

№ 12 НОЯБРЬ-ДЕКАБРЬ 2015

# Турбизнес

Travel Trade Russia

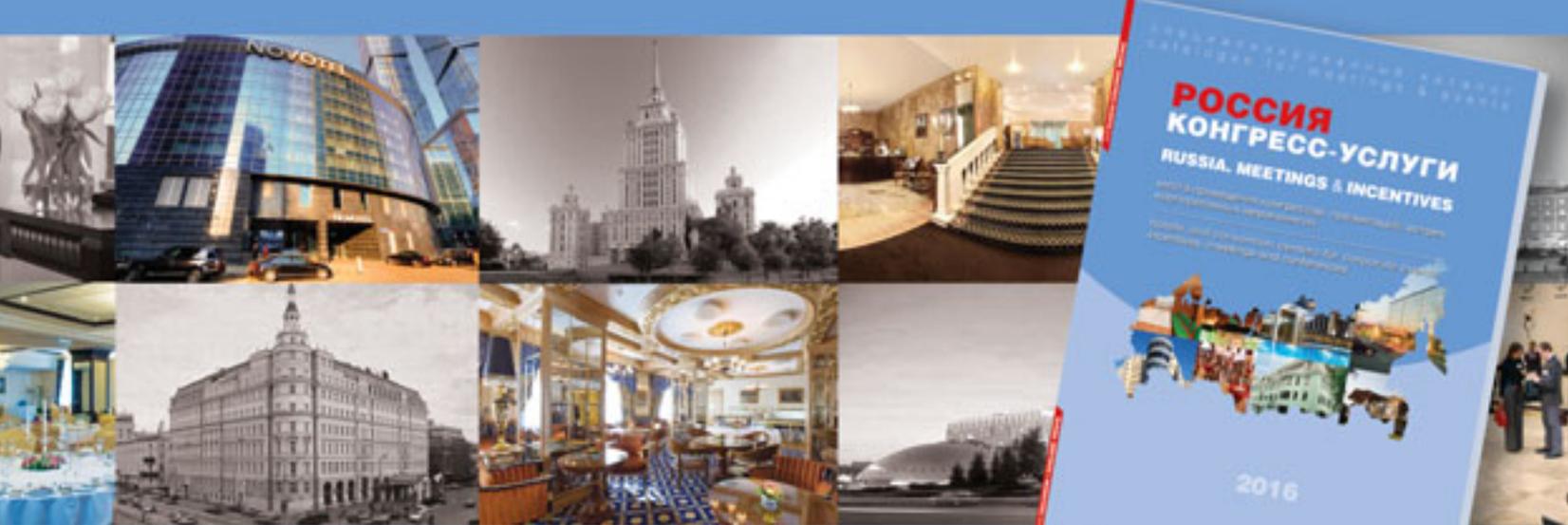
WWW.TOURBUS.RU



**РОССИЙСКИЙ  
ТУРИЗМ: ЖИЗНЬ  
ПРОДОЛЖАЕТСЯ**

**СЕРБИЯ**  
[www.balkani-tur.ru](http://www.balkani-tur.ru)  
туроператор 7-ТУР





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

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ КАТАЛОГ

• УДОБНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ

# РОССИЯ КОНГРЕСС-УСЛУГИ

12<sup>й</sup>  
ВЫПУСК

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

ТИРАЖ:

**10 тыс. экз.**

ВЫХОД ИЗДАНИЯ:

**март 2016 г.**

### РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

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

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

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВЫЙ ТУРИЗМ  
**BUSINESS TRAVEL**  
INTERNATIONAL BUSINESS TRAVEL

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В КАТАЛОГЕ**

тел./факс: (495) 723-7272

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

# Madrid

*Making business a pleasure*

MADRID  
CONVENTION  
BUREAU



## *Кто сказал, что если вы едете по делам, вас ждут только дела?*

Командировки в Мадрид гарантируют множество положительных эмоций.

Ласковое солнце, удобно расположенные конференц-центры, великолепная кухня — вот лишь малая толика приятных сюрпризов, ожидающих Вас в испанской столице.

После дня плодотворной работы знаменитые музеи и стильные магазины обеспечат новый заряд бодрости, чтобы Вы могли насладиться бурлящей ночной жизнью города.

Расслабьтесь за столиком под открытым небом с бокалом вина и изысканными закусками или танцуйте до утра. В Мадриде есть все, что нужно для работы и отдыха на любой вкус.

info.mcb@esmadrid.com  
(\*34) 91 758 55 28  
www.esmadrid.com/mcb

esmadrid.com/mcb

 madrid-convention-bureau

*i*MADRID!

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

**anextour**

**ОКУНИСЬ  
В ЛЕТО**

**ПЛЯЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ**

**ВЬЕТНАМ**

Хошимин (NEW), Далек (NEW), Фанбик (NEW),  
о Фукой (NEW), Вьет Тау (NEW), Нинхин, Фаммет

**ТАИЛАНД**

Бангкок, Паттайя, Пхукет, Краби,  
Самуй, Кхао-Иан, Као-Лак

**КАНАРСКИЕ ОСТРОВА,**

с Тенерифе

**ДОМИНИКАНА**

**ИНДИЯ**

Гоа

**ОАЭ**

Дубай

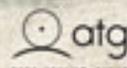
**МЕКСИКА**

Канкун, Пуэрто-Мартин

**ИСПАНИЯ, БАРСЕЛОНА**

Эксклюзивные туры, City-туры,  
отдых на побережье Коста Брава и Коста Доркад

**anextour.com   8-800-77-55-000**

 **atg**  
Агентство туристических услуг

РЕКЛАМА

Главный редактор Софья Константинова  
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян  
Лариса Мартынова  
Александра Полянская  
Владимир Сергачев  
Анна Юрьева

Редакция журнала «Турбизнес»

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

Отпечатано в России  
Тираж 10 000 экз.

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

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

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

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Генеральный директор Иван Калашников  
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный директор Ольга Мальцева  
o.malitseva@tourbus.ru

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

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

Менеджер отдела рекламы Анастасия Пшеничная  
reclama@tourbus.ru

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

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

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

Сайт www.tourbus.ru

Михаил Шугаев  
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»  
Лариса Мартынова

**BUSINESS TRAVEL**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер  
a.zager@tourbus.ru

**Destinations**  
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов  
a.popov@tourbus.ru

**Пять звезд**

Главный редактор Элеонора Арефьева  
e.arefyeva@tourbus.ru

**Турбизнес**  
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова  
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

## В НОМЕРЕ

### 4 СОБЫТИЯ

- 2015. Чем он нам запомнился?
- Новая плеяда академиков туризма
- Visit Russia теперь в Италии

- «Броневик» признали глобально
- BRISCO не сдаётся
- Workshop «Турбизнес»: диалог состоялся!

### 10 ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. РОССИЯ

#### ТЕМА НОМЕРА

### 16 ДУМЫ О ВЫСОКОМ

Перспективы горнолыжного сезона 2015/2016: кто в фаворитах, а кто — в аутсайдерах?

### 20 ПОВОРОТНЫЙ МОМЕНТ

Зима без Египта. Как среагировал рынок и куда в итоге поедут российские туристы



### 24 ПРОФЕССИОНАЛ

Дмитрий Арутюнов:  
Ремесленник с душой мечтателя

42

43

44

### РЕГИОНЫ РОССИИ

Путешествие как бренд

Моя судьба — Югорский край

Кружевная душа, горячее сердце

### 28 ТРАНСПОРТ

Летательный исход

### 32 ТЕХНОЛОГИИ

Туризм в мобильной версии

46

48

50

52

### РЫНКИ

С государственной поддержкой

От Рождества до Великого поста

Лааму: новый взгляд на атолл

Острова сокровищ

### ГОСТИНИЦЫ

34 В поисках золотой середины

37 Залог успеха

38 Фокус-открытие

55

### VIP-КЛИЕНТ

Иван Ожогин:

«Интересных мест на свете много!»

### 40 СТРАХОВАНИЕ

Нет рисков — нет проблем



# 2015 Чем он нам запомнился?

В конце 2014 года было неясно, чего ждать от 2015 года. Аналогичная ситуация сложилась на рынке и сейчас. Очевидно, что в январе откроется новая страница в истории российской туристической индустрии, и мы надеемся, что светлых моментов в ней будет больше, чем темных. Пока — вспомним самые обсуждаемые события уходящего года.



## «Улетный» сюрприз

**К**рупнейшая российская авиакомпания «Трансаэро», получившая в начале 2015 года господдержку, не смогла справиться с финансовыми трудностями и оказалась в предбанкротном состоянии. Правительство попыталось спасти перевозчика, передав контроль над ним «Аэрофлоту». Однако позже «Аэрофлот» отказался от оферты. Затем авиакомпания «Сибирь» объявила о покупке контрольного пакета акций «Трансаэро», но этого также не произошло. По итогам проверки Росавиация с 26 октября аннулировала ее сертификат эксплуатанта. Банкротство перевозчика имело негативные последствия для туррынка. Крупным игрокам, в первую очередь «Библио Глобусу», пришлось оперативно искать новые «крылья». Свою деятельность прекратил туроператор «Трансаэро Тур».



## Потеря года

**Р**оссия ввела запрет на полеты в Египет с 6 ноября после крушения самолета А321 авиакомпании «Когалымавиа», летевшего из Шарм-эль-Шейха в Санкт-Петербург. В официальном указе президента также было «рекомендовано» туроператорам и турагентам «на время действия запрета воздержаться от реализации гражданам туристического продукта в Египет». Потеря главного зимнего туристического направления стала испытанием на прочность для отечественного турбизнеса. В момент «закрытия» Египта в стране находилось порядка 80 тысяч российских туристов. По оценке АТОР, если авиасообщение не будет восстановлено до февраля следующего года, туротрасль может потерять около \$200 млн.



## «Удар в спину»

**М**ИД РФ 26 ноября рекомендовал российским гражданам воздержаться от поездок в Турцию с туристическими целями. Причиной послужило крушение российского Су-24 на территории Сирии, произошедшее в результате атаки турецких ВВС. На следующий день Ростуризм рекомендовал «российским туроператорам, турагентам приостановить продвижение и реализацию туристских продуктов, а также отдельных туристских услуг в Турецкую Республику, в том числе через третьи страны». Туроператоры среагировали оперативно, остановив продажи на направлении. Это событие стало еще одним ударом для российской туротрасли. Позднее президент России Владимир Путин подписал указ о введении ограничительных мер в отношении Турции. Санкции предусматривают, в частности, запрет организации чартерных рейсов и продажи туров в государство, приостановление безвизового режима с 1 января 2016 года.

## «Победа» года

**В** этом году российское небо покинул целый ряд иностранных авиакомпаний, среди которых — Niki, Thai Airways, Srilankan Airlines, Cathay Pacific, easyJet и другие. В качестве причины перевозчики называют падение спроса со стороны российских путешественников и, как следствие, снижение пассажиропотока. В то же время российский лоукостер «Победа» получил разрешение на осуществление зарубежных полетов и 12 октября открыл продажу билетов на международные рейсы. За первые десять часов авиакомпания «Победа» реализовала 2 тысячи 700 билетов в Вену и Братиславу.



## Отпечаток на память

**С** 14 сентября в России вступил в силу новый порядок оформления шенгенских виз. Теперь туристам для получения краткосрочной визы нужно сдавать отпечатки пальцев, которые будут храниться в Визовой информационной системе (ВИС). Передавать биометрические данные россияне должны будут раз в пять лет. Дети до 12 лет от прохождения дактилоскопии освобождаются. Таким образом, если раньше оформить необходимые документы можно было через туроператоров, то теперь необходимо личное присутствие в момент подачи заявления на визу. Процесс введения в России биометрии прошел без сбоев. Однако жители отдаленных российских регионов фактически оказались лишены возможности оформить визу нового образца, поскольку вблизи нет европейских визовых центров.



## Поворот на 180°

**«В**ремя отдыхать в России» — название маркетинговой кампании, запущенной Ростуризмом, и одновременно девиз года. По оценке главы Ростуризма Олега Сафонова, спрос на путешествия по России увеличился на 20%. Самыми популярными направлениями стали Краснодарский край и Крым. Популярности отдыха внутри страны способствовала экономическая ситуация, широкая реклама отечественных курортов, выход на рынок внутреннего туризма крупных туроператоров и, соответственно, появление чартерной перевозки на российские курорты и пакетных туров. На данный момент туры по России реализуют «Библио Глобус», «Пегас Туристик», Coral Travel, Anex Tour, «TUI Россия», совсем недавно присоединился TEZ Tour.



## Раскол года

**Т**ри крупные сети турагентств — «Сеть магазинов горящих путевок», «Горячие туры», «Сеть ТБГ», которые ранее являлись членами Альянса турагентств (АТА), в апреле объявили о создании нового объединения в сфере туристического ритейла — Союза турагентств (СТА). Причиной стали разногласия по вопросу о необходимости введения на рынке механизма саморегулирующих организаций. АТА выступает за саморегулирование в туризме, СТА — против. Чья позиция будет учтена в отраслевом законе — вопрос остается открытым.



## Закономерное ожидание

**З**аконопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы РФ» будет рассматриваться Госдумой во втором чтении 16 декабря. Первое чтение спорного законопроекта состоялось в феврале, второе должно было пройти в конце марта, потом в июне, но из-за недоработок и большого количества спорных моментов было отложено до осени. В РСТ не исключают, что законопроект не будет готов к 16 декабря, и его рассмотрение переключает в новый 2016 год. По оценкам экспертов, если законопроект будет принят в «сыром» виде, то с рынка могут уйти до трети работающих сейчас туроператоров и турагентов.



# Новая плеяда академиков туризма

Онлайн-обучение — это один из модных трендов в туристической индустрии. В этом году сотни российских турагентов приняли участие в онлайн-проектах ИД «Турбизнес» и национальных туристических офисов разных стран и регионов. Мы рады представить победителей! И напомнить — наши академии продолжают работу и ждут новых студентов.



## ПОКОРИТЬ МАДРИД



**МАРИЯ КРУПЫШЕВА**,  
бренд-менеджер компании «Эрмитаж Групп» из Санкт-Петербурга

**ПОБЕДИТЕЛЬ ПРОЕКТА:** онлайн-академия Испании, запущенная Отделом туризма посольства Испании в Москве.

**НАГРАДА:** авиабилеты в Мадрид.

«Я очень рада, что мне удалось одержать победу! Наша компания тесно связана с Испанией, мы представляем испанские отели в России и странах СНГ, активно работаем с представителями турбизнеса. Информация, которую мы с коллегами получили в академии, была полезной и очень интересной. Сама идея проводить подобное обучение нам очень понравилась», — рассказала Мария Крупышева.

В следующий раз победителей конкурса определяют весной 2016 года.

[www.spain-e-learning.ru](http://www.spain-e-learning.ru)

## MALTA IS MORE!



**НАТАЛЬЯ РАДЮКИНА**,  
руководитель департамента бизнес-туризма компании «Транстур Тревел»

**ПОБЕДИТЕЛЬ ПРОЕКТА:** викторина Мальты, организованная Мальтийским управлением по туризму.

**НАГРАДА:** недельная поездка в страну на двоих, включающая перелет туда и обратно авиакомпанией Air Malta и размещение в отеле Seashells Resort at Suncrest 4\* по системе «все включено».

Поощрительные призы — три набора по две бутылки мальтийского вина — достались двум сотрудникам турфирм из Москвы — Валерии Ганжела и Ольге Захаровой, а также Станиславу Лучину из Дмитрова.

В викторине приняли участие более 800 человек по всей России, а также из стран СНГ, причем более 90% анкет были заполнены верно.

## В ШТУТГАРТ НА WEEKEND



**НАТАЛЬЯ СУГАКОВА**,  
менеджер по туризму компании «Солеанс Тревел»



**АННА НИКОНОВА**,  
менеджер по туризму агентства «Интурист Чебоксары»

**ПОБЕДИТЕЛИ ПРОЕКТА:** онлайн-академия «Штутгарт и Федеральная земля Баден-Вюртемберг».

**НАГРАДА:** бесплатные поездки в Штутгарт на четыре дня, включающие авиаперелет, размещение в четырехзвездном отеле, Stuttgart Travel Card и другие бонусы.

«Победа в онлайн-академии стала для меня приятным сюрпризом! Об этой программе я узнала на бизнес-завтраке Штутгарта и Баден-Вюртемберга. Я люблю подобного рода проекты, которые дают возможность узнать много нового о разных странах и городах», — прокомментировала Наталья Сугакова.

«Баден-Вюртемберг для нас до последнего времени был новым направлением. Но теперь, благодаря проекту, мы с коллегами узнали много интересного и полезного об этом немецком регионе и можем смело рекомендовать его нашим клиентам», — сказала Анна Никонорова.

[www.stuttgart-swgermany.ru](http://www.stuttgart-swgermany.ru)

## УЗНАТЬ ВСЕ О БЕРЛИНЕ



Онлайн-академия Берлина называется Campus и позволяет профессионалам туризма всесторонне познакомиться с немецкой столицей. Вся информация на сайте дана на английском языке, с тем чтобы поучиться и проверить свои знания могли турагенты по всему миру.

Campus состоит из шести основных разделов:

Basics, Going Local, Cultural Metropolis, Families Sports, Metropolis и Did you know that...? Все «студенты», успешно прошедшие обучение в Campus, могут распечатать диплом «Сертифицированного турагента по Берлину». Среди всех российских выпускников онлайн-академии в конце марта 2016 года будут разыграны три бесплатные путевки в Берлин, включающие перелет, проживание в отеле категории 5\* и Berlin Welcome Card.

[www.campus.visitberlin.com](http://www.campus.visitberlin.com)





## Visit Russia — теперь в Италии

**В** Риме состоялась церемония открытия туристического офиса Visit Russia. В мероприятии принял участие министр культуры РФ Владимир Мединский. Главная миссия нового представительства заключается в формировании позитивного имиджа нашей страны на территории Италии как страны благоприятной для туризма и отдыха, а также в продвижении на итальянском туристическом рынке всех видов туризма по России.

«Чтобы понять Россию, необходимо ее посетить. Россия — это далеко не только газ, нефть и снег. У нас в настоящий момент развивается сектор агротуризма и событийный туризм», — заявила директор итальянского офиса Visit Russia Екатерина Санкина.

По словам Владимира Мединского, в планах Ростуризма открытие 4-5 новых офисов Visit Russia. В настоящий момент обсуждается открытие туристического представительства в Кувейте.

## Туроператор всея Руси

**П**резидент «Норильско-го никеля»

Владимир Потанин заявил, что планирует создать национального туроператора.

По его словам, сначала «это решение зрело для того, чтобы обеспечить «Розу Хутор», однако потом стало понятно, что туроператор не может работать только на один курорт, а должен иметь более широкую географию».

По мнению бизнесмена, у России есть колоссальный потенциал развития внутреннего туризма. «Люди любят ездить к себе на родину. Может быть, языковой барьер, дешевый рубль, может быть, мы стали чуть большими патриотами за последнее время», — считает он. Когда именно появится новый туроператор, а также какие он будет предлагать направления, пока что неизвестно.



**Дорогие друзья  
и партнеры!**

**Желаем вам благополучия,  
удачи и любви в Новом 2016 году!**

**До встречи на выставке «ИНТУРМАРКЕТ»  
19-22 марта в «Крокус Экспо»!**



## С TUI — круглый год

**К**онференция «TUI Colors. Времена года» прошла в Мармарисе 24–27 октября. В мероприятии участвовало около 200 представителей франчайзинговых офисов TUI, ведущих сетевых агентств, а также независимой розницы со всей России. На торжественном открытии директор по управлению продажами компании Наталья Смирнова поблагодарила всех участников за эффективную работу в летнем сезоне и поделилась планами на зиму, рассказав о новых направлениях: горнолыжном Сочи, Великом Устюге, Сербии и Финляндии. Каждый день конференции проходил под знаком одного из времен года. Турагенты, отмеченные за выдающиеся результаты работы, получили статуэтки и броши в форме улыбки — TUI Smile.

## «Броневик» признали глобально

**В** число обладателей престижной награды World Travel Market Global Awards-2015 вошла российская компания Bronevik.com.

Члены компетентного независимого жюри отметили: «Российский проект является новаторским в части предоставления уникальных возможностей по бронированию гостиниц по всему миру. Очень важно, что возможности бронирования подкрепляются на портале удобной визовой и транспортной поддержкой».

Проект Bronevik.com предлагает бронирование номеров в более чем пяти тысячах гостиниц в 467 городах России и в 250 тысячах отелей по всему миру.

## «Музенидис» открывает Кипр

**В** ноябре в Москве состоялся бизнес-форум Mouzenidis Group для профессионалов туротрасли России «Зимний сезон — время успеха». В его рамках туроператор «Музенидис Трэвел» анонсировал выход на кипрское направление.

«Руководством компании принято решение, что со следующего года мы начинаем принимать на Кипре российских туристов. Мы надеемся, что с нашим выходом на Кипр их отдых в этой стране выйдет на новый качественный уровень», — заявил генеральный директор компании Александр Цандекиди.

Туроператор сейчас ведет активный процесс заключения договоров с кипрскими отелями, а также готовит открытие на острове своего офиса.



## На MITT 2016 — с бонусом от «Иберии»!

**А**виакомпания «Иберия» предлагает участникам и гостям выставки MITT 2016 эксклюзивные скидки на перелет.

Организаторы 23-й Международной выставки MITT / «Путешествия и туризм» рады приветствовать авиакомпанию «Иберия» в качестве своего нового авиапартнера. Участники и гости MITT 2016, приезжающие в Москву из других стран и городов, смогут воспользоваться специальным предложением авиакомпании. Для них в даты проведения выставки «Иберия» предлагает эксклюзивную скидку на рейсы в Москву в размере 15%.

Организаторы выставки MITT заботятся о своих посетителях и уверены, что предложение поможет сократить транспортные расходы и окажется очень выгодным и приятным бонусом!

Получить более подробную информацию о доступных маршрутах и условиях акции можно на сайте выставки: [www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)



## РАС Group: с юбилеем!

**Т**уроператор в конце ноября собрал друзей и коллег на свой юбилей: уже четверть века РАС Group успешно работает на рынке. На празднике присутствовали региональные и столичные партнеры, представители национальных офисов по туризму, авиакомпаний, профессиональных ассоциаций. В течение вечера было сказано много добрых слов в адрес основателя и президента РАС Group Александра Сорокина, генерального директора Ильи Иткина, а также сотрудников компании. Для гостей работал «ПАК культуры и отдыха», специально к этому дню была издана книга воспоминаний о прошлом и настоящем РАС Group.



## ТЕZ Tour пришел в Россию

**Т**уроператор принял решение о выходе на рынок внутреннего туризма. Заявление об этом сделали учредители ТЕZ Tour Александр Буртин и Александр Синигибский.

Прежде всего, речь идет о черноморском побережье Краснодарского края. По оценке компании, на данное направление переориентируется не менее 20% всех клиентов ТЕZ Tour, которые ранее планировали свой отдых в Турции. При этом туроператор продолжит активную работу по Греции, Кипру, Болгарии, Испании, ОАЭ и другим направлениям.

Ирина Астахова, директор офиса туров по России компании «Ванд», считает, что решение ТЕZ Tour продиктовано необходимостью, ведь все основные массовые направления сейчас закрыты. «Рынок внутреннего туризма очень специфичный, но ТЕZ Tour — опытный туроператор, и я думаю, что у него хорошие перспективы», — полагает она.

## ANEX Tour: главная новинка сезона

Этой зимой ANEX Tour пополняет свой ассортимент предложений турами на Шри-Ланку. Это пятое азиатское направление туроператора после Таиланда, Вьетнама, Индии и Камбоджи.

**В**ыбор пал на Шри-Ланку неслучайно. Эта загадочная страна завоевала сердца тысяч туристов, побывавших здесь и стремящихся попасть сюда снова. Популярность направления обусловлена несколькими причинами.

- Уникальный климат острова позволяет отдыхать круглогодично. Температура воздуха составляет 25–33°C, воды — 25–27°C.

- Шри-Ланка — долларовая страна. Отдых здесь относительно недорогой. По бюджету это сопоставимо с Таиландом и Индией,

возможно, чуть дороже. Снизить конечную стоимость турпакета позволяют групповые трансферы.

- Отельная база представлена широко — можно найти любые варианты: от небольших гостевых домиков и вилл категории 1\* до отельных комплексов 5\*. В предстоящем сезоне в линейке ANEX Tour будет представлено около 30 гарантированных отелей разных категорий на западном и южном побережье острова. Это обеспечит моментальное подтверждение и комфортную работу агентов. В последние годы отельный фонд Шри-Ланки заметно



вырос, пришли известные сети, такие как Centara и Anantara, открылись новые отели местных цепочек. Многие гостиницы прошли полную или частичную реновацию.

- Пляжный отдых на Шри-Ланке можно совместить с оздоровлением, поскольку на далеком острове есть множество аюрведических центров.

На сегодняшний день AZUR air — единственная авиакомпания, выполняющая прямые вылеты в Шри-Ланку. Первый вылет из Москвы в Коломбо состоится 28 декабря 2015 года,

последующие будут выполняться один раз в 11–12 дней, время в пути составит 8 часов.

В ближайшем будущем ANEX Tour планирует представить новый продукт по этому направлению: комбинированные туры по острову, а также туры Шри-Ланка — Мальдивы.

**anextour**

Дополнительная информация:  
[www.anextour.com](http://www.anextour.com)  
 Контакты для агентств:  
**+7 (495) 799-92-92**

### В ФОКУСЕ

## Обсудили главное

В начале октября в Санкт-Петербурге прошел Координационный совет по туризму при Минкультуры России, в котором приняли участие руководители ведомства и Ростуризма, члены Совета Федерации, депутаты Государственной Думы, представители Минтранса России, Росморречфлота, Росавиации, РЖД, Росстата, РСТ, АТОР, представители профессионального туристского сообщества.

В рамках Координационного совета рассматривались вопросы исполнения поручений Президента и Правительства Российской Федерации по развитию туризма, реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, в том числе вопросы развития водного, круизного и яхтенного туризма, инноваций в туризме, создания паспортов регионов. Были представлены механизмы государственной поддержки приоритетных региональных проектов и алгоритм их включения в действующие и вновь создаваемые целевые программы.

В дни Координационного совета по туризму также активно обсуждался законопроект по легализации мини-отелей, разработанный Минкультуры России. Было подписано несколько ключевых для турбизнеса соглашений, в числе которых — соглашение между Ленинградской областью и Санкт-Петербургом, предусматривающее совместное развитие культурно-познавательного, паломнического, водного и этнографического туризма.



### АНОНС

## Двойной интерес

14–16 декабря 2015 года в Санкт-Петербурге пройдет IV Санкт-Петербургский международный культурный форум, организованный Правительством России при участии Министерства культуры, Министерства иностранных дел и Министерства связи и массовых коммуникаций.

В его рамках (15–17 декабря) состоится Международный туристский форум, цель которого — привлечение внимания общества к вопросам развития внутреннего и въездного туризма. «Впервые главный туристский форум будет проходить одновременно с главным культурным. И это абсолютно логично», — считает заместитель министра культуры РФ Алла Манилова.

Программа туристского форума включает три секции: «Проблемы отрасли», «Презентационные виды туризма» и «Развитие туризма в федеральных округах». В мероприятии примут участие видные российские и зарубежные деятели индустрии туризма.

### ПРОЕКТ

## Навстречу открытиям

Президент Республики Татарстан Рустам Минниханов и министр культуры РФ Владимир Мединский открыли веломаршрут «Удивительная Казань», ставший победителем I Всероссийского конкурса по организации вело- и пешеходных маршрутов, организованного Минкультуры России.

«Наш ежегодный конкурс направлен на популяризацию культурно-исторического наследия городов России. Победа казанского маршрута абсолютно оправданна. Меньше чем за год Казани удалось создать продуманный многокилометровый маршрут, открывающий самые яркие и интересные стороны города, позволяющий комфортно передвигаться на велосипеде», — сказал Владимир Мединский.

Велосипедный маршрут «Удивительная Казань» — кольцевой. Он проходит по центральной, исторической части города. Его протяженность — 28 километров. В рамках маршрута в Казани разработана система велосипедных дорожек и объектов навигации, создано мобильное приложение для участников велоэкскурсии.



### КОНТАКТЫ:

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

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

## «Интурист» в плюсе



**Н**есмотря на ряд экономических и политических событий, негативно влияющих на потребительский спрос в России, совместное предприятие Intourist — Thomas Cook по итогам финансового

года 2014/2015 показало положительный финансовый результат на уровне \$1,5 млн, что на 6 млн лучше, чем годом ранее.

В этом году «Интурист» сделал особый акцент на развитии внутреннего туризма и реализовал первую в истории крупнейшую чартерную программу в Крым, заняв на этом направлении лидирующую позицию. В 2016 году «Интурист» планирует существенно увеличить объемы продаж туристических пакетов на курорты Краснодарского края.

## BRISCO не сдается

**Т**уроператор BRISCO, являющийся частью международного туристического холдинга TH&C, заявил о продолжении своей деятельности в России, несмотря на приостановку полетных программ в Египет и Турцию.

«Компания продолжит вести свой бизнес в России. Это стратегическая позиция. В настоящий момент менеджмент анализирует рынок, ситуацию и просчитывает, куда можно перенаправить объемы, активно подбираются альтернативные направления, которые были бы интересны и доступны туристам», — рассказали в BRISCO. Новые программы туроператор обещает представить к началу 2016 года.



## «Натали Турс» и NT incoming: снова друзья?

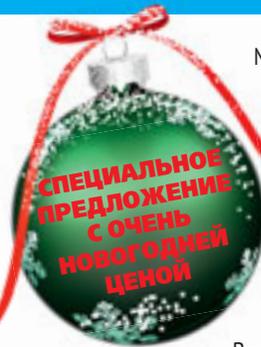
**Т**уроператор «Натали Турс» решил возобновить сотрудничество с испанской принимающей компанией NT incoming. Соответствующий договор подписан сроком на три года и вступил в силу 1 ноября. Jumbo Tours остается ведущим партнером туроператора в сегменте онлайн-продаж.

«Я рад, что наш тандем с NT incoming снова «на ходу» — нас связывает многолетняя, слаженная работа двух профессиональных команд, масштабные проекты и отличные результаты. Уверен, у нашего дальнейшего партнерства — большие перспективы и новые высоты», — прокомментировал президент «Натали Турс» Владимир Воробьев.

«Я рад, что наш тандем с NT incoming снова «на ходу» — нас связывает многолетняя, слаженная работа двух профессиональных команд, масштабные проекты и отличные результаты. Уверен, у нашего дальнейшего партнерства — большие перспективы и новые высоты», — прокомментировал президент «Натали Турс» Владимир Воробьев.



«ИНТУРМАРКЕТ» — ЭТО ТО, ЧТО ВАМ НУЖНО!



Мы хотим, чтобы туризм в России развивался — чтобы люди больше путешествовали, получали новые впечатления, а вы, наши друзья и коллеги, имели постоянных клиентов и расширили свой бизнес. Организаторы выставки «Интурмаркет» сформировали новогодний, бюджетный формат участия в выставке — полностью оборудованное рабочее место всего за **60 000 рублей!**

Вы получаете возможность стать полноценным участником профессионального туристического форума, на котором будут представлены более 1350 компаний из 145 стран мира, все регионы России, крупнейшие туроператоры, страны-лидеры по выезду российских туристов!

**Наш «Тариф новогодний» включает:**

- полностью оборудованное рабочее место
- площадь стенда 3 кв. м
- 2 бейджа участника
- пакет участника выставки (электронный каталог, путеводитель)

**+ оборудование:**

- стены по проекту
- ковер серый 3 кв. м
- надпись на фриз
- инфостойка 1 м x 0,5 м x 1,1 м
- стул барный 2 шт.
- вешалка настенная
- светильник спот-бра
- розетка 1 квт
- корзина для бумаг

Предложение не только обеспечивает полноценное участие в выставке, но и предоставляет дополнительные возможности продвижения:

- продвижение через сайт и соцсети выставки
- рассылка новостей по базе участников и посетителей (более 40 000 адресов)
- размещение информационного модуля в каталоге участников выставки

**Участники, планирующие свое масштабное продвижение на выставке «Интурмаркет-2016», также получают индивидуальные СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**Больше о выставке: [www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru)**

**Ждем ваши вопросы и пожелания:  
[koordinator@tourfond.ru](mailto:koordinator@tourfond.ru), +7 (495) 626-43-67**

**Присоединяйтесь к профессионалам турбизнеса  
19–22 марта 2016 года в «Крокус Экспо»!**



## Air Berlin прощается с Россией

С начала следующего года второй по величине немецкий авиаперевозчик Air Berlin прекратит полеты в Россию. С 18 янва-

ря отменяются рейсы между Москвой и Берлином, в течение нескольких месяцев будут отменены рейсы между Дюссельдорфом и Москвой, а также Берлином и Калининградом. Главная причина такого решения — постоянное снижение спроса со стороны российских путешественников.

Между тем на российский рынок пришел немецкий лоукостер Eurowings. Первый рейс из Берлина в Москву был выполнен 25 октября. Дискаунтер выполняет полеты по этому маршруту шесть раз в неделю. К сезону новогодних праздников авиакомпания намерена осуществлять данные рейсы ежедневно.

Эксперты рынка неоднозначно оценивают перспективы лоукостера в России. С одной стороны, бюджетная перевозка положительно скажется на направлении, с другой — уровень сервиса Eurowings заметно уступает Air Berlin.



## Google наступает

Компания Google запустила в России агрегатор Google Flights, который позволяет искать авиабилеты на внутренние и международные рейсы на сайтах авиакомпаний, онлайн-

травел-агентств, а также поисковых систем, с которыми компания заключает прямые договоры.

Пользователи сервиса, вводя пункты отправления и назначения, видят цены на билеты на каждую дату в календаре в режиме реального времени. Среди фильтров — число пересадок, цена, авиакомпания, время отправления и прибытия, длительность полета и класс обслуживания. Одно из главных преимуществ сервиса — интеграция с поисковиком Google. Россия стала 21-й страной, где был запущен агрегатор.

«Мы рады, что на нашем рынке появился сервис, с которым интересно бороться. Мы уверены, что от честной конкуренции пользователь в итоге только выигрывает», — заявили в компании Яндекс, запустившей в этом году метапоисковик «Яндекс Авиабилеты».

**Турбизнес**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

**Продолжается подписка на 2016 год**



Подписной купон

Фирма \_\_\_\_\_  
 Профиль деятельности \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 ФИО и должность получателя \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Индекс \_\_\_\_\_ Факт. адрес \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Тел./факс \_\_\_\_\_  
 e-mail \_\_\_\_\_  
 www \_\_\_\_\_  
 ИНН \_\_\_\_\_  
 КПП \_\_\_\_\_

### Альтернативные агентства подписки

- Урал-Пресс  
тел.: (495) 789-86-36/37/38  
www.ural-press.ru
- Роспечатать «Офис Москва»  
тел.: (495) 921-25-55  
www.rosp.ru
- Информ-система  
тел.: (499) 789-45-55/69  
www.informsystema.ru
- Каталогный номер  
АПР «Почта России» —  
26098

### Стоимость подписки

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

### Подписчикам журнала гарантируется

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

**Отдел распространения ИД «Турбизнес»**

тел.: (495) 723-72-72,

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



## Шалом, Израиль!

**В** феврале 2016 года в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону пройдет roadshow Израиля. Устроитель roadshow — Департамент Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ, технический организатор — ИД «Турбизнес».

**Назначены даты проведения мероприятий roadshow:**

**1 февраля** состоится workshop в Екатеринбурге,

**2 февраля** — в Санкт-Петербурге, **4 февраля** — в Ростове-на-Дону.

Участниками roadshow станут Министерство по туризму Израиля, авиакомпания El Al, израильские туроператоры.

Определен формат мероприятия в каждом городе: сначала участники roadshow проведут свои презентации, затем в ходе workshop посетители смогут пообщаться, получить промоматериалы и установить контакты. Будет проведена лотерея, также гостям roadshow предложат ответить на вопросы деловой викторины «Знаете ли вы Израиль?»

Посетить roadshow и получить прекрасную возможность познакомиться с туристическими предложениями Израиля, направления, которое сейчас особенно актуально для российских туристов, приглашаются представители туристических компаний из Ленинградской, Свердловской, Ростовской и соседних областей.

## Станет еще привлекательнее

**П**равительство Израиля одобрило новую программу по поддержке туристической индустрии, которая позволит снизить цены на отдых в стране на 20% в течение ближайших пяти лет. Ее представили министр туризма Ярив Левин и министр финансов Моше Кахлон. Программа включает сокращение времени строительства гостиниц, увеличение номерного фонда и повышение конкуренции на туристическом рынке.

Согласно программе, отели будут приравнены к национальной инфраструктуре как сооружения транспорта и связи. Планируется, что за пять лет в Израиле будет построено более 15 тысяч новых гостиничных номеров, а за 10 лет — около 27 тысяч.

В последние годы рост номерного фонда Израиля замедлился. С 2005 по 2015 год количество отелей выросло лишь на 10%, при этом количество ночевок увеличилось на 35%.

ОКУНИСЬ В МОРЕ  
ЧУВСТВ В ЭЙЛАТЕ

tourism.goisrael.ru

Posetitelzrail goisrael

posetiteizrail @goisrael\_ru

**ISRAEL**  
Land of Creation



Общение было полезным как для участников, так и для посетителей, и проходило живо и непосредственно

# Workshop «Турбизнес»: ДИАЛОГ СОСТОЯЛСЯ!

С 7 сентября по 30 октября в российских регионах и ближнем зарубежье с большим успехом прошла серия workshop «Турбизнес».

## 300

ПРЕЗЕНТАЦИЙ И МАСТЕР-КЛАССОВ ПРОШЛО В РАМКАХ ОСЕННЕЙ СЕРИИ

**Workshop**  
ТУРБИЗНЕС

**Т**радиционная осенняя серия workshop, организованная издательским домом «Турбизнес», прошла в 32 городах России, Казахстана и Белоруссии, впервые — во Владивостоке и Хабаровске. Статус страны — партнера серии региональных workshop получила Испания, официальным партнером выступил ANEX Tour, официальным туроператором — «Дельфин».

Участники workshop получили возможность в ходе диалога познакомиться региональные агентства со своими турпродуктами и расширить круг деловых контактов. На мастер-классах поднимались актуальные темы: как выжить в межсезонье и подготовиться к зиме; что делать, когда растет курс валют; как найти и удержать клиента; что предложить молодежи. Состоялись презентации новых программ приема групп в Москве и Санкт-Петербурге; лечебных и оздоровительных туров за рубежом и в России; здравниц Пензенской области, Сочи и Крыма; экзотических туров с вылетом из регионов, круизов и европейских уикендов.

В Екатеринбурге, Самаре, Ростове-на-Дону, Новосибирске и Санкт-Петербурге был

успешно применен такой формат презентаций, как бизнес-завтрак. Утреннее мероприятие в каждом из городов посетили более 40 руководителей и ведущих менеджеров турфирм.

В прошедшем сезоне участниками workshop стали около ста туроператоров, национальных офисов по туризму, страховых компаний, авиаперевозчиков, визовых центров, отелей и санаториев. Среди них «Натали Турс», «Пегас Туристик», «Питертур», Brisco, «Профкурорт», «Росюгкурорт», «Премьера тур», «Румб», гостиничные группы Vienna International Hotelmanagement AG и Maxima Hotels, компании FINNAIR и «Роза Хутор».

Несмотря на появление онлайн-семинаров, формат выездных workshop очень востребован у региональных агентств. Так, например, workshop «Турбизнес» в Краснодаре посетили свыше 350 турагентов, в Ростове-на-Дону — свыше 250.

Весенняя серия workshop «Турбизнес» обещает быть еще более масштабной: рабочие встречи запланированы в 36 городах России и СНГ. **тб**

Подробности на сайте:  
[www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru)



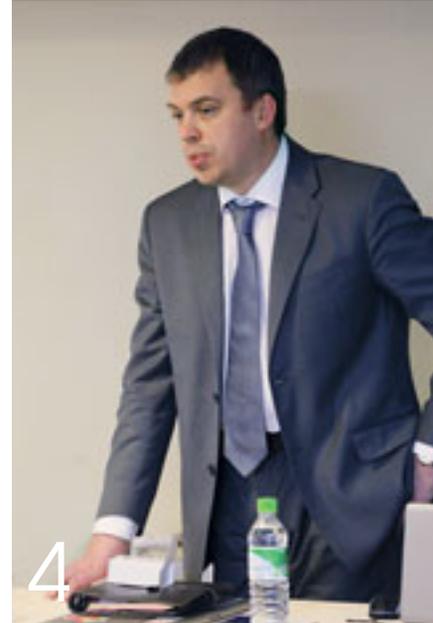
1



2



3



4

**1** «Что делать зимой, когда \$ и € растут?» — на этот вопрос своим докладом ответил Дмитрий Шевченко из «Дельфина»

**2** Екатерина Михеева, представляющая The Sun Siyam Iru Fushi Maldives, совместно с «Питертур» заинтересовала агентства экзотическими турами в страны Юго-Восточной Азии и Индийского океана

**3** Ангелина Чиннова из «Робинзон Турс» презентовала оздоровительные и лечебные программы в Венгрии

**4** Сергей Марков из «Розы Хутор» познакомил гостей с возможностями этого всепогодного курорта



5



6



7

**5** Ирина Ульянова из «Вест Тревел» и Александра Ушанова из Tallink Silja Line предложили туры и круизы на Новый год и Рождество в Санкт-Петербург, Европу, Скандинавию, Финляндию и Прибалтику



8

**6** Ирина Свидлов, главный специалист отдела туризма Таллинского департамента предпринимательства, рассказала о новинках отдыха в Эстонии и ее столице

**7** Workshop «Турбизнес» в Казани, как всегда, собрал множество гостей

**8–9** Розыгрыш путевок — приятное дополнение к презентациям и мастер-классам



9



# ДУМЫ О ВЫСОКОМ

Предстоящий сезон зимнего отдыха в горах вряд ли будет принципиально отличаться от предыдущего: горнолыжники, как считают представители туристических компаний, все равно кататься поедут. Однако при этом наверняка произойдет перераспределение турпотока в пользу «бюджетных» стран и курортов.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**П**родажи по акциям раннего бронирования горнолыжных туров хотя и стартовали в этом году еще летом, реально стали вызывать интерес лишь к середине осени, отставая в объемах до 25%. Из-за чего целый ряд компаний продлил их действие до конца ноября — начала декабря, тогда как прежде акция завершалась на месяц-полтора раньше.

## НЕ ПЕРВЫЙ КЛАСС

«Горнолыжные» туристы могут предпочесть экономичные варианты размещения, которых у туроператоров нет», — считает исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе. Она не исключает, что на таком изобилующем недорогим размещением европейском направлении, как Австрия, количество самостоятельных российских туристов может вырасти в этом сезоне на 20%. То же самое касается и Болгарии. С учетом того, что основной контингент потенциальных клиентов компаний, практикующих продажу горнолыжных туров, проживает в больших городах (в первую очередь — Москве и Петербурге), нередко уже располагает шенгенской визой и имеет опыт организации самостоятельных поездок, реальность этого прогноза очевидна.

Еще один подвох сезона ожидается в связи с неоднозначностью перспектив зимнего горного отдыха в России.

*По оценке Майи Ломидзе, спрос на российском направлении из-за валютных скачков и некоторых других «минусов» зарубежного отдыха (например, необходимости получить биометрическую визу) может вырасти на 10–12%*

Не случайно, например, туроператор «TUI Россия», в этом году впервые вышедший на рынок внутреннего туризма, запустил в продажу горнолыжные туры в Сочи на регулярных рейсах S7. Полетная программа стартует 25 декабря, а завершится 28 марта. В компании уверены, что отдых в России набирает популярность среди тех, кто раньше предпочитал уезжать за рубеж.

Уже в середине ноября сочинский курорт «Роза Хутор» отпартовал, что на Новый год практически уже нет мест, а январь загружен на 65%. Ольга Филипенкова, директор по маркетингу и продажам курорта, характеризует «Розу

Хутор» как один из самых доступных для россиян горнолыжных курортов.

«Мы предлагаем различные условия размещения, начиная от пятизвездочных гостиниц и премиального комплекса шале и заканчивая демократичными отелями, — рассказывает она. — Наши цены остались на уровне прошлого года, на отдельные виды ски-пассов цены поднялись на 5–7%, но это связано исключительно с инфляцией. При этом мы сохранили тарифы на несколько дней катания, которые позволяют гостям значительно сэкономить».

*Однако, по мнению Максима Приставко, заместителя генерального директора «Джет Тревел», «несмотря на то что спрос на Сочи высокий, адекватной заменой Альпам он вряд ли станет»*

В качестве причин Максим Приставко называет недостаточную емкость отельного фонда, небольшие зоны катания, высокую стоимость проживания и ски-пассов, а также невысокую гарантию снежного покрова.

Что касается полетных программ из России в Европу, то здесь выбор довольно большой и многие операторы активно используют как чартерную перевозку во время «высокого» сезона, так и регулярную на протяжении всей зимы. Так, в полетной программе «Джет Тревел» представлены программы на «крыльях» Swiss (26.12 — 26.03) и «Аэрофлота» (9.01 — 26.03) в Женеву, на Swiss (2.01 — 26.03) в Цюрих, на Alitalia (2.01 — 26.03) в Милан, на «Аэрофлоте» (9.01 — 26.03) в Мюнхен. А также чартеры в Верону (26.12 — 26.03), в Мюнхен на Air Berlin и «Уральских авиалиниях» (2–9.01), в Зальцбург на I Fly и рейс в Турин (те же даты).



**«РОЗА ХУТОР»**  
(стоимость на день катания для взрослого)



**2,5**  
ТЫС. РУБЛЕЙ  
с 26 декабря



**1,95**  
ТЫС. РУБЛЕЙ  
с 11 января



**1,3**  
ТЫС. РУБЛЕЙ  
с 1 апреля

## КУРОРТЫ АВСТРИИ

Майерхофен, Цельм-ам-Зее, Засльбах и другие  
(стоимость на день катания для взрослого)

**от 43** ЕВРО



**~ 3** ТЫС. РУБЛЕЙ

с 22 декабря по 27 апреля



**ЛАРИСА АХАНОВА,**  
PR-директор Tez Tour

Тенденции летнего отдыха плавно переходят в зиму. Горнолыжники ставят во главу угла только одно — цену и планирование своих расходов на отдых. Именно поэтому мы наблюдаем четкую градацию туристов на два типа. Первый тип — туристы, которые едут в конкретные отели, как правило, 4\* и 5\*. Второй тип — туристы, которые не смогли отказаться от отдыха, но при этом решили сильно сэкономить. Это значит, что они предпочитают апартаменты и пансионы, туры предельно низкой стоимости, куда уже включена стоимость ski-pass, всех трансферов, проката и т. д. Сегодня горнолыжный рынок формируют старожилы — многопрофильные туроператоры, у которых направления диверсифицированы. Кроме того, мы видим еще одну тенденцию. Туристы будут стараться взять от отдыха максимум. То есть просто кататься уже неинтересно, востребован термально-горнолыжный отдых, экскурсии.



**СЕРГЕЙ РОМАШКИН,**  
генеральный директор компании «Дельфин»

Европейские страны-лидеры в сфере горнолыжного отдыха хорошо известны (Франция, Италия, Австрия, Швейцария, Андорра), не думаю, что здесь возможны какие-либо изменения. Что касается Сочи, то курорт удачно провел прошлый сезон и надеется повторить успех зимой 2015/2016. Цены, правда, теперь ненамного отличаются от европейских (около 200 евро за номер), но более дешевый перелет и возможность быстро добраться от аэропорта до склонов (за 40 минут) туристов привлекает. Многие из них, особенно из Краснодарского края, приезжают на своих машинах, что делает тур еще дешевле. Бронирование пока идет чуть хуже, чем год назад: возможно, рекламный эффект Олимпиады отработан и все, кто хотел, уже съездили в прошлом году. Если говорить о переменах в предпочтениях туристов, то они вызваны падением их доходов. Это определяет понижение категории отелей, выбор более «дешевых» дат и борьбу за каждый рубль стоимости тура.

В Ras Group, по словам руководителя отдела рекламы и PR Надежды Найдис, длинные «цепочки» на альпийских направлениях будут реализовывать с такими надежными партнерами, как S7 и «Уральские авиалинии». «В Италию летим в Верону, Бергамо и Турин, во Франции — в Шамбери, при этом на «высокие» новогодние даты программу расширяем и даем возможность выбора из трех удобных слотов, — комментирует она. — В Австрию в этом году летим до Зальцбурга, откуда делаем удобные трансферы как на курорты Зальцбургерленда, так и в Тироль. А туры в Швейцарию базируются на рейсах авиакомпании SWISS до Цюриха».

В свою очередь, в Tez Tour полетная программа строится на регулярных рейсах (в ежедневном режиме) и чартерах. При этом чартеры (авиакомпания I Fly) будут летать из Москвы в Зальцбург и Верону (по субботам, 2.01–12.03), а также в Барселону (по субботам, 26.12–26.03). У Tez Tour есть блок мест и на S7 (с декабря по март) из Новосибирска до Мюнхена.

В свою очередь, «НТК Интурист» намерен «летать» в Болгарию («Оренбургские ави-

алинии»), во Францию (S7 и на Новый год дополнительно «Ямал»), а также в Италию («ВИМ-АВИА»).

## ПОЛЮСА СПРОСА

TUI впервые на российском рынке начал в массовом порядке предлагать отдых на сербском горнолыжном курорте Копаоник. «Считаем Сербию очень перспективным зимним направлением: доступные цены, отсутствие визы, качественные услуги и практически полное отсутствие языкового барьера — только часть его преимуществ», — говорит менеджер по продукту туроператора Вероника Фатина.

*На свой кусок горнолыжного «пирога» рассчитывает и Болгария. Да, летом эта страна потеряла много наших туристов, однако зимой она может привлечь их примерно тем же набором преимуществ, что и Сербия (за исключением визы).*

Эксперты отмечают: в Болгарию могут поехать как раз те горнолыжники, для которых отдых в Альпах стал не по карману. И генеральный директор оператора «Балкан Экспресс» Елена Маркелова констатирует: внимание к горнолыжным турам в Болгарию в этом году выше, чем в предыдущем сезоне.

А вот в ANEX Tour уверены, что наряду с Болгарией «выстрелить» может и Андорра. «Те, кто раньше предпочитал курорты Франции, Австрии и Италии, проявляют интерес к Андорре и Болгарии, — говорит Елена Кокоева, исполнительный руководитель PR-департамента компании. — Болгария — одно из наших «молодых» направлений: прямые вылеты из Москвы запланированы на рейсах авиакомпании OpenAir. Но фаворитом станет Андорра: больше года назад мы открыли собственную принимающую компанию в Барселоне, которая обеспечивает выгодные контракты с отелями и качественное обслуживание клиентов на протяжении всей поездки».

Но и «большая четверка» сдаваться не намерена. Правда, внутри нее борьба за российского клиента стала еще более острой. И большая часть специалистов отдает пальму первенства Австрии. «Фавориты — Италия и Австрия, — констатирует Лариса Аханова, PR-директор Tez Tour. — Вторая не только хорошо известна российскому туристу, но характеризуется тем, что там от отдыха



**СЕРГЕЙ ТОЛЧИН,**  
директор по продажам — заместитель генерального директора компании «НТК Интурист»

Мы делаем акцент на все наши горнолыжные направления: бронирования по всем странам идут равномерно и мы, конечно же, надемся на удачный зимний сезон. Что касается изменений спроса, то они, хотя и происходят, незначительны практически на всех горнолыжных направлениях. Например, спрос на бюджетные туры увеличился, в то время как лакшери-сегмент несколько «просел». Однако этого нельзя сказать про Италию: впервые с прошлого года наметилась положительная динамика бронирований в отели высокой категории. По всем направлениям наблюдается повышенный спрос на традиционный «низкий» сезон в середине и конце января. Темпы бронирования этих дат — наилучшие, но и новогодние заезды не уступают в продажах.

можно получить все». «В этом сезоне наиболее активно продаются Австрия, Франция и Италия, в то время как спрос на Швейцарию снизился, — соглашается заместитель генерального директора «Джет Тревел» Максим Приставко. — При этом наблюдается его перераспределение с Франции на Австрию, а также из среднего ценового сегмента в более низкий».

*Несмотря на то что Австрию (и примкнувшую к ней Италию) многие операторы видят в качестве фаворитов сезона, особых акцентов на этих направлениях они делать не намерены.*

«Максимально сохраняем горнолыжный ассортимент по всем странам, включая Андорру», — говорит Надежда Найдис, руководитель отдела рекламы и PR компании Ras Group.

### ГОНКА ЗА ЛИДЕРСТВОМ

Что касается «дорогих» клиентов, тут ситуация несколько иная. «Несмотря на то что объемы раннего бронирования горнолыжных туров сократились от 15 до 25% по разным направлениям и есть общее падение темпов ранних продаж, уверены, что Альпы получат своего клиента», — отмечает Надежда Найдис. При этом, по ее словам, спрос есть как на дорогое, так и бюджетное размещение.

Ирина Мануильская, начальник отдела продаж компании «Содис», отмечает: во Франции и Швейцарии есть смещение турпотока внутри них, но при этом «дорогие» туристы все равно поедут в места и отели, которые выбирают не по соображениям стоимости.

Возможно, что именно на рынке дорогих туров будут

перемены. Эйаль Амзалаг, генеральный директор Club Med Russia, недавно заявил, что в рамках реализации задачи стать туроператором номер один в премиальном сегменте компания намерена занять и место лидера в горнолыжном отдыхе. Он считает, что предложение по этому направлению сократилось намного больше, чем спрос, и говорит: «Для нас это прекрасная возможность найти новых клиентов, развивать зимнее направление и получить увеличение доли рынка». **ТБ**

800\$

средний чек более 65% зимних туров в компании «TUI Россия»



12-ая международная рабочая встреча по организации конференций, деловых встреч и корпоративных поездок

# 28

января  
четверг  
2016

Гостиница

The Ritz-Carlton Moscow

Meetings

Incentives

Conferences

Events

Площадки для мероприятий

Destination Management Company (DMC)

Конгрессы

Семинары

Поощрительный туризм

Team building

Corporate Buyers

Meeting Industry

Конференц-пакеты

Корпоративный туризм

К участию в мероприятии приглашаются:

Компании по организации деловых, событийных и корпоративных поездок; Гостиницы и гостиничные сети; Авиакомпании; Бизнес и конференц-центры; Круизные компании; Национальные туристические представительства; А также другие компании, работающие в области делового туризма

На посещение мероприятия приглашаются:

Корпоративные клиенты; Организаторы деловых и корпоративных мероприятий; Туристические компании из Москвы и регионов.

Организаторы:

тел.: +7 499 5005628  
ws@antormice.com  
www.antormice.com

РЕКЛАМА

# ПОВОРОТНЫЙ МОМЕНТ

Еще в октябре казалось, что главным трендом «экзотического» сезона станет фактор стоимости тура. Но после страшной трагедии в небе Египта стало понятно, что деньги решают не все. А «нарисованные» планы на будущее пришлось кардинально перекраивать.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

## ЧТОБ НЕ ПРОПАСТЬ ПООДИНОЧКЕ

В существующих реалиях спрос — при самом оптимистичном прогнозе — сохранится на уровне прошлого года. В результате на российском туристическом рынке происходит небывалое: федеральные операторы практически перестали использовать тактику «столбения» направлений по принципу «захватим, а там посмотрим».

«Сейчас не время гоняться за показателями: гораздо важнее определить эффективность объемов, которые всех устроят», — примерно так рассуждают многие их представители. Отказ от жестких блоков, приведение объемов в соответствие с реальным спросом и приобретение билетов по операторским тарифам под запрос на регулярных «пляжных» направлениях — один из двух наиболее важных трендов сезона.

Второй тренд — объединение интересов. Если раньше каждый имеющий на то возможность оператор считал практически обязательным «подъем» собственного чартера, то сейчас основные игроки рынка не стесняются объединять усилия для того, чтобы загрузить «чужие» самолеты.

Особенно это характерно для регионов, в которых общие объемы перевозки, как и выбор востребованных направлений, значительно ниже, чем в Москве.

В Сибири, напри-

ЭКСПОНАТ  
ВРЕМЕННО  
НЕДОСТУПЕН

САРКОФАГ  
1500 г. до н.э.

ПРОДОЛЖЕНИЕ  
ОСМОТРА

мер, основные игроки рынка (в их числе Pegas Touristik, Coral Travel, ANEX Tour и Sunmar) идут на взаимовыгодные компромиссы, в общих интересах используя лайнеры компаний Royal Flight, AZUR Air, Nord Wind и Pegas Fly, входящих в структуру разных компаний. И «летать» на бортах конкурентов зазорным теперь вовсе не считается — лишь бы на этом зарабатывать.

## НЕ СТАВИТЬ НА КРАСНОЕ

До недавних событий эксперты были уверены — фаворитом сезона будет Египет. После ввода запрета на полеты в Страну пирамид вопрос стал открытым.

Основных игроков рынка, которые «делают погоду» на направлении, можно на пальцах пересчитать. Поэтому и коллегиальное решение по поводу египетских программ было принято довольно быстро: операторы предложили либо заменять тур на аналогичный в другие страны, либо переносить поездку на более поздний срок в течение года, фактически «заморозив» на депоненте клиентские деньги. При этом Pegas Touristik, Coral Travel, ANEX Tour, «TUI Россия» и Brisco оперативно переориентировали полетные программы на Анталью, предложив клиентам заменить тур в Египет на сходный по параметрам в Турцию. А «Натали Турс» пошел даже на то, что «при аннуляции заказов по Египту будет произведен возврат полной стоимости тура». Исключением стал только «Библио Глобус», который предложил туристам Кипр и заявил, что «заморозка» касается лишь будущих египетских туров.

Каковы объемы переориентации турпотока? Не выше 30%. В Питере, например, из числа более чем 200 пассажиров первого «запретного» рейса в Шарм-эль-Шейх, согласились изменить Египту с Турцией 54 человека. За два первых дня таких набралось около 200, в то время как вылететь на отдых должны были свыше 1 тысячи. И очевидно, что по мере завершения сезона в Турции и на Кипре переток «египетских» туристов в Средиземноморье станет еще более слабым.

*Альтернатива Египту? Для «массовых» туристов европейской части РФ ее практически нет, поскольку туры во все остальные «пляжные» зарубежные туристические дестинации (включая Израиль и ОАЭ) стоят на 40–50% дороже.*



**ОЛЬГА ТИМОХИНА,**

исполнительный директор «Бюро путешествий «Гран-Тур» (Новосибирск)

Сейчас мы больше, чем летом, почувствовали тенденцию снижения уровня сервиса ради поездки. Клиенты хотят уложиться в определенную сумму, поэтому приходится жертвовать категорией отелей. Рассматриваются варианты ехать всей семьей или кого-нибудь из детей не брать. Как правило, речь идет о старших детях, с которыми обычно в каникулы семьи объединялись. Есть примеры замены традиционного отдыха в зимние каникулы на горнолыжном курорте на пляжный отдых. Кто может себе позволить, стали сдвигать отдых, чтобы не попасть на «высокие» даты. Основная тенденция, которая сохраняется уже давно, — отсутствие глубины продаж.

«Основная масса туристов привыкла покупать поездки в Египет по цене в 20–25 тысяч рублей на человека, — констатирует генеральный директор компании Space Travel Артур Мурадян. — И для того чтобы поехать на отдых по другому, более дорогому направлению, таким клиентам придется копить деньги несколько лет».

«Потеря Египта — серьезный удар по отрасли, неприятный для всех, — полагает генеральный директор оператора «Дельфин» Сергей Ромашкин. — Причем на ситуации с внутренним туризмом положительно это тоже не скажется, так как произошедшее лишь добавляет клиентам неуверенности в завтрашнем дне».

Адекватно оценивают положение и в тех компаниях, которые непосредственно «попали» в египетскую проблему. «Весь египетский турпоток, который в целом по России достигает как минимум 2,5 млн человек в год, «вернуть» куда-нибудь невозможно», — комментирует генеральный директор Coral Travel Джошкун Юрт. А генеральный директор Pegas Touristik Анна Подгорная сообщила, что только на депозитах в египетских отелях находится 300 млн рублей.

В свою очередь, президент «Натали Турс» Владимир Воробьев подсчитал, что на вывозе туристов из Египта все операторы могут потерять до \$10 млн. «В этой связи наиболее приемлемый вариант для операторов, агентств и туристов — депонирование средств», — считает Анна Подгорная. Однако для этой компании, имеющей большую региональную сеть, острота проблемы может быть сглажена хотя бы тем, что для Сибири и Дальнего Востока потеря Египта не так принципиальна: за Уралом он занимал не более 12% рынка и клиенты вполне могут быть переориентированы на Азию.

Не считая, конечно, того, что «египетские» операторы, все последние годы активно раз-



## «СБИТОЕ» НАПРАВЛЕНИЕ

24 ноября МИД РФ рекомендовал российским туристам воздержаться от поездок в Турцию из-за высокого риска террористических атак после сбита в Сирии российского бомбардировщика Су-24. Все крупные туроператоры оперативно остановили продажи путевок в страну. На момент «закрытия» направления было продано около 6 тысяч туров в Турцию, примерно 4 тысячи из них — на новогодние даты. По оценке АТОР, потери российских туроператоров составили несколько сотен миллионов рублей.

**1,7** МЛРД. РУБ.

составили прямые убытки, которые понесли крупнейшие туроператоры из-за «закрытия» Египта

6 ноября президент РФ Владимир Путин подписал указ, временно приостанавливающий авиасообщение между Россией и Египтом. На тот момент на египетских курортах отдыхало

**88,5** тыс.  
российских туристов

вывавшие собственные авиакомпании, столкнутся и с проблемой загрузки бортов. Ведь подавляющая часть их флота — среднемагистральные «Аэробусы» и «Боинги» — из Москвы или Петербурга летать в ЮВА не смогут.

## ЮВА ЖДЕТ БИТВА ЗА «НАШИХ»

В связи с выбытием из числа фаворитов Египта, роль доступных для россиян стран Юго-Восточной Азии явно повышается: теоретически они могут «оттянуть» часть турпотока. Но по причине достаточно высокой стоимости туров вряд ли это приведет к резкому росту спроса.

«В зимнем сезоне Таиланд станет рентабельным направлением, — считает PR-директор Tez Tour Лариса Аханова. — Несмотря на отдаленность, он проявит устойчивость в силу бюджетного наземного обслуживания, а также по причине наличия массового спроса и удешевления (из-за падающей в цене нефти) авиаперевозки».

Вместе с тем достаточно сильную конкуренцию Таиланду окажет Вьетнам. По предварительным данным, Нячанг в общем объеме сибирских полетных программ занимает свыше 27%. Да и в европейской части России он становится все более популярен: ANEX Tour, по словам исполнительного руководителя PR-департамента компании Елены Кокоевой, расширил программу собственных чартеров во Вьетнам, организовав рейсы не только в Нячанг, но и впервые в Хошимин. Оператор удивил рынок и принципиальной новинкой сезона, организовав чартер из Новосибирска в Камбоджу с периодичностью три раза в месяц.

По объективным причинам многие крупные операторы «пересели» на регулярную перевозку (в основном это Emirates) или объединили усилия с коллегами-конкурентами. «Натали Турс» (а также некоторые другие операторы) даже из Москвы «летает» в Таиланд на «регулярке» (с посадкой в Дубае). А в Петербурге, к примеру, из чартерной «экзотики» ЮВА остались лишь Таиланд (Бангкок и Пхукет), Вьетнам (Нячанг) и Индия (Гоа). Причем все эти маршруты выполняет «Катэкавиа».

Что касается продолжительности отдыха, то на курортах Юго-Восточной Азии это в среднем 10–12 дней. Основные курорты, которым отдают предпочтения россияне, все те же. В Таиланде — Паттайя и Пхукет, во Вьетнаме — Нячанг, Фантьет и реже остров Фукуок.

## ПРИБАВЯТ В СПРОСЕ

А что же происходит с другими «пляжными» экзотическими направлениями зимы? Как показал опрос экспертов, в фаворе оказались Мальдивы и ОАЭ. «Изменение турпотоков меньше всего затрагивает ОАЭ и Мальдивы, — полагает Дмитрий Арутюнов. — Первые потому, что недалеко, тепло, качественно и безопасно: в целом небольшое снижение объема по направлению есть, но не в «дорогом» сегменте. А Мальдивы сохраняют интерес и объемы за счет других островов Индийского океана, несколько потерявших популярность из-за отсутствия вариативности перевозки и большей стоимости отдыха, за счет открытия множества новых отелей, а также по причине весьма конкурентной цены на перелет».

По мнению Артура Мурадяна, ОАЭ могут «перетянуть» часть «египетской» клиентуры за счет предложения разнообразного и безопасного отдыха для семей с детьми. «Но это касается туристов среднего ценового сегмента, способных платить за качество услуг», — подчеркивает он.

Солидарна с коллегами и Ирина Мануильская, начальник отдела продаж компании «Содис». «По Мальдивам нет падения: они по-прежнему пользуются высокой популярностью, — рассказывает она. — А вот Маврикий и Сейшелы чуть «просели»: особенно это касается первого, так как теперь нет прямого рейса «Трансаэро».

В результате не исключено, что по этим направлениям общий объем останется преж-



**МАРИЯ МАЛЫШЕВА,**  
заместитель генерального директора по маркетингу,  
PR и продажам компании «Карлсон Туризм»

Мы работаем в нише индивидуальных и VIP-туров, Египет никогда не был для нас основным «пляжным» направлением. Поэтому акценты продаж и в прошлом году, и в этом смещены в сторону ОАЭ, Сейшельских островов, Маврикия и Мальдив. Среди наших клиентов спрос на эти страны немного возрос (на 5–10%). Возможно, мы просто почувствовали его перераспределение от других туроператоров. Есть у компании и другие зимние «пляжные» направления. Например, любимый всеми туристами Израиль или Иордания. Эти страны, скорее всего, получают приток клиентов с египетского направления. Ждем, что в связи со сложившейся ситуацией все перечисленные направления получат дополнительный приток туристов из России. Но при этом осознаем, что часть наших экзотических направлений, таких как Французская Полинезия или Занзибар, будут интересны только искусственным путешественникам.

ним, но он перераспределится в пользу Мальдив». Эксперт констатирует, что в продажах компании направление как занимало первое место, так его и занимает, в то время как ОАЭ находятся на 3–4 месте, а ЮВА остается во второй десятке.

*Некоторые эксперты полагают, что на фоне последних событий и ОАЭ, и Мальдивы могут усилить свои позиции в России. Например, президент «Натали Турс» Владимир Воробьев констатирует, что спрос на ОАЭ и «до того» был стабильным, а теперь направление по объемам способно пойти в рост. «Эта страна может принять часть туристов, отказавшихся от идеи поездки в Египет», — считает он.*

Вместе с тем направление Индийского океана в лучшем случае может рассчитывать лишь на 10% «египетского» клиентского «пирога». По той причине, что туристы, ездившие в Страну пирамид, в большинстве случаев про-

сто не располагают средствами, необходимыми для поездок в ОАЭ и на океанские острова.

Статистика последнего года показывает это весьма ярко. Да, по мнению экспертов, реализующих в ОАЭ и на острова туры для состоятельных клиентов, падения спроса по ним практически нет. А вот по данным Росстата, ОАЭ в рейтинге пятидесяти наиболее популярных у россиян направлений в течение последнего года хотя и поднялись с 9-го на 7-е место, но в объемах потеряли более 46% российского турпотока. А Мальдивы с 47-го переместились на 50-е, утратив почти 53% «наших».

Исследования общественного мнения россиян подтверждают: операторам, реализующим «экзотику», надо быть готовыми предложить рынку как максимально дешевые туры (с минимально возможным набором услуг), так и эксклюзивные путевки для дорогих и весьма требовательных клиентов. Вариативность, гибкость и способность быстро изменять спектр предложений в соответствии со спросом — формула выживания в современных реалиях. **ТЕ**

По оценке аналитиков АТОР, 24 ноября в Турции находилось более

**10** тыс.  
российских туристов

Примерно 20% из них — те, кто перебронировал свои туры в Турцию из-за приостановки авиасообщения с Египтом

Туризм - это увлекательное путешествие. В уходящем году туротрасль преодолевала и подъемы, и спуски. Наш с вами путь к успеху пролегал через узкие серпантины, извилистые тропы и препятствия.

Но несмотря ни на что, мы смотрим в будущее с уверенностью и оптимизмом, ведь в новом 2016 году нашими верными спутниками станут любимая семья, верные друзья и надежные партнеры!

Пусть в Новом Году по дороге к личному и профессиональному успеху трудности обходят вас стороной, а в сердце царят радость и мир!

Желаем Вам крепкого здоровья, счастья и благополучия!

**Искренне Ваши, команда Департамента туристических выставок ООО «Евроэкспо»  
До встречи на Форуме ОТДЫХ, 21-24 сентября 2016, ЦВК «Экспоцентр»!**

**www.tourismexpo.ru**



## Ремесленник с душой мечтателя

«АРТ-ТУР» — старожил отрасли, вскоре отмечающий четвертьвековой юбилей. Безупречная репутация компании — во многом заслуга ее основателя и генерального директора, человека принципиального и целеустремленного, требовательного, но справедливого. В интервью «ТБ» ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ рассказывает о своем подходе к жизни и бизнесу, объясняет, почему модель рынка, когда балом правят несколько сверхкрупных игроков, себя изжила, и заглядывает в будущее российской туриндустрии.

**Что в марке вашей компании важнее — «арт» или «тур»? Откуда здесь вообще взялся элемент искусства? И как вы пришли в туристический бизнес?**

Перенесемся в 92-й год, когда все началось. В муках рождается зарубежный туризм — и моментально к этому замечательному понятию пристает словечко «шоп». Никого не осуждаю: шоп-туризм — один из естественных видов человеческой деятельности. Но нам уже тогда виделось, что наступит время, когда путешествие станет сродни искусству. Мы заглянули в будущее — и угадали: умение путешествовать и необходимый для этого хороший вкус постепенно становились все более востребованными. И этот тренд бессмертен.

**Нет ли в таком подходе налета идеализма?**

Соглашусь на романтику... В туризме вообще невозможно действовать без светлых мечтаний. Так что «арт» — к вашим услугам, как и «тур». Как я пришел в этот бизнес: в конце 80-х Бюро

молодежного туризма «Спутник», если кто помнит это бравое название, искало кадры — спрос на поездки в перестроечную Россию оказался шквальным. Тогда меня, еще студента-франкофона, привлекли к работе с группами французской молодежи. Школа «Спутника» была интересная, но суровая: например, одно время мы отправляли людей в Польшу ежедневно целыми поездами из 12 вагонов.

**Еще полтора года — и «АРТ-ТУР» отметит серебряный юбилей. Каковы главные элементы вашей истории успеха? Что вам хотелось бы переделать, сев в машину времени и дав задний ход?**

Самый главный ингредиент успеха: мы старались продавать только то, что нравится нам самим. Добавляли направления не для ассортимента, как говорится. Второй кит — качество. За весь «отчетный период» количество судебных исков к нам можно сосчитать на пальцах одной руки. Наконец, здоровое отношение к кадровому составу. Никогда не раздували штаты, но и не экономили на специалистах. В конце концов, у нас ведь семейный бизнес — мы начинали его и продолжаем вместе с моей женой Аней. Так что сотрудников приглашали как бы к себе в семью — присматриваясь, не спеша.

Что изменить? Ничего глобального. Кое-что, может быть, из периода 90-х годов — тогда было многовато борьбы с ветряными мельницами.

**Ваш конек — Эмираты. Почему? На взгляд многих, при всех их достоинствах, это слишком жаркое место.**

Наши сотрудники легко приведут вам как минимум 22 причины для поездки в ОАЭ. А сведения о температуре в тех краях у большинства публики неполны: большую часть года, вечером, хорошо иметь с собой свитерок. К Эмиратам пристрастен в том смысле, что уже более двадцати лет наблюдаю за разительными переменами в инфраструктуре и даже пейзаже этого государства, способного не только преобразовать море и создавать острова, но и изменять климат: последнее произошло из-за появления обильной растительности. Теперь вот ждем открытия филиала Лувра. Можно ли этим не восхищаться?

**90 направлений списком — когда видишь на сайте «АРТ-ТУРА» такую палитру выбора, хочется спросить: какими силами компания обеспечивает подобные горизонты турпродукта?**

В трех московских офисах занято около сотни сотрудников, в дубайском — около тридцати. Стаж ключевых сотрудников в туризме практически совпадает с возрастом отечественной туристической индустрии — вот вам и ответ. Определение «фанатизм» будет излишним, если мы захотим кратко описать их отношение к своей работе. Плюс качество взаимодействия с каждым агентством: отказ «АРТ-ТУР» от использования колл-центра принципиален. На любой запрос отвечает только специалист, и это действительно знаток направления.

**Конъюнктура рынка меняется в последнее время драматически. Что, по-вашему, продуктивнее — реагировать в темпоритме ковбойского фильма или терпеливо охранять завоеванные рубежи?**

Много говорят о кризисе отрасли, и по большей части справедливо. Однако у нас работы только прибавляется, а доля рынка незаметно, но увеличивается. Видимо, срабатывает репутационный фактор — назовем его также фактором надежности. Мы никогда не брали на себя неоправданных рисков и неподъемных блоков. Может быть, зодиак Девы виноват? Мы люди скрупулезные, бьющие в одну точку, работающие на результат. Никаких метаний. Ремесленники в лучшем значении слова — то есть те, кто хорошо владеет своим ремеслом.

**Выходит, вы консерватор?..**

К понятиям надежности и стабильности отношусь с симпатией и выступаю за планомерное развитие всего и вся.

**Как вы оцениваете законодательские искания коллег, стремящихся поучаствовать в юридическом переустройстве рынка? Вы как-то влияете на эти процессы?**

Начать с того, что отсутствие в такой стране, как Россия, министерства туризма мне представляется обидным недоразумением. Кто еще может похвастаться таким же колоссальным туристическим ресурсом? Отрасль должен возглавлять министр, причем это должна быть значимая фигура. Увы, современное туристическое чиновничество мало знакомо с буднями нашего ремесла.

Да, попытки улучшить закон о туризме, придав ему более современную форму, имеют место, но зачастую они производят впечатление борьбы за преференции. Возьмем такой чувствительный сегмент, как страхование рисков и пресловутые банковские гарантии. Деньгами порядочных участников рынка, и мы это видим воочию, оплачиваются действия тех, кто осознанно идет к банкротству — они устраивают демпинг, наращивая денежные потоки, отбирают у нас туристов.

А обратив в свою сторону большие потоки клиентов и денег, уходят с рынка, свалив на нас, добропорядочных игроков, ответственность по их обязательствам перед клиентами, которые мы компенсируем через ту же «Турпомощь». Меня довольно часто спрашивают о том, что определяет сегодняшний день отечественной туристической индустрии.



*Могу сказать, что последние десять-пятнадцать лет идет целенаправленная блокировка позитивных инициатив так называемыми «массовиками», которые используют туризм в качестве средства для беспроцентного займа денег у населения.*

Эту точку зрения разделяет изрядное количество практиков туристического бизнеса.

Банки уже стали открепиваться от взаимодействия с турбизнесом. Самым эффективным механизмом, который исключил бы насаивающееся применение банковских гарантий, дублирующие функции «Турпомощи» и так далее, стало бы директивное распоряжение о страховании каждого тура в отдельности. Это решение лежит на поверхности: купили медицинский полис — и тут же приобрели такой же на случай несостоятельности оператора. Хотя массовому оператору, конечно, проще заплатить

одну большую сумму, чем дробить ее на множество мелких. Страховые компании могли бы ввести различные процентные ставки для разных туроператорских компаний, в зависимости от степени риска, с учетом объема имущества, вовлеченности в кредитные схемы, репутационной составляющей, истории исков против них и других факторов. Можно было бы наладить обоснованную и взвешенную систему страхования. Это заодно исключило бы и немаловажный фактор паники, когда жертвы разорившегося туроператора дерутся за свою долю компенсации. Уверен, рано или поздно мы к похожему механизму придем.

#### Что, по-вашему, ожидает отечественную туринду-стрию в обозримой перспективе?

В мире существует несколько моделей развития туристической отрасли. Мы почему-то долгое время копировали немецкую — с крупными операторами, которые шлют чартеры во все концы света. Есть американская, когда турагент, или trip advisor, подобно семейному доктору, обслуживает контингент доверяющих ему клиентов. Массовых операторов в Америке нет. У нас почему-то считается, что ты должен или вырасти до уровня крупного массовика, или загнуться совсем. «АРТ-ТУР» как раз гордится тем, что среди наших партнеров много именно таких «семейных докторов».

Полагаю, в России должна выработаться какая-то средняя модель, потому что вариант с операторами-гигантами себя дискредитировал. Качество продающих менеджеров тоже будет возрастать — за счет сокращения их неоправданной численности. Я основываю этот прогноз на результатах наших роуд-шоу по городам России — каждый год представители «АРТ-ТУР» проводят



семинары и презентации в 30–40 российских регионах. Качество жизни там постепенно растет, и как результат, платежеспособный спрос остается там же, а не переезжает в столицу.

#### Попытайтесь предсказать будущее компании «АРТ-ТУР» на ту глубину, которая кажется вам актуальной.

Хочешь рассмешить Бога — расскажи ему о своих планах! Наш бизнес, к сожалению, сильно зависит от внешних факторов. Было ведь и время, когда мы продавали туры в Сирию... Но в действительности никакие санкции не утихомят тех, кто страдает тягой к странствиям.

И если ты работаешь честно — а мы не продаем туры дороже той цены, по которой человек мог бы забронировать их самостоятельно — тебе всегда найдется место во всемирной системе путешествий.

#### Кто вы по внутреннему устройству — тактик или стратег? А ваша правая рука, Анна, — она кто?

Сейчас, через двадцать пять лет совместной жизни, могу сказать, что мы начинаем быть похожими друг на друга. Но если вы настаиваете на ответе, то за собой я бы оставил стратегию, а Ане отдал бы тактику. Хотя сегодняшний «АРТ-ТУР» немислим и без нашего бессменного коммерческого директора и моего институтского друга Сергея Плешакова, и без директора нашего офиса продаж Анны Григорян, без наших замечательных директоров департаментов, всех сотрудников в Москве и в Дубае — все они тоже влияют и на тактику, и на стратегию компании.

#### Ваши увлечения?

Профессионально увлекаюсь боулингом; имею в активе бронзовую медаль Золотого кубка Европы 2006 года. Люблю дайвинг и ныряю везде, где есть возможность. Недавно в компании с Андреем Макаревичем вспоминали, как кормили акул под водой — на Багамах. Тут главное — не бояться, самому не почувствовать себя кормом. Очень красивые животные, акулы, — этикие подводные мерседесы... Начал бегать марафоны — за последние два года пробежал семь полных дистанций. Замечательные экскурсии по городам получаются — все движение перекрыто, свобода, красота! Летом 2015 года вместе с женой исполнил свою давнюю мечту — взошел на вершину Арарата. **тб**

Беседовал Геннадий Габриэлян

#### ДОСЬЕ «ТБ»

**Дмитрий Арутюнов** родился в 1967 году. В 1991 году закончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики и Высшие курсы иностранных языков (французский язык). В туристическом бизнесе с 1988 года как сотрудник БММТ «Спутник», а с 1992 года по сей день — директор компании «АРТ-ТУР». Любимое место отдыха — Эмираты, Франция. Хобби — дайвинг, боулинг, путешествия: в активе 96 стран, но кое-что остается и на будущее — например, Эфиопия, Филиппины, Намибия.



# T6 workshop

## ТУРБИЗНЕС

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫЕ КРУПНЫЕ, ПОПУЛЯРНЫЕ И УСПЕШНЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ И СНГ

### КАЛЕНДАРЬ ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ — 2016

<b>МАРТ 09–11</b>	ЛИПЕЦК  → ВОРОНЕЖ → БЕЛГОРОД 
<b>МАРТ 14–18</b>	ТОЛЬЯТТИ → ПЕНЗА → САРАТОВ → АСТРАХАНЬ 
<b>МАРТ 17–18</b>	ИЖЕВСК → ПЕРМЬ
<b>МАРТ 28–01 АПРЕЛЬ</b>	ВОЛГОГРАД → РОСТОВ-НА-ДОНУ → КРАСНОДАР → СТАВРОПОЛЬ → ПЯТИГОРСК
<b>04–08 АПРЕЛЬ</b>	УФА → САМАРА → НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → КАЗАНЬ → Н.НОВГОРОД
<b>11–15 АПРЕЛЬ</b>	ЕКАТЕРИНБУРГ → ЧЕЛЯБИНСК → КУРГАН → ТЮМЕНЬ → СУРГУТ
<b>18–22 АПРЕЛЬ</b>	ОМСК → БАРНАУЛ → НОВОКУЗНЕЦК  → КЕМЕРОВО → ТОМСК 
<b>20 АПРЕЛЬ</b>	МИНСК
<b>25–26 АПРЕЛЬ</b>	БАКУ
<b>26–28 АПРЕЛЬ</b>	ПЕТРОЗАВОДСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → АРХАНГЕЛЬСК
<b>27–29 АПРЕЛЬ</b>	ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН



#### РАБОЧЕЕ МЕСТО НА WORKSHOP:

РОССИЯ: 17 тыс. руб.  
(за один город),  
СНГ: 25 тыс. руб.  
(за один город).

#### УЧАСТИЕ В БИЗНЕС-ЗАВТРАКЕ:

11 тыс.руб.  
(1,5 — 2 часа в одном городе)

#### ОРГАНИЗАЦИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ:

РОССИЯ: 20 мин. — 5 тыс. руб.,  
30 мин. — 7 тыс. руб., 40 мин. — 10 тыс. руб.,  
60 мин. — 14 тыс. руб.  
СНГ: 20 мин. — 6 тыс. руб., 30 мин. — 8 тыс. руб.,  
40 мин. — 10 тыс. руб.

#### ИСПАНИЯ — СТРАНА ПАРТНЕР



#### ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

ДОСТАВКУ МАТЕРИАЛОВ  
К РАБОЧЕМУ МЕСТУ  
В РОССИЙСКИЕ ГОРОДА  
48 руб./кг.

ПАКЕТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ  
8 тыс. руб. в одном городе РФ  
и 15 тыс. руб. в одном городе СНГ  
вкл. трансферы по программе,  
обеда, проживание  
и поздний выезд.

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ  
В КАТАЛОГАХ WORKSHOP  
от 6 тыс. руб.

ЗАОЧНОЕ  
УЧАСТИЕ В WORKSHOP  
Россия 8,5 тыс. руб.,  
СНГ 12 тыс. руб.

ОРГАНИЗАЦИЯ  
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ  
ПРЕЗЕНТАЦИЙ, РОУД-ШОУ,  
КОНФЕРЕНЦИЙ ДЛЯ КОМПАНИЙ  
В ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ  
РАЗЛИЧНОЙ СЛОЖНОСТИ.

#### ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»:

Руководитель отдела:  
Координатор отдела:  
Менеджеры отдела:

Людмила Сивова / [workshop@tourbus.ru](mailto:workshop@tourbus.ru)  
Кристина Сивова / [k.sivova@tourbus.ru](mailto:k.sivova@tourbus.ru)  
Елена Архипова / [e.arhipova@tourbus.ru](mailto:e.arhipova@tourbus.ru)  
Виктория Кудряшова / [wshotels@tourbus.ru](mailto:wshotels@tourbus.ru)

(495) 723-72-72,  
[www.tb-workshop.ru](http://www.tb-workshop.ru), [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru),  
[www.idtourbus.ru](http://www.idtourbus.ru), [wshotels@tourbus.ru](mailto:wshotels@tourbus.ru)



С 1998 г. ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 430 МЕРОПРИЯТИЙ В 50 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ И ЕВРОПЫ



# Летательный ИСХОД

Несмотря на две попытки реанимации второго по величине авиаперевозчика России, с 26 октября 2015 года у «Трансаэро» отозван сертификат эксплуатанта, а имеющиеся у компании маршруты заняты другими игроками рынка. И вернуться на него «Трансаэро» сможет уже вряд ли.

**ТЕКСТ**  
ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

**С**начала сентября авиакомпания оказалась в зоне сильной экономической турбулентности и не смогла выполнять обязательства перед пассажирами и партнерами. Реанимировать ее пытались путем продажи «Аэрофлоту», а затем взявшую курс на банкротство компания провела «вытащить» S7.

Однако несогласованность действий собственников и кредиторов, а также долги, составляющие вместе с лизинговыми обязательствами около 250 млрд рублей, фактически ее «потопили». Продажа билетов остановлена, пассажиры до сих пор перевозят другие предприятия, сертификат эксплуатанта отозван, а большая часть коллектива «зависла» без работы.

## НА СТАДИИ ПЕРЕДЕЛА

Сейчас ситуация патовая: арбитражные суды разных регионов России (Петербурга и Ленобласти, Москвы, Амурской, Московской, Самарской, Сахалинской и Свердловской областей) в сентябре–ноябре зарегистрировали около 80 заявлений компаний и ведомств о взыскании с «Трансаэро» более 15 млрд рублей и \$60 млн.

В дело уже вступили практически все основные кредиторы: 6 ноября, например, ходатайство о банкротстве перевозчика в Арбитражный суд Петербурга и Ленинградской области подал ВТБ, долго державший паузу. При этом руководитель банка Андрей Костин заявил, что «ВТБ изначально не был заинтере-

сован в банкротстве «Трансаэро», однако не нашел другого пути». Что касается Сбербанка, который, напротив, фактически стал первым крупным кредитором, настаивающим на этом, то его требования о введении в авиакомпанию процедуры наблюдения будут рассмотрены в суде уже 25 ноября.

При этом руководители фактически переставшей работать авиакомпании сомневаются в законности аннулирования сертификата эксплуатанта и отрицают, к примеру, срыв сделки с собственником S7 Владиславом Филевым. В частности, на своей странице в «Фейсбуке» Ольга Плешакова сообщила, что «у членов совета директоров вызывает сомнения юридическая чистота остановки свидетельства эксплуатанта и моментальная передача допусков на международные маршруты, принадлежащих «Трансаэро».

Впрочем, сами акционеры «Сибири» еще 2 ноября сообщили, что вышли из сделки. По той причине, что владельцы «Трансаэро», как и в случае с «Аэрофлотом», не смогли вовремя консолидировать необходимый пакет акций, не имеющих обременений. Вместе с тем акции близкого к банкротству перевозчика до сих пор скачкообразно торгуются на Московской бирже.

## «АЭРОФЛОТУ» ДОСТАЛОСЬ ВСЕ

Что касается маршрутной сети авиакомпании, то временный допуск на 56 международных маршрутов «Трансаэро» получил «Аэрофлот»,

взявший на себя основную ношу по перевозке пассажиров банкрота. За что и был щедро вознагражден.

«Считаю, что основным бенефициаром в данной ситуации стал как раз «Аэрофлот», — делится мнением руководитель Biletix.ru Александр Сизинцев. — Ведь с уходом «Трансаэро» национальный авиаперевозчик получил дополнительно около 50 востребованных направлений, где он сможет выполнять рейсы с незначительным числом конкурентов. Кроме того, ему досталось более 30 самолетов».

*Складывается впечатление, будто авиационные власти РФ сознательно не допустили оздоровления «Трансаэро». Ведь как только S7 обнародовала планы на покупку ее контрольного пакета, Межведомственная комиссия по выдаче допусков на выполнение международных полетов при Минтрансе отдала 56 (из 156, т. е. 36%) маршрутов «Аэрофлоту» и его «дочкам». При этом на 24 из них претендовала и S7 Airlines. Но получила только один допуск — на Тайвань.*

Кому же достались остальные направления «Трансаэро»? Поскольку все более-менее «лакомые» регулярные международные маршруты из Москвы перешли в «руки» «Аэрофлота», резко повысив уровень монополизации рынка, остальные (в основном, из регионов) не очень-то кого и интересовали. На них никто и не претендовал. Результат? Предстоящей зимой на регулярных рейсах из Москвы в дальнее «закордонье» конкуренция между перевозчиками ожидается только по направлениям в Тиват, Сплит, Ларнаку и Мюнхен.

Что касается чартеров, то тут ситуация несколько иная. И часть маршрутов «Трансаэро» все же отдали другим. В частности, на зиму 2016 года «Катэкавиа» получила допуски на рейсы из Москвы в Пунта-Кану, Барселону и на Тенерифе. Из столицы в Барселону также смогут выполнять рейсы «Вим Авиа», IFly, «Таймыр» и «Уральские авиалинии». Во французские Гренобль и Шамбери полетят IFly и «Таймыр». Еще несколько допусков получили «Донавиа» и «Глобус». Однако и здесь значительная часть рейсов досталась если не самому «Аэрофлоту» (например, большая часть в Шамбери и Гренобль), так «Победе», которая тоже уже может летать за рубеж. «Количество круп-

нейших перевозчиков сокращается (не говоря уже о небольших), уровень конкуренции снижается», — констатирует Алексей Синицкий, главный редактор журнала «Авиатранспортное обозрение».

Как считает вице-президент АТОР Дмитрий Горин, «ограничение количества авиакомпаний — это неправильный путь». «Из-за сложной ситуации происходит консолидация рынка и многие компании вынуждены объединяться в альянсы. «Аэрофлот» — крупный альянс, — полагает он. — Но при этом есть и другие крупные перевозчики, и малые авиакомпании, которые осуществляют рейсы между городами. Их интересы тоже должны быть соблюдены. Однако в действительности «победитель получает все».

## В НОКАУТЕ

Каким образом повлияли на рынок туристических авиаперевозок остановка «Трансаэро» и события в Египте? По мнению Александра Сизинцева и Олега Пантелева, для собственно туристического рынка РФ это весьма тяжелый удар: полноценной замены Египту как направлению зимнего отдыха экономкласса нет. А вот с авиаперевозками ситуация несколько другая.

*Эксперты подчеркивают: в последние годы туроператоры «поставили на крыло» несколько аффилированных с ними перевозчиков. При этом они располагают достаточно внушительным воздушным флотом, в который в общей сложности входит около 50 лайнеров.*

Примерно половина из них — среднемагистральные, а вот остальные — дальнемагистральные самолеты типа A330, а также «Боинги» моделей 757, 767 и 777. И если первые

# 100,2

ТЫС. ПОКУПАТЕЛЕЙ

билетов «Трансаэро» с датой вылета после 15 декабря «Аэрофлот» перебронировал на свои рейсы и других российских перевозчиков



«Аэрофлот», и в том числе и его «дочка» «Россия», получил допуск на маршруты из Москвы в Лондон, Париж, Берлин, Вену, Рим, Милан, Венецию, Прагу, Ираклион, Тель-Авив, Стамбул, Анталья, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Майами, Бангкок, Пхукет, Пекин, Гонконг и многие другие. «Россия», в частности, уже получила назначение на выполнение регулярных перевозок на маршрутах из Москвы в Прагу, Вену, Зальцбург, Париж и Мадрид, а сам «Аэрофлот» стал регулярным перевозчиком на договорных линиях Москва — Гоа и Москва — Дели — Сингапур.



**ОЛЕГ ПАНТЕЛЕЕВ,**  
исполнительный директор Aviaport.ru

Крупнейшие авиакомпании объявили о своих притязаниях на наследство «Трансаэро». Но фактически пока анонсирована только сделка «Аэрофлот» — «Сбербанк Лизинг» на 14 самолетов (преимущественно Boeing 737NG) — других сделок пока нет. Всего же «Аэрофлот» рассчитывает взять до 34–35 самолетов из парка «Трансаэро». Группа «Аэрофлот» рассчитывает получить и значительную часть международной маршрутной сети из Москвы, причем на временной основе она эти назначения уже получила. Другие авиакомпании также хотели бы получить коммерческие права на международные линии, однако шансы такого развития событий малы.

## 2-е место

в России занимала «Трансаэро» по объему пассажиропотока до прекращения полетов

зимой как раз и были ориентированы в основном на Египет, то вторые использовались на самых разных «пляжных» направлениях.

В связи с этим никто не сомневается: из-за общего падения выездного турпотока из РФ дефицита перевозки, даже с учетом ухода «Трансаэро», не будет. Не случайно буквально через пару недель после запрета полетов в Египет операторы «перенацелили» свои борты на другие направления. ANEX Tour запустил новые полетные программы в Таиланд, Индию и Вьетнам, Pegas Touristik — в Тунис, Турцию и ОАЭ, на Кипр и в Израиль, а Coral Travel — в Марокко, Израиль и Тунис. Позднее полетные программы также пришлось корректировать.

Весьма интересна стратегия Pegas Touristik. Как недавно заявил вице-президент компании Имран Назаров, располагая аффилированным с оператором перевозчиком Pegas Fly, компания уже в следующем году намерена широко использовать его на внутрироссийских регулярных рейсах. «Регулярными рейсами мы будем привозить пассажиров в крупные хабы, а затем чартерами отправлять их на отдых», — сообщает он. По его словам, к лету 2016-го Pegas Fly станет

выполнять до 20 регулярных внутрироссийских рейсов. И это не пустые слова: уже сейчас на отдельные даты на Pegas Fly можно купить билет на маршрут Москва — Петербург (или обратно) по цене в 1,6 тысячи рублей.

«Закрытие» Египта — еще один удар и для туризма, и для авиаотрасли РФ — в этом уверен руководитель компании Infomost Борис Рыбак. «В последнее время она и без того несет потери и не получает никаких плюсов, — констатирует он. — Так, «закрытие» украинского направления привело к потере 800 тысяч пассажиров, а кризис «Трансаэро» потребовал от «Аэрофлота» перевезти без компенсации почти 2 млн человек. И «потеря» Египта только усугубит ситуацию».

Вместе с тем очень многое зависит от происходящего на международной арене. Ситуация с Турцией — яркий пример того, как быстро меняется политическая обстановка, и, вслед за ней, серьезные потрясения испытывает российский туризм. Если угроза терроризма станет усиливаться, то не исключены и новые запреты, которые только добавят негатива. Однако на судьбу «Трансаэро» это уже вряд ли повлияет: ее «песенка», похоже, окончательно «спета». **ТВ**



### Прикосновение к совершенству

Последние тенденции, культурные традиции и утонченные наслаждения – оцените все краски осенне-зимней коллекции в Южной Корее. К вашим услугам 127 направлений по всему миру, чтобы попробовать нечто новое с Korean Air.



Excellence in Flight  
**KOREAN AIR**



# ПРИГЛАШАЕМ НА ROADSHOW ИЗРАИЛЯ!

Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов-на-Дону

**1** ФЕВРАЛЯ 2016 г.  
**WORKSHOP в Екатеринбурге**  
10.00 — 14.00 отель Novotel Ekaterinburg 4\*

**2** ФЕВРАЛЯ 2016 г.  
**WORKSHOP в Санкт-Петербурге**  
10.30 — 14.30 отель Nevskij Palace Hotel 5\*

**4** ФЕВРАЛЯ 2016 г.  
**WORKSHOP в Ростове-на-Дону**  
10.00 — 14.00 отель Don-Plaza 4\*

#### Участники:

Министерство Туризма Израиля,  
национальный авиаперевозчик El Al,  
израильские туроператоры и представители  
гостиничного бизнеса Израиля

#### Формат мероприятия в каждом городе:

проведение презентации участников,  
workshop, лотерея, деловая викторина  
«Знаете ли вы Израиль?»

#### Устроитель Roadshow:

Департамент Министерства Туризма  
Израиля в РФ и СНГ

#### Технический организатор:

ИД «Турбизнес»

#### Дополнительная информация:

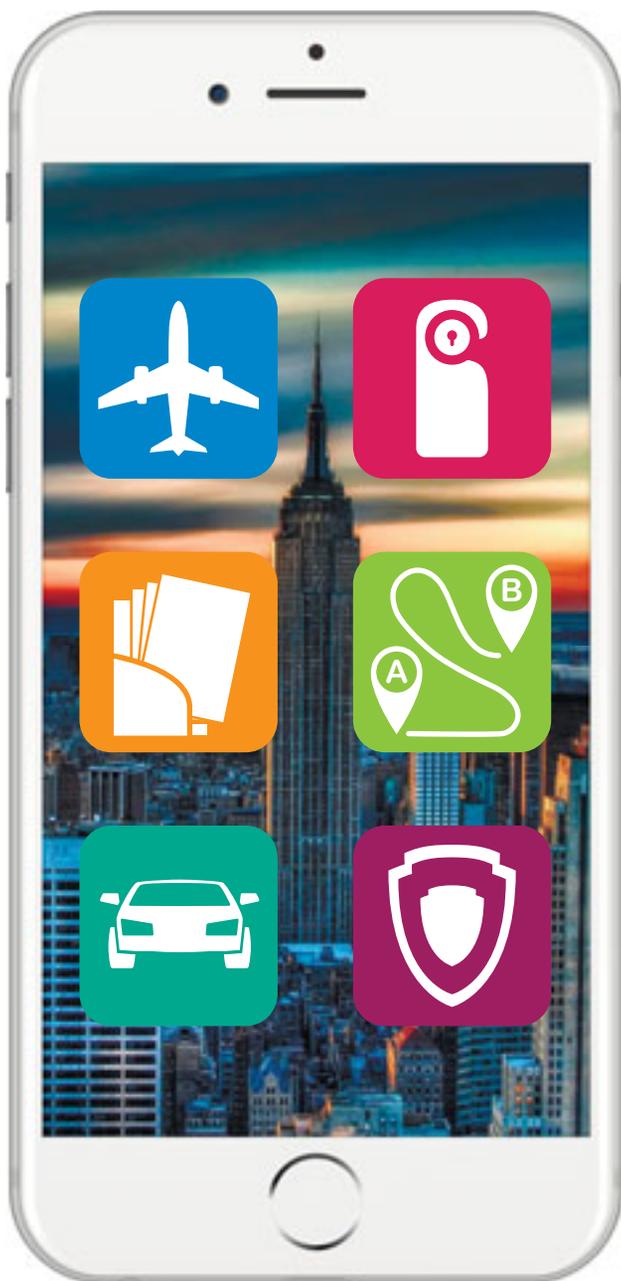
+7 (495) 723-72-72

# Туризм в мобильной версии

Влияние интернета на туризм продолжает расти, с распространением гаджетов возникают новые потребительские тенденции и мобильные приложения становятся все более популярным способом бронирования. Эксперты «ТБ» рассказывают о мобилизации туристической индустрии, технических трендах, говорят о причинах активного развития и барьерах в этом сегменте.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДРА ПОЛЯНСКАЯ

Причина активного развития мобильных приложений, по мнению экспертов, обусловлена желанием не только привлечь новую аудиторию, но увеличить число лояльных клиентов. «Очевидно, что мобильные приложения лучше «привязывают» клиента к компании и обладают широкими возможностями для контакта с клиентом за счет большей персонализации и инструментов, доступных в смартфонах», — говорит Андрей Осинцев, коммерческий директор «Связной Трэвел». Александр Сизинцев, генеральный директор Biletix.ru, считает, что мобильная разработка является одной из наиболее динамично развивающихся тенденций в корпоративной и IT-сфере и туризм не является исключением. «Сегодня вряд ли можно говорить о конкурентоспособности туристического бизнеса без IT-инфраструктуры, не оснащенной передовыми мобильными технологиями. Все понимают, что мобильное устройство сейчас неотъемлемо от человека, «всегда в кармане», и при грамотном подходе может быть удобным и эффективным способом коммуникации, обслуживания и продаж», — уверен эксперт.



**АНДРЕЙ ОСИНЦЕВ,**  
коммерческий директор  
«Связной Трэвел»

Если посмотреть на продажи с мобильных устройств, то особенности реализации авиабилетов отличаются на смартфонах и на планшетах. Так, со смартфонов чаще совершают поиск на ближайшие даты, а также «быстрые» покупки. В большинстве случаев запрашиваются авиабилеты в один конец и на одного пассажира. Поиски с планшетов путешественники осуществляют чаще всего дома, в спокойной обстановке, просматривается множество вариантов перелета. В результате при покупке авиабилетов с планшета — в отличие от смартфона — увеличивается глубина поиска, средний чек и количество билетов в заказе.

50%

покупок на рынке онлайн-трэвел будет осуществляться с мобильных устройств через 2–3 года, считает Константин Мамонов, операционный директор OneTwoTrip

**В** компании momondo по итогам первых 9 месяцев 2015 года мобильный трафик увеличился с 18% (это результат аналогичного периода в 2014 году) до 41%. В агентстве Biletix.ru на данный момент около 16% продаж приходится на мобильный сегмент, рост продаж через мобильные устройства по сравнению с прошлым годом составляет 42%. В OneTwoTrip — 10% продаж приходятся на мобильные приложения. «Связной Трэвел» лидирует: почти половина реализованных через интернет авиабилетов продается компанией либо через мобильную версию сайта, либо через приложение.



**ТАТЬЯНА СУХАРЕВА,**  
руководитель отдела онлайн-маркетинга «TUI Россия»

**Р**азработка любого мобильного продукта — очень сложный процесс, включающий в себя целый ряд технических нюансов, от которых зависит цена. «Причем не имеет значения, идет ли речь о разработке мобильного приложения или мобильной версии сайта. Универсального способа создания приложения не существует, здесь все очень индивидуально, — считает директор онлайн-агентства Travelata Алексей Зарецкий. — Необходимо учесть множество параметров — от квалификации программистов до необходимой модели данных. Вполне разумная стоимость разработки сайта или мобильного приложения находится в пределах 5 тысяч долларов — 150 тысяч долларов. Мобильные приложения — тренд (по данным Яндекса, в 2015 году мобильный трафик вырос на 80%). Есть большая вероятность того, что вложения себя оправдают».

Мы смотрим в сторону мобильных технологий. Мобильный трафик растет: в частности, на сайте tui.ru по сравнению с прошлым годом он увеличился на 40%. В данный момент мы занимаемся разработкой адаптивной версии сайта, дата релиза — март 2016. Приложение для туроператоров, по нашему мнению, нужно только на стадии post booking. В таком приложении пользователь сможет увидеть всю информацию по туру, доступную в личном кабинете, забронировать экскурсии, почитать про особенности курорта, а также получать уведомления о каких-либо изменениях, оперативную поддержку по всем вопросам. Вероятность того, что посетитель скачает отдельное приложение, чтобы искать туры по конкретному туроператору, близка к нулю. Для таких целей более охотно будут скачивать приложения агрегаторов туров от разных туроператоров, а также OTA. К тому же при наличии мобильной версии сайта туроператора клиент скорее сделает бронирование именно на сайте с любого мобильного устройства.

**В** числе основных технических трендов в сфере мобильных технологий эксперты выделяют мультиплатформенность и кросс-платформенную разработку. Мультиплатформенность означает взаимосвязь сервисов в рамках всех платформ: то есть человек может начать искать билеты на сайте, забронировать их, а затем, например, войти в мобильное приложение и оформить покупку. Также в трэвел-сегменте популярна кросс-платформенная разработка: сейчас OTA создают не только отдельные мобильные приложения для разных операционных систем, но и адаптируют мобильную версию сайта для использования в качестве приложения, достигая таким образом большего охвата аудитории.

OTA необходимо иметь мобильное приложение. В приложении заложены возможности, которые повысят продажи: например, push-уведомления или геолокация.

Мы рассматриваем мобильное приложение как информационный ресурс, говорить об онлайн-продажах туров сложно. Можно сравнить ситуацию с рынком авиабилетов, где существенный процент бронирования перешел в онлайн. Когда пользователь видит предложение по авиабилету, он на 99% может быть уверен — цена правильная, билет есть в наличии и его можно купить. И скидку никто не даст: авиакасса зарабатывает при продаже 0,7–1%, она не может сбросить цену. А если говорить про потребителей туров, люди знают, что по туру могут быть скрытые доплаты («новогодний ужин», например), а узнать о них можно только у туроператора по факту бронирования. Гарантии, что тур подтвердят, нет. А самое главное — туристы знают, что могут выбить 5–7, а то и 10% скидки в ближайшем турагентстве, куда принесут распечатку с туром.

**Н**а сегодняшний день мобильные приложения есть у всех ведущих авиакомпаний мира, в числе которых British Airways, KLM, Turkish Airlines, Qatar Airways, Lufthansa, Vueling, TAP Portugal, Delta и многие другие. Российские перевозчики не отстают: свои приложения имеют «Аэрофлот», S7, «ЮТэйр», «Уральские авиалинии». Гостиницы также смотрят в сторону мобайла, однако, за исключением международных сетей, не делают ставку на этот сегмент. Сейчас мобильные приложения активнее всего выпускают онлайн-трэвел-агентства, хотя лидеры рынка уже давно ими обзавелись. Высокой популярностью в AppStore пользуются приложения как метапоисковых систем (Aviasales, Skyscanner, Kayak, momondo), так и отдельных OTA (Booking.com, Anywayanyday, Ozon.Travel, OneTwoTrip, Biletix.ru, «Связной Трэвел», Ostrovok.ru, Agent.ru и других).



**АНДРЕЙ ВЕРШИНИН,**  
генеральный директор компании Слетать.ру



# В поисках ЗОЛОТОЙ СЕРЕДИНЫ

Своеобразная ситуация сложилась в отношении контрактинга с отелями в конце 2015 года. Наметившееся было «противостояние» порталов онлайн-бронирования гостиниц и туроператоров свелось к своего рода пакту о ненападении. Российские гостиницы же, пометавшись между первыми и вторыми, потихоньку нащупывают баланс, стараясь не дать ни тем, ни другим поставить себя в кабальные условия.

ТЕКСТ ИРИНА КУДИНОВА

**П**ожалуй, наиболее острая ситуация сложилась с курортом «Роза Хутор» на волне развития внутреннего туризма. В октябре в СМИ появилась информация, что курорт запустил в продажу собственные турпакеты. Кое-кто из туроператоров счел это брошенной перчаткой. Да и контрактинг «Роза Хутор» ведет довольно жестко: партнеры обязаны выкупить блоки мест не только зимой, но и в летний сезон. Уже подписаны договоры с «Алеаном» и «Розой ветров». Впервые заключены контракты с независимыми агентскими сетями. Зато такая акула рынка, как «Интурист», пока предлагает своим клиентам номера на курорте под запрос.

Если же отвлечься от сочинского курорта, «средняя температура» на российском гостиничном рынке примерно одинакова: отели ищут золотую середину.

С одной стороны, туроператорам не хватает гибкости онлайн-порталов с их меньшими комиссиями и тарифами, которые можно менять чуть ли не поминутно. С другой стороны, есть риск попасть в кабалу к ОТА.

*Некоторые отели не успевают спохватиться, как 70% их номеров расходуется уже только через Booking.com, который смело может начинать диктовать свои условия.*

Неудивительно, что Европа уже начала ограничивать деятельность «зубров» этого сегмента законодательно. Нам

до такой продвинутости далеко, российский гостиничный рынок еще очень молод. Обеспечить себе больше шансов на мобильность можно, увеличив число партнеров: отечественные системы Ostrovok.ru, Oktoگو.ru вполне способны конкурировать с пресловутым «букинг» на локальном рынке, к тому же нередко предоставляют условия получше. Но даже при равных тарифах и комиссиях это все же альтернатива.

Так что ситуация с поиском баланса в контрактинге — не вопрос отказа от услуг той или иной компании: это вопрос грамотной работы с партнерами. С туроператорами в первую очередь, поскольку меньшую гибкость они компенсируют иными своими плюсами.

Сложившуюся на рынке внутреннего туризма ситуацию по просьбе «ТБ» прокомментировали представители двух разноплановых столичных гостиниц, а также спикер от российского онлайн-портала бронирования.

Как можно видеть, все заинтересованные стороны активно ищут компромисс. И, наверное, здесь вопрос не только в грамотном балансе — кому сколько номеров отдавать, соглашаться ли на жесткие блоки в фиксированные периоды года и т.д., — но во многом в умении оценить перспективу. Потому что речь идет о развитии российского гостиничного рынка в целом. Тем же сочинским курортам — как и особым экономическим зонам — нужна помощь, чтобы грамотно «раскрутиться» и занять свою нишу в туриндустрии страны. Не только туроператоры, но и ОТА способны им в этом ощутимо помочь.



**ФЕДОР ТАРАСЮК**

директор по развитию бизнеса  
Okfogo.ru

Этот год показал всплеск интереса относительно российских регионов. Появился спрос на weekend-формат: отели в Подмосковье и в городах в 200–300 км от Москвы, Ленинградская область, Карелия «приросли» в бронированиях. Поскольку качественных объектов размещения в указанных регионах не так много, спрос на выходные значительно превышал предложение. Многие пользователи стали менять формат резервирования: глубина бронирования отелей с хорошим соотношением «цена–качество» увеличилась с 1–3 дней до 2–3 недель.

Лучшие показатели по росту, безусловно, демонстрировало Черноморское побережье. Сочи с хорошей гостиничной инфраструктурой и олимпийскими объектами вошел в лидеры по количеству бронирований в летний сезон, уверенно конкурируя с Санкт-Петербургом. В сегменте бюджетного отдыха на море востребованы оказались курорты Таманского полуострова.

Ввиду хорошего спроса (и возможно, в связи с инфляцией) отели топовых регионов стали поднимать цены на номера в высокий сезон: в среднем на 10–12% относительно аналогичного периода прошлого года. Некоторые устанавливали ограничения на минимальный срок пребывания и условия предоплаты, стремясь увеличить средний чек и количество гарантированных бронирований.

ний. В онлайне такой подход абсолютно оправдан, поскольку условия легко обновить в личном кабинете, и в случае падения спроса или загрузки можно снять ограничения и проставить скидку.

Хочется отметить положительную динамику в 2015 году по принятию гостиницами OTA как канала продаж. Региональные отели, которые еще два-три года назад и слышать не хотели о продаже номеров онлайн, сейчас сами предлагают нам сотрудничество.

В отдельных регионах активность средств размещения вызвана появлением на рынке новых сетевых объектов международных брендов. Начинают работать механизмы конкуренции, и гостиницы (наконец-то!) ищут новые каналы для продажи номеров.

В городах-миллионниках, где работа с системами онлайн-бронирования уже не в новинку, многие отельеры используют OTA как площадку для экспериментов: пробуют новые подходы в ценообразовании, используют маркетинговые возможности системы. Стало понятно, что работа с онлайн — это не сложно и не страшно. А главное, за счет большой аудитории и трафика (которые дает OTA) можно получить быструю оценку результатов своих экспериментов и потом применить эти решения в других каналах.

На российских направлениях OTA и ТО всегда конкурировали. Но если внутренний туризм раньше был у туроператоров скорее «массовым» эконом- и экскурсионным направлением, то в 2015 году появились первые признаки борьбы и за индивидуального клиента.

Самый яркий пример — активность «Библио Глобуса» в Сочи. Пакетные туры на конец мая (перелет + отель 3\* с завтраками) для семьи из трех человек продавались за скромные 40 тысяч рублей. Конкурировать с такими ценами, явно ниже себестоимости, казалось нереальным. Многие крупные гостиницы уведомили нас об остановке продаж на лето, ссылаясь на выкупленный на 100% номерной фонд.

К середине сезона стало понятно, что не все так гладко. В сети появились негативные отзывы: оказалось, что многие отели не были готовы к работе при загрузке 90–95%, гости жаловались на очереди, нехватку посуды на завтраках, проблемы с сервисом. Часть средств размещения, закрывших продажу номеров в июле, «сдали назад» и обозначили доступность.

ВАШИ ОЖИДАНИЯ:



И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ:

ДИЗАЙН ОТЕЛЬ  
В САМОМ СЕРДЦЕ МОСКВЫ

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

MERCURE MOSCOW PAVELETSKAYA

Дизайн-отель с неповторимым стилем  
Ресторан The Clubhouse, бар,  
Wellness центр, 8 конференц-залов,  
подземная парковка

MERCURE является частью  
комплекса отелей

ADAGIO MOSCOW PAVELETSKAYA

Апартотель

IBIS MOSCOW CENTRE BAKHRUSHINA

Современные номера, ресторан и бар

DISCOVER  
MERCURE

Mercure  
HOTELS

MERCURE.COM  
MORE THAN 100 HOTELS  
AROUND THE WORLD

LE CLUB ACCOR  
HOTELS



АНАСТАСИЯ МОРОЗОВА

коммерческий директор ТК  
«Измайлово» («Гамма», «Дельта»)

**Б**изнес- и конференц-отели «Гамма» 3\* и «Дельта» 4\* работают в формате market mix, с разными сегментами. Большинство присутствующих на московском рынке компаний-поставщиков — наши партнеры, основной процент гостей приходит от них. Сказать, кто дает самый большой объем, сложно: все зависит от сезона. Летом это туроператоры, в сезон деловой активности — и они, и корпоранты. Кроме того, мы работаем с DMC-компаниями, event-агентствами, непосредственно с организаторами мероприятий. Если говорить об индивидуальных гостях, то стараемся развивать собственные онлайн-продажи.

«Все сейчас пытаются «уйти в онлайн». Это и туристы, которым удобно самостоятельно резервировать номера, и поставщики — ОТА, которые с нами работают. И туроператоры, которые сегодня все имеют собственные системы онлайн-бронирования.»

Мы пытаемся быть удобными для тех путешественников, кто предпочитает взаимодействовать напрямую: совершенствуем сайт, улучшаем собственную систему онлайн-бронирования, генерируем спецпредложения, «заманиваем» программой лояльности. Но прямые продажи не мешают нам тесно сотрудничать с крупными компаниями. Ведь часто мы получаем индивидуальных гостей именно благодаря консолидаторам, туроператорам, турагентствам, ОТА.

В России развивается внутренний туризм, мы это чувствуем на себе. Сегодня корпоративные праздники или выездные сессии часто проводятся не за границей, как раньше, а в России, в частности в Москве. «Гамма» и «Дельта» не могут пожаловаться на нехватку клиентов. Мы всегда работали с россиянами, причем в самых разных сегментах, и изрядная доля приходилась на групповые мероприятия.

Тема, которая сегодня интересна всем отелям столицы, — детский туризм. Немало программ организуют региональные и федеральные власти. Мы с детским отдыхом работаем уже много лет, и наметившаяся тенденция нам очень интересна. Активно сотрудничаем с туроператорами и по этому сегменту, который ОТА пока не «закрывает».



КОНСТАНТИН АРТЕМЬЕВ

руководитель отдела продаж  
и маркетинга гостиницы SkyPoint  
Sheremetyevo Hotel

«**К**рен» со стороны потребителей в сторону бронирования отелей в обход туроператоров очень значительный. Через туроператоров мы на данный момент реализуем от 10 до 15% номерного фонда. Сейчас меняем контрактинг и пересматриваем ценовую политику для операторов-оптовиков. Это связано не столько с тем, что происходят изменения рынков, сколько с тем, что, теряя свои каналы сбыта, некоторые операторы начинают перепродавать номера, полученные у отеля по низким ценам для туристического сегмента, через порталы онлайн-бронирования, например тот же Ostrovok. А гостинице это невыгодно. Мы требуем добавления пункта о защите цены в договор либо же отказываемся заключать контракт на следующий год.

На категорически неприемлемые для нас требования со стороны операторов пожаловаться не можем. Однако квоты туроператорам сейчас стараемся давать минимальные, поскольку опасаемся, что они их не будут «выбирать».

И с туроператорами, и с системами онлайн-бронирования партнерские отношения в целом не изменились: мы уважаем всех наших партнеров, которые заинтересованы в честном сотрудничестве. А с теми, кто не хочет или не умеет работать с гостиницами нормально, уже давно не общаемся. **ТБ**

# Залог успеха

Sea Galaxy Hotel Congress & Spa расположен в сердце города Сочи рядом с центральной набережной. Его двери гостеприимно распахнуты не только для туристов. Здесь все сезонно проводятся конгрессы и семинары, организаторов которых привлекает возможность совместить решение рабочих вопросов с отдыхом на берегу Черного моря.

**S**ea Galaxy Hotel Congress & Spa всего два года, и у его команды очень амбициозные планы. Отель стоит в живописном уголке олимпийской столицы, на одной из самых тихих и уютных улочек, и в то же время вокруг него кипит деловая и туристическая жизнь. В шаговой доступности находятся основные достопримечательности: дендрарий, цирк, Летний и Зимний театры, морпорт и множество садов и скверов. Вид на город и море, открывающийся из панорамных окон одного из залов отеля и из каждого номера, создает приятное впечатление у гостей, которые впервые приехали в Сочи.

Мероприятия, проходящие здесь, разнообразны: от классических деловых конференций до фуршетов и свадебных торжеств. Главное «оружие» отеля — комплексный подход, ведь для успешного проведения любого события одинаково важны правильный выбор места проведения события и профессиональное решение организационных вопросов. Опытная команда Sea Galaxy Hotel Congress & Spa занимается обеспечением всего процесса «под ключ».

При выборе зала следует учитывать формат и масштаб мероприятия, способ рассадки гостей. Предлагаются три multifunctional помещения, каждое из которых обладает своими преимуществами: конгресс-холл на 600 мест, банкетный зал «Эклер» вместимостью до 200 персон и зал «Панорама» на 18-м этаже, который свободно вмещает до 150 гостей.



Все залы оснащены высококлассным аудио- и проекционным оборудованием. Мобильные мультимедийные системы позволяют оперативно комбинировать технику. Сигнал wi-fi покрывает всю территорию отеля, для специфических нужд мероприятий есть возможность выделить каналы более высокой скорости интернета.

Каскадная планировка конгресс-холла позволяет разместить большое количество гостей и логически разграничить программу мероприятий любого уровня. Наряду с современным интерьером, отличной акустикой и аппаратурой здесь имеются технические ниши и моторы, что дает возможность проводить нестандартные мероприятия и из любого события сделать настоящее шоу. Часто для завершения официальной части конференций или для гала-ужинов гости выбирают настоящие цирковые номера с приглашением артистов и использованием соответствующих декораций.

В пакет стандартных опций по организации мероприятий входят услуги персонального менеджера. Есть специальные предложения для групп по проживанию и питанию. Sea Galaxy Hotel Congress & Spa обеспечивает возможность заказать кофе-брейки, фуршеты и бизнес-ланчи для участников вне зависимости от того, организовано это мероприятие командой отеля или сторонними организациями. **TE**



Подробности в интернете:  
[www.seagalaxy.com/mice/](http://www.seagalaxy.com/mice/)

В конгресс-холле Sea Galaxy Hotel Congress & Spa можно провести мероприятие с участием 600 человек

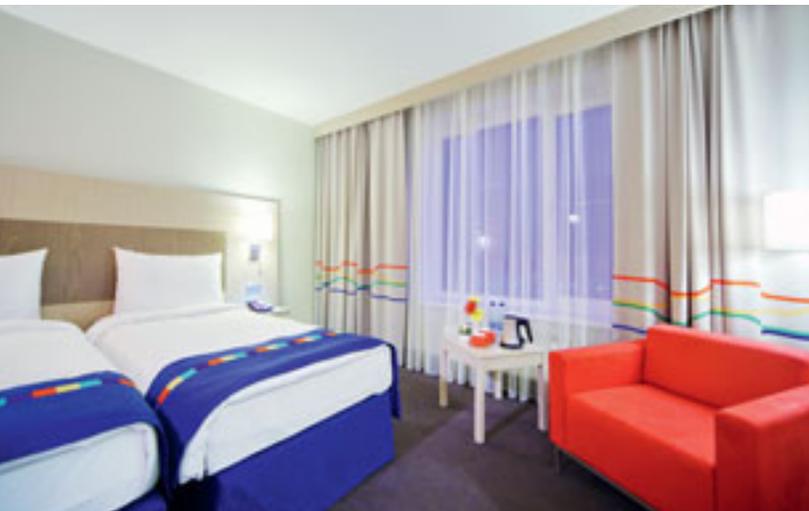


Зал «Панорама» на 150 гостей расположен на 18-м этаже Sea Galaxy Hotel Congress & Spa



ЗАО «СКО ФНП  
«ПРОФКУРОРТ»  
[www.profkurort.ru](http://www.profkurort.ru)

## РОССИЯ

PARK INN BY RADISSON,  
ВОЛГОГРАД

КАТЕГОРИЯ 3\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 2 апреля 2015 года



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Волгоград,  
ул. Михаила Болонина, д. 7

## НОМЕРНОЙ ФОНД

149 номеров, оборудованных бесплатным беспроводным высокоскоростным доступом в интернет, спутниковым телевидением, сейфом, персональным климат-контролем. В номерах — круглосуточное обслуживание.



## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 3800 рублей  
за стандартный номер за ночь

## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Пять многофункциональных конференц-залов, тренажерный зал и ресторан «Paulaner»

3\*

HAMPTON BY HILTON  
MOSCOW STROGINO

КАТЕГОРИЯ 4\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 8 ноября 2015 года



## РАСПОЛОЖЕНИЕ

Москва,  
ул. Кулакова, д. 20

## НОМЕРНОЙ ФОНД

206 номеров



## СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ

От 6000 рублей  
за номер за ночь

## К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Три конференц-зала, рабочая зона с компьютерами и принтером, фитнес-центр и бесплатный Wi-Fi. В стоимость проживания включен горячий завтрак.

4\*

## СПРАВКА «ТБ»

Новый отель стал 18-м в российской сети Park Inn by Radisson и расширяет портфель бренда в стране до почти 5000 номеров.

Отель работает в рамках франчайзингового соглашения с компанией PFC, которая выступает владельцем и девелопером гостиницы. Компания входит в портфель VIY Management (VIYM). Руководство отелем взяла на себя компания ООО «РИМК Си-Ай-Эс» (RIMC CIS), одна из лидеров в сфере управления гостиничным бизнесом в России.

Открытие отеля вносит вклад в развитие туристической инфраструктуры Волгограда перед Чемпионатом мира по футболу в 2018 году.

## СПРАВКА «ТБ»

Отель стал первой гостиницей бренда Hampton by Hilton в Москве и вторым совместным проектом Amtel Properties и Hilton Worldwide. Он является частью многофункционального комплекса «Орбита-2», одного из крупнейших бизнес-парков на северо-западе Москвы. Общая площадь объекта — 105 000 кв. м.

Комплекс расположен в 500 метрах от МКАД, в шаговой доступности от станции метро «Строгино». МФК «Орбита-2» был сдан в эксплуатацию в июле 2015 года. Кроме Hampton by Hilton Moscow Strogino инфраструктура МФК включает в себя бизнес-центр класса А, крупнейший в Москве фитнес-центр WorldClass, Национальный сквош-центр, а также кафе, рестораны, службы быта.



## RAMADA PLAZA VORONEZH CITY CENTRE

КАТЕГОРИЯ 5\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ Ноябрь 2015 года

5\*

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Воронеж,  
ул. Орджоникидзе, д. 36А

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
210 номеров четырех категорий:  
«стандарт», «люкс», «полулюкс» и «бизнес»

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 4675 руб.  
за стандартный номер за ночь

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
Двухуровневая подземная парковка, пять конференц-залов вместимостью 250–300 человек каждый, фитнес-центр, ресторан, лобби-бар, скай-бар.

### СПРАВКА «ТБ»

Сеть Ramada объединяет более 900 отелей в 45 странах мира, которые работают под брендами Ramada Encore, Ramada Hotel, Ramada Hotel Suites, Ramada Plaza, Ramada Resort. Бренд входит во вторую по величине международную гостиничную сеть Wyndham Hotel Group. В России гостиницы сети действуют в подмосковном Домодедове, Екатеринбурге и Казани.

Воронежский отель «Рамада Плаза» станет четвертым объектом сети в РФ. В перспективе в нашей стране и СНГ появятся еще 18 отелей под этим брендом.

Объем инвестиций в проект ранее оценивался в 1,2 млрд рублей. Срок окупаемости отеля составляет 12,8 года.

## HOLIDAY INN УФА

КАТЕГОРИЯ 4\*

ДАТА ОТКРЫТИЯ 4 ноября 2015 года

4\*

**РАСПОЛОЖЕНИЕ**  
Республика Башкортостан,  
г. Уфа, Верхнеторговая площадь, д. 2

**НОМЕРНОЙ ФОНД**  
193 номера различной категории: стандарт, улучшенный, люкс и президентский люкс. Номера оснащены кондиционерами, спутниковым телевидением, бесплатным Wi-Fi.

**СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ**  
От 4230 рублей  
за стандартный номер за ночь

**К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ**  
Пять конференц-залов, комната для переговоров, лобби, ресторан, фитнес-зал, подземный и наземный паркинги

### СПРАВКА «ТБ»

Уфимский Holiday Inn является первым отелем в России, в котором реализована концепция Open Lobby. Она подразумевает, что лобби со стойкой регистрации объединяются в одно открытое, взаимосвязанное пространство с рестораном, баром, лаунж-зоной и бизнес-центром. Концепция открытого лобби родилась в результате изучения того, как люди используют пространство у себя дома. Ее цель — предоставить гостям максимальную свободу перемещения в рамках открытого пространства, независимо от того, намерены ли они пообедать, отдохнуть или развлечься.

Holiday Inn — крупнейший в мире гостиничный бренд. В России, Грузии и странах СНГ сегодня работают 23 отеля из портфеля брендов InterContinental Hotels Group, еще 23 готовятся к открытию.



# Нет рисков — нет проблем

Кризис в отечественной туротрасли, с одной стороны, привел к падению объемов на рынке страхования путешественников, с другой — укрепил нежелание страховых компаний работать с туроператорами. Память о прошлогодней череде банкротств и нынешняя нестабильность российского турбизнеса вынудили страховщиков еще более тщательно оценивать свои риски.

**ТЕКСТ СОФЬЯ  
КОНСТАНТИНОВА**

## ПРЯМАЯ ЗАВИСИМОСТЬ

«Вслед за падением выездного туризма почти пропорционально сократился и спрос на страхование в этом сегменте, — говорит Наталья Харина, руководитель департамента личных видов страхования Страховой группы «Урал-Сиб». — Только в первом полугодии падение продаж полисов выезжающих за рубеж составило порядка 40% в количественном выражении».

Аналогичные цифры приводят и другие страховщики. В частности, Юлия Алчеева, исполнительный директор страховой компании ERV, констатирует, что в сфере туристического страхования численное падение по сравнению с прошлым годом составило 30–40%. По словам Оксаны Беляевой, директора прямого канала продаж и развития отношений с клиентами компании INTOUCH Страхование, «снижение турпотока из России на всех массовых направлениях отразилось на страховых компаниях, но если смотреть в денежном эквиваленте, то сильного падения нет, так как тарифы привязаны к курсу валют».

Она отмечает усиление конкуренции между страховщиками, а также тренд на партнерские программы с продавцами билетов и другими

онлайн-площадками трэвел-индустрии. Кстати, об онлайн: число тех, кто покупает полис через интернет, уверенно растет. «Причем интернет-пользователи, как правило, оформляют комплексные программы с максимальным набором рисков и дополнительными опциями», — констатирует эксперт.

## ПЕРЕСМОТРЕТЬ СТРАТЕГИЮ

Чтобы не потерять своих позиций, страховщикам приходится пересматривать свою политику или искать новые пути получения дохода. Например, «Ренессанс страхование» начало активное развитие в массовом сегменте и, как подчеркивают в компании, благодаря своевременной организации продаж и качественной составляющей продукта удалось компенсировать потери в сегменте продаж через туроператоров.

Переориентация туристов с международных на внутривососсийские направления подогрела интерес к соответствующим предложениям на страховом рынке. Так, ERV в этом году запустила продукт «Путешествуй по России!», который пользуется неплохим спросом. В компании «АльфаСтрахование» за девять месяцев этого года количество проданных полисов для путешественников

В начале сентября Арбитражный суд Москвы признал банкротом СК «Лойд-Сити», на долю которой приходилось почти

# 15%

рынка страхования туроператоров

ющих по РФ увеличилось более чем в три раза по сравнению с аналогичным периодом 2014 года.

Компания «Ингосстрах» разработала целую линейку страховых продуктов для туристов, путешествующих по России: страхование медицинских расходов, страхование от несчастных случаев, страхование багажа и другие. «Однако пока такие программы практически не востребованы, так как туристы в основном рассчитывают на получение медицинской помощи в рамках страхования по ОМС», — констатирует Лариса Антонова, заместитель начальника управления страхования путешествующих СПАО «Ингосстрах».

## КОНСЕНСУС НЕ НАЙДЕН

Что касается страхования ответственности туроператоров, то здесь позитивных подвижек как не было, так и нет. По словам Юлии Алчевой, негативный опыт прошлых лет давит на настроение страховщиков. Сейчас большинство страховых компаний, работающих в этой сфере, стали более настороженно относиться к туроператорам, ужесточились требования предстраховой экспертизы, повысились тарифы.

«В прошлом году страховщиками было собрано 250 млн рублей премий, а выплаченные убытки на рынке превзошли 2 млрд рублей. При таком дисбалансе интерес страховых компаний к данному виду страхования и уровень их доверия к туроператорам не может быть высоким», — объясняет Дмитрий Мелехин, начальник управления страхования ответственности СПАО «Ингосстрах».

Многие страховщики по истечении действия старых договоров с туроператорами отказались от их продления. Сейчас же, когда под влиянием кризиса финансовое положение игроков туристического рынка ухудшилось, страховые компании тем более не хотят рисковать. Еще одна причина — отсутствие законодательных гарантий для страховщиков, защищающих их от действий недобросовестных туроператоров: ведь на сегодняшний день страховые компании должны принимать заявления от пострадавших туристов как при банкротстве туроператора, так и при приостановке им деятельности, независимо от причин данной приостановки.

«Эти факторы можно назвать фундаментальными, которые ограничивают работу страховщиков с туроператорами. Но есть и текущая статистика — этот вид в последние годы является крайне убыточным для страховщиков», — отмечает Ольга Таборева, руководитель

29 декабря этого года вступает в силу Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». В части страхования имущественных интересов граждан РФ, выезжающих за границу, он устанавливает следующие важные пункты:

- минимальная страховая сумма по договору страхования медицинских расходов при выезде за границу должна быть не менее 2 млн рублей;
- страховщики обязаны включать в страховую защиту риски, связанные с хроническими заболеваниями и их обострениями.



**СВЕТЛАНА ШВАБ,**

директор центра страхования ВЗР ООО «Зетта Страхование»

Минимальная страховая сумма была названа три года назад в качестве минимума ответственности, и в нее была заложена возможность урегулирования сложных страховых случаев без привлечения государственных структур (Минздрава и МЧС). Сейчас эти 2 млн рублей обратились в 30 тысяч долларов, которых недостаточно для привлечения санавиации в критических ситуациях. И все же положительный момент есть: с рынка уйдут явно недостаточные полисы с покрытиями до 10–15 тысяч долларов, которые покупали туроператоры, чтобы собрать максимально дешевое туристическое предложение.

Управления страхования путешествующих ОАО «АльфаСтрахование».

По ее словам, необходима многоуровневая система защиты, в которой бы принимали участие не только страховщики, но и сам туристический рынок. Эксперт считает, что профессиональное сообщество туроператоров должно ограничить выход на рынок недобросовестных участников, а также выработать критерии и стандарты работы на нем. Второй уровень должно обеспечивать объединение страховщиков, например, перестраховочный пул.

Наталья Харина, руководитель департамента личных видов страхования Страховой группы «УралСиб», напоминает, что в качестве альтернативы страхованию рассматривались различные варианты: СПО, страхование каждой путевки, фонд персональной ответственности и другие. «Все эти решения не идеальны. Однако пока в отрасли не будет четкого контроля деятельности туроператоров, включая усиление требований к финансовой устойчивости, управлению денежными потоками и ценообразованием — ситуация не сдвинется с мертвой точки», — считает эксперт. **ТБ**



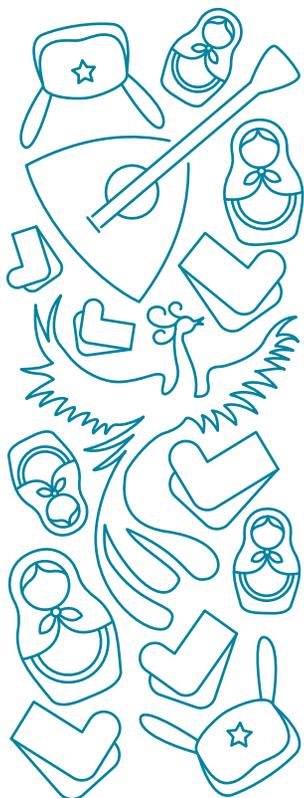
**НАТАЛЬЯ ХАРИНА,**

руководитель департамента личных видов страхования Страховой группы «УралСиб»

Если ведущим туроператорам с прозрачными и понятными финансовыми показателями еще как-то удастся договориться со страховщиками, то небольшим и средним представителям турбизнеса все сложнее соблюсти требования закона в части фингарантий. В результате некоторые вынуждены отказываться от своего статуса и переходить в число турагентств.

# Путешествие как бренд

Тема форума «Ориентиры будущего» в этом году — глобальная индустрия туризма в новом коммуникационном пространстве. Одна из панельных дискуссий на форуме была посвящена маркетингу дестинаций — тому, как создать для потенциального туриста привлекательный образ направления при помощи современных средств коммуникации.



22–23 октября в столице Татарстана в третий раз прошел Казанский международный туристский форум «Ориентиры будущего». В нем приняли участие

БОЛЕЕ  
**800**  
ЧЕЛОВЕК

— участники турбизнеса, представители российских и зарубежных компаний, чиновники из разных регионов страны. Среди спикеров были специалисты из России, Италии, Испании, Великобритании, США, Венгрии и других стран.



**СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ,**  
заместитель руководителя  
Федерального агентства  
по туризму

Сейчас время открывать новые рынки, прежде всего Юго-Восточной Азии, активнее работать с внутренними туристами. Есть огромный отложенный спрос и недостаток информации о региональных туристических направлениях среди самих россиян, не говоря уже об иностранных путешественниках.

В 2015 году мы начали реализовывать новый маркетинговый проект Visit Russia. Уже открыты четыре туристических представительства России за рубежом — в Хельсинки, Дубае, Берлине и Пекине. В ближайшее время откроется офис в Риме, целью которого станет привлечение туристов из Южной Европы, Средиземноморья.

В первый месяц работы офиса в Хельсинки мы зафиксировали около 500 запросов, в следующем — уже 1300. В основном они касаются безвизового путешествия по России, безопасности, информации о городах и регионах, о возможностях развлечений. Задача представительств — рассказывать о том, что нового происходит в стране, как развивается инфраструктура, продвигать региональные туристические бренды.



**ВЛАДИМИР ЧЕРЕПАНОВ,**  
креативный директор агентства  
Power Brand, дизайнер  
и соавтор проекта I'm Siberian

Когда приезжаешь за границу, трудно объяснить людям, где Новосибирск, где Новокузнецк, гораздо проще сказать, что ты из Сибири. В то же время вокруг Сибири сложились определенные стереотипы: это далекое снежное место, где может случиться все, что угодно. Мы начали эту тему развивать, провели в четырех городах акцию «Белые пля-

жи Сибири», она широко освещалась в СМИ. Мы хотели показать, что Сибирь — это не то, что о ней многие думают.

Есть идея решить проблему с помощью брендинга — создать авиакомпанию I'm Siberian. Связать Шереметьево с Москвой напрямую и сделать пять часов перелета лучшим временем путешествия, которое все пройдет под этим брендом. Стереотипы могут стать нашей сильной стороной: пассажира встретит капитан в костюме медведя, в полете предложат попробовать сибирские блюда. Бренд разработан в Кемерово, стартовая команда — пять человек, над проектом работают заинтересованные люди из других городов и стран.



**НАТАША ГРАНД,**  
директор компании INSTID  
(Великобритания)

Пример Татарстана с точки зрения регионального брендинга очень показателен. В результате огромной работы люди едут не на Универсиаду или футбольный матч, а именно в Татарстан.

Брендинговая программа — это выработка общей платформы, модель, которая задает направление. На момент сдачи брендбука идеями заряжены десятки и сотни человек. А потом нужны годы кропотливой идеологической работы, в результате которой люди начинают печь хлеб по-татарстански, встречать гостей по-татарстански и так далее. Катализатором этого процесса должна стать небольшая идеологическая структура в виде агентства, которая должна находить музыкантов, поваров, художников, воплощающих собой региональную общность; проводить символические акции. Чем больше у нас аутентичного опыта, тем больше туристов захочет к нам приехать. Иными словами, нужен венчурный фонд с инвестиционной и продюсерской составляющей, который будет раскручивать бренд. **15**



В преддверии празднования 85-летия Ханты-Мансийского автономного округа — Югры проводится окружной творческий конкурс «Моя судьба — Югорский край». Подавать свои работы — прозу и стихи — традиционно приглашают пожилых людей, проживающих во всех населенных пунктах округа.

## Моя судьба — Югорский край

**В**первые конкурс «Моя судьба — Югорский край», приуроченный к празднованию Дня образования Ханты-Мансийского автономного округа — Югры был проведен в 2012 году, в нем приняли участие 115 человек в возрасте от 52 до 88 лет.

Граждане старшего поколения делятся своими воспоминаниями о том, как проходила их жизнь в Югре, как создавались города. Рассказы и стихотворения, сказки и песни, поданные на конкурс, помогают сохранить светлые воспоминания, донести до молодежи атмосферу времени строительства и рождения округа.

Качество материалов оценивается по следующим критериям: выразительность, точность и доходчивость языка изложения; художественное описание, индивидуальность истории; выражение чувств и впечатлений; аргументированность изложения и глубина раскрытия темы.

Организатор конкурса — Управление туризма Ханты-Мансийского автономного округа — Югры.

Конкурс открытый. Среди целей его проведения организаторы называют изучение истории становления автономного округа, формирование интереса к достижениям, национальной культуре и традициям автономного округа, укрепление чувства уважения к гражданам пожилого возраста, а также содействие созданию условий для повышения социальной, оздоровительной и творческой активности и качества жизни пожилых людей.

Завершает конкурс социальный тур, включающий в себя проживание в отеле 3\*, посещение музейных комплексов, культурную программу с выступлениями творческих коллективов. Принять участие в нем могут все конкурсанты. **ТБ**



Подробности в интернете:  
[www.tourism.admhmao.ru](http://www.tourism.admhmao.ru)

В 2014 году участниками конкурса «Моя судьба — Югорский край» стали 120 человек в возрасте от 50 до 89 лет





# Кружевная душа, горячее сердце

Вологодчина — один из основных маршрутов историко-культурного и туристского проекта «Серебряное ожерелье». Это родина многих выдающихся личностей, подарившая миру также уникальные кружева, масло и резной палисад. Два самых крупных города — административный центр области и промышленный Череповец — интересны для посещения с точки зрения культурно-познавательного, индустриального, делового и детского туризма, активного отдыха.



**ТЕКСТ И ФОТО**  
ЛАРИСА МАРТЫНОВА

**В** сфере туризма в Вологодской области наблюдается ежегодный рост всех показателей на 10–20%. Колоссальный интерес отмечается к Великоустюгскому району: 221 тысяча туристов в 2014 году (+46% по сравнению с 2013-м). Вологду посетили 650 тысяч туристов, втрое больше, чем в 2010 году. Прирост в два-три раза за пять лет отмечается и по другим городам. При этом доля внутреннего туризма во въездном потоке в Вологодскую область составляет более 75%.

За последние три года разработано около 150 новых туристских маршрутов по области. Каждый город, каждый район предлагает свои проекты, праздники и объекты показа. Говоря о планах по развитию туризма, губернатор Вологодской области Олег Кувшинников подчеркивает, что очень важно правильно выстроить работу с крупнейшими туроператорами. «Необходимо переходить на новый уровень сервиса, — поясняет он. — Подписав соглаше-

ние с TUI Group, мы привлекаем современные технологии, которые поднимут качество предоставляемых услуг на европейский уровень».

Пресс-конференция Олега Кувшинникова проходила в центре активного отдыха и туризма «Y.E.S.» в поселке Стризнево (41 км от Вологды). Здесь есть гостиница, ресторан, веревочный парк, спортивно-стрелковый клуб. Зимой открыты горнолыжные и тюбинговая трассы, сноу-парк. Предлагаются экскурсии на снегоходах, интерактивные программы. Курорт круглогодичный, располагает возможностями для проведения деловых и MICE-мероприятий. **ТЕ**

На сайте ТИЦ Вологодской области

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

представлены новогодние экскурсии, интерактивные программы, одно- и двухдневные туры для детей и взрослых, для сборных и школьных групп. Плюс другая разнообразная информация, способствующая привлечению туристов и полезная в работе агентствам

**2,4** МЛН

туристов посетили  
Вологодчину в 2014 году

**2,5** МЛН

ожидается по итогам  
2015 года

## ВОЛОГДА? ДА!



не действует смотровая площадка. Через площадь от них стоит первый и единственный в России Музей кружева, открытый в 2010 году. В его экспозиции более 700 предметов, отображающих историю этого промысла.

Гости старинного русского города могут познакомиться с его достопримечательностями, историей и традициями в ходе квест-

### НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ

Вологодский кремль, колокольня, Софийский собор, церковь Св. Александра Невского, Музей кружева, памятник Батюшкову, дом Левашова, здание гостиницы «Золотой якорь», центр народных художественных промыслов и ремесел «Резной палисад», многочисленные арт-объекты (буква «О», «Посидим-поокаем», «Дверь в...» и пр.), архитектурно-этнографический музей «Семёново»

Историко-архитектурный ансамбль в центральной части Вологды, называемый Вологодским кремлем, был заложен как крепость в 1567 году по приказу царя Ивана Грозного. На колоколь-

не экскурсий и квест-игр. Детям будет предложено собрать ключи, выполняя увлекательные задания, а взрослые должны будут разгадать значения исконо вологодских словечек и выражений.

На территории архитектурно-этнографического музея Вологодской области в деревне Семёново располагаются 19 построек — образцов деревянного зодчества середины XIX — начала XX века. Здесь открыты экспозиции, посвященные крестьянскому быту; туристам предложат порешать задачки из столетнего учебника и поучаствовать в сюжетно-театрализованных мероприятиях, например, в интерактивной программе «Масло само не родится». Научившись сбивать масло из сливок, туристы тут же его попробуют на свежевыпеченном хлебушке.

## СТЕРЕОТИПАМ — НЕТ!



завода принимает гостей база отдыха. Информационно-образовательный центр «Музей металлургической промышленности» — это современное высокотехнологичное пространство с интерактивной на 90% экспозицией, расположенное на территории «Северстали». Здесь найдется чем заняться и детям, и подросткам, и взрослым: потрогать

### НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ

Музейный комплекс металлургической промышленности, музей-усадьба Гальских, мемориальный дом-музей Верещагиных (Николай Верещагин — «изобретатель» вологодского масла, его брат Василий — известный художник), историко-краеведческий музей, дом-музей Милютина, музей Башлачева, памятник, посвященный 50-летию ЧМЗ «Северсталь», литературный музей Игоря Северянина, Резиденция русской сказки

На уикенд приглашает Череповец, удивляющий парадоксами. Металлургический комбинат «Северсталь» — одно из крупнейших предприятий по производству стали в мире. Тем не менее воздух здесь чист и свеж, в черте

экспонаты, потрогать на средневековом рынке, примерить виртуальные доспехи, послушать воспоминания заводчан. Музей начал работу в июле 2015 года, его вторая очередь готовится к открытию в канун Дня металлурга 2016 года. Программы по Череповцу включают в себя отнюдь не только знакомство с индустриальными объектами.

Историко-этнографический музей «Усадьба Гальских» — памятник архитектуры, истории и культуры XIX века. Здесь проводятся интерактивные экскурсии, театрализованные представления, музыкальные и поэтические вечера, детские праздники.

Экскурсионный маршрут «Череповец — ворота Железного поля», в ходе которого соединяются воедино древняя и новейшая история железных промыслов, включает в себя более 20 объектов осмотра.

## ДЕД МОРОЗ ЖДЕТ ГОСТЕЙ



Уже сейчас в пиковые даты к доброму российскому волшебнику одновременно приезжают до 6,5 тысячи гостей. Основной туристи-

Вотчина Деда Мороза станет всесезонным национальным туристским центром и будет привлекать до 600 тысяч туристов в год. Такой прогноз основан на новой стратегии социально-экономического развития Вологодской области до 2030 года. В частности, планируется построить новый Дворец Деда Мороза и реконструировать аэропортовый комплекс Великого Устюга, чтобы он мог принимать дальнемагистральные самолеты.

ческий объект вотчины — Дом Деда Мороза. Инфраструктура включает в себя более 30 объектов размещения на 2,5 тысячи мест, а также 3 тысячи мест в точках общественного питания. Действуют зоосад (филиал Московского зоопарка), лечебно-оздоровительный комплекс, торговые ряды, пасека, кузница. К зиме обновлены многие объекты парка. В ближайшее время откроются Дом ремесел и Лесная аптека Деда Мороза. С 1 июля работает система продажи электронных билетов как для групп, так и для индивидуальных туристов.

Из Москвы и Санкт-Петербурга до Великого Устюга быстрее всего добираться самолетом с пересадкой в международном аэропорту Череповца. Авиапредприятие «Северсталь» выполняет рейсы по вторникам и четвергам. С 4 декабря 2015 года по 31 января 2016 года организованы дополнительные авиарейсы, удобные для туров выходного дня. В период с 22 декабря по 10 января увеличивается количество поездов дальнего следования до Великого Устюга.

# С государственной поддержкой

В осенней выставке «Лечение за рубежом — Medshow 2015» в Москве впервые приняла участие испанская организация Spaincares. Об этом «союзе туристического бизнеса и сферы здравоохранения» рассказала исполнительный директор корпорации МОНИКА ФИГЕРОЛА — «наш человек», много лет работающий в туризме.

**Н**асколько важен для вас выход на российский рынок?  
Россия относится к тем приоритетным рынкам, на которых продвижение медицинского туризма имеет значительный потенциальный ресурс. Развитие этой отрасли будет вести к укреплению имиджа Испании в целом, хотя уже сейчас она является одним из ведущих направлений для медицинского туризма в Европе.

## Чем отличается Spaincares от других медицинских объединений, старающихся приобрести иностранную клиентуру?

Инновационностью и предприимчивостью. В нашей организации объединились представители как медицинского, так и туристического бизнеса. К первым относятся Федерация частных клиник Испании (FNCP), Национальная ассоциация лечебных курортов (ANBAL) и Ассоциация предпринимателей в сфере ухода за инвалидами и престарелыми (FED); во вторую группу входят Ассоциация туристических агентств (CEAV) и Ассоциация гостиниц и турбаз Испании (СЕНАТ). С нами сотрудничает также Ассоциация крупных предприятий медицинского транспорта (AGETRANS).

Spaincares — корпорация частно-государственного партнерства. С момента нашего появления в 2014 году мы получаем последовательную поддержку министерства туризма. Прежде всего, оно выступает нашим спонсором на выставках. Намечается также ряд совместных проектов по продвижению бренда Spaincares.

Что касается меня, то я легко нахожу общий язык с профессионалами в области туризма — мне довелось возглавлять туристический офис провинции Риоха. Кроме того, я неоднократно участвовала в национальных рабочих группах, которые занимались совершенствованием законодательства в области туризма. Это дало мне возможность работать непосредственно с министром туризма и госсекретарем по вопросам туризма.

## В каких областях медицины участники проекта Spaincares наиболее конкурентны?

Это лечение бесплодия, репродуктивные технологии, родовспоможение. Сердечно-сосудистая и пластическая хирургия, онкология, офтальмология, прежде всего хирургическая. В области

ортопедии на российском рынке особенно востребована операция по замене тазобедренного сустава.

Во главе угла стоит индивидуальный подход к каждому пациенту. Концепция Spaincares требует, чтобы их обслуживание происходило на родном языке. Также мы стремимся наладить способы слежения за состоянием здоровья человека после его возвращения из Испании домой.

## На какие стратегические показатели ориентируется Spaincares?

Это будет зависеть от общего числа «медицинских» туристов. Сейчас их примерно 100 тысяч в год, но к 2019–2020 годам Испания рассчитывает на увеличение этого количества в 2,5–3 раза. Если в настоящее время годичный оборот медицинского туризма составляет 500 млн евро, то к 2020 году можно ожидать его увеличения до миллиарда евро, поскольку рост этой индустрии составляет около 20% в год.

## Какие маркетинговые акции планируете?

Мы собираемся присутствовать на всех значимых медицинских выставках в России. Намереваемся устроить b2b-воркшоп во время туристической выставки FITUR. Совместно с Советом по туризму Испании будем распространять печатную информационную продукцию, чтобы дополнить нашу активность в онлайн. Запущена русская версия сайта. Также мы планируем привезти в Испанию представителей российских туристических агентств, специализирующихся на лечении за рубежом. Мы уверены, что у участников нашего проекта есть все условия для хорошего старта в России. **ТБ**

Беседовал Геннадий Габриэлян

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ SPAINCARES

- Barcelona Medical Agency
- Madrid Centro Médico
- Mediterranean Healthcare
- Tourism&Health Costa del Sol
- Turismo de Sevilla
- Tenerife Select



# ПРОЕКТ Destinations

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

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

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

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

Мы готовы к сотрудничеству.

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



#### ШТУТГАРТ И ЮГО-ЗАПАДНАЯ ГЕРМАНИЯ

Онлайн-проект

Партнер: Официальный партнер  
по туризму столицы

Баден-Вюртемберга — компания  
Stuttgart-Marketing GmbH



#### ТЕХНОЛОГИИ

Объем: 24 полосы

Тематический выпуск,  
посвященный онлайн-технологиям  
в туризме



#### ЛЕЧЕНИЕ В САКСОНИИ

Объем: 88 полос

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



#### САКСОНСКИЕ ВЕСТИ

Онлайн-проект

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



# От Рождества до Великого поста

Мальта страна католическая, к Рождеству (на местном языке 'Il-Millied') там относятся с не меньшим почтением, чем в континентальной Европе. Красочный и по-домашнему уютный праздник открывает программу зимних событий, которые длятся до Великого поста.

## ВРЕМЯ САНТА-КЛАУСОВ

Перед праздником и в дни Рождества на Мальте можно увидеть карабкающиеся в окна или на балконы фигурки Санта-Клаусов. Такие картины часто встречаются в это время и в Европе, но на Мальте они имеют особый смысл. Как известно, обычно европейский Санта-Клаус проникает в дом через печную трубу. Но на Мальте нет печных труб. Поэтому мальтийский Санта вынужден пользоваться балконом или окном.

На Рождество по всей стране «включается» праздничная иллюминация. Не жалея электричества, города и поселки украшают множеством гирлянд, на дверях домов вывешивают рождественские венки. Повсеместно горят моравские звезды, символизирующие главную Вифлеемскую звезду. На улицах играют духовые оркестры, выступают звезды эстрады и рок-музыки.

В разных местах можно увидеть «презепью» — рождественские декорации и театрализованные сценки из Нового завета с актерами и животными. Главные действующие лица: Мария, Иосиф, младенец Иисус и волхвы.

Почти в каждой мальтийской семье есть самостоятельно изготовленные глиняные ясли, символизирующие рождение Христа. Некоторые из них представляют собой довольно сложные технические конструкции с передвижными фигурами.

На Мальте есть старинная традиция рядом с фигуркой Христа ставить горшочки с ростками семян пшеницы. Проращивать их начинают за четыре недели до Рождества (в Европе это время называют первым адвентом). Елки мальтийцам могут заменять туя, можжевельник или другие похожие на ель деревья.

Праздничные процессии часто состоят из детей. Они поют колядки и религиозные песни, а впереди идет ребенок в одежде священнослужителя и с фигуркой младенца Иисуса в руках. В парке развлечений Popeye Village мальшей приветствует Санта-Клаус, вместе с эльфами и гномами они делают елочные игрушки.

На Мальте и Гозо до 400 церквей, примерно по одной на тысячу местных жителей. Столь изобретательно украшенные храмы вряд ли увидишь в Европе. На стенах перемигиваются разноцветные лампочки, алтари утопают в цветах, во внутреннем убранстве доминирует бордовый цвет. Очень красивы подсвеченные купола, в Валлетте доминируют Кармелитская церковь и колокольня англиканского прокафедрального собора Святого Павла.

Главная рождественская месса проходит в Валлетте в соборе Святого Иоанна.

После службы все собираются за столом. Традиционные рождественские блюда — индейка с яблоками и пудинг с цукатами и пряностями на десерт. У каждой хозяйки свой рецепт пудинга, но в конце его непре-



Подробности в интернете:  
[www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

менно обливают коньяком и поджигают. Это осталось от англичан. А из Италии пришел традиционный миланский рождественский пирог — панеттон. Пекут также медовые колечки, пряные, с разрезами для сладкой начинки. Подают на стол и особенно вкусные и сочные апельсины, которые собирают перед праздником.

Дневная температура обычно стоит на уровне 15–20° С, возможен дождик. Земля покрывается зеленым ковром, цветут вереск и маргаритки.

## ШУМНЫЙ НОВЫЙ ГОД

Если Рождество — семейный праздник, который проводят дома, то Новый год здесь встречают на улицах с громкой музыкой, взрывами петард и передвижными барами, не запрещено употреблять и свое. В Валлетте сооружают большую сцену, на которой выступают местные знаменитости. Концерт транслируется по мальтийскому телевидению. Веселье бьет ключом, но проходит в рамках приличий.

## В ПАМЯТЬ ОБ АПОСТОЛЕ

Один из крупнейших праздников начала года — феста, посвященная кораблекрушению судна, на котором плыл св. Павел в 60 г. н.э. Она проходит в Валлетте в первой декаде февраля. Апостол и вся команда корабля, как известно, счастливо спаслись. Кульминация праздника — крестный ход. Он начинается от Церкви кораблекрушения Св. Павла. Когда статую святого выносят из церкви, в небо выпускают множество голубей, выносят также ларец с мощами апостола. Праздник отмечается всенародно, торжественную процессию горожане щедро осыпают конфетти.

## КАРНАВАЛ

В конце февраля перед Великим постом начинается карнавал: шутки, веселье, музыка, песни, конкурсы танцев, костюмированные шествия, проезд нескольких десятков украшенных платформ, огромные надувные фигуры. Первый карнавал состоялся в 1535 году. В гранд-дефиле участвуют до 1500 человек. За праздничным действием можно наблюдать сидя, купив заранее билет, но можно смотреть и бесплатно — стоя. **ТБ**



Рождественское медовое колечко

**БОЛЬШЕ УВИДЕТЬ**

**БОЛЬШЕ СДЕЛАТЬ**

**БОЛЬШЕ ВСПОМНИТЬ**

- ✳ Легко добраться
- ✳ Исключительный выбор мест размещения
- ✳ Солнце 300 дней в году
- ✳ Столица Валлетта - объект культурного наследия ЮНЕСКО и культурная столица Европы 2018
- ✳ о. Гозо - неизведанный рай
- ✳ Безопасный отдых

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

**ICS TRAVEL GROUP** МВЗ 000786  
М «ТУЛЬСКАЯ»  
(495) 748-4847 (мн.) [www.icstrvl.ru](http://www.icstrvl.ru)

**БИБЛИО ГЛОБУС** МТЗ 011710  
М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ»  
(495) 504-2555 [www.bgoperator.ru](http://www.bgoperator.ru)

**ВАНД ВОЯЖ** МТЗ 011881  
М «ТВЕРСКАЯ»  
(495) 780-3661 [www.vand.ru](http://www.vand.ru)

**ДИАЛОГ** МТЗ 001243  
М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ»  
(495) 730-2022 (мн.) [www.maltaresort.ru](http://www.maltaresort.ru)

**ИНСАЙТ-ЛИНГВА** МТЗ 009842  
М «НОВОСЛОБОДСКАЯ»  
(495) 795-0922 [www.i-l.ru](http://www.i-l.ru)

**ТК МЕЛИТА** МТЗ 011106  
М «АРБАТСКАЯ»  
(495) 411-9032 [www.maltatour.ru](http://www.maltatour.ru)

**НАТАЛИ ТУРС** МТ1 000867  
М «МАЯКОВСКАЯ»  
(495) 792-56-09 [www.natalie-tours.ru](http://www.natalie-tours.ru)

**СТБ ТУРС** МТЗ 006955  
М «ДОСТОЕВСКАЯ»  
(495) 789-8779 [www.stbtours.ru](http://www.stbtours.ru)

**ТРЭВЕЛМАРТ** МТЗ 011890  
М «ТАГАНСКАЯ»  
(495) 935-8330 [www.mymalta.ru](http://www.mymalta.ru)



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



Валлетта - европейская столица культуры 2018

# Лааму: НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА АТОЛЛ

© AHMED RASHEED

Многие годы живописная вереница атоллов в Индийском океане справедливо позиционируется как мировое туристическое направление, а девиз «Мальдивы... Солнечная сторона жизни» стал визитной карточкой страны. Туризм — это важная и неотъемлемая часть экономики государства, и под влиянием этого факта президент Абдулла Ямин инициировал проект «Лааму», чтобы не только поддержать развитие малого и среднего бизнеса на Мальдивах, но и сделать это направление более привлекательным и доступным.

919,2 ТЫС.

иностранных туристов посетили Мальдивы за январь — сентябрь 2015 года

31 ТЫС.

из них — гости из России



Подробности в интернете:  
[www.visitmaldives.com](http://www.visitmaldives.com)

Представляя проект «Лааму», президент Ямин позиционирует его как создание и развитие интегрированного курорта, по сути — островного гостевого дома. Такая структура наиболее органично вписывается в природные и экологические условия страны. В проекте учтены все основные аспекты развития туристического бизнеса — экономические, экологические и социально-культурные.

Территорией для осуществления проекта служат два соседних острова, расположенных внутри атолла Лааму, который пользуется популярностью у любителей дайвинга и рыбной ловли. На атолле есть аэропорт местного значения, время перелета из международного аэропорта Мале рейсами внутренней авиации составляет 40 минут. Последующий трансфер на катере займет около 20 минут.

Четыре пляжных отеля, виллы которых будут располагаться на суше и на море, значительно увеличивают существующие активы для размещения гостей — на 2000 мест. Известно, что это будут Six Senses Laamu, Gasingandufinolhu, Bodufinolhu и гостевой дом Riveries.

Включены в проект десять участков отельных пляжей площадью почти по 1000 кв. метров

каждый, а также 35 участков по 460 кв. метров, причем три из них, находящиеся на первой линии, предназначены для создания эксклюзивных пляжных клубов, первых и единственных в своем роде на Мальдивах.

Предусмотрено оснащение рекреационных и спортивных зон, в составе которых три участка для водных видов спорта и три для школы погружения, шесть участков для специализированных ресторанов, три — для спа- и велнес-центров, 20 — для магазинов, посещаемых гостями курорта. Кроме того, запроектировано сооружение причалов, обустройство больших открытых пространств и зеленых парков.

Ввод в действие нового курорта создаст 4000 новых рабочих мест. Осуществление проекта предполагает также развитие сферы управления и повышение квалификации персонала.

Проект «Лааму» позволит существенно упрочить и расширить распространение направления Мальдив на туристическом рынке, что отразится и на социально-экономическом развитии региона. Идея внедрения первого комплексного проекта развития курорта создает условия для мощного толчка притока инвестиций из малых и средних предприятий в туристический сектор.

Помимо интегрированного курорта на атолле Лааму в Мальдивской Республике реализуются свыше 60 проектов, связанных с туризмом. Они охватывают более половины мальдивских атоллов. На необитаемых прежде островах строятся отели и гостевые дома, ведется обновление и развитие аэропортов. Их на Мальдивских островах десять: четыре международных, шесть местных. Туристы из России прибывают в международный аэропорт имени Ибрагима Насира на острове Хулуле (атолл Северный Мале). Бесплатная виза, действительная на срок пребывания до 30 дней, предоставляется по прибытии.

Трудно поверить, но первая группа туристов посетила Мальдивы только в 1972 году, а первый стенд на европейской туристической выставке, на фризе которого было написано «Maldives», появился еще через 10 лет, в 1982 году. Сейчас это развитое многогранное направление. Его выбирают, с одной стороны, любители активного досуга на воде: дайвинга, плавания с маской, серфинга и других водных видов спорта. С другой стороны, Мальдивы — это романтическое место, излюбленное молодоженами. Сюда также прилетают восстановить силы в уединении, отдыхая на пляже и созерцая восхитительные краски неба и воды. Но в любом случае стоит уделить время экскурсиям по островам, круизам по атоллам, наблюдению за дельфинами, ночной или глубоководной рыбалке, знакомству с местной кухней. Кстати, в мальдивских отелях можно забронировать столик в подводном ресторане, провести время в подводном ночном клубе и отдать себя в руки мастеров красоты и здоровья в подводном спа-центре. **ТБ**

## Мальдивы в цифрах



## Гостиничная база

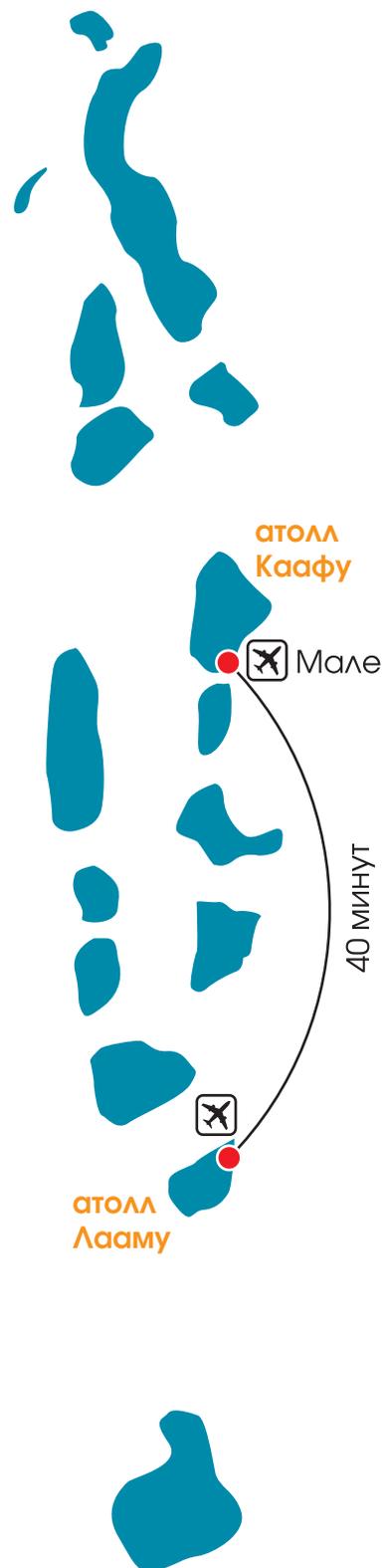


## Страны-лидеры\* по въездному туризму

- Китай
- Германия
- Великобритания
- Индия
- Италия
- Франция
- Россия
- Япония
- Юж. Корея
- Швейцария

\* Январь — сентябрь 2015 года

## МАЛЬДИВСКИЕ АТОЛЛЫ



© MOHAMED AZMEEL



# Острова сокровищ

За последние десять лет российский турпоток в Индонезию вырос колоссально: с 18,7 тысячи в 2004 году до 96,3 тысячи — в прошлом году. Далекая экзотическая страна привлекает прекрасными пляжами, удивительно красивой природой и интересными, разнообразными экскурсиями. В этом году Индонезия стала безвизовой для наших граждан — и это еще один повод обратить на нее внимание потенциальных туристов.

**ТЕКСТ И ФОТО**  
СОФЬЯ  
КОНСТАНТИНОВА

## ПЕРВЫЙ ПОСЛЕ БАЛИ

На острове Ломбок нет толп туристов, но есть дикие пляжи, живописные бухты и вулкан Ринджани — второй по величине в Индонезии. Чаще всего Ломбок посещают две категории туристов: активные путешественники, которые уже были на Бали и хотят открыть для себя что-то новое, и любители спокойного, уединенного отдыха.

В одной из наиболее красивых достопримечательностей острова — парке Нармада — в миниатюре воспроизведена вершина горы Ринджани с ее прекрасным кратерным озером. Парк был построен в XVIII веке как место отдыха королевской семьи, а сейчас — открыт для всех желающих. На его огромной терри-

тории находится индуистский храм, цветущие сады, несколько прудов, а также «фонтан молодости», вода из которого, по легенде, дарит долголетие.

Чтобы познакомиться с культурой Ломбока, стоит съездить на экскурсию в традиционную деревню народа сасак — Шаде. Сасаки — это аборигены острова, бережно хранящие свои старинный быт, традиции и обычаи. Они очень гостеприимны и охотно пускают туристов к себе в дома, которые, как и тысячи лет назад, строят из глины, соломы, рисовой шелухи. В деревне можно купить одежду, плетеные украшения, глиняную посуду.

Центром ткацкого ремесла на Ломбоке считается деревня Сукара. Секреты техники



плетения и рисунков передаются здесь из поколения в поколение. При изготовлении вещей используется хлопок или шелк, а также исключительно натуральные красители: например, фиолетовый цвет получают, замачивая нити в вине или соке из кожуры манго-стины. Во время экскурсии любой турист может попробовать освоить ткацкий станок.

Важная религиозная достопримечательность Ломбока — храм Бату Болонг, расположенный на самом популярном пляже острова — Сенгигти.



## В ЛОГОВЕ ДРАКОНОВ

Посещение острова Flores входит во многие туристические маршруты по Индонезии. Однако здесь, как правило, не задерживаются надолго: прилетая в город Лабуан-Банджо, путешественники отправляются на соседний остров Комодо — место обитания комодских варанов.

Между тем Flores заслуживает отдельного внимания туристов. Здесь, как и на Ломбоке, есть все условия для размеренного отдыха, который при желании можно дополнить интересными экскурсиями. Одна из самых популярных — восхождение на вершину вулкана Келимуту, где расположены три кратерных острова, обладающих «магической» способностью менять свой цвет.

Один из дней можно посвятить поездке в деревню Мело, где проживает народ мангарай. Местные жители окажут

теплый прием гостям: угостят крепкой настойкой, приготовленной из пальмового сока, расскажут о себе, а также продемонстрируют танец «чачи».

Его исполняют двое мужчин, и это больше похоже на дуэль: используя кнуты и защищаясь щитами, они выясняют, кто сильнее и бесстрашнее.

Бесстрашие понадобится тем, кто решит отправиться в гости к комодским варанам. Дело в том, что остров Комодо (а добраться туда можно менее чем за час на катере от главного

порта Лабуан-Банджо) представляет собой большой национальный парк, где нет заборов. Таким образом, ничто и никто не ограничивает перемещение гигантских хищников, поэтому путешествовать по территории острова можно только в сопровождении рейнджеров.

Для туристов разработаны специальные маршруты разной сложности и продолжительности. Самый простой длится около 40 минут. Рейнджеры показывают места, где чаще всего можно увидеть варанов, однако не гарантируют встречи с ними. Хотя встретить их вполне реально: некоторые прячутся от солнца под домами местных жителей, которые специально строятся на сваях, чтобы ящерицы не заползли внутрь. Как людям удастся сосуществовать с «драконами» — сложно представить.



Кстати, численность варанов — на Комодо их более двух тысяч — вдвое превышает население острова.

## КАК ДОБРАТЬСЯ?

На сегодняшний день прямых рейсов из России в Индонезию нет, удобнее всего добраться до страны рейсами арабских авиакомпаний — Qatar Airways или Emirates с пересадкой в Дохе или Дубае соответственно. Между крупными островами Индонезии налажено хорошее авиасообщение. Можно воспользоваться услугами авиакомпаний Garuda Airlines, Lion Air или Batik Air.





На восточном побережье острова Комодо находится один из семи «розовых пляжей» планеты. Огромное количество разноцветных кораллов и тропических рыб делает его очень популярным местом для снорклинга и дайвинга в Индонезии.

Ритуальный танец «кечак»

## ОСТРОВ БОГОВ

Бали, ассоциирующийся у российских туристов в первую очередь с пляжами и серфингом, — место сосредоточения огромного количества культурных достопримечательностей. Балийцы очень религиозны, причем они исповедуют не мусульманство (в отличие от подавляющего числа индонезийцев), а индуизм, «приправленный» местными обрядами и поверьями.

Наиболее почитаемым на острове считается храм Бесаких, расположенный на высшей точке острова — на склонах горы Агунг. Это не просто храм, а большой храмовый комплекс, состоящий из 22 религиозных построек, расположенных на шести уровнях. Все они связаны между собой, имеют свое название и предназначение. Туристы могут свободно передвигаться по территории комплекса, однако внутрь храмов заходить запрещено.

Второй по значимости — храм Улувату: до него от популярного района Куга можно добраться за полчаса. Он расположен на краю огромного утеса и, согласно преданию, охраняет остров от морских духов. Сюда стоит приехать только ради захватывающих дух видов.



На территории Улувату каждый вечер проходит танец «кечак» — завораживающее театрализованное представление по мотивам древнеиндийского эпоса. Корнями танец восходит к трансу, поэтому держит в напряжении и производит на зрителей огромное впечатление.

Местные гиды убеждены: если турист приезжает на Бали, то он непременно должен увидеть один из традиционных ритуальных танцев. Помимо танца «кечак», интерес представляет и танец «баронг», проходящий в деревне Батубуланг. Суть танца — вечная борьба добра и зла. Добро олицетворяет мифическое существо Баронг, зло — ведьма Рангда. Побеждает, конечно, добро.

Среди других культурных достопримечательностей на Бали стоит отметить музей эксцентричного художника Антонио Бланко, которого емко характеризуют как «Сальвадор Дали из Бали». Он находится в городе Убуд, считающемся культурным центром острова. В Убуде также расположен популярный у туристов «лес обезьян», где обитают сотни макаков. Они привыкли к вниманию туристов, но не очень-то дружелюбны. Множество скульптур, покрытых мхом, и ветвистые деревья — баньяны — делают заповедник по-настоящему сказочным местом. **ТБ**



# «Интересных мест на свете много!»

Иван Ожогин участвовал в большинстве российских постановок мюзиклов: «Чикаго», «Свадьба соек», «Норд-Ост», «Кошки», «Красавица и Чудовище», *Pola Negri*, «Мастер и Маргарита», «Джекилл и Хайд». Славу, а также премии «Золотая маска» и «Музыкальное сердце театра» артисту принесла роль графа фон Кролока в российской постановке известного мюзикла Романа Полански «Бал вампиров». Вот уже второй сезон Иван исполняет главную роль в «Призраке Оперы», поставленном в МДМ на «Фрунзенской».

«**П**ризрак Оперы» имеет длительную сценическую историю. Вы использовали опыт предшественников? Похож ли московский вариант на зарубежные постановки?

Конечно, мы старались воспользоваться этим богатым опытом. Перед московской премьерой я ездил смотреть «Призрак Оперы» в Гамбург, где спектакль шел в исполнении очень известной труппы. Я захотел познакомиться с постановкой именно как зритель из зала. Спектакль для меня дорог. Призрак — очень благодатная роль, и почти все актеры нашего жанра мечтают сыграть его. Даже несмотря на то, что каждый режиссер четко выстраивает рисунок любой роли, здесь у исполнителя остается большая свобода, возможность сыграть по-своему, найти собственную мотивацию его поступков. Конечно, московская постановка по энергетике, актерской игре отличается от всех других.

**Вы очень много работаете, а сейчас вообще живете на два города — участвуете в постановках в Москве и Санкт-Петербурге. Остается ли при таком графике время для отдыха?**

Знаете, это еще не самое страшное. В 2013 году я вообще практически жил в самолетах — между Берлином и Санкт-Петербургом. Я привык к тому, что моя жизнь неразрывно связана с путешествиями: самолеты, поезда, гостиницы, съем-

ные квартиры. Сейчас на моей жизненной карте Москва, где два месяца, октябрь и ноябрь, я выступаю в «Призраке Оперы», и Санкт-Петербург, там я играю сразу в двух мюзиклах — «Мастер и Маргарита» и «Джекилл и Хайд», а также выступаю с сольными концертами. Что касается отдыха, то я по возможности стараюсь совмещать деловые поездки с отдыхом. Приезжаю на три-четыре дня, делаю все необходимое, выдыхаю и иду смотреть достопримечательности. Этим летом я много летал: был в Германии, два раза в Крыму, в Анапе с семьей.

**Отличается ли питерская публика от московской?**

Многие московские зрители ездят на мои постановки в Петербург, и наоборот. Все уже перезнакомились, передружились. Мне кажется, что петербургские зрители более открыто проявляют свои эмоции.

**А западная публика отличается от российской?**

Еще больше! На западе не принято артистам дарить подарки, но у служебного входа их всегда ожидает гораздо больше поклонников. У них в традициях — фотография с актером и автограф. Там все более демократично, поклонники просто общаются с артистами — иногда это выливается в некое третье отделение спектакля. Но частная жизнь актера там под табу — никто не будет следить, где ты живешь, а в России, к сожалению, такое случается иногда.

### Вы предпочитаете активный или более расслабленный отдых?

Я люблю варьировать. Но в последнее время склоняюсь к активному отдыху. Это означает как минимум знакомство с достопримечательностями, а еще — занятия спортом. Обязательно бегаю каждое утро по 5–10 километров. Одно из последних впечатлений — поездка в Лондон. Это просто сумасшедший город с многовековой историей. Удивило, как бережно англичане относятся к объектам национального наследия, будь то жилые дома или административные здания. Даже если происходят реконструкции — все должно остаться так, как это было построено в XVI–XVIII веках. Большинство зданий сохранили свой исторический облик, и это не может не вызывать восхищения. В Лондоне я сходил на три мюзикла: «Отверженные», «Злая» и на одну из современных постановок — «Мемфис». Все они входят в десятку лучших мюзиклов Вест-Энда и мира, хотя впечатления у меня вызвали разные. Люблю путешествовать на машине. Прилететь в какую-либо страну и взять автомобиль напрокат. По Европе таким образом я проехал несколько десятков тысяч километров.

### Вы гастролируете не только по зарубежью, но и по небольшим городам России. Какие места наиболее памятливы и интересны и почему?

С огромной нежностью и уважением я отношусь к своей родине — Ульяновску. Потрясающие места на Средней Волге, Куйбышевском водохранилище, исхоженные мной пешком или на лодках, катамаранах, яхтах, байдарках по рекам и озерам. Часто вспоминаю и поездку на Калужскую землю, к реке Угра, где в XV веке происходило стояние русского и монгольского войск. Еще очень теплые воспоминания связаны с поездкой во Владивосток. Мы встречали Олимпийский огонь. Удалось побывать на острове Русском — впечатления потрясающие! Оказавшись там, осознаешь, какая у нас большая страна.

### На ваш взгляд, меняются условия для туризма и поездок в глубь России?

У нас огромное количество мест, куда можно и нужно было бы привлекать туристов, но зачастую мешает наша культура: русский человек, к сожалению, не бережет мир вокруг себя. Это, конечно, пугает и угнетает. Тем не менее у нас в России такие просторы, пространства — это и Камчатка с потря-



© LATENT FOTOGRAFIE BERLIN

сающими вулканами, и Кавказ, и Урал, и озеро Байкал, где в последнее время активно развивается туризм, море Черное, Крым. Выбор большой, но все это надо развивать, вкладывать деньги, силы, облагораживать, окультуривать.

### Придаете ли вы значение комфорту во время путешествий, количеству звезд в отеле? Или вы можете обитать и в спартанских условиях?

Комфорт важен. Я стараюсь селиться в пятизвездочных гостиницах, с хорошими отзывами, в построенных недавно или отреставрированных зданиях либо в легендарных домах, с древней историей.

### Любите ли вы отдыхать на море? Где вам нравится больше всего?

Отдых на море — это замечательно! Каждое море обладает своей индивидуальностью, отличается от любого другого. В этом смысле я абсолютно всеяден — куда представится возможность, туда с удовольствием поеду-полечу. Красное море очень люблю, потому что у меня продвинутый дайверский уровень. Хотя и не часто получается, но летаю туда погружаться с аквалангом. Очень надеюсь, что этой зимой удастся вырваться на несколько дней погреться, понырять и поплавать. Но, боюсь, что рабочий график не позволит сделать перерыв — работать в нескольких спектаклях одновременно очень непросто, свободного времени остается совсем мало, а «Призрак Оперы» вообще побил по занятости все рекорды, даже не уходил на летние каникулы. Так что Красное море — это мечта. Поэтому я с удовольствием езжу и на Черное. В этом году дважды побывал на Азовском море, в грязевых вулканах — это уже совсем другая стихия. Мечтаю слетать на океан, встать на серф.

### А где бы еще вам хотелось побывать?

Я бы очень хотел пересечь Америку — от океана до океана, посмотреть настоящие Штаты, а не туристические и широко разрекламированные места. Хотелось бы слетать на Кубу, побывать в Африке, Южной Америке, Азии — Сингапуре, Японии... Все и не перечислить — интересных мест на свете очень много! **TS**



Беседовал  
Александр Славущий

*Лучший новогодний подарок*



# ПРИЗРАК ОПЕРЫ

**СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА**

**(495)739 3737 [phantom-musical.ru](http://phantom-musical.ru)**

**12+**  
**♦ [parter.ru](http://parter.ru) ♦**

РЕКЛАМА

**Stage**  
ENTERTAINMENT

Основано на романе Гастона Леру «Призрак Оперы». Оригинальная лондонская постановка Кэмерона Маклинтона и The Really Useful Theatre Company Limited



# Mitt



## 23-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

### 23–26 марта 2016

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

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



Весь мир. Одна выставка.

Организатор



Официальный спонсор



Регион-партнер



Официальная поддержка



Министерство культуры РФ



Федеральное агентство по туризму



Правительство Москвы



Российский Союз Туриндустрии



АТОР



Альянс Туристических Агентств