направлении. «Из-за большого объема перевозки Греция продавалась «в минус» в условиях жесточайшего демпинга. Европейский рынок отреагировал на «закрытие» Египта, переориентировавшись на Грецию, потому во многих отелях просто не было свободных мест», — рассказывает генеральный директор фирмы «Пантеон» Анатолий Гаркушин. Впрочем, сложные времена — это стимул для размышлений. Каким путем идти дальше, какие варианты отдыха предлагать — сфокусироваться на углубленном изучении страны или увеличить объемы перевозки на популярных направлениях? Свой путь

выбрал и «Пантеон», собравший полсотни экспертов туристической отрасли на неизведанных россиянами греческих островах Северные Спорады для участия в конференции «Скиатос, перспективы туристического развития на российском рынке: pro et contra».

При поддержке муниципалитета острова Скиатос и Греческой национальной организации по туризму ЕОТ, а также принимающей компании Gats Travel of Skiathos российские менеджеры познакомились с архипелагом Северные Спорады. Открывая серию мероприятий, Анатолий Гаркушин озвучил основные вопросы предстоящей дискуссии — стоит ли туроператору предлагать россиянам такую Грецию, нужно ли ставить на Скиатос чартеры, какие туристы поедут на острова и зачем.

На конференции состоялось знакомство с рекреационными возможностями и отельной базой островов Скиатос, Скопелос и Алонисос. Скиатос может похвастаться массовыми курортами и индустрией развлечений, Скопелос и Алонисос больше привлекают любителей спокойного отдыха и нетронутой природы.

>>> За 9 месяцев 2013 года российский турпоток в Грецию увеличился на

**69%**. По итогам года страна примет более 1,2 млн путешественников из России.



Эксперты клуба «Пантеон».

Вице-мэр города Скиатоса Лицья Кандаракья отметила высокий интерес местной туристической индустрии к гостям из России. Всего четыре острова архипелага Северные Спорады заселены, число жителей Скиатоса не превышает 6 тысяч человек, а на отдых сюда ежегодно прилетают 120 тысяч гостей. Из Афин регулярные рейсы на Скиатос круглогодично выполняет компания Olympic Airlines. В летний период прямые перелеты по субботам и воскресеньям выполняются из Салоников. До Скиатоса круглый год курсируют паромы из Афин, Салоников, Волоса, Ираклиона и Святого Константина.

### «КРУЖКИ» ПО ИНТЕРЕСАМ

Северные острова группы Спорады расположены в центральной части Греции, западной части Эгейского моря, примерно на одинаковом расстоянии от Афин и Салоников. Скиатос и соседний с ним остров Скопелос запомнились многим по современному мюзиклу Mamma Mia — именно здесь проводились натурные съемки. На Скиатосе работают международный аэропорт и морской порт. Но прямых рейсов из России на Спорады пока нет. Скиатос поражает своей естественной красотой, такую буйную зелень трудно найти где-либо еще в Греции. 44-километровая береговая линия с шикарными пляжами, среди которых выделяется один из лучших в мире пляж Кукунарьес, красивейшие церкви и монастыри. Для исследования направления российским специалистам были предложены экскурсионные программы по Скиатосу и Скопелосу, посещение церкви Агиос Иоанис («Mamma Mia церковь»), прогулки на кораблях и осмотры отельной базы и пляжей. Гостиничная база острова Скиатос достаточно разнообразна, есть высококлассные отели, виллы, апартаменты. Skiathos Princess Hotel 5\* и Aegean Suites Hotel 5\* — самые знаменитые гостиницы, здесь останавливались коро-



левские особы и звезды шоу-бизнеса. В Skiathos Princess Hotel работает один из лучших в Греции спа-центров с великолепными йога-программами, есть детский клуб и ясли. Aegean Suites Hotel прекрасно подходит для молодоженов. Отличная «четверка», где размещались члены экспертного клуба, — Skiathos Palace — располагает самым большим номерным фондом на острове — 254 комнаты. Неподалеку — пляж Кукунарьес. В Esperides Beach Hotel 4\* есть конгресс-зал на 250 человек, в Dabasis Hotel 4\* Wi-Fi предоставляется бесплатно на всей территории (что пока редкость во многих греческих отелях). Из отелей острова Скопелос можно отметить Skopelos Holiday Inn 5\*, Adriana Resort & Spa 5\* с прекрасным спа-центром на пляже, Scopelos Village 4\*, где жили актеры, снимавшиеся в фильме Mamma Mia. Тихие, спокойные отели острова Алонисос подойдут для любителей релакса. Среди них — Atrium Hotel 4\* и Yais Hotel 4\* с панорамным видом на море из большинства номеров.

### В ТЕНИ ГОРЫ АФОН

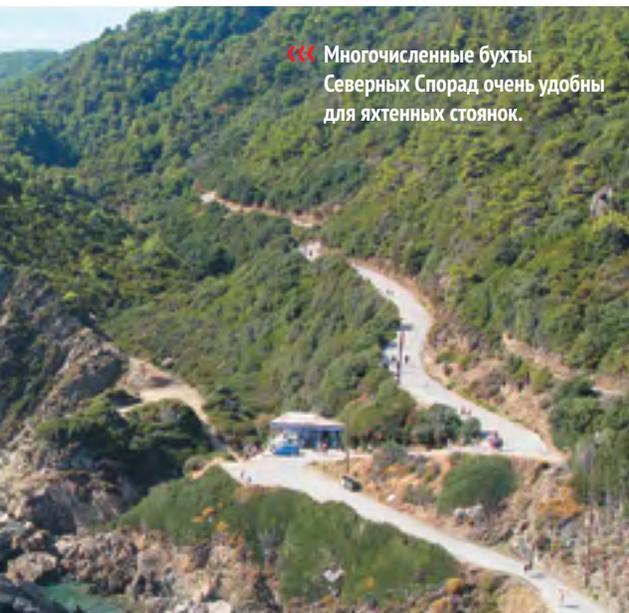
Свое название остров Скиатос получил от греческих слов skia и athos (тень Афона), еще Софокл упоминал о том, что «на рассвете тень горы Афон падала на остров Скиатос». Одна из главных достопримечательностей острова — крепость Буртзи, построенная венецианцами. Руины другой крепости — Кастро — обозначают место, где с XIV по XIX век находился небольшой город. На Скиатосе много церквей и монастырей, самые известные из них — монастырь Богоматери XVII века и монастырь Евангелисты XVIII века. Это остров великих греческих писателей Александра Пападымантиса и Александра Морайтидидаса. Пляжи Кукунарьес и Лалария считаются одними из самых красивых в Греции. Интересны также мор-

## ТОП-5

### ТУРЫ В ГРЕЦИЮ

- 1 Афины
- 2 Ия (Санторини)
- 3 Миконос
- 4 Родос
- 5 Фира (Санторини)

Источник: TripAdvisor, Travelers Choice Destinations 2013



Многочисленные бухты Северных Спорад очень удобны для яхтенных стоянок.

## ОСТРОВА СЕВЕРНЫЕ СПОРАДЫ



ские прогулки вокруг острова, например, к Лазурному и Темному гротам, или к пляжу Лалария (Дырявая скала), а также на отдаленные пляжи и другие острова — Скопелос и Алонисос. Вдоль набережной, разделяющей остров на западную и восточную части, расположено множество баров и рестораничек, в которых по вечерам собираются отдыхающие, здесь можно встретить бродячих музыкантов, художников.

Скопелос обладает яркой греческой индивидуальностью. Легенда гласит, что первым царем острова был Стафил, бог виноградной лозы, сын бога виноделия Диониса. Скопелос и сейчас называют местом, где рождается божественный напиток — вино. Здесь много уединенных пляжей, некоторые приспособлены для подводной рыбалки и снорклинга. В местных тавернах

можно услышать музыку в редком стиле «рембетико». Самый спокойный остров архипелага — Алонисос — прекрасно подходит для любителей девственной природы. Старые домики Алонисоса впечатляют туристов. Еще здесь можно увидеть редких белобрюхих тюленей-монахов, которые сейчас находятся под угрозой исчезновения. Директор по развитию сети турагентств «НАТО» Кирилл Лебедев считает, что отдых на Скиатосе подойдет для обеспеченной молодежи и любителей нового, «но этот продукт надо правильно преподнести». «У Скиатоса есть выигрыш в эксклюзивности», — считает Стелла Шиукаева из агентства «Квадра тур». — А целевая аудитория — средний класс туристов — сегмент достаточно большой, поэтому мы готовы предлагать это направление своим туристам».

Генеральный директор компании «Пантеон» АНАТОЛИЙ ГАРКУШИН:

## «Не боимся новинок»

С 1992 года мы отправляем туристов в Грецию и не боимся открывать новые направления, поэтому решили предложить на рынке новинку — Северные Спорады, так как знаем о высокой востребованности этого архипелага среди европейских туристов. Наличие международного аэропорта делает сообщение простым и удобным.

Мы приняли решение об организации чартерного рейса на остров

с частотой раз в неделю и реально оцениваем трудности в продвижении этого продукта. Главная задача агентств — правильное позиционирование направления. Скиатос можно рекомендовать туристу, который уже знает Грецию и ищет для себя новые виды отдыха. Семейным парам — для романтического и активного времяпровождения, нудистам — здесь есть популярный во всем мире нудистский пляж, корпора-

тивным клиентам — чтобы арендовать яхту и путешествовать по островам, молодоженам — Скиатос и Скопелос прекрасно подходят для свадебных церемоний, в том числе официальных. Конкурировать Скиатосу придется с другими, более известными и популярными направлениями Греции, где и в следующем году не исключен демпинг из-за переизбытка перевозки. Мы прекрасно это понимаем и постараемся



привлечь туристов и агентства взвешенной ценовой политикой, рекламной кампанией и бонусной программой для агентов.

# Мальта — следы древних цивилизаций

Бог и человек творили на Мальте в гармонии друг с другом — здесь чудесным образом сочетается красивая природа и необычные памятники, созданные руками человека. Самые впечатляющие музеи острова — это загадочные древние постройки, которые находятся под открытым небом и глубоко под землей.

**ТЕКСТ**  
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

Долина Бабу близ знаменитого Голубого грота на юго-восточном побережье.



## МАЛЬТИЙСКИЙ СТОУНХЕНДЖ

Один из самых необычных храмов острова, имеющий статус музея, — храм Гипогей в местечке Паола. Он выдолблен в цельной скале на глубине 11 м, расположен на трех уровнях и включает 33 помещения общей площадью 500 квадратных метров. Загадка храма состоит в том, что в палате Оракула эхо отзывается только на мужской голос и разом со всех сторон.

Не менее впечатляют наземные мегалитические сооружения. Все слышали о легендарном Стоунхендже в Великобритании, но не все знают, что на Мальте имеется несколько построек из огромных каменных глыб. Крупнейший из храмовых комплексов называется Хаджар-Им. Безымянные строители возвели его в 3600–3200 годах до н. э. Планировка храма вполне типична для подобных сооружений на Мальте — он состоит из нескольких помещений округлой формы, соединенных между собой ходами.

В полукилометре от Хаджар-Има расположен еще один мегалитический храм, который носит имя Мнайдра. Его возвели в 4 тысячелетии до н.э. В плане он напоминает кленовый лист, сложенный из крупных известняковых плит. Комплекс состоит из трех храмов — Верхнего, Среднего и Нижнего, не соединенных между собой переходами.

Возле храмового комплекса действует музей, где хранятся находки, сделанные археологами во время раскопок. Имеются макеты мегалитических храмов, где можно, меня источник освещения, посмотреть, как выглядят мегалиты в разное время года и суток. Для детей предназначен специальный конструктор, позволяющий из деревянных «глыб» собрать свой собственный мегалитический храм. Не забыты и элементы интерактивности — посетители могут своими руками попытаться обработать глыбу известняка или на макете попробовать транспортировать готовые плиты.

## ТАЙНЫ ПЕЩЕРЫ ГДЖАР-ДАЛАМ

Еще один загадочный объект на территории Мальты — пещера Гджар-Далам, расположенная на окраине поселка Бизерббуджа. Это не рукотворный, а природный объект, представляющий собой большую загадку. В пещере обнаружены следы наиболее раннего пребывания человека на Мальте — около 7400 лет назад. Но это не главное. Пещера является настоящим доисторическим кладбищем вымерших животных. Здесь было найдено несколько слоев костей бегемотов и карликовых слонов, черепах, птиц и других представителей древней фауны. Закономерно возникает вопрос, как возникла подобная концентрация костей в локальном месте? Кто



и зачем собирал эту экзотическую коллекцию? Масла в огонь добавляют загадочные колеи, которые буквально выдавлены в каменном плато и ведут от пещеры к берегу моря, уходя под воду. Невольно закрадывается предположение, что останки животных кто-то свозил в хранилище. Причем продолжалось это долго, а иначе как объяснить появление колеи в камне? К слову, в настоящее время на Мальте из диких животных водятся только грызуны, а здесь речь идет о большом количестве крупных животных.

Гджар-Далам впервые обнаружили еще в 1647 году, но научно обследовали лишь в 1885 году, а для свободного посещения открыли в 1933 году. Из 144 метров пещеры для посетителей сейчас доступны лишь первые 50 метров, но и этого достаточно, чтобы составить представление о ее масштабах. Здесь организовали Музей естественной истории. Его экспозиция посвящена истории образования пещеры, научным исследованиям и загадочным находкам, объяснения которым не найдено до сих пор.

## КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ

### 10-26 ЯНВАРЯ 2014 ГОДА – VALLETTA INTERNATIONAL BAROQUE FESTIVAL

В театре Manoel звучит музыка, которую написали в то же время, когда возникла Валлетта – столица Мальты.

### 10 ФЕВРАЛЯ 2014 ГОДА – ПРАЗДНИК В ЧЕСТЬ СВЯТОГО ПАВЛА

По улицам Валлетты несут огромную статую апостола Павла, улицы украшают цветочными гирляндами, а с балконов разбрасывают конфетты. В церкви Кораблекрушения проходит торжественная месса.

### 13-20 МАРТА 2014 ГОДА – ПАСХА И СТРАСТНАЯ НЕДЕЛЯ

В городах страны проходят красочные шествия с участием ряженых, среди которых Понтий Пилат и римские легионеры. Церкви украшают алым бархатом, прихожане носят по улицам статуи Христа. Особенно красиво вечером, когда церкви вспыхивают праздничной иллюминацией.

**БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ**

**БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ**

**БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ**

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

<b>ICS TRAVEL GROUP</b> МПТ 00018 «ДОСРЪИНСКАЯ» (495) 748-4847 (мн.) <a href="http://www.icsm.lt">www.icsm.lt</a>	<b>ВАНД ИНТЕРНЕШНЛ ТУР</b> МПТ 00080 «ТБЕРСКАЯ» (495) 780-2061 <a href="http://www.vand.ru">www.vand.ru</a>	<b>ДИАЛОГ</b> МПТ 00100 «КРАСОПРЕЧЕНСКАЯ» (495) 730-2032 (мн.) <a href="http://www.maltaresort.ru">www.maltaresort.ru</a>	<b>ИНСАЙТ-ЛИНГВА</b> МПТ 00042 «НОВОСЛОБОДСКАЯ» (495) 795-0022 <a href="http://www.34.ru">www.34.ru</a>
<b>МЕЛИТА ТУР</b> МПТ 00030 «АРСАТСКАЯ» (495) 471-9032 <a href="http://www.maltatour.ru">www.maltatour.ru</a>	<b>МИЛЕНИУМ ВОЯК</b> МПТ 00124 «САУМАНСКАЯ» (495) 840-1131 <a href="http://www.milenyum.ru">www.milenyum.ru</a>	<b>НЕВА</b> МПТ 00088 «ТАЛАНСКАЯ» (495) 799-0444 <a href="http://www.nevatravel.ru">www.nevatravel.ru</a>	<b>СОЛВЕКС-ТРОВЕЛ</b> МПТ 00084 «КРОПОТКИНСКАЯ» (495) 956-1418 <a href="http://www.solveks.ru">www.solveks.ru</a>
<b>СТВ ТУРС</b> МПТ 00063 «ДОСТОЕВСКАЯ» (495) 638-5333 <a href="http://www.stvtours.ru">www.stvtours.ru</a>	<b>ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС-МФ</b> МПТ 00096 «НАГЛЮТИНСКАЯ» (495) 961-2725 <a href="http://www.travel-express.ru">www.travel-express.ru</a>	<b>ТРОВЕЛМАРТ</b> МПТ 00104 «ТАЛАНСКАЯ» (495) 635-8330 <a href="http://www.mymalta.ru">www.mymalta.ru</a>	<b>КУЖНЫЙ КРЕСТ</b> МПТ 00017 «САГИСТЕКА ИМ. ПЕРВЫЙ» (495) 772-9980 <a href="http://www.krest.ru">www.krest.ru</a>

**airmalta**

**Мальта - не просто отдых!**  
**MALTA IS MORE**  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

**МАЛЬТА**

«Куба далеко — >>>  
Куба рядом!»

Руководитель российского  
представительства  
Национального офиса по туризму  
Кубы ЭСТЕФАНИЯ ЭСКОБАР  
(вторая слева) и ее коллеги  
довольны работой  
в нашей стране.



# Карибские сокровища

Куба и Доминиканская Республика традиционно считаются одними из самых изысканных направлений для экзотического пляжного отдыха. Благодаря увеличению объемов авиаперевозки отдых здесь становится все более доступным для россиян. Обе страны обещают стать лидерами туристского спроса в зимнем сезоне.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

**К**уба — самый большой по площади и самый густонаселенный остров Карибского бассейна. Здесь сформировался уникальный мир, в котором все неповторимо: стиль жизни, чувство юмора, музыкальные стили, женская красота, транспортные средства и даже коктейли. Доминиканская Республика, занимающая две трети острова Гаити (второго по величине в архипелаге Антильских островов), славится великолепными пляжами, окруженными стройными пальмами, а также роскошными виллами и отелями-курортами, работающими по системе «все включено». Генеральный директор компании «Карибский Клуб» Ирина Ткаченко рассказывает, что, если 5–7 лет назад отдых на карибских островах считался эксклюзивным, то с увеличением объемов авиаперевозки Куба и Доминикана стали доступны для всех. О росте турпотока свидетельствует официальная статистика Центрального банка Доминиканской Республики. За период с января по июль 2013 года

страну посетили 103 тысячи россиян — на 18%, больше, чем за аналогичный период прошлого года. По словам директора по продажам компании «Джаз Тур» Анжелики Евфорицкой, несомненными плюсами карибского региона являются стабильная комфортная погода, теплое море, а также наличие русскоговорящих гидов на всех основных курортах. Специфика поездок — продолжительный (более 10 часов) перелет и смена часового пояса. По словам начальника аналитического департамента компании Tez Tour Moscow Юрия Гриценко, это иногда отпугивает туристов с маленькими детьми. Длительная адаптация (1–2 дня) определяет продолжительность туров: в основном россияне приобретают поездки на 10–14 дней.

## ЧЕМ ЗАНЯТЬСЯ

Оба направления — пляжно-экзотические. Отдых здесь можно разнообразить экскурсиями с осмо-

>>> Гавана заняла первую строчку в списке развивающихся направлений 2013 года, составленного на основе отзывов путешественников со всего мира на сайте TripAdvisor.

тром природных достопримечательностей. Как правило, Доминикану выбирают сторонники отдыха по системе «все включено».

«Из отелей здесь туристы обычно выходят только для небольшого шопинга (картины, сувениры) и экскурсий. Аналогичные по качеству отели на Кубе дороже доминиканских. То, что в Доминикане стоит сто долларов в сутки, на Кубе обойдется в сто евро», — рассказывает Юрий Гриценко.

На Кубу едут более активные путешественники. Популярностью пользуются комбинированные туры Гавана — Варадеро. В отличие от Доминиканы, на Кубе больше исторических экскурсий. Иногда на острове Свободы туристы берут напрокат автомобиль, чего в Доминикане лучше не делать из соображений безопасности.

Как отмечает руководитель отдела турфирмы «Нева» Ирина Абулова, на карибских курортах можно заниматься дайвингом, кайтингом, провести незабываемую свадебную церемонию (на Кубе официальную, в Доминикане — символическую). На Кубе отдых сочетается с программами здоровья.

## ЛИДЕРЫ СПРОСА

Предпочтения россиян на карибском направлении достаточно постоянны. На Кубе это отдых в отелях Варадеро плюс два-три дня в Гаване. В Доминикане популярна Пунта-Кана. По словам Юрия Гриценко, за последние 5 лет объем авиаперевозки значительно вырос, и предпочтения туристов в Доминикане сместились от отелей уровня 5\*+ в сторону более демократичных «пятерок» и качественных «четверок». Анжелика Евфорицкая отмечает, что в Доминикане также достаточно популярны Самана и северные курорты — Пуэрто-Плата и Кабарете. Практически в течение всего года здесь есть волна, что привлекает сюда серферов и других спортсменов. Южное побережье Доминиканы (Ла-Романа, Баяйбе) идеально подходит для семейного отдыха — здесь мелкое море и практически нет волн. Всегда востребован Санто-Доминго — столица Доминиканы и первый город Нового Света. Все большую популярность приобретают маленькие острова Кубы: Кайо-Ларго, Кайо-Коко, Кайо-Санта-Мария, Кайо-Гильермо. Они отлично подходят для уединенного романтического отдыха.

## ТОНКОСТИ ПРОДАЖ

На Кубу и в Доминикану можно долететь прямыми рейсами авиакомпаний «Аэрофлот» и «Трансаэро». Они выполняются в Гавану, Варадеро,



«Основными потребителями карибского турпродукта являются пары среднего возраста и молодежь».

Пунта-Кану. «Для перелета на Кубу мы рекомендуем национального перевозчика — «Аэрофлот». За два-три дня в Гаване туристы знакомятся с одним из самых интересных городов карибского региона, а затем нежатся на пляжах Варадеро», — рассказывает Юрий Гриценко.

По свидетельству Анжелики Евфорицкой, в новом сезоне крупные операторы летают на Карибы чартерными рейсами авиакомпаний Orenair, Nord Wind, которые отличаются достаточно демократичными ценами, продажи билетов на рейсы «Аэрофлота» стали более «индивидуальными». Как отмечает Ирина Абулова, при продаже туров на Карибы агентствам нужно обращать внимание клиентов на то, что обратный рейс с Кубы и из Доминиканской Республики вылетает в один день, а возвращается в Россию на следующий (из-за разницы во времени). Это особенно важно для туристов из регионов РФ. Также не стоит забывать о том, что безвизовый въезд на Кубу разрешен гражданам России и Белоруссии, а в Доминиканскую Республику — гражданам России и Украины. «Надо объяснять туристам, что на даты повышенного спроса стоит бронировать туры заранее. Хотя операторские компании выкупают места в гостиницах, их возможности не безграничны и за три дня до вылета забронировать определенный отель в период пикового спроса будет очень сложно», — говорит Ирина Абулова.

## TOP-5

### КУОРТЫ ДОМИНИКАНЫ

- 1 Пунта-Кана
- 2 Самана
- 3 Баяйбе
- 4 Кабарете
- 5 Пуэрто-Плата

Источник: данные компаний «Джаз Тур», «Карибский Клуб», «Нева», Tez Tour



## TOP-5

### КУРОРТЫ КУБЫ

- 1 Варадеро
- 2 Ольгин
- 3 Кайо-Ларго
- 4 Кайо-Санта-Мария
- 5 Кайо-Коко

Источник: данные компаний «Джаз Тур», «Карибский Клуб», «Нева», Tez Tour Moscow



В компании «Джаз Тур» отмечают, что на карибском направлении бывают задержки с подтверждением отеля. Из-за разницы во времени отели начинают работать в пять-шесть часов вечера по московскому времени, поэтому подтверждения «день в день» можно не получить. Однако отели очень лояльны и часто идут на уступки.

### ОПЕРАТОРЫ ПРЕДЛАГАЮТ

В нынешнем сезоне компания Tez Tour Moscow выпустила комбинированные спецпредложения по Кубе, предусматривающие две или три ночи в Гаване. Оператор советует обратить внимание на отель Sirenis Punta Cana Resort Casino & Aquagames — в этом сезоне его гостям предлагается бесплатный вход в аквапарк. Интересен новый комплекс Memories Splash / Royalton Punta Cana Resort & Casino. В компании «Джаз Тур» очень популярны комбинированные туры «Куба + Багамы», «Куба + Мексика», «Куба + Перу», «Куба + Коста-Рика», «Куба + Доминикана». Востребованы экскурсионные туры по Кубе и программы Fly&Drive для самостоятельных путешественников. Набирает популярность тур «Нью-Йорк + Доминикана». Любители шопинга могут слетать на пару дней из Доминиканы в Панаму.

Туроператор «Карибский Клуб» на базе чартерных и регулярных рейсов (авиакомпания «Аэрофлот», «Трансаэро», Nord Wind) предлагает туристам

пляжный отдых, экскурсионные программы и комбинированные туры по нескольким странам Латинской Америки.

### ЧТО ДАЛЬШЕ

За 9 месяцев 2013 года российский турпоток на Кубу сократился на 25%, в Доминикану — на 15%. Тем не менее, операторы не видят причин для паники.

По мнению Юрия Гриценко, развитие ситуации на карибском направлении сейчас тяжело прогнозировать: «Есть две встречные тенденции. С одной стороны, идет увеличение объемов перевозки некоторыми игроками, что может привести к «горению» туров. С другой стороны, есть «дорогая» клиентура, которая прежде предпочитала отдыхать в Египте и боялась длительных перелетов. Мы надеемся, что она пересилит свои страхи и откроет для себя два прекрасных карибских острова».

По мнению Ирины Ткаченко, спрос на островной отдых не снизится. Хотя туроператорам, которые имеют блоки мест на чартерных рейсах, будет довольно сложно работать из-за переизбытка перевозки.

В целом все компании уверены в том, что спрос на отдых на Кубе и в Доминикане будет увеличиваться. «Рост конкуренции среди туроператоров способствует расширению спектра предложений, появлению новых интересных программ, более сложных комбинированных туров», — считает Ирина Абулова.

## С видом на море

В декабре в Пунта-Кане открывается отель Westin Punta Cana Resort

Гостиница предложит гостям 200 номеров-сьютов с видом на море. Отель располагает залами для проведения деловых мероприятий и свадебных торжеств на 400 персон, большим открытым бассейном с зоной гриль, лобби-баром, сигарным баром, детским клубом, бизнес-центром, открытым 24 часа в сутки, и фитнес-центром Westin Workout. Гостям Westin также доступны все услуги первой категории комплекса Puntacana Resort & Club: соб-



ственный пляж, всемирно известные поля для гольфа La Cana и Corales, спа-центр Six Senses и восемь ресторанов. С территории комплекса открыт доступ в уникальный парк площадью 600 га — уголок природы с кристальными ручьями, экологическими тропами, центром верховой езды и ранчо, на котором обитают животные, населяющие остров Эспаньола. Гости отеля Westin также могут заниматься подводным плаванием, посещать серф-клуб.



# Индонезия — тренды сезона

Если соседи из Сингапура, Малайзии и Китая отдыхают в Индонезии круглый год, а европейцы, как правило, летом, то для нашего туриста это место зимних путешествий

ТЕКСТ КОНСТАНТИН ИСААКОВ

**Д**ля путешествующих россиян Индонезия — это на 80–90% остров Бали с его роскошным пляжным отдыхом. Но это и страна охраняемых ЮНЕСКО храмовых комплексов, этнографического, экологического и экстремального туризма.

## МНОЖЕСТВО ВКУСОВ

«С каждым годом спрос только на Бали увеличивается примерно на 15–20%. Все популярнее становятся и комбинированные туры: пляжи и спа-процедуры прекрасно сочетаются с экскурсиями по достопримечательностям, а серфинг или дайвинг — с дегустацией экзотических блюд», — отмечает Елена Малинина, заместитель директора по продажам туроператора ITM group.

Индонезийская кухня необычна. К ней уже присматривается профильный гастрономический туроператор Travel Hunter. «Мы расширяем ассортимент гастрономических направлений, изучая предложения и по Индонезии», — рассказывает Максим Пашков, PR-директор Travel Hunter.

Наталья Минорская, руководитель отдела Юго-Восточной Азии компании Vand International tour, также подтверждает, что пока примерно 80% интересующихся Индонезией знают лишь о Бали. Но есть уже запросы на туры, сочетающие пляжный отдых с экскурсиями.

Пример такой программы: побережье Бали — Убуд (центральная часть острова) — дельфинотерапия в Ловине — Джакарта — Джокьякарта (храмы Промбанан и Боробудур) — Флорес («Драконы Комодо») — Ломбок. Последний остров, как и другой северный, Бинтан, идеально сочетаются с посещением Сингапура. Некоторые клиенты предпочитают комбинации с другими городами и странами, через которые выполняется перелет. Специалисты Vand International tour и ITM group считают, что в Индонезии создана неплохая гостиничная база. На Бали она — просто отличная, от бюджетных до бутик-отелей. Остров Ява и города Джакарта и Джокьякарта также предлагают широкий выбор вариантов размещения. А вот на островах Ломбок, Суматра, Сулавеси, Ириан-Джайя отелей пока маловато. Впрочем, здесь многие путешествуют с рюкзаком за плечами, останавливаясь просто переночевать. Отельная база в стране пополняется практически каждый год. Лет через пять должны открыть двери примерно 700 новых отелей, в том числе таких крупных сетей, как Accor, InterContinental Hotels Group. Некоторые индонезийские отели предлагают весьма экзотические услуги. «В заведении Bali Heritage Reflexology and Spa (Джакарта) есть спа-сервис для экстремалов: массаж змеями, который помогает снять стресс. На обнаженную спину человека помещают питонов, которые и выполняют работу массажиста», —

**>>>** Российские туристы открыли Индонезию недавно, но темпы роста турпотока сегодня впечатляют. По итогам 2012 года число гостей из РФ в стране составило почти

**30** тысяч человек — это на 9,5% больше, чем в 2011 году.

## ИНДОНЕЗИЯ



## КАК ДОБРАТЬСЯ

С октября по март из Москвы до аэропорта Денпасар (остров Бали) летают чартеры авиакомпании «Трансаэро». С недавних пор чартерные перелеты организовал авиаперевозчик Nordwind, принадлежащий туроператору «Пегас Туристик». Он собирает в Бангкоке пассажиров из четырех регионов и одним большим самолетом доставляет их в Денпасар.

Из регулярных рейсов самыми удобными для россиян считаются перелеты Singapore Airlines. В первую очередь из-за непосредственной близости от Сингапура ко многим индонезийским аэропортам. Популярны и перелеты Cathay Pacific через Гонконг.

рассказывает вице-президент туроператора «Южный Крест» Марина Борисовская.

Туроператор «ПАКС» отмечает новый тренд: многие туристы, купившие туры на Бали, уже на месте, войдя во вкус, приобретают экскурсии на другие острова. А некоторые клиенты, побывав в этих краях зимой, приезжают сюда и летом. Чартеры в Индонезию обычно начинаются ближе к зиме и заканчиваются по весне. До недавнего времени раз в неделю их выполнял только один перевозчик — «Трансаэро». Сейчас летать в Индонезию начала компания Nordwind, принадлежащая оператору «Пегас Туристик»: клиентов из четырех российских регионов она собирает в Бангкоке, отправляя всех вместе оттуда на Бали.

Есть выбор транзитных регулярных перелетов. Выгодный и удобный вариант — через Сингапур, откуда до Денпасара, аэропорта на Бали, добраться всего час. Транзит в Джакарту предлагают Emirates, Etihad и Qatar Airways. Лететь можно через Куала-Лампур, Сеул, Гонконг, Дубай, Доху, Бангкок. В марте 2014 года Garuda Indonesia Airways войдет в альянс Skyteam и станет партнером «Аэрофлота». Для внутреннего перелета можно воспользоваться услугами местных лоукостеров.

## ОЧЕНЬ РАЗНЫЕ ОСТРОВА

Индонезия — это 1750 островов, и каждый не похож на соседа. На острове Бали сложилась особая космополитическая субкультура, туристы чувствуют полную свободу. Уникален остров Ява с его объектами храмовой архитектуры. Очень живописны тропические леса, вулканы. Есть и объекты нематериального наследия — театр теней Вайянг, весьма оригинальные кухня и кофе. Перспективное направление — остров Бинтан. Сейчас здесь много сингапурцев — они часто приезжают на выходные. В туристскую инфраструктуру Бинтана уже вкладывается и российский бизнес. К 2017 году здесь предполагается построить несколько отелей разного уровня, среди инвесторов есть и наши соотечественники: компания Alpha Pacific Group (APG) возводит отель «Бинтан Норд Стар».

На Сулавеси обычно едут заядлые дайверы. На Калимантан — любители живой природы: здесь единственный в мире заповедник орангутанов. Суматра известна своим заповедником тигров. На западную, индонезийскую часть острова Новая Гвинея стремятся экстремалы, мечтающие пообщаться с папуасами, по сей день живущими в условиях первобытно-общинного строя. Группа Молуккских островов знаменита уникальными пряностями: отсюда родом, например, корица, гвоздика. Регионом этим владели попеременно португальцы, испанцы, голландцы, здесь уникальное смешение культур, но основная религия — католицизм.

«Обычно поездка россиянина в Индонезию длится 12–13 дней. Для сравнения: отдых европейцев и гостей из близлежащих азиатских стран продолжается в среднем 4–6 дней, — рассказывает Николай Дергачев, представитель Индонезийского туристического офиса в России. — При этом россиянин тратит за визит, по статистике, больше всех — \$1775, тогда как гость из Европы — \$1500–1600, китаец или кореец — около \$1000, а сингапурец — всего \$600–700. Ежедневно наш соотечественник расходует \$148, и это тоже выше средних сумм».

## ВИЗЫ

Граждане РФ могут оформить индонезийскую визу непосредственно по прибытии в страну. За визу на 7 дней требуется заплатить \$10, на 30 дней — \$25. Потребуется загранпаспорт, срок действия которого истекает не менее чем через 6 месяцев после завершения визита в Индонезию, обратный билет на самолет или подтверждение платежеспособности

в размере \$1000. Виза на каждого ребенка оформляется и оплачивается дополнительно. Можно получить визу и заранее — в московском посольстве Индонезии. Она оформляется на срок до 60 дней (в анкете надо указать длительность поездки) и стоит \$70. Предоставляются загранпаспорт, срок действия которого истекает не менее чем через 6 месяцев после

завершения поездки, две цветные фотографии размером 3x4 см, заполненная анкета, билеты на самолет или документальное подтверждение бронирования. Уже в Индонезии есть возможность продлить эту визу еще на 30 дней. Для этого за неделю до ее окончания нужно прийти в иммиграционную службу, заплатив там \$25 и заполнив необходимые документы.

Директор департамента Азии компании «АРТ-ТУР» **НАРГУЛЬ БУРЖУЕВА:**

## «Бали — это умиротворяющий комфорт»

Одна из жемчужин Индонезии — остров Бали. К несомненным достоинствам этого направления можно отнести атмосферу комфорта, потрясающе красивую природу, отели высокого уровня с отличным сервисом, рестораны с хорошей кухней, богатую экскурсионную программу, роскошные спа-процедуры по приемлемым ценам. Еще Бали хорош разнообразием, его курорты заметно отличаются друг от друга. Например, Нуса-Дуа предлагает все для комфортного купания. Лучшие гостиницы здесь — Regis, The Mulia, Westin. Гостиницы на побережье Джимбаран располагаются на скале, из окон открываются потрясающие виды. Здесь все неспешно и аутентично. Лучшие виллы с частными бассейнами и панорамными видами на океан можно найти в гостиницах Banyan Tree, Bvlgari, Four Seasons. Для занятий йогой и медитацией идеально подойдет Убуд с его умиротворяющей атмосферой. Лучшие отели этого курорта — Four Seasons Sayan, Kupu Kupu Barong, Ubud Hanging Gardens. Любителям серфинга и бурной ночной жизни лучше бронировать гостиницы в Семиньяке — своеобразном арт-

центре острова Бали. Обратите внимание на WRetreat, The Legian, The Seminyak. Плюсами этого курорта также являются широкий выбор качественной перевозки и возможность организации комбинированных туров с посещением Сингапура и Гонконга.

Новый год мы предлагаем встретить в самых ярких и красивых городах Азии — в Сингапуре и Гонконге с последующим отдыхом на острове Бали. Лучшие отели, рестораны, магазины, ночные клубы и высотные бары расположены именно здесь.

Авиакомпания Cathay Pacific ввела в этом году новый премиальный класс обслуживания, что является, на мой взгляд, прекрасным способом сделать свой перелет комфортней за разумную доплату, что очень важно на дальних рейсах. В премиальном экономклассе большее расстояние между креслами, больший угол наклона спинок, более мягкое, комфортное и более широкое сиденье. Также к услугам туристов, выбравших этот вариант перелета, увеличенная норма бесплатного провоза багажа и приоритетная регистрация в аэропорту. На острове открыли новый аэропорт и дополнительную дорогу в туристическую зону.



>>> Бали — это удачное сочетание новогодних вечеринок, шопинга и пляжного отдыха. Лучшими авиакомпаниями на направлении по-прежнему остаются Singapore Airlines, Cathay Pacific (перелеты с одной остановкой в Сингапуре или Гонконге).



- *Индивидуальные туры на о. Бали, о. Ява, о. Бинтан,*
- *Гарантии на Новый год и каникулы!*
- *Свадебные церемонии, дайвинг*

# ART TOUR

(495) 232-31-13 [www.arttour.ru](http://www.arttour.ru) 8 (800) 3333-100

Посол Шри-Ланки в РФ  
УДАЯНГА ВИРАТУНГА  
с представителями  
авиакомпаний  
Sri Lankan Airlines.



# Туристы выбирают Шри-Ланку

Известный путешественник XII столетия Марко Поло называл Шри-Ланку прекраснейшим из всех островов. В течение многих веков он был желанной целью для европейских путешественников.

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН

»»» Туроператор «Библио-Глобус» выступил консолидатором новой полетной программы на Шри-Ланку: впервые организованы прямые перелеты на рейсах авиакомпании «Трансаэро» с 28 декабря из Москвы в Коломбо.

**В** новейшей истории острова случались события, негативно отразившиеся на развитии туризма, например, цунами 2005 года. 30 лет длился внутренний вооруженный конфликт между сингалами и тамилами. Однако после его окончания в 2009 году перспективы ланкийской индустрии гостеприимства вновь выглядят многообещающими. В 2010 году, сразу после окончания войны, туристический поток на остров вырос на 46%. С 2009 до 2011 года он удвоился, а в конце 2012 года страна впервые приняла миллионного туриста. Издательство Lonely Planet назвало Шри-Ланку лучшим туристическим направлением 2013 года. У туризма на острове есть много козырей. Главные из них — компактность территории, редкое разнообразие видов отдыха и экзотика. Туристические предложения Шри-Ланки можно обобщить по таким категориям: пляж-

ный отдых, историческое наследие, дикая природа, оздоровление — аюрведа и спа, фестивали и праздники, спорт и приключения и, конечно, шопинг. Наибольшее количество отелей и превосходных пляжей расположено на западном (от Негомбо до Калутары) и южном (от Бентоты до Тангалле) побережьях острова.

## НАХОДКА ДЛЯ ТУРИСТОВ

На Шри-Ланке с ее более чем 2500-летней историей много культурно-исторических памятников. Восемь объектов культурного и природного наследия человечества находятся под охраной ЮНЕСКО. Это бывшая столица Канди, священный город Анурадхапура, голландский форт Галле, древний город Полоннарува, горная крепость Сигирия, буддистский горный храм Дамбулла, заповедник Хортон Плейнс и дождевой лес Сихараджа. Кроме этих

мест есть десятки других исторических достопримечательностей, популярных у туристов.

Природное разнообразие острова удивительно — от сухих саванн и влажных экваториальных лесов до альпийских горных лугов, где выращиваются лучшие сорта цейлонского чая.

В большую пятерку ланкийской дикой природы входят слон, леопард, медведь-губач, голубой кит и кашалот. 13% территории острова охраняется в качестве национальных парков и заповедников. Среди них в первую очередь стоит упомянуть наиболее посещаемый парк Яла, Национальный парк Вилпатту — самый большой в Шри-Ланке, известный своими леопардами, и слоновий питомник Пиннавала.

Шри-Ланка — идеальное место для спортивного туризма. К услугам гостей — гольф, серфинг, дайвинг и снорклинг, полеты на воздушном шаре, рафтинг и каноэ, рыбалка, велоспорт, пешие прогулки, походы и даже скалолазание.

Остров славится традиционными центрами аюрведы и спа. Аюрведические программы состоят из ряда травяных процедур и различного рода ванн и массажей, а также методов очищения и активизации жизнедеятельности, таких как йога, медитация и специальные диеты. На ряде курортов предлагаются и другие методы оздоровления — тайский массаж, гидротерапия, травяные ванны, рефлексология и косметические процедуры. Четыре основные религии страны — буддизм, ислам, индуизм и христианство — находят отражение в религиозных и культурных праздниках в течение всего года. Нельзя не упомянуть о драгоценных камнях Шри-Ланки, особенно синих, розовых и желтых сапфирах и рубинах. Из народных ремесел выделяются резьба по дереву и серебряные украшения.

## БОГАТСТВО ВЫБОРА

Отчет британского Post Office показывает некоторое снижение рейтингов Шри-Ланки. По соотношению «цена — качество» это направление теперь уступает Южной Африке, Вьетнаму, Таиланду и Индонезии, занимая пятую строчку. Аналитики Post Office исследовали цены, ориентируясь на 10 наиболее необходимых туристам вещей, включая крем от солнца, средство от насекомых и трехразовое питание на двух человек с бутылкой вина. В Коломбо стоимость этого набора составляет примерно \$93, что является наиболее высокой ценой среди анализируемых направлений.

Сайт [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru) провел свой опрос и выяснил, что российские туроператоры не разделяют пессимизма британских коллег. «Российский турпоток на Шри-Ланку стабилен. С 29 октября на остров начал выполняться прямой авиарейс, увеличения цен на туры не предвидится. Сейчас на рынке есть много бюджетных предложений. Цены в многочисленных супермаркетах фиксированы

и не завышены. Средняя стоимость обеда в недорогом ресторане не превышает \$7. Единственная услуга, цены на которую действительно выросли, — это аюрведические процедуры. Стоимость сеанса массажа увеличилась в разы: до \$30 в центре страны и до \$100 на побережье. Но для гостей высококлассных курортов Шри-Ланки увеличение цен на услуги и питание на 10–15% не является критичным», — считает Ольга Архипова, генеральный директор туроператора «Коннайсанс тур».

«Ситуация на Шри-Ланке последнее время стабилизировалась, в нашей компании активизировался и спрос. Шри-Ланка по-прежнему остается «демократичным» направлением отдыха по сравнению с другими странами Юго-Восточной Азии. Мы отмечаем тенденцию роста популярности направления среди наших туристов. Очень хорошо продаются туры в регионы страны. В связи с этим мы взяли блоки мест на Новый год и Рождество», — комментирует руководитель департамента Юго-Восточной Азии компании «Южный Крест» Анастасия Тимошенко. «В нашей компании мы отмечаем увеличение турпотока на 7%. Прогнозы на зиму самые оптимистичные. В связи с повышенным спросом в стране действительно наблюдается рост цен, но он незначителен и не критичен для тех, кто выбирает местом своего отдыха этот регион. Увеличение турпотока, на мой взгляд, также связано с увеличением объема прямой авиaperевозки», — говорит Ольга Скалкина, менеджер сети «Магазинов горящих путевок».



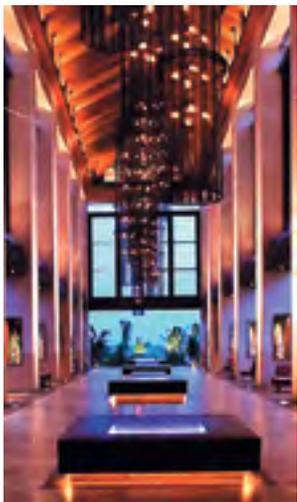
>>> Для посещения Шри-Ланки виза не требуется, но необходимо оформить электронное разрешение на въезд. Начиная с 2013 года оформление стоит \$30 (для взрослого). Эту процедуру можно пройти и в аэропорту Коломбо.



# Сверхновая звезда Марокко

Неординарная премьера нового гостинично-туристского проекта на марокканском курорте Тагазут состоялась на конференции RHC 2013 в Сочи, посвященной инвестициям в гостиничный бизнес

ТЕКСТ ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



« Марокко реализует амбициозную программу увеличения объемов въездного туризма – до 2020 года число гостей должно вырасти до 20 млн »»

**САМИР СУССИ**

Директор туристического офиса Марокко в России и странах СНГ

**В** рамках RHC организаторы пригласили российских журналистов на пресс-встречу в одном из отелей олимпийской программы Radisson Blu. «О новом комплексе в районе Агадира, носящем бренд Four Seasons, решено сообщить именно в России. Потому что мы очень верим в ваш рынок», — заявил Юссеф Геннун, директор по развитию одного из главных инвесторов проекта, холдинга Akwa Group.

Самир Сусси, директор марокканского национального туристического офиса в России и странах СНГ, обозначил прямую заинтересованность своей страны в увеличении турпотока из России: «В прошлом году мы приняли 30 тысяч россиян. В этом году ждем вдвое больше — около 60 тысяч. Но это все равно мизер по сравнению с почти 10-миллионной цифрой всех годовых прибытий». Самир Сусси указал на достижения национально-турофиса в налаживании связей с российскими туроператорами: туры в Марокко предлагают такие «тяжеловесы» турбизнеса, как «Корал Тревел», «Пегас Туристик» и «Анекс Тур», они поднимают чартеры в эту страну. В дополнение к регулярным рейсам из Москвы и Санкт-Петербурга летом следующего года планируются цепочки вылетов из трех других городов — Екатеринбург, Новосибирск и Казани. Будет увеличиваться объем рекламы в России.

Динамика последних лет дает основания для оптимизма: в 2009 году «с нуля» открылся курорт Саидия близ границы с Алжиром — у него 14 километров пляжей с безупречным мелким песком. В 2010 году туристическую карту Марокко дополнил курорт Мазаган на атлантическом побережье, в 90 километрах от Касабланки — экономической столицы королевства. Это проект компании Kerzner International, занимающейся строительством престижных морских курортов. Он расположен между эвкалиптовым лесом и превосходным пляжем и отвечает всем критериям категории «люкс», имеет спа-центр, казино, поле для гольфа. В 2014 году начнет принимать гостей курорт Тагазут, который стал новой площадкой для компании Four Seasons.

Тагазут, стоящий на берегу одноименного залива, позиционируется и как «расширение» Агадира (их разделяет 18 километров), и как повышение классности базового курорта. Первым, к концу будущего года, откроется Hyatt, за ним последуют Marriott, Pierre & Vacances и другие гостиницы. К 2017 году полностью заверченный Тагазут предложит гостям

8 тысяч гостиничных мест высшей категории. Общая сумма инвестиций в проект составляет 1,5 млрд долларов. Одним из четырех акционеров выступает Министерство туризма Марокко.

«До 90% процентов иностранных туристов, посещающих район Агадира, — это россияне, и можно надеяться, что их станет еще больше: мы знаем, как у вас ценят марку Four Seasons», — заявил Юссеф Геннун. В Тагазуте холдинг Akwa Group выступает в двух ролях: как ведущий соинвестор генерального плана и как единственный инвестор Four Seasons Resort, стоимость которого оценивается в 120 млн долларов.

Комплекс, строительство которого начнется в следующем году и завершится в 2016 году, будет состоять из отеля Four Seasons на 132 номера и 47 престижных вилл, каждая — с видом на море. Общая площадь застройки — 18 гектаров земли у кромки моря. К разработке проекта были привлечены самые известные в своих сферах компании — архитектурное бюро HKS Glazier Studio, агентство по дизайну помещений Wimberly Interiors и студия ландшафтного дизайна Scape Design Associates.

Согласно проекту, в диапазоне от одного до двух миллионов евро предлагаются три типа вилл: на участке 600 квадратных метров — с двумя спальнями, на участке 1000 квадратных метров — с тремя и на участке 1500 квадратных метров — с пятью спальнями. С декабря 2013 года виллы можно бронировать внаем. Есть уже и потенциальные покупатели из разных стран. По прогнозам, как минимум четверть объектов уйдет на российский рынок. «С точки зрения приоритетов для нас на первом месте — с большим отрывом от второго — стоит Россия, за ней идет Германия, затем — Британия и Франция», — подчеркнул Юссеф Геннун.

## СПРАВКА «ТБ»

Марокканский холдинг Akwa Group, в который входит 60 компаний, основан в 1959 году. Годовой оборот (2012) — 3 млрд долларов. Работая в основном в топливно-энергетическом секторе, Akwa Group приобрел девелоперский опыт в проекте Marina Agadir. Участвует в проекте строительства в Марокко 24 отелей под брендом Ibis Budget на 4 тысячи номеров общей стоимостью 150 млн долларов.

# Танготуризм: молодой и успешный

**АЛЕКСАНДР ВИСТГОФ** был в числе тех, кто дал новое рождение аргентинскому танго в России в конце 1990-х годов. Основатель и руководитель танго-школы «Ла милонга» и клуба «Планетанго». Организатор главных международных танго-фестивалей в Москве – «Ночи милонгера» и «Планетанго», собирающих сотни танго-туристов из России и зарубежья. Член Ассоциации танцоров и преподавателей аргентинского танго в Буэнос-Айресе. О путешествиях «в ритме танго» – в беседе с корреспондентом «ТБ».

**БЕСЕДОВАЛ** ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН



## Как получилось, что вы стали одним из пионеров танго-движения в России после того, как возрожденное аргентинское танго начало победное шествие по всему миру?

С одной стороны, это случайность — собралась группа людей, которые начали заниматься танго. Нас было всего человек десять, и мы пришли в группу к Валентине Устиновой — именно она начала преподавать танго в России в 1998 году. С другой стороны, хотелось эмоционального, яркого досуга — и непременно в компании единомышленников.

**Когда вы впервые услышали танго?** Мне было лет 12, когда родители стали танцевать под пластинки, которые мой дед, летчик-испытатель, вывез из Англии. В конце 1940-х годов у нас было военное сотрудничество с недавними союзниками, в Англии стажировались наши летчики. И вот дед вывез целый чемодан пластинок, где в основном был Петр Лещенко, но попадались и аргентинское танго — несколько записей оркестра Франсиско Канаро, например, бессмертная «Кумпарсита». Некоторые из этих дисков «на 78» сохранились до сих пор. Взрослое соприкосновение случилось гораздо позже. Я учился на истфаке МГУ, и мне повезло попасть по обмену на два года в Будапешт, в Центральноевропейский университет. Обучение шло по-английски, пришлось овладеть этим языком. Это очень пригодилось в конце 1990-х: я стал общаться с людьми из международного

танго-сообщества, заочно, конечно, по интернету, донося до них весть о том, что и в России возрождается танго. Тогда еще не было форумов, тогда были, если помните, так называемые дискуссионные листы. Можно было зарегистрировать свой эмейл и получать сообщения всех других членов листа — всемирная платформа общения любителей танго выглядела именно так. Возрождение танго, как известно, началось в остальном мире лет на 10–15 раньше, чем у нас, поэтому я старался узнать, что и как происходит. Но при этом не упускал случая пригласить любых тангеро, которые по какой-то причине могли оказаться в Москве, зайти на наш огонек и чему-то нас научить.

## Сколько времени прошло с того момента, как вы сказали себе — буду не только танцевать, но и преподавать?

Сначала я стал просто организовывать людей — не как бизнесмен, а как человек, которому нравится объединять других. Уже к концу 1999-го года сформировался поток известных танго-персон, которые стали к нам приезжать. Например, Эдуардо Фернандес, аргентинец, который живет и работает в Вашингтоне, Светлана Баталова из Нью-Йорка, Метин Язир и другие танцоры из Турции, европейские танцоры. Эти профессионалы брали уроки у аргентинских звезд в самом Буэнос-Айресе и давали уроки нам. И не только уроки: они воссоздавали здесь атмосферу милонг — танго-вечеринок. Благодаря им

>>> Повсюду в мире продаются специальные туры для танго-туристов. Вне конкурса — Аргентина.





»»» Что касается развития танготуризма в Москву, чего, конечно, очень хотелось бы, то европейцы не едут к нам, в первую очередь из-за трудностей с получением визы и ее высокой стоимости. Как только эта проблема исчезнет, когда появятся недорогие отели, которые выбирают тангеро по всему миру, за 60–70 евро в сутки, — у нас будет много гостей. Уже в этом году на фестивале «Ночи милонгеро-2013» мы увидели танцоров из Италии, Германии, Франции и даже Канады, и никто им не удивлялся.

мы стали понимать, что надо делать, чтобы танго стало интересным для всех.

**Как наши танцоры осваивали мир?** Некоторые сразу поехали учиться в Буэнос-Айрес, а другие отправились в такие танцевальные места, которые в те времена считались культовыми. Прежде всего, это школа «Эль корте» в Голландии, где преподает Эрик Юриссен. Именно он придумал танго-марафоны: люди собираются для того, чтобы танцевать два-три дня подряд, спят в соседней с танцполом комнате, вместе едят — происходит вовлечение в танго. После Европы наши обычно ехали в Аргентину, чтобы продолжать учиться.

**Что это за явление — танготуризм, как оно развивается?** Международные фестивали интересны тем, что собирается много людей, здесь легко найти партнера для танца. Конечно же, больше всего это развито в Буэнос-Айресе. В аргентинской столице действуют танго-школы, которых работают только для туристов, там есть милонги, которые рассчитаны специально на иностранцев. Наконец, повсюду в мире продаются специальные туры для танго-туристов. Есть мини-отели, которые их принимают. Из большинства стран Европы, не говоря про США, — безвизовый въезд. Существует и особая индустрия танго-вещей — одежды, обуви, сувениров. Готовится и подается еда, в том числе национальная, которая ассоциируется с танго. Ну и, разумеется, очень достойное аргентинское вино, с замечательным балансом цены и качества. Далее — всех влекут танго-места Буэнос-Айреса, осященные его звездами, — исторические улицы и кварталы, залы, где они выступали, памятники самым знаменитым из них, в том числе на кладбище Реколета. Мало кто пропустит возможность побывать на танго-шоу — на сцене вам преподносят танцевальный спектакль, а в зале — вполне приличный и не самый дорогой ужин, за все примерно 70 долларов. Это также обеспечивают стабильную прибыль аргентинскому танготуризму. Его ответвлением можно считать экспорт «рабочей силы» — аргентинских преподавателей, которые передвигаются по всему миру в поисках заработка.

**Что можно рекомендовать новичку?** Хорошего провожатого в Буэнос-Айресе, который поможет избежать некоторых ошибок. Например, если женщина приходит на милонгу одна, ей не следует садиться за стойку бара или стоять рядом с ней — это будет понято весьма специфически. Если хотите взять в пару наемного танцора, то об этом лучше договариваться заранее, а не на милонге. Русских женщин, правда, это не касается — они всегда имеют успех.

**Какие «места силы» вы выделяете в Буэнос-Айресе?** Для меня это район Сан-Тельмо, самый

старый в аргентинской столице, и бескрайняя авенида Коррьентес — мощная жила Буэнос-Айреса. Здесь можно ощутить энергию этого благословенного города. Мне важно видеть и чувствовать, как люди живут и как они общаются. Еще район для отдыха — Палермо-Голливуд: там разные парки, очень колоритно.

**Чем занимается Ассоциация танцоров и преподавателей аргентинского танго и как в нее попасть?** Вы должны получить рекомендацию одного из действительных членов. Туда входят уважаемые деятели танго-сообщества, в основном аргентинского, но и международного тоже. Это объединение людей, которые любят танго и хотят содействовать его дальнейшему развитию во всех странах. Каким образом? Поддерживая чемпионаты, милонги и даже отдельных преподавателей — мобилизуя всех, кого можно, в пользу танго.

**Поговорим об организации международных танго-фестивалей в Москве. Вам удалось оседлать эту волну. Уютно ли вы себя чувствуете на ней?** Не очень... Я сделал двадцать один такой фестиваль и сейчас привожу в Россию на эти события больше двадцати аргентинских пар преподавателей в год. Для меня это часть работы школы «Ла милонга» и клуба «Планетанго». В фестивалях принимают участие, прежде всего, ученики школы и посетители клуба, на фестивалях мы учимся у аргентинцев, это продолжающийся процесс. Не каждый фестиваль приносит прибыль, кстати говоря. Иногда выбираешь какую-то площадку для большой милонги, а люди туда не приходят. Или, например, приезжает сверхзвезда, Густаво Навейра, который требует огромных гонораров, а на его уроки приходит вдвое меньше людей, чем ожидалось.

**Что такое для вас путешествие — обязанность, удовольствие?** Я достаточно легко путешествую, потому что для меня любое перемещение по миру — это возможность переключить сознание. Возникает состояние, в котором можно морально отдыхать от своих московских обязанностей. Например, дорога на Селигер, эти пятьсот километров, — они дают мне отдых.

**Сколько дней в году вы в пути?** Примерно месяц-полтора. Не все передвижения связаны с танго... Ценю Италию, Испанию и Канары, Германию, а также Чехию, Венгрию и Австрию. Вот Нью-Йорк, пожалуй, это то место, куда я пока не собираюсь.

**Выскажите, пожалуйста, какое-нибудь сверхъестественное пожелание.** Хорошо бы отменить въездные визы для танго-туристов хотя бы из одной страны — скажем, Германии или Италии... Обещаем московскому правительству заметно пополнить столичную казну!

Уважаемые коллеги!

Приглашаем к участию в эффективных региональных workshop «Турбизнес».

23 апреля 2014 (вторник)

## Баку

Профессиональный воркшоп в промышленном, социальном и культурном центре Азербайджана

24 апреля 2014 (Среда)

## Тбилиси

Налаживаем партнерские отношения в крупнейшем городе и столице Грузии

### Стоимость участия в workshop:

БАКУ, ТБИЛИСИ - 19 тыс. руб. (за один город)

Цены указаны без учета НДС 18%

### Дополнительно предлагаем:

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

### Workshop в России:

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



### Отдел workshop «Турбизнес»:

Кристина Сивова:

k.sivova@tourbus.ru

Евгения Шуманская:

e.shumanskaya@tourbus.ru

### Дополнительная информация:

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

Wshotels@tourbus.ru



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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ  
 УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

# РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ



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

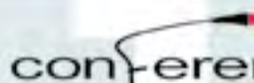
ТИРАЖ:  
**10 тыс. экз.**

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:  
**март 2014 г.**

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом Business Travel среди корпоративных заказчиков конгрессных услуг, MICE - компаний (5000 адресов);
- на выставках FITUR (Мадрид), ITB (Берлин), MITT (Москва), IMEX (Франкфурт), MIBEXPO (Москва), WTM (Лондон), EIBTM Барселона;
- на специализированных workshop (АНТОР-MICE, MICE Forum, и др.) и региональных workshop «Турбизнес»
- на конференции WTM Vision, семинарах Travel Business Day

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

 conference.ru

 BUSINESS TRAVEL

 Турбизнес  
 МЕДИАТЕРАКМЪ ДОМ с 1997 г.

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ

тел./факс: (495) 723-72-72

Пшеничная Анастасия | e-mail: [catalog@tourbus.ru](mailto:catalog@tourbus.ru)