

Турбизнес

Travel Trade Russia

главная тема

ИНТУРИСТ ОБЫКНОВЕННЫЙ

КТО ПРИЕЗЖАЕТ В РОССИЮ
И ПОЧЕМУ НЕ ВСЕ ГОСТИ ЖЕЛАННЫЕ

НАСТУПАЕТ ВРЕМЯ ЧЕ

ГЛАВНЫЕ
ГОСТИНИЧНЫЕ
ОТКРЫТИЯ 2017 ГОДА

БЕЗ ДИНАМИКИ

ЧТО НЕ ТАК
С ДИНАМИЧЕСКИМ
ПАКЕТИРОВАНИЕМ

ЛЕТАТЬ ОХОТА

ВЕРНЕТСЯ ЛИ
«ТРАНСАЭРО» НА
РЫНОК?

12+





ФЕСТИВАЛЬ
КРУИЗОВ

ДЕРЖИМ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС!

МОСКВА

4 АПРЕЛЯ 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

6 АПРЕЛЯ 2017 г.

- ▼ **МОРСКИЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ ПО РОССИИ**
- ▼ **РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ ПО ЕВРОПЕ**
- ▼ **КРУИЗЫ НА ПАРОМАХ**
- ▼ **ЛЮКСОВЫЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **ЭКЗОТИЧЕСКИЕ КРУИЗЫ**
- ▼ **БРОНИРОВАНИЕ КРУИЗОВ**



WWW.FESTIVAL-CRUISE.RU

ОРГАНИЗАТОР

to event
ТУРБИЗНЕС

ПАРТНЕР:



Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Дизайнер Юрий Киян

Корреспонденты: Геннадий Габриэлян
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 от 20.02.1998.

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

При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес» обязательна.

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

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

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

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

Отдел ТБ-Events
Руководитель Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

Сайт www.tourbus.ru
Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru
Александра Полянская

Спецпроекты ИД «Турбизнес»
Лариса Мартынова

BUSINESS TRAVEL
ВЕЩАТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations
ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Пять звезд
ОСТАНОВИТЕЛЬСКИЙ ДОМ с 1997 г.

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Турбизнес
на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

© ООО ИД «Турбизнес»

В НОМЕРЕ

2 СОБЫТИЯ

- Он уже близок
- Рынок адаптировался
- Плавали — знаем!
- От Дубая до Шарджи
- Взял под контроль

10 ТУРОПЕРАТОРЫ

Меняться не меняясь

12 АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Иностранцы в России

ТЕМА НОМЕРА

14 НЕРАЗБОРЧИВА В СВЯЗЯХ

Россия готова принимать любых туристов. Чем грозит такой подход?

20 НЕ КИТАЕМ ЕДИНЫМ

Леонид Мармер о «пороках» въездного турпотока

22 ПРОФЕССИОНАЛ

«Работа должна быть частью тебя»

TRANСПОРТ

- 28 Утром — деньги, вечером — «Трансаэро»
- 30 Новости транспорта

ТЕХНОЛОГИИ

- 31 Российский рынок онлайн-туризма
- 32 Нединамичная динамика

34 ГОСТИНИЦЫ

В ожидании Че

36 РЕГИОНЫ РОССИИ

Город надежд

- Венские встречи
- Речной «пятизвездник»
- Бренды — в тренде!
- БГ играет на понижение
- Будущее строим вместе



РЫНКИ

- 38 Жизнь под водой
- 40 Плоды стабильности
- 41 Карибский антикризис
- 42 Правила приумножения
- 44 Всё могут короли

46 ЭТО ИНТЕРЕСНО

Путешествие в кино

47 VIP-КЛИЕНТ

«Хорошо там, где есть друзья»





Он уже близко

Турбизнес на низком старте: операторы и агенты считают дни, когда долгожданное направление вернется на рынок.

В СМИ появилась информация, что Россия и Египет могут восстановить авиасообщение 23 февраля, однако позднее в Минтрансе эту информацию опровергли. Известно, что ведомство подготовило отчет о проверке российскими специалистами аэропорта Каира и передало его правительству. Заключение о выполнении соблюдения режима безопасности в Шарм-Эль-Шейхе и Хургаде пока разрабатываются.

В РСТ считают, что «открытие» египетской столицы не повлияет на восстановление турпотока в страну. Однако, по мнению заместителя генерального директора «НТК Интурист» Сергея Толчина, операторы смогут оперативно сформировать туристические предложения и отправлять россиян регулярными рейсами через Каир с трансфером до курортных зон.

Показательно решение сети турагентств «1001 тур», которая разместила на своем сайте ознакомительные предложения по Египту. На сайте компании говорится, что забронировать тур до официальной отмены запрета на полеты в страну нельзя, но можно оставить заявку. Как только Египту будет дан «зеленый свет», менеджер сообщит туристу о начале продаж.

Рынок адаптировался

Почти все операторы подстроились под новый туристический закон.

Коллапса, «намеченного» на 1 февраля, не произошло. Как сообщил Александр Осауленко, директор ассоциации «Турпомощь», 584 туроператора своевременно сформировали фонды персональной ответственности и внесли деньги в резервный фонд «Турпомощи». Те, кто этого не сделал, исключены из ассоциации. Таких компаний 27: из них 18 написали заявления о выходе из «Турпомощи», а девять просто не оплатили необходимые взносы. Для сравнения, в начале января в Едином федеральном реестре значилось 612 туроператоров. На сегодняшний день в резервном фонде находится 359,9 млн рублей, объем персональных счетов туроператоров достиг 189 млн рублей.

«Конечно, нам пришлось заплатить взносы, — говорит Татьяна Ванд, генеральный директор компании «Ванд». — Но все эти действия не приведут к очищению рынка, все произойдет наоборот. Подобными законами бизнес просто заставляют уходить на серые схемы работы».

Вопрос месяца

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ИТОГИ 2016 ГОДА В СФЕРЕ ТУРИЗМА?

Год был таким же непростым, как и предыдущий	50 %
По сравнению с предыдущим годом продажи выросли	21 %
В 2016 году развивались только внутренние направления	26 %
В 2016 году продавались только туры за рубеж	3 %

Источник: опрос на сайте tourbus.ru



43-е место

заняла Россия в международном рейтинге Passport Index.

Эту строчку вместе с нашей страной разделила Республика Кирибати в Тихом океане. «Сила паспорта» оценивается по количеству стран, которые его владелец может посетить без визы. В случае с россиянами речь идет о 103 государствах. На первом месте рейтинга оказалась Германия, гражданам которой открыты для посещения 157 государств.



22,5 тысячи

россиян, по данным VFS Global, воспользовались услугой «мобильная биометрия», позволяющей

оформить шенгенскую визу не выходя из дома. Самой популярной страной стала Греция — визу туда оформили 32% заявителей. На втором месте Испания — 31%, замыкает тройку лидеров Чехия — 25%.



5,6 млн

туристов отдохнули в Крыму в 2016 году, что на 21% больше, чем годом ранее. В эти новогодние

праздники полуостров посетили 87,1 тысячи путешественников; для сравнения, в прошлом году эта цифра достигла 43 тысяч человек. «Дан хороший старт новому курортному сезону», — считает глава Министерства курортов и туризма Крыма Сергей Стрельбицкий.



Плавали — знаем!

Открыта регистрация на «Фестиваль круизов».

В этом году профессиональное мероприятие, организуемое ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма, пройдет в двух столицах. В Москве «Фестиваль круизов» состоится 4 апреля в гостинице «Марриотт Новый Арбат», в Санкт-Петербурге — 6 апреля в отеле «Эмеральд». Партнером выступает компания «Инфлот — круизы и путешествия».

Свое участие подтвердили компании «Инфлот — круизы и путешествия», «Виа Марис», «Мостурфлот», Круизный дом «МК», Клуб путешествий Special, «Инфофлот», «Бриз Лайн», «Водоходъ», «Ислэнд», Круизная компания «ГАМА», «ВолгаWolga», «Нептун», «Тартус Тур», Cruise Line («Болеро Интур»), Booking Flot, «Нордэкс-морские круизы», «Карлсон Туризм», PAC Group, «НИКА».

Программа «Фестиваля круизов» по традиции будет включать workshop, мастер-классы, панельную дискуссию. Подробная информация о мероприятии размещена на сайте www.festival-cruise.ru

От Дубая до Шарджи

Сергей Канаев займется продвижением дубайского эмирата.

Департамент туризма и коммерческого маркетинга (ДТКМ) Дубая («Дубай Туризм») закрыл российский офис. Пока направление будет находиться под непосредственным руководством штаб-квартиры в эмирате, но в ближайшее время продвижение Дубая в России будет отдано на аутсорсинг сетевому маркетинговому агентству.

Сергей Канаев, долгие годы успешно руководивший офисом ДТКМ, с 1 февраля начал работу в должности директора по маркетингу и продажам управления по развитию торговли и туризма эмирата Шарджа. «После шестилетнего перерыва Шарджа вновь выходит на российский рынок, и время для этого вполне подходящее. Несмотря на то что рубль укрепил свои позиции, спрос на бюджетные направления растет. Шарджа — идеальный вариант для относительно недорогого отдыха», — отметил эксперт.

Визовые новости



1 Объединенные Арабские Эмираты упростили визовый режим для россиян. С 1 февраля россияне начали получать бесплатные визы в аэропортах ОАЭ по прибытии. Виза выдается на срок 30 дней с возможностью однократного продления на аналогичный период. «Это решение приведет к росту продаж на направлении, — считает Артур Мурадян, генеральный директор «Спейс Тревел». — Страна становится доступной для тех, кто покупает туры в последний момент».



2 Россия и ЮАР договорились о взаимной отмене виз. Россияне смогут находиться на территории Южно-Африканской Республики не более 90 дней за одну поездку. По словам Вадима Шувалова, генерального директора компании «Мама Африка», после того как в прошлом году ЮАР ужесточила миграционные правила, турпоток в страну сильно просел. «Возврат к старому порядку немного простимулирует спрос, особенно из регионов», — уверен эксперт.



3 В Армению россияне вскоре смогут въезжать по внутренним паспортам. Виза не требуется и сейчас, однако необходим заграничный паспорт. «Армения пользуется высоким спросом у туристов, и именно загранпаспорта не позволяют расти ему и дальше. Напомню, по последним данным, лишь у 24% россиян есть этот документ. Такое решение давно напрашивалось», — отмечает Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин».



4 Посольство США изменило порядок выдачи виз для российских граждан: теперь при повторном обращении за визой необходимо пройти собеседование, если со времени окончания срока действия предыдущей визы прошло более 12 месяцев. Ранее в случае, если гостевая или туристическая виза в США заканчивалась, то при подаче повторного обращения в течение 48 месяцев обязательное посещение посольства не требовалось.

Не все спокойно...

На рынке онлайн-трэвел: «Островок» меняет директора, а Oktoго на грани закрытия.

Генеральным директором крупного российского сервиса по бронированию отелей «Островок» назначен Феликс Шпильман, бывший вице-президент компании по стратегии. «Я работаю над «Островком» уже шесть лет. Компания выросла, пережила непростые времена и движется к поставленной цели — стать большим и ценным бизнесом. В последнее время я понял, что готов создавать что-то новое», — заявил экс-руководитель и сооснователь «Островка» Сергей Фаге. К слову, в мае 2014 года компанию покинул второй сооснователь Кирилл Махаринский.

Другой, не менее известный, сервис онлайн-бронирования гостиниц Oktoго испытывает финансовые проблемы. Компания может прекратить работу, о чем сообщила ее основательница и совладелица Марина Колесник в письме сотрудникам. Сложности возникли с приходом в Oktoго польского инвестфонда MCI, который принял решение о продаже сервиса. Было достигнуто соглашение о сделке с компанией OneTwoTrip, но она в итоге не состоялась. СМИ сообщают, что у Oktoго есть крупные неоплаченные счета перед партнерами: поисковиками и отелями.



Взял под контроль

AZIMUT Hotel Sochi перейдет под управление «Библио Глобуса».

Туроператор взял в управление на пять лет трехзвездочный

отель AZIMUT Hotel Sochi. «Библио Глобус» решил изменить концепцию объекта на all inclusive и переименовать его в «Сочи Парк Отель». Игроки рынка позитивно воспринимают появление в России еще одного отеля, работающего по системе «все включено». «Отели с такой услугой очень востребованы туристами на зарубежных массовых пляжных направлениях, поэтому у меня нет причин сомневаться в успехе подобной системы в России, — говорит Валерий Китиль, генеральный директор компании «КРИСТ». — Думаю, это пойдет на пользу рынку, опять же, многое будет зависеть от ценового порога. Если стоимость пакета подрастет на 10–15%, то рост потока, несомненно, будет, но если цены увеличатся на 50%, то, вероятно, туристы будут отказываться от проживания в этом отеле».

ТОП-10

посещаемых городов мира

- 1 Гонконг
- 2 Бангкок
- 3 Лондон
- 4 Сингапур
- 5 Париж
- 6 Макао
- 7 Дубай
- 8 Стамбул
- 9 Нью-Йорк
- 10 Куала-Лумпур

Источник: Euromonitor International



У нас внутренний туризм, вопреки абстрактным представлениям, очень доступный для самых разных категорий населения. Есть разные по ценам билеты, программы, просто этим надо интересоваться. Внутренний туризм — самая быстрорастущая отрасль экономики России, средние темпы роста — 20% в год. Но мы хотим большего.

ВЛАДИМИР МЕДИНСКИЙ

Министр культуры РФ



50 лет

в этом году исполняется самому известному туристическому маршруту —

Золотому кольцу. Его столицей был официально выбран Ярославль. Здесь начнутся и завершатся все праздничные мероприятия, среди которых всероссийская ярмарка событийного туризма Russian Open Event Expo и Неделя туризма.



3,9%

составил рост мирового туризма в 2016 году. Всего в минувшем году туристы

совершили 1 млрд 235 млн международных поездок, сообщает Всемирная туристская организация ООН. Количество путешествующих туристов увеличилось по сравнению с 2015 годом на 46 млн человек. В 2017 году количество международных поездок вырастет на 3–4%.



30%

Настолько, по статистике туристического сервиса KAYAK, увеличилось количество поисковых запросов россиян на пере-

леты в США в день инаугурации Дональда Трампа. Туроператоры констатируют: направление пользуется стабильным спросом, но интерес к стране подогревает укрепление рубля, а не политика.

Венские встречи

С 12 по 15 января 2017 года в Вене проходила международная выставка туризма и отдыха Ferien Messe Wien, на которой компания «Евроэкспо» выступила уполномоченным оператором по организации и проведению презентационных мероприятий Федерального агентства по туризму РФ. Национальная экспозиция России заняла одно из центральных мест в зарубежной части выставки. Гостей и участников стенда приветствовали посол России в Австрии Дмитрий Любинский и заместитель министра культуры Российской Федерации Алла Манилова.

Россию на выставке в Вене представили 11 экспонентов: авиакомпания S7, калининградский туроператор «Балтма турс», Комитет по туризму департамента культуры и туризма Новгородской области, Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга, Администрация Владимирской области, Управление туризма Министерства культуры Московской области, Музей Коломенской пастилы, АНО «Коломенский посад», Государственный музей-заповедник М. А. Шолохова, Государственный мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна», Visit Russia Austria.

Посетителям стенда была представлена информация на немецком языке о туристских продуктах России, проектах «Русские усадьбы» и «Серебряное ожерелье», городах — участниках чемпионата мира по футболу 2018. Узнать больше о российских экспонентах можно было из каталога, подготовленного офисом Visit Russia Austria. Отдельный интерес публики вызвали ролики регионов и городов России, которые демонстрировались на видеостене.

С целью популяризации русских гастрономических традиций участники стенда предлагали гостям попробовать традиционные блюда разных регионов: калининградские шпроты с черным хлебом, казацкое сало, коломенскую пастилу, медовые пряники и анковские пироги по рецепту С. А. Толстой, медовуху и крепкие русские напитки. Отдельно в зоне кулинарных классов выставки прошло знакомство с особенностями приготовления каши по рецепту X века, который сохранен до нынешних дней в Суздале.

В связи с открытием перекрестного года туризма Россия — Австрия особенно насыщенным на деловые мероприятия,

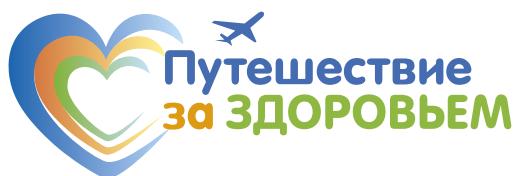
посвященные России, стал первый день Ferien Messe. В пресс-конференции приняли участие заместитель министра культуры Российской Федерации Алла Манилова, Чрезвычайный и Полномочный Посол Российской Федерации в Австрийской Республике Дмитрий Любинский и Генеральный секретарь Всемирной туристской организации при ООН Талеб Рифаи. От страны-партнера выступили заместитель министра образования, исследований и экономики Австрии Элизабет Удольф-Штробль и вице-президент Палаты экономики Австрии Марта Шульц.

Также в первый день работы выставки состоялась презентация национального туристского продукта Российской Федерации, подготовленная офисом по туризму Visit Russia Austria. Австрийским специалистам среди 11 докладов были представлены Калининград — город, принимающий ЧМ 2018; усадебные комплексы и туристский потенциал Тульской области. Председатель комитета по туризму департамента культуры и туризма Новгородской области Евгений Родионов выступил с презентацией «Серебряное ожерелье России»: новый формат отдыха на Северо-Западе России». Генеральный директор АНО «Коломенский посад» Наталья Никитина рассказала о важности туристического бренда в привлечении инвестиций на примере музея «Коломенская пастила».

С австрийской стороны Сергей Хомяков, генеральный директор Tez Tour в Австрии, и Грегор Каданка, генеральный директор Mondial GmbH, поделились информацией об особенностях работы с австрийским выездным рынком.

Деловая программа дня продолжилась в Палате экономики Австрии в виде B2B-встреч на Российско-австрийском форуме и завершилась торжественным открытием перекрестного года туризма России и Австрии во дворце Хофбург. **ТБ**





Будет здорово!

В Москве впервые состоится B2B-мероприятие «Путешествие за здоровьем».

На одной площадке соберутся российские и зарубежные туроператоры, специализирующиеся на лечебно-оздоровительном и медицинском туризме, национальные турафисы, санатории, спа-и велнес-курорты и отели, представители оздоровительных центров и клиник. Мероприятие, организованное ИД «Турбизнес» при поддержке Ростуризма, пройдет 19 апреля в столичном отеле Best Western Plus Vega Hotel & Convention Center. В программе — презентации туристических программ и продуктов, рабочие встречи участников рынка, дискуссии на актуальные темы.



Речной «пятизвездник»

В России появится новый речной круизный лайнер.

Судоходная компания «ВодоходЪ» и «Объединенная судостроительная корпорация» подписали контракт на постройку четырехпалубного пассажирского круизного теплохода проекта RV300LMP-110 класса «река — море». Новое судно категории 5* планируется ввести в эксплуатацию в навигацию 2020 года.

Лайнер планируется использовать прежде всего на маршруте «Москва — Санкт-Петербург», который наиболее востребован иностранными туристами, однако реализация туров будет производиться и на зарубежном, и на внутреннем рынке.



Чешские перемены

Новым директором российского представительства Национального туристического управления Чешской Республики (НТУЧР) стала Алена Кудилкова.

В туризме Алена Кудилкова работает более 15 лет. Возглавляла чешский офис туристической компании Travelland, которая тогда была частью туристического холдинга VKO Group. Имеет опыт работы в гостиничной сфере. До назначения на пост главы чешского турафиса занимала должность менеджера по туризму в аутлет-центре Fashion Arena Prague Outlet.

Говоря о планах своей работы в России, Алена Кудилкова отметила, что будет про-

двигать туризм в Чехии и среди профессионалов, и среди туристов. Особое внимание будет уделено подрастающему поколению путешественников.

Темой 2017 года в чешском туризме станет эпоха барокко. В этой связи НТУЧР собирает активно представлять различные города и регионы страны и самые разные виды туризма — от экскурсионного до гастрономического.



Япония — ближе

В Москве открылся туристический офис Страны восходящего солнца.

Пятнадцатый по счету зарубежный филиал Японской национальной туристической организации (JNTO) расположен в центре столицы, на третьем этаже бизнес-центра «Европа» (ул. Брянская, 5).

Директором московского офиса стала Айри Мотокура. Она начала работать в JNTO в июне 2016 года. До этого в течение 15 лет она трудилась в одной из компаний, специализирующихся на российско-японском

туризме. Хорошо владеет русским языком. В ближайших планах турафиса — проведение ряда workshop, представляющих возможности японского luxury-туризма и активная работа с мультимедиа-рынком.

В 2015 году Японию посетили 54 тысячи туристов из России. За период с января по октябрь 2016 года эта цифра составила уже 45 тысяч: очевидно, что российский рынок имеет большие перспективы роста.

Бренды — в тренде!

На «Интурмаркете-2017» будут представлены все брендовые маршруты России.

Брендовые туристские маршруты появились в России буквально в последние годы. Это новое предложение, новый способ объединить объекты туристической индустрии в единый комплекс, придать путешествию интересную идею, заявить о себе и привлечь туристов. Каждый из крупных маршрутов объединяет несколько регионов страны, представляет общность их культуры, традиций, а вместе с тем огромное разнообразие рекреационных возможностей России. В рамках маршрута создается единый календарь туристских событий.

Особенностью «Интурмаркета-2017» стало то, что впервые регионы смогли организовать единое экспозиционное пространство по подавляющему большинству брендовых маршрутов. Маршрут «Золотое кольцо» известен с советских времен во всем мире как путешествие по древним русским городам Центральной России, в этом году мы отмечаем его 50-летие. Профессиональная аудитория и самостоятельные путешественники смогут наглядно увидеть 18 регионов ЦФО в едином выставочном интерфейсе и получить информацию об округе и его туристических возможностях в аккумулированном виде.

На тех же принципах развивается маршрут «Серебряное ожерелье России». Санкт-Петербург как мощный якорь позволяет привлечь внимание туристов и к другим регионам Северо-Запада России. Помимо Санкт-Петербурга, маршрут объединяет 10 субъектов: Республики Карелия, Коми, Ненецкий автономный округ, Архангельскую, Вологодскую, Калининградскую, Ленинградскую, Мурманскую, Новгородскую, Псковскую области. Их туристский потенциал огромен. Здесь представлены культурно-исторические памятники, красивые природные ландшафты и традиции малых народностей.

В свою очередь, маршруты «Великий шелковый путь» и «Великий чайный путь» подчеркивают своеобразие восточ-



ных и южных регионов, Кавказа. Внутри страны и на мировом уровне презентуются и другие маршруты. Например, «Русские усадьбы», «Великий Волжский путь» с регионами Приволжья и «Восточное кольцо», объединяющее регионы Дальнего Востока — Республики Саха (Якутия) и Бурятия, Камчатский и Хабаровский края. Разрабатываются маршруты «Русская Арктика», «Реки России».

На всех основных маршрутах подготовлено более 500 основных объектов показа, действует необходимая туристская инфраструктура — средства размещения, питания, транспорта, развлечений и отдыха.

В рамках выставки на каждом тематическом стенде пройдут презентации регионального турпродукта, дегустации местной кухни, выступления творческих коллективов и мастер-классы по народным промыслам.

Отрадно осознавать, что сейчас нашими совместными усилиями создается образ России — гостеприимной, безопасной страны с богатой культурой, интересными традициями и разнообразной природой, где комфортно отдыхать и куда хочется вернуться.

Остается меньше месяца до выставки, поэтому, пользуясь случаем, желаем нашим участникам и гостям плодотворной работы на форуме — встречайтесь, общайтесь, рождайте и реализуйте новые проекты! Свое будущее мы создаем здесь и сейчас! **ITM**



До встречи на «Интурмаркете»
11–13 марта в «Крокус Экспо»!



БГ играет на понижение

Урезание комиссии «Библио Глобусом» вызвало жесткую критику со стороны туристической розницы. Агенты обвинили компанию в нелояльности, припомнили все скидки, которые оператор давал клиентам напрямую, и пригрозили прекращением сотрудничества.

ТЕКСТ СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

С 1 января комиссия «Библио Глобуса» за продажи туров по зарубежным направлениям была снижена до 6%, максимум 7%, тогда как раньше могла достигать 10%. Что касается России, то здесь условия сотрудничества с розницей поставщик не изменил: те же 9–10% в зависимости от региона и объемов продаж в календарном месяце.

Туроператора сразу окрестили возмутителем спокойствия. «Все бьются в горячке от обиды», — писали агенты в социальных сетях. По их мнению, решение «Библио Глобуса» связано с желанием нарастить базу прямых клиентов. «Мой турист получил скидку 6% сразу, как обратился напрямую в «Библио Глобус», «Туристы будут «высасывать» из нас информацию, а потом бронировать самостоятельно», — профессиональные сообщества, в первую очередь «Владельцы и руководители туристического бизнеса», переполнены раздраженными сообщениями.

«Библио Глобус» объяснил свои действия возросшими финансовыми затратами из-за нового закона о туризме. Компания решила внести в фонд персональной ответственности сразу 7% от общей годовой цены турпродукта за 2016 год, а не наполнять фонд постепенно в течение 7 лет. Агенты восприняли это как попытку разгрести жар чужими руками. Многие заявили о прекращении работы с оператором.

Другие игроки рынка по пути «Библио Глобуса» пока не пошли. По меньшей мере «Пегас Туристик», TUI Russia и «НТК Интурист» заявили, что не планируют снижать агентские комиссии. Но вероятность, что такая политика распространится на рынке в будущем, есть. «Понижение комиссионного вознаграждения станет тенденцией. Это верный шаг, который позволит убрать ту часть комиссии,

которую агенты дают клиенту. Думаю, рынок придет к 5–7%. Главное, чтобы игроки не делали большей скидки для прямых клиентов», — считает Артур Мурадян, генеральный директор компании «Спейс Тревел».

С другой стороны, ряд экспертов не исключает, что «Библио Глобус» может пойти на попятную. «Сейчас туроператор посмотрит, как отреагирует на новые условия работы агентская среда, как отразится это на раннем бронировании и продажах в целом, после чего откажется от этой затеи. Туррынок находится не в лучших условиях, но это не означает, что нужно лишать агентов, по сути, единственного дохода», — комментирует Светлана Кречкина, руководитель отдела работы с турагентствами компании «Ванд».

Однако, несмотря на волну негодования, вряд ли ущерб для «Библио Глобуса» будет существенным: большинство агентов как сотрудничали с оператором, так и продолжат. В первую очередь речь идет о региональных игроках, у которых просто-напросто нет альтернативы, а местные операторы неспособны конкурировать с федеральным «тяжеловесом». Московские агенты в этом отношении гораздо более «привилегированны», поэтому призывы бойкотировать оператора-«революционера» звучат чаще всего от них. Но и они отмечают, что сегодня большинство туристов запрашивают максимально бюджетные туры, и чтобы удовлетворить запросы клиента, приходится работать с «Библио Глобусом».

Приспособится ли турбизнес к новым условиям? Вероятнее всего, да. Вспомнить хотя бы, сколько обсуждений и пессимистичных прогнозов породила инициатива крупнейших российских авиаперевозчиков отменить агентские комиссии. Но уже больше года авиарынок живет по новым правилам, и сегодня это уже кажется нормой. **ТБ**

ВТОРОЙ ПОШЕЛ

Вслед за «Библио Глобусом» об изменении комиссионного вознаграждения объявил туроператор Sunmar. Компания снизила стандартный размер комиссии до 6%. Причины своего решения Sunmar не озвучил. В письме, направленном партнерам, было сказано, что цены туроператора «позволят успешно конкурировать на туристском рынке». Coral Travel менять агентскую политику пока не собирается.



Будущее строим вместе

В Москве впервые состоялся российский саммит World Tourism Forum. В его рамках профессионалы индустрии туризма Турции, России и других стран, инвесторы и представители власти обсудили российско-турецкий туризм, основные тренды туриндустрии и сделали свои прогнозы на будущее.

Президент World Tourism Forum Булут Багджи торжественно открыл саммит, подчеркнув важность укрепления российско-турецких отношений, достичь которого, по словам Хакана Атеша, директора турецкого Denizbank, можно в том числе с помощью внедрения в Турции системы рублевой оплаты.

«Denizbank и Сбербанк собираются внедрить систему рублевой оплаты в секторе туризма и сельском хозяйстве. Теперь российские туристы в Турции получают возможность проводить все необходимые операции в банках, в банкоматах и иметь дело с персоналом, который будет принимать российские рубли в качестве оплаты. Снимать рубли можно будет без комиссии», — сказал Хакан Атеш. По словам эксперта, ряд туроператоров и отелей уже выразили готовность предоставлять услуги, которые можно будет оплатить рублями, а российские туристы будут чувствовать себя как дома, оплачивая услуги в Турции своей национальной валютой.

Нешет Кочкар, председатель совета директоров ANEX Tour, напомнил, что российские туристы ценят Турцию за уровень сервиса, качество и цену, здесь у Турции практически нет конкурентов. По его словам, продажи Турции выросли в 4–5 раз по сравнению с 2015 годом, и это вселяет оптимизм. «По итогам текущего года, при условии, что не произойдет форс-мажорных ситуаций, мы ожидаем получить хорошие результаты. Стоит отметить, что турецкие отели дадут российским туристам скидку 40–50% к ценам 2015 года», — сообщил Нешет Кочкар. По линии ANEX Tour на отдых в страну планируется отправить около 1 млн россиян, а всего Турция может принять в 2017 году порядка 5 млн туристов из РФ.

Посол Турции в России Хюсейин Дириоза также выразил надежду на восстановление российского турпотока и подчеркнул, что отечественный бизнес может принимать

участие в развитии туристического сектора в Турции: «Наша страна дает возможность российским предпринимателям инвестировать в эту отрасль».

Много говорили на российском саммите об онлайн-туризме, о его преимуществах, технологических возможностях и перспективах. Как отметили эксперты, большая часть планирующих отдых в режиме онлайн принадлежит поколению Y, для которого характерна глубокая вовлеченность в цифровые технологии. Поэтому онлайн-сервисы и онлайн-агентства бронирования путешествий стараются улучшить качество обслуживания, сократить сроки обработки запросов, учитывать предпочтения каждого посетителя сайта и стремятся к «мобилизации» предоставляемых ими решений.

В рамках форума большое внимание было уделено также въездному туризму и тенденциям в сфере MICE.

Russia Summit проводился в преддверии глобальной встречи World Tourism Forum в Стамбуле 16–18 февраля 2017 года. Виднейшие политические и общественные деятели, инвесторы, спортсмены и ученые из 20 стран соберутся там, чтобы обсудить проблемы и перспективы мировой индустрии туризма. **TE**



Президент World Tourism Forum Булут Багджи



Russia Summit 2017 с участием более 350 профессионалов индустрии туризма, инвесторов и представителей власти из 10 стран мира состоялся 28 января в московском отеле The Ritz Carlton.



Генеральный спонсор World Tourism Forum Russia Summit

Меняться не меняясь

В наступившем году туроператоры останутся верны своим принципам и выбранным стратегиям, но обещают быть более гибкими, активнее работать над турпродуктом, шлифовать сервис и учитывать потребности клиентов и розницы. На какие направления компании будут делать ставку? Какие новинки предложат рынку? Будут ли корректировать агентскую политику? Своими планами с «ТБ» делятся представители ведущих игроков рынка.



АЛЕНА ХИТРОВА

*Исполняющий обязанности
руководителя отдела по связям
с общественностью ANEX Tour*

В приоритете для нас остаются направления с наибольшими объемами продаж: Турция, круглогодичные Вьетнам, Таиланд и Доминикана. Из европейских стран — Болгария, Испания, Греция и Кипр. Многого ожидаем от Черногории, Китая и Марокко.

Мы расширили продукт ANEX Tour на китайском направлении (экскурсионные туры с перелетом до Пекина), добавили пляжные курорты Италии (остров Сицилия) и предложили клиентам роскошный Маврикий. Также мы выставили полетную программу в международный аэропорт г. Аланья, что позволит существенно сократить время трансфера гостям этого региона.

Региональное присутствие расширено «открытием» Магнитогорска, откуда выставлена полетная программа на лето в Турцию.

AZUR air — наш надежный стратегический партнер, поэтому большая часть чартерной перевозки осуществляется бортами этой авиакомпании. Кроме того, с сентября 2016 года у нас действует услуга «Пакетирование на регулярных рейсах в режиме онлайн», которая позволяет к наземной части добавить перелет на регулярных рейсах, как прямых, так и стыковочных.

Существенные изменения в агентской политике не планируются.



ВАЛЕРИЯ РОМАНЕНКОВА

*Директор департамента
маркетинга, продаж и работы
с агентствами ICS Travel Group*

Акценты на 2017 год менять глобально не собираемся. На лето оставляем наши чартерные программы по направлениям Кипр, Болгария, Греция, Черногория и Италия. Планируем блок мест на регулярной перевозке на Мальту и в Португалию, продолжим продажи летнего Израиля программой до Тель-Авива. До середины мая действует полетная программа по Израилю в Овду.

По Санкт-Петербургу мы также участвуем в программе «Уральских авиалиний» по Израилю (до весны до Овды, а весной и летом — до Тель-Авива). На лето у нас в планах Кипр, Болгария, Черногория и Португалия.

По России планируем расширить квоту гарантированных мест на объектах.

Продолжаем делать ставку на продажу туров на регулярной перевозке. Благодаря нашей технологии «Без доплат» агентство и турист в онлайн видят реальную стоимость тура на регулярных рейсах и могут выбрать удобную перевозку сразу при бронировании.

С 1 января мы обновили агентский договор. Выдаем агентствам доверенность до 31 декабря 2017 года без депозитов и дополнительных финансовых гарантий. Вводить изменения в комиссионную политику не планируем.



АННА ПОДГОРНАЯ

*Генеральный директор
«Пегас Туристик»*

Мы не делаем ставки ни на одно из наших направлений, относясь к каждому с должной серьезностью, независимо от емкости. В этом году мы продолжим работать со своими основными продуктами, в том числе с российскими Крымом и Сочи, в летнем сезоне будет и Турция, которую можно назвать новинкой сезона.

Стратегия в плане перевозки останется неизменной. Что касается агентской политики, то здесь мы будем действовать в соответствии с законом. Все договоры уже отправлены агентам, которым предстоит выбрать наиболее подходящую схему работы с нами.



ЛАРИСА АХАНОВА
PR-директор TEZ Tour

Ставку делаем на массовые направления — это Турция, Греция, Испания, Кипр, Италия, Болгария, Доминикана, Хайнань, Таиланд. Поддерживать ассортимент будут круглогодичные страны — Латвия, Чехия, Венгрия, Литва, Эстония. Наша новинка — Израиль.

Мы увеличим долю присутствия на рынке внутреннего туризма и продолжим сотрудничество с курортами Северного Кавказа. Активно будут работать на прием наши региональные офисы.

Тренды 2015–2016 годов будут актуальны и в 2017-м. Туристы настроены отдыхать максимально дешево. Открытие такого важного направления, как Египет, скажется на пере-

распределении спроса. В топе запросов останутся пляжный и семейный отдых. Самый дисциплинированный сегмент туристов — горнолыжники, которые бронируют все с большой глубиной.

Дальнейшая работа с агентствами по реализации турпродукта осуществляется на основании действующего договора. Единственное новшество — это разовая доверенность агентству от туроператора на реализацию турпродукта. Она будет доступна для агентства после подтверждения тура и будет направлена на электронную почту, указанную в реквизитах агентства. Мы не меняем размер комиссионного вознаграждения в сторону уменьшения.



ТАТЬЯНА КРУГЛОВА
PR-менеджер туроператора «TUI Россия»

Стратегия «TUI Россия» на ближайшее время — внедрение гибкого подхода к работе с учетом меняющихся и часто непредсказуемых условий рынка. Новый подход подразумевает пересмотр некоторых договоренностей с партнерами. Больше внимания будем уделять изучению потребностей наших туристов. Мы планируем стать лидером среди туроператоров по семейному отдыху. В этом нам помогут наработки TUI Group.

Ключевые направления на лето — Турция, Кипр, Испания, Черногория. В рамках отдельных направлений мы предложим новые курорты, отели и концепции для семейного и молодежного отдыха.

Приоритетная задача на ближайшее время — усиление позиций по внутреннему

туризму. Стартовав в 2015 году с Сочи и Великого Устюга, мы начали продавать также туры в Санкт-Петербург, Казань, Калининград и область, по Золотому кольцу и намерены расширять географию. В 2016 году мы подписали ряд стратегических соглашений с региональными управлениями по туризму с целью совместно развивать маршруты по России.

В комиссионной политике серьезных изменений пока нет. Будем активнее инвестировать в обучение, наращивать число собственных и франчайзинговых агентств. В декабре 2016-го и январе 2017-го мы вновь открыли официальные представительства в Казани, Челябинске, Екатеринбурге и Самаре, поскольку видим потенциал в этих городах и желание работать с TUI.



ВИКТОР ТОПОЛКАЕВ
Генеральный директор НТК «Интурист»

В новом году мы планируем укреплять свои позиции по базовым для нас направлениям: курортам России, Турции, Болгарии, Италии и целому ряду других популярных среди туристов мест. Продолжим комплексное обслуживание клиентов по принципу «одного окна» 7/24, когда турист может в любое время и по любым вопросам обратиться к представителю «Интуриста» как в городе вылета, так и в месте отдыха. Будем расширять географию чартеров и формировать турпродукт на базе железнодорожных перевозок.

Уже сейчас заметны высокие темпы раннего бронирования. Особенно это касается Болгарии и Турции. Поток превышает лучшие показатели предыдущих лет. Кроме того, мы продолжаем ожидать откры-

тия Египта. Если не будет форс-мажоров в мировой политике, то Турция и Египет вернут себе лидирующие позиции среди выездных направлений в 2017 году. И в этой связи для нас важно предпринять меры для сохранения интереса соотечественников к внутренним направлениям.

Из новинок можно отметить серьезное укрепление и планируемый рост объемов по направлению Греции. Здесь мы готовы предложить особо интересные условия для туристов, в том числе и удобные вылеты из разных регионов.

За долгие годы деятельности «Интурист» сформировал надежный пул лояльных партнеров, которых ценит и которым доверяет. Повода что-то существенно менять в условиях работы не видим.

Иностранцы в России

Двадцать лет назад на московской земле открылись первые представительства иностранных туристических офисов. Без посланцев «принимающей стороны» картина выездного туризма, пожалуй, была бы совсем иной. На этой очень важной сцене играют наши коллеги и друзья, некоторые — еще с той поры, когда путешествие за рубеж только начинало становиться для наших сограждан обыденностью. «Турбизнес» расспросил трех «старейшин» из числа руководителей представительств, как изменился российский туррынок за минувшее двадцатилетие, как трансформировалась работа турофисов, настроения и ожидания туристических послов, что запомнилось из прошлого и как они собираются жить дальше.



КОНСТАНТИН КИНЕЛЬ

Руководитель службы маркетинга московского представительства Туристического управления Таиланда

В туризм я пришел почти тридцать лет назад, в июне 1987 года, поступив на работу в Бюро международного молодежного туризма «Спутник». С начала 1990-х годов занимался в этой организации сотрудничеством со странами Восточной и Юго-Восточной Азии, включая Таиланд. Первая группа советских туристов по линии «Спутника» направилась в эту теплую и приятную во всех отношениях страну в 1990 году, а двумя годами позже «Спутник» и «Трансаэро» впервые организовали туда чартерные рейсы. В 1994-м Туристическое управление Таиланда — ТАТ, если брать английское сокращение, пригласило меня на позицию менеджера по маркетингу в России, странах СНГ и Балтии.

Уже в 1996–1998 годах Таиланд стал достаточно популярен как для туристов, так и для туркомпаний. Схема развития направления была аналогична другим подобным в тот период. Сначала шоп-туры, после этого — знакомство с достопримечательностями. Однако достаточно быстро возникло понимание того, что отдых в Таиланде интересен, относительно недорог и практически всесезонен. И начался рост турпотока.

В середине 1990-х информации о Таиланде было всего ничего — пара переводных путеводителей и краткая информация в брошюрах туроператоров. Да и географические представления потенциальных туристов были не особенно широки: Таиланд путали с Тайванем, знания о курортах начинались и заканчивались Паттайей. Поэтому цели и задачи представительства ТАТ в Москве были простыми: дать как можно больше информации о стране, показать туристические возможности Таиланда и помочь в установлении бизнес-контактов между тайскими и российскими туркомпаниями. Надо признать, что без действительной заинтересованности российских партнеров достичь успеха в реализации этих задач было бы невозможно. Взаимное сотрудничество окрыляло.

Сегодня главное — поддержать интерес российских граждан к Таиланду, расширив их знания о тех возможностях, которые он может предоставить различным категориям отдыхающих. Есть много интересных специализированных и нишевых сегментов — туризм свадебный, спортивный, оздоровительный, этнографический и другие его виды. Туррынок находится сейчас не в самом стабильном положении, поэтому для оптимальной организации продвижения той или иной страны, как и в 1990-х годах, нужна консолидация усилий всех участников туристического бизнеса — и туркомпаний, и национальных туристических офисов, и средств массовой информации.

Что более всего запомнилось? Достижение 100-тысячного рубежа по количеству российских туристов в Таиланде — это произошло в 2007 году. Для сравнения скажу, что в год открытия представительства, в 1994-м, их было только 12 тысяч. Ну а рекордным стал 2013 год — въездной поток из России, по данным иммиграционной службы, превысил 1,7 млн человек.

**СЕРГЕЙ КАНАЕВ**

Директор по продажам и маркетингу
Управления по развитию торговли и туризма Шарджи

За 21 год, что я проработал в туризме, наш рынок прожил полный цикл совершеннолетия. Участвовать в его становлении было очень интересно — беспрестанно добавлялись и партнеры, и регионы, возникали новые формы работы. Укрупнение рынка, начавшееся вместе с введением компенсационных фондов, знаменовало следующую принципиальную фазу развития. Она, однако, к светлому будущему не привела. Рынок и сегодня непрозрачен: даже так называемые игроки «вбелую» предпочитают скрывать свои базовые показатели — относительно объемов, доли на рынке. А без такой информации невозможен серьезный диалог на поле маркетинга.

Возвращаясь к истокам: первоначальным впечатлением было наличие огромного рынка, перспектива — при правильной работе — постоянного наращивания потоков... И ощущение того, что без своей доли ты не останешься. Важной вехой стало появление АНТОРа — объединения национальных турофисов. Мы стали корпоративной силой, участники согласились, что они должны не только брать здесь что-то, но и способствовать формированию рынка. АНТОР, например, много сделал для становления индустрии МІСЕ.

Сегодня настроение иностранных турофисов формируется под влиянием стагнирующего характера рынка. Эффективность традиционных форм работы на нем — выставок, воркшопов, презентаций — снижается. Рынок поделен между полудюжиной крупных игроков. На первый взгляд это плюс: иностранному представителю не надо охватывать сотни компаний от Камчатки до Калининграда. Но приходится иметь дело с интересами доминирующих фирм, вовсе не обязательно отражающих устремления региональных операторов. Так что работу в регионах, точечную и целевую, надо продолжать: золотая жила российского туризма сильно истощена, но добывать драгоценный металл прибытий все еще можно.

Своим главным профессиональным достижением считаю кропотливую ежедневную работу. Прогноз состояния рынка такой: качественных изменений следует ждать на траверсе новых технологий. Надеюсь, российский туризм вернет себе тот динамизм, который был ему свойствен еще десять лет назад.

**ДИМИТРИС ДИМИТРИУ**

Директор московского офиса
Кипрской организации по туризму

Я возглавил представительство по туризму Кипра в 1996 году. За это время произошли огромные изменения. Сейчас в России абсолютно структурированный туристический рынок, компании четко делятся на туроператоров и турагентов. Туроператоры предоставляют услуги по всему миру и делают это качественно. Есть возможности для дальнейшего развития турпотока, в том числе на Кипр.

Двадцать лет назад ситуация была иной. Все позиционировали себя как «международные турфирмы» и были готовы продавать туры в любую страну и работать с любым зарубежным туроператором и отелем. Я с улыбкой вспоминаю, какое огромное количество контрактов, к удивлению кипрских операторов, подписывалось на каждой выставке.

Одним из самых запоминающихся за годы моей работы стал летний сезон 2013 года, когда мы преодолели символическую отметку в полмиллиона прибытий россиян на Кипр. Было сложно доказать, что российский рынок может догнать по объему немецкий и приблизиться к британскому. Но, конечно, это не только наша заслуга: задействована сложная цепочка из авиакомпаний, туроператоров, отельеров.

Большинство людей приезжают на Кипр за солнцем, морем и высоким качеством услуг. Я думаю, что это отношение к стране со временем не меняется. Но если раньше Кипр был популярен только летом, то теперь он пользуется спросом и в зимние месяцы, только уже для других сегментов рынка — делового и спортивного. Развивается и паломнический туризм.

Что касается стратегии нашего представительства, то есть вещи, которые в принципе не изменились и, думаю, еще много лет не изменятся. Например, выставки. Мы принимаем в них участие двадцать лет и будем продолжать. В моде информационные технологии, интернет, но все это не отменяет классический маркетинг. Всегда будут актуальны встречи и общение с партнерами, а также презентации турпродуктов.

В 1996 году из России на Кипр приехало порядка 60 тысяч человек. Сегодня турпоток находится на отметке 780 тысяч человек. Я хочу поблагодарить каждого туриста, кто выбрал нашу страну для своего отдыха. В 2016 году нам удалось «прирасти» на 50%, и мы надеемся, что наступивший год будет не менее успешным.

Неразборчива в связях

Усилившееся в последние годы продвижение России за рубежом пока дает слабые результаты и больше ориентировано на перспективу. При этом внятной стратегии развития въездного туризма как в стране в целом, так и в ее регионах нет — матушка-Россия по-прежнему готова принимать всех, кто сулит ей хотя бы минимальную выгоду.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



ЦИФРОВОЙ РАЗНОБОЙ

Статистика въезда нередко не совпадает с мнениями представителей туристического рынка. И если официальные данные показывают «минус», эксперты все чаще говорят о выходе в «плюс». Это не случайно. Согласно новой методике учета, официальная статистика считает туристами практически всех въезжающих в Россию иностранцев. Включая даже едущих на работу украинцев и узбеков. А вот эксперты в основном говорят о приезжающих из дальнего зарубежья «чистых» туристах.

По данным Росстата за 9 месяцев 2016 года, объем въезда иностранных граждан в Россию с целью туризма составил 19,2 млн прибытий, сократившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 7%. А поскольку речь идет не о «головах», а о числе пересечений границы, 90% «минуса» въездного турпотока пришлось на Казахстан, который из-за резкого снижения курса национальной валюты сократил объем «поставляемых» в РФ шопинг-туристов. Упадок наблюдается и на других направлениях приграничного туристического обмена, поскольку, по данным того же источника, за три квартала 2016 года въезд граждан Польши в Россию сократился на 36%.

Но нет худа без добра. На фоне скромной положительной динамики со стороны Запада восточные соседи России не упускают случая побывать в нашей стране. В результате по итогам трех кварталов 2016 года Китай прибавил в объемах турпотока 15%. Индия — 18%. Иран — 72%. Вьетнам — 46%, а Монголия — 26%. Любопытно, что по числу поездок последняя может соперничать с таким традиционным поставщиком туристов в Россию, как Германия. Если за 9 месяцев 2016 года граждане Германии совершили в РФ более 479 тысяч поездок, то монголы — свыше 415 тысяч. Практически все страны Азии показывают положительную динамику въезда своих граждан в РФ (в том числе Таиланд, Филиппины, Сингапур и пр.), однако безусловным локомотивом процесса продолжает оставаться Китай, «поставивший» в Россию за 9 месяцев 2016 года почти 1,1 млн туристов.

Что касается других рынков, то активное продвижение России пока дает скромные плоды: по сведениям Росстата, рост потока гостей из стран Евросоюза, например, колеблется в объеме от 1 до 8%. На этом направлении по-прежнему лидирует Германия, вслед за которой по коли-

19,3 млн

иностранцев посетили Россию за 9 месяцев 2016 года. Из стран ближнего зарубежья прибыло 12,6 млн, из стран дальнего — 6,6 млн.



АЛЕКСАНДР КУРНОСОВ

*Заместитель генерального
директора компании
«Академсервис»*

Я бы назвал три наиболее актуальных для въездного туризма в Россию проблемы. Во-первых, это создание положительного имиджа страны как туристической дестинации. Во-вторых, отсутствие целенаправленной государственной политики, направленной на продвижение России на мировом рынке туризма, обусловленное недостаточным финансированием такой программы. В-третьих, визовый режим, который ограничивает турпоток из Западной Европы и США: необходимо двигаться к введению электронных виз. Если их решить, в Россию наверняка поедут.

честву отправляемых в Россию граждан идут Италия (156 тысяч, +1%), Франция (142 тысячи, +4%) и Испания (97 тысяч, +5%). Вместе с тем по объемам поездок с этими дестинациями уже может соперничать Израиль (142 тысячи, +7%). А вот по динамике «плюса» нет равных Кубе (19,5 тысячи поездок, +130% к уровню 2015 года).

«В ближайшем будущем основными донорами въездного туризма в Россию будут Китай и Германия, — уверен Александр Курносков, заместитель генерального директора компании «Академсервис». — Если политическое напряжение спадет — к ним добавятся Франция, Италия, Испания и Турция. А из новичков большие перспективы могут быть у индийского рынка».

С этим выводом согласны и сами индусы. Как заявил во время посещения России президент Федерации туристических агентств Индии (ТАФИ) Правин Чугх, «перспективы радужные». «Пока наших туристов в России мало — в общем турпотоке они составляют меньше 1%, — констатировал он. — Около 10 лет назад поток индусов в Малайзию тоже составлял всего 30 тысяч человек в год, однако после проведения там форума ТАФИ он резко возрос и сейчас достигает 500 тысяч». Эксперт подчеркнул, что Россия жителям Индии очень интересна, а вероятность проведения конвенции ТАФИ в 2017 году в одном из российских городов весьма высока. Учитывая, что ТАФИ объединяет около 1,5 тысячи индийских компаний, работающих на выездном рынке, в ближайшем будущем можно ожидать прорыва и на индийском туристическом «фронте».

Если смотреть на картину в целом, то из 19,2 млн совершенных в Россию за три квартала 2016 года поездок две трети (12,6 млн) приходится на граждан стран ближнего зарубежья, и только треть — на жителей дальнего. Среди этих стран уровень в миллион пересечений границы преодолели за три квартала лишь Китай и Финляндия. Порог же в более чем 50 тысяч поездок за этот период превысили 17 государств, прирост объемов которых, за некоторыми исключениями, составляет не более 10%. И это в лучшем случае.

Вывод? За 2016 год весь объем въезда иностранцев в Россию вряд ли превысит 25 млн человек. Причем распределяется

он крайне неравномерно: это либо приграничный туризм (Ленинградская и Калининградская области, Приморский край и пр.), либо поездки в Москву и Санкт-Петербург. Остальные регионы, за редким исключением, настоящих туристов-иностранцев пока интересуют мало.

ГУСТО И ПУСТО

Из 85 имеющихся в России регионов о наличии существенного турпотока из-за рубежа (хотя бы более 20 тысяч человек в год) могут говорить не более четверти. В остальных иностранцы если и бывают, то это скорее исключение из правила.

Основные интересные гостям из-за рубежа российские туристические дестинации — Москва, Петербург, Байкал, Казань, Сочи и Золотое кольцо. Кроме них, у иностранцев пользуются спросом речные круизы между нашими столицами, а также некоторые приграничные регионы, популярные у шопинг-туристов. Например, Приморский край в 2016 году посетили более 350 тысяч туристов из Китая (по соглашению о безвизовом обмене поток вырос на 68%), а число гостей из Южной Кореи там увеличилось на 60%.

Вместе с тем эксперты отмечают, что растет интерес и к таким российским туристическим дестинациям, как Казань и Сочи. Столица зимней Олимпиады 2014 года, например,



ВАЛЕРИЙ ФРИДМАН

Генеральный директор компании «Мир»

Туристов из Азии, как и гостей вообще, действительно стало заметно больше. Однако наряду с очевидными плюсами это приводит и к минусам: практически во всех интересных гостям музеях появились огромные очереди и, несмотря на расширение времени работы, многие из них действуют на пределе возможностей. Выход один — надо перераспределять турпоток за пределы узкого летнего сезона. Возможности такие есть, но необходимо об этом больше говорить и привлекать туристов в несезон не только словами, но и конкретными мерами.

в последние годы вызывает большой интерес у граждан Ирана. Да и китайцы уже готовы ездить туда в рамках большого тура, предполагающего посещение Питера и Москвы.

Увы, но уже предлагаемые и потенциально интересные жителям стран зарубежья новые комплексные маршруты («Серебряное ожерелье» и пр.) пока пользуются малой популярностью. К примеру, «Красный маршрут», анонсированный два года назад и рассчитанный в основном на туристов из КНР, откровенно «буксует». Ведь если в Москве и Петербурге за три квартала 2016 года побывало свыше 320 тысяч безвизовых китайских туристов, в других точках маршрута (в частности, в Ульяновске) их количество не превысило нескольких тысяч человек.

«Да, популярность Казани и Сочи среди иностранцев растет, — оценивает ситуацию исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе. — Но чтобы «разгрузить» популярные у зарубежных туристов города и маршруты, крайне необходимо развитие межрегиональных программ. Наиболее перспективными в этом отношении могут стать близкие к Москве и Золотому кольцу Тульская и Рязанская области, а вокруг Петербурга — Вологодская область и Карелия».

Если же говорить о таких регионах, как Республика Коми, Пензенская область, Республика Саха (Якутия) и многих других, там появление иностранного туриста до сих

ТОП-10

стран по въездному туризму (дальнее зарубежье) *

Китай	1,07 млн	▲ 15%	Эстония	309,5 тыс.	▲ 18%
Финляндия	1,05 млн	▼ 2%	Латвия	220,4 тыс.	▲ 4%
Польша	835,4 тыс.	▼ 36%	США	213,6 тыс.	▲ 4%
Германия	479,4 тыс.	▲ 2%	Литва	188,4 тыс.	▲ 9%
Монголия	415,5 тыс.	▲ 49%	Италия	156,6 тыс.	▲ 1%

* данные Росстата за 9 месяцев 2016 года



пор считается диковинкой. В них рады любому иностранцу. А вот в Москве и Петербурге уже задумываются о том, какие гости из-за рубежа им нужнее. В первую очередь имея в виду явный перевес туристов из Китая, количественно превосходящих всех остальных.

КИТАЙСКИЙ ВОПРОС

Поначалу абсолютно все радовались росту турпотока из КНР, затем стало ясно: не все то золото, что блестит. У него обнаружили «подводные» камни. Причем связаны они оказались не только с процессом организации въезда гостей из Поднебесной, но и с нюансами их приема на российской территории.

Часть представителей российского турбизнеса по-прежнему считает порядок организации безвизового туристического обмена между РФ и КНР неправильным. И даже незаконным. Стоит напомнить, что в конце июня 2016 года список участников безвизового обмена с КНР был расширен: сейчас в него входят 363 туроператора, а право участвовать в реализации соглашения получили 39 регионов России, тогда как ранее их было 20. Но, несмотря на включение большой группы «новых» операторов (134), общее количество компаний, работающих в рамках программы безвизового обмена с КНР, на протяжении трех последних лет остается примерно одинаковым (от 343 до 365). По сути, оно лишь «размазывается» по большему числу регионов, ранее в безвизовом обмене участия не принимавших.

Генеральный директор туроператора «Бест драйв» Кира Журавская заявляет, что по-прежнему считает действия Ростуризма, издавшего приказ, не соответствующий международным договоренностям, незаконными. Ее точку зрения разделяет и председатель Совета Ассоциации содействия русско-китайскому туризму Юрий Цуркан. «Законных оснований для введения института разрешений на право работы с безвизовыми китайскими туристами нет, — говорит он. — Система, созданная на основе приказа Ростуризма, огра-

100 ЛЕТ РЕВОЛЮЦИИ

Наплыв туристов из Китая ожидается в Санкт-Петербурге в связи со 100-летием Октябрьской революции. Городское туристско-информационное бюро разработало специальный «красный маршрут» по местам, связанным с событиями 1917 года. Путь длиной в 10 км начинается от крейсера «Аврора» и заканчивается Смольным институтом благородных девиц, где 25 октября 1917 года проходил II Всероссийский съезд Советов.



ВАДИМ ПРАСОВ

Вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России

У Китая как страны с достаточно агрессивным стилем развития экономики появляется желание оказывать услуги и на российской стороне: представители его бизнеса нередко хотят выступать не только в качестве «отправляющих», но и в качестве принимающих компаний. Стремление оказывать услуги соотечественникам из Китая, нередко — нелегально, наблюдается в сфере услуг, включая все этапы организации приема и сопровождения туристов из Поднебесной. Однако существование теневого рынка китайского бизнеса, действующего на территории РФ, не может устроить российскую сторону.

ничивает российские турфирмы в праве их доступа к китайскому рынку. Будем бороться за изменение ситуации».

Но проблема доступа к возможности обслуживания туристов из КНР — полбеды. Выступая в начале декабря 2016 года, генеральный директор турфирмы «Луна» Константин Яхонтов открыто заявил, что в России сформировался теневой рынок продажи и перепродажи подтверждений о приеме туристических групп граждан КНР. Профессионалы в открытую называют и имена компаний, фактически торгующих правом приема китайцев. Что и позволяет вольготно чувствовать себя нелегалам от бизнеса. Ни для кого не секрет: от трети до половины системы обслуживания китайских туристов на территории РФ «подмяли» под себя их же сограждане. Причем это касается всех услуг, включая сервис гидов-переводчиков. «Значительная часть турпотока из Китая обслуживается «всерую», без участия профессиональных гидов-переводчиков», — подтверждает руководитель Санкт-Петербургской ассоциации гидов-переводчиков китайского языка Виктория Баргачева.

Проблема становится все более острой: шустрые китайские (и тесно сотрудничающие с ними российские) бизнесмены не только «приставляют» к группам своих «гидов», но и активно вмешиваются в процесс обслуживания гостей из КНР. «На корню» скупая, к примеру, билеты в популярные музеи или оказывая им услуги по питанию только в своих заведениях общепита. В результате, по образному выражению Леонида Флита, генерального директора компании «Ника», большая часть китайских туристов «проходит мимо кассы» российских турфирм. В связи с чем некоторые участники рынка ребром ставят вопрос о целесообразности увеличения турпотока из Китая.

Например, выступая на одной из недавних встреч, генеральный директор оператора «Балтик тревел» Людмила Кудрявцева

без обиняков назвала турпоток из Китая «миной замедленного действия». «Можем ли мы достойно принять всех гостей? Пора задуматься, какой турист нам нужен. И правильно расставить приоритеты», — считает она.

Есть на этот счет и другие мнения. К примеру, Александр Курносов уверен, что ограничивать административными мерами поток туристов из Китая не стоит. «Весь мир «бьется» за них потому, что они везут с собой деньги, — полагает он. — Рынок сам отрегулирует ситуацию за счет цен».

Несмотря на ряд «скользких» моментов, российская сторона продолжает привлекать туристов из Китая. Растет число участников программы China Friendly, а в середине декабря 2016 года питерский аэропорт Пулково первым в РФ получил международный сертификат Welcome Chinese. «Его присвоение свидетельствует, что аэропорт создал лучшие среди российских авиаузлов условия для комфортного пребывания китайских туристов», — считает глава московского представительства авиакомпании China Eastern Airlines Ли Цзичжи. Китайская сторона подтверждает: она готова нарастить количество отправляемых в Россию туристов. В частности, Ян Вэй, руководитель офиса китайской компании Beijing UTour International Travel Service, недавно заявил: «В 2017 году мы намерены увеличить количество чартерных рейсов в три раза, доведя их до 15 в неделю». А поскольку 2017-й — год столетия Октябрьской революции, китайцев в России наверняка станет еще больше. Впрочем, на туристах из КНР свет клином не сошелся.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ ВСЕМ!

подавляющая часть участников рынка уверена: приоритеты на въездном рынке должны быть. Но условия для всех гостей надо создавать равные. В этом направлении работа тоже идет. В Санкт-Петербурге уже в феврале должна начать действовать программа добровольной сертификации объектов туристической инфраструктуры India Friendly, первая в мире.

Аналогичный процесс происходит и по линии стартовавшей в 2015 году программы Halal Friendly, рассчитанной на привлечение мусульман. «Если в долгосрочной перспективе нам удастся привлечь хотя бы тысячную процента от проживающих в мире 2 млрд мусульман, это будет значительный въезд-



Группа китайских туристов на Манежной площади в Москве



ДМИТРИЙ ГОРИН

Генеральный директор компании «Випсервис»

Определяющую роль на въездном рынке в 2017-м наверняка будет играть Китай. Однако и другие страны Азии могут стать для России «поставщиками» туристов. В их числе Иран, Южная Корея, Вьетнам, Индия и, возможно, Турция. Что касается европейских направлений, здесь продолжится умеренный рост турпотоков в Россию. В первую очередь из таких стран, как Италия, Франция и Испания. Заметный рост потока туристов из других регионов маловероятен и может наблюдаться исключительно в связи с какими-то крупными событиями, включая спортивные.

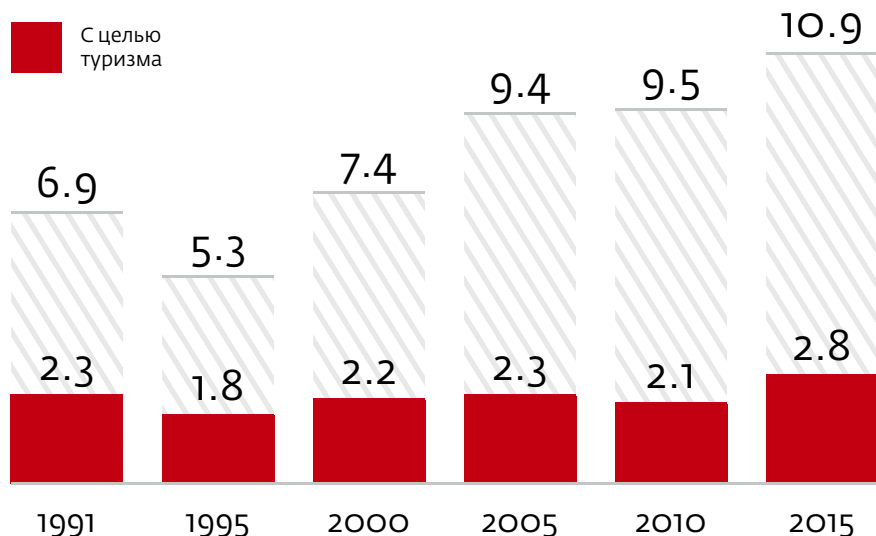
ной поток», — уверен эксперт в сфере мусульманского туризма Ильдар Мусин.

Есть надежда и на то, что вырастет поток туристов из стран Латинской Америки. В частности, побывавшая в России официальный представитель туроператора FIFA в Бразилии Клеуса Перро не преминула заметить, что бразильские болельщики на мировые соревнования по футболу к нам обязательно приедут. Согласна с тем, что крупные международные события, такие как Кубок конфедераций и ЧМ-2018, могут способствовать привлечению туристов, и Майя Ломидзе. «Прогнозировать, сколько туристов приедет в Россию на чемпионат мира, очень сложно, — считает она. — Но если удастся достичь уровня в 1 млн человек — это принесет около \$1 млрд дохода».

В этой связи при Ростуризме появился проект под названием «Русское гостеприимство». «Он предполагает вывод на новый уровень практик адаптации туристской среды под индивидуальные культурные особенности и специфические потребности туристов из разных стран», — подчеркнул глава Ростуризма Олег Сафонов. Фактически речь идет о том, чтобы, используя опыт China Friendly, включить в систему «Русское гостеприимство» программы Halal Friendly, India Friendly, Kosher Friendly и т. д.

А поскольку значительная часть стран — поставщиков туристов — по-прежнему сотрудничает с РФ на визовых условиях, одной из основных мер, способных расширить турпоток из-за рубежа, эксперты считают введение

Число международных прибытий из стран дальнего зарубежья в Россию в 1991–2015 гг. (млн. поездок, по данным Росстата)



электронной визы, которую с начала 2017 года получил возможность выдавать Владивосток.

Вместе с тем Петербург не оставляет надежд «пробить» распространение 72-часового безвизового режима для иностранцев на все виды транспорта. По словам руководителя Комитета по развитию туризма Андрея Мушкарева, при поддержке губернатора города Георгия Полтавченко Питер готовит новое обращение на имя президента РФ Владимира Путина с такой просьбой. На решении визового вопроса делает акцент и побывавший в России руководитель UNWTO Талеб Рифаи. «Многие люди хотели бы приехать в Россию, но необходимость проходить процедуру получения визы их останавливает», — заявил он.

Что нужно делать для развития въездного туризма? Главных проблем, которые надо решать, всего три. Первая — визовый вопрос. Вторая — сделать доступными для иностранцев в транспортном отношении не только столичные и некоторые крупные города РФ, но и многие регионы. Третья — показать им преимущества отдыха «в глубинке» и в несезон. «Следствием решения этих проблем будут рост доходов отрасли, нивелирование сезонности спроса и развитие всех объектов инфраструктуры туризма», — уверена генеральный директор Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова.

А пока они не решены, неразборчивость в деле приема туристов из-за рубежа России может выйти боком. **ТЕ**



СЕРГЕЙ ШПИЛЬКО

Президент РСТ

В ближайшие два-три года, в том числе благодаря чемпионату мира по футболу 2018, показатели въездного туризма

в России будут расти — и по численности размещений в гостиницах, и по количеству ночевочек, и по доходам, и по налоговым поступлениям в бюджет. Однако уже сейчас заметно, что в высокий сезон спрос на поездки в РФ начинает превышать предложение и интересы продавца ставятся выше интересов клиента. А значит, будут расти цены, возникнет дефицит качественного номерного фонда и других ресурсов формирования турпродукта. В свою очередь, через несколько лет это может привести к снижению конкурентоспособности отечественного турпродукта и антирекламе страны как туристического направления.

КРЕМЛЕВСКАЯ «СТЕНА»



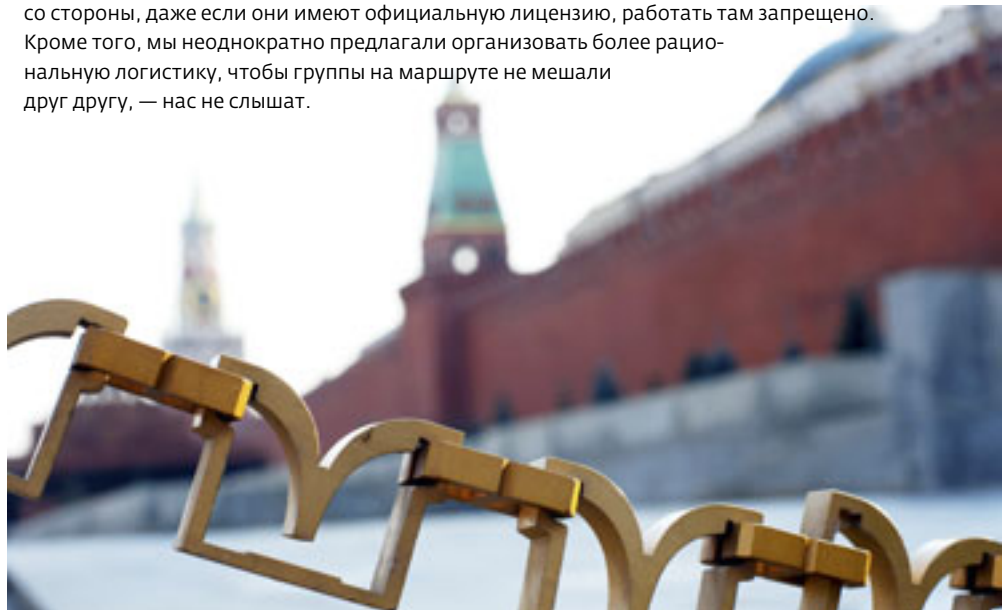
ТАТЬЯНА КОЗЛОВСКАЯ

Генеральный директор группы туристических компаний «Интерс»

Главная проблема в работе с музеями Московского Кремля заключается в том, что у нас практически нет возможности приобретать экскурсии для школьных групп — и частные лица, и туроператоры находятся в равном положении, а билеты на сайте заканчиваются буквально за несколько секунд.

Администрация кремлевских музеев постоянно ссылается на их низкую пропускную способность. Это так, если речь идет, например, об Оружейной палате. Но территория-то позволяет... Давайте подсчитаем: за последние новогодние каникулы они приняли 66 тысяч человек, то есть без малого по десять тысяч человек в день. И при этом нам дают по 5–6 экскурсий в день! Заметим, что максимальная численность иностранной группы может составлять 30 человек. А школьной — 20, и ни человеком больше. Просто поразительно: на самом высоком уровне говорят о развитии внутреннего туризма, а тут мы явно имеем дело с искусственным, принудительным сокращением потока. Не разумнее ли предположить, что эти школьные группы им попросту не нужны?

Не хватает экскурсоводов? В самом Кремле их действительно не очень много. Но гидам со стороны, даже если они имеют официальную лицензию, работать там запрещено. Кроме того, мы неоднократно предлагали организовать более рациональную логистику, чтобы группы на маршруте не мешали друг другу, — нас не слышат.



Не Китаем единым, или «пороки» турпотока

Чем больше иностранных туристов приезжает в Россию, тем сложнее становится отечественному въездному турбизнесу. Минувшим летом операторы столкнулись с дефицитом гостиничных номеров и автобусов, иностранцы выстраивались в очередь в музеях и парках, а лицензированные гиды вели борьбу с непрофессионалами. Об актуальных проблемах на рынке рассказывает ЛЕОНИД МАРМЕР, генеральный директор старейшего туроператора по въездному туризму Intourist Thomas Cook.



ВМЕСТО ЗАПАДА — ВОСТОК

Въездной поток 2016-го практически повторил основные тренды предыдущего года. В Россию продолжают приезжать иностранные туристы, несмотря на резко изменившийся имидж России в глазах Запада. Начиная с 2014 года мы действительно наблюдали определенный спад со стороны стран Северной Америки, Австралии, Западной Европы. Тем не менее в последующие два года поток был существенно компенсирован иностранными туристами с восточного направления. Радует и тот факт, что показатели въезда из основных стран Западной Европы практически вернулись на предкризисный уровень.

Основные причины роста: Россия стала дешевле и для некоторых стран доступнее. Благодаря «рухнувшему» курсу рубля многие предпочли Россию, а не другие популярные направления в Европе, Азии или Америке. В пересчете на иностранную валюту программы туров в нашу страну стали дешевле — и это весомый аргумент.

Кроме того, за последние несколько лет возможность посетить Россию без оформления въездной визы появилась у Южной Кореи, Израиля и практически всех государств Южной Америки. Например, въездной поток из Кореи растет на 30–40% ежегодно, и именно безвизовый обмен стал тому причиной. А сравнительно небольшой Израиль с семимиллионным населением вырвался на четвертую строку в рейтинге стран по въездному потоку. Ну и, конечно, Китай. Возможность безвизового въезда в Россию туристов из КНР в составе туристических групп существует уже более 10 лет, но именно организованный групповой поток из Китая активизировался и приумножился за последние три-четыре года.

Дополнительные драйверы роста — это относительная безопасность России по сравнению с пошатнувшейся от террора и беженцев Европой, а также изобилие прямых перелетов в Москву и Санкт-Петербург.

КИТАЙСКИЙ МАСШТАБ

Не секрет, что наибольший рост за последние несколько лет продемонстрировал турпоток из Китая. Мы предполагали, что этот рынок будет расти стремительно, но были

удивлены такими объемами. С 2010 по 2015 год въезд из Поднебесной увеличился более чем в три раза! Количество китайских туристов, приезжающих в Россию, перевалило за миллион уже в 2015 году, а до 2020 года может дойти и до двух миллионов.

Кто же едет в Россию из Китая? Относительно малую часть составляют высокобюджетные путешественники, подавляющее большинство — массовый, низкомаржинальный турист. Сегмент достаточно специфичен: взять хотя бы их дополнительные затраты в России. Китайцы, покупая тур, условно говоря, за \$600–700, тратят практически такую же сумму на шопинг в России. И это не только сувениры, но и янтарь, золото, украшения и даже брендовые часы — все то, что они не могут приобрести по такой цене у себя на родине. Бытует мнение, что большинство гостей из Поднебесной едут к нам «по разнарядке». Это не совсем так. На сегодняшний день существует огромный спрос, рождающий и коммерческие интересы отправляющих туркомпаний. Китайские туристы хотят увидеть Россию, для них наша страна — сверхдержава, «большой брат».

Неожиданный рост въездного потока породил несколько проблем. Из-за того, что в России за последние годы практически не создавалось новых туристических маршрутов, знания иностранцев о нашей стране ограничиваются Москвой, Санкт-Петербургом, Байкалом, Транссибом и Золотым кольцом. Как следствие, этим летом в обеих столицах возник дефицит практически всех составляющих турпродукта: в высокий сезон явно не хватало туристических автобусов, мест в отелях, входных билетов в основные музеи и другие объекты показа. И Москва и Санкт-Петербург, где, к слову, наиболее развита туристическая инфраструктура, практически начали «захлебываться» возросшим турпоток. Это создало определенные проблемы для разных сегментов туристов, для горожан, туриндустрии, а главное — и для более «дорогих» туристов. Очевидно, что японец, заплативший за тур в Россию 3,5 тысячи евро, не хочет два часа толкаться на входе в Эрмитаж. Да, очереди есть практически во всех знаковых мировых столицах — в Париже, в Риме, в Лондоне... Но ситуация в Санкт-Петербурге в этом году действительно была напряженной.

О «ПОРОКАХ»

Остро стоит проблема, связанная с нехваткой профессиональных гидов, владеющих китайским языком. В Москве их порядка 80, а нам в разгар сезона нужно было около 400. Мно-

гим компаниям приходится выходить из положения за счет сопровождающих туристических групп и студентов-китайцев.

В последние годы мы столкнулись с таким явлением, как «китайский серый бизнес». Речь о выходцах из Поднебесной, владеющих русским языком, которые восприняли возросший турпоток как возможность неплохо заработать. Как правило, это бывшие китайские турлидеры, хорошо знакомые с ситуацией на российском туристическом рынке. Они «выходят» напрямую на отправляющие компании и начинают заниматься нелегальным туроперейтингом.

Так, если раньше приобретение билетов для туристической группы, например, в цирк, всегда было нашей прерогативой, то теперь китайские «посредники», обратившись в цирк напрямую, выкупают билеты, а потом перепродают туристам. И ладно бы цирк, но дошло до того, что аналогичным образом они «сотрудничают» с основными музеями и парками.

На фоне возросшего турпотока и дефицита новоиспеченные китайские нувориши напрямую стали конкурировать с традиционными принимающими компаниями.

Не так давно был расширен список российских туркомпаний — участников безвизового обмена, работающих в рамках межправительственного соглашения между Россией и КНР. В списке можно найти и определенное количество российских юридических лиц с явным присутствием китайских акционеров и китайского капитала. Нам, классическим операторам, становится все сложнее работать в такой ситуации.

Что делать? Проблема обсуждалась на самом высоком уровне: в Министерстве культуры, Ростуризме, Общественной палате, Госдуме. Я считаю, что необходимы законодатель-

ные меры, какие-то упреждающие шаги, надо контролировать китайский турпоток, проверять их турлидеров и гидов, отслеживать, чем занимаются и за что отвечают такие «операторы».

Важно понимать, что китайские туристы приедут и уедут. Если ничего не предпринимать, мы получим некомфортную туристическую среду, подорванный имидж нашей страны и разрушенный паритет на рынке въездного туризма. **16**



Популярным музеям Москвы и Санкт-Петербурга все сложнее справляться с наплывом иностранных туристов



В последние годы мы столкнулись с таким явлением, как «китайский серый бизнес». Речь о выходцах из Поднебесной, владеющих русским языком, которые восприняли возросший турпоток как возможность неплохо заработать.

« Работа должна быть частью тебя »

Свою жизнь МИХАИЛ КОРНЫШЕВ с туризмом связывать не планировал, но, кажется, был рожден для этой профессии. В интервью «ТБ» он откровенно рассказывает о себе, своих жизненных принципах и любимом месте работы — компании «НИКА».

Михаил, с чего начался ваш путь в сфере туризма?

В детстве я мечтал стать музыкантом и одиннадцать лет посвятил этому ремеслу. Все ожидали, что я поступлю в консерваторию, но однажды — я тогда еще учился в школе — визит гостей, а именно экскурсовода с 20-летним стажем, изменил мою жизнь. Услышав много профессиональных историй, интересных и смешных, как это обычно бывает в дружеской компании, я «загорелся» этой работой.

Я стал посещать кружок юных экскурсоводов, а в 1991 году, окончательно «отложив» музыку, пошел работать в «Бюро путешествий». Туристическая деятельность началась с маршрутов выходного дня. В числе «моих» направлений одно время была Прибалтика, в какой-то год Крым, Сочи, Байкал, даже Дальний Восток с Камчаткой, поездки по «ленинским» местам... Нас называли методистами: мы составляли программы туров, делали калькуляции, следили за обслуживанием туристов. Каждый из нас добавлял в программу свои изменения и «изюминки», которые потом обсуждались с партнерами, причем не по электронной почте, как сегодня, а по почте, телеграфу и телетайпу.

Мы все дружили и помогали друг другу. Было неважно, откуда ты: из Санкт-Петербурга, Москвы, Красноярска, Тулы или, скажем, Спасска-Дальнего. Начало 1990-х годов — это время, когда еще многое нужно было «доставать»: билеты на самолет или поезд, номера с удобствами. Именно тогда у меня образовался большой круг контактов. Многие из «тех» людей работают в туризме до сих пор. Все мы прошли очень хорошую школу — школу ответственности за свои поступки. Этим принципом я руководствуюсь и сегодня.



Так произошло мое становление в туризме. Со временем я понял, что для продолжения работы мне не хватает образования. Не хватает таких знаний, которых нет ни у моих преподавателей, ни у моих коллег. Поэтому я учился за рубежом и получил специальность гостиничного менеджера. Но гостиницы мне мало: это свой, очень интересный мир, но все-таки ограниченное пространство для деятельности.

В компанию «НИКА» я вкладываю не только знания, но и душу, сердце и, наверное, всю свою жизнь. Я убежден, что именно поэтому она успешна, существует более двадцати лет, не меняя ни названия, ни адреса, и все время продолжает удивлять клиентов новыми продуктами и подходами.

Инкаминг в Санкт-Петербурге, туры на поездах, круизы... Как и почему менялись направления деятельности «НИКИ»?

Любая компания не может существовать в отрыве от экономической ситуации, этим и объясняются наши действия. В свое время «НИКА» одновременно с первыми автобусами «Невы» возила туристов в Финляндию и Швецию на два-три дня. Затем сфокусировались на приеме в Санкт-Петербурге, а после кризиса 1998 года стали организовывать недорогие поездки за рубеж. Мы открывали для россиян Румынию, делали бюджетные туры в Болгарию. Мы были одними из первых, кто стал возить туристов в Таиланд. Тогда еще не было чартеров, не было даже беспосадочного перелета из Москвы. Туристы летели из Санкт-Петербурга в Бангкок через Хельсинки. Одно время мы даже держали ежедневные блоки мест.

В начале 2000-х годов экономическая ситуация в стране стала улучшаться, и мы предложили туристам путешествия по Европе на поезде. В то время было много авиакатастроф, и люди боялись летать на самолете, поэтому наш продукт оказался востребован. К поездкам в Европу добавили поезда по Европе. Почему сейчас они практически ушли из нашего ассортимента? Самолеты стали современными и безопасными, при этом стоимость авиаперевозки заметно снизилась по сравнению с железнодорожной.

Мы никогда никого не копировали. Около двенадцати лет назад задумались о круизах по рекам Европы. Продукт в России был совершенно невостребован. Сначала мы предлагали круизы индивидуальным путешественникам, но продаж было совсем мало. Я сказал: «Это не тот формат». И мы зафрахтовали теплоход, полностью его русифицировали, вышли на рынок с полноценным турпакетом, в который помимо собственно круиза была включена вся экскурсионная программа, трехразовое питание и трансферы. И знаете, что интересно? В первые два года порядка 80–90% наших клиентов составляли люди, которые раньше никогда не бывали на теплоходах. Многие бабушки и дедушки мечтали увидеть Дунай или Сену, но не путешествовали из-за страха, чувства беспомощности, которое возникает в другой стране, если ты не знаешь языка. Круиз им подарили дети или внуки.

Придя на этот рынок, мы никому не составили конкуренции, мы привели абсолютно новых туристов. И если после пяти лет работы мы говорили, что в наши круизы возвращается 80% клиентов, то сейчас утверждаем: нет, не 80%, а 100%,

просто кому-то еще не пришло время. Среди наших туристов нет ни одного человека, который бы сказал: «Я больше в речной круиз никогда не поеду».

Что вас подвигло возобновить круизы по рекам Сибири — последовали общему тренду на импортозамещение?

Мы были первыми, кто полностью зафрахтовал теплоход на Меконге, потом «сделали» Амазонку, Иравади, Ганг, в этом году планируем круиз по африканской реке Чобе. Мы шагали по планете, но мимо России. А тут рубль упал, кому-то выезд за рубеж запретили, кому-то — не рекомендовали, словом, стало понятно, что пришло время действовать. Что посмотреть, я знал, но на чем? Мы нашли флот, судовладельцы с нашей финансовой поддержкой и под гарантии загрузки модернизировали теплоходы. Мы заново создали туристические маршруты. Сложнее всего было работать с чиновниками, которые спрашивали: «А что у нас смотреть?» Некоторые требовали денег — так, за право посетить одну из областей каждый турист, по мнению местных властей, должен заплатить 50 тысяч рублей! Помогали нам менее 10% администраций.

Многие нас воспринимают скептически. Кто-то говорит: «Я поеду по России, если это будет стоить копейки». Но есть и те, кто понимает, что наш двухнедельный круиз стоит столько же, сколько двухдневная поездка в Москву с ночевкой в отеле 5* и ужином в ресторане.

Удалось ли вам заработать на российских круизах? Как вы решились на эту авантюру?

Работа любого туроператора — это риск, если вы не просто агент, реализующий продукт иностранных компаний. Мы формируем круизы сами — и по Европе, и на экзотических направлениях, и по России. Это большая ответственность. Туристы нередко считают, что «НИКА» просто получает деньги. Мне хочется их спросить: «А вы знаете, чьи это были бессонные ночи? Кто выбирал для вас подушки? Кто ездил на рыбзаводы, договаривался с поставщиками?»

Я не буду скрывать, что без международных круизов наша компания не могла бы «потянуть» российские. Убытки в размере 11 млн рублей за круизы по Оби и Иртышу мы надеемся компенсировать в ближайшие два года. Несмотря на вбросы негатива о том, что программы не состоятся, мы полностью выполнили все свои обязательства, у нас даже был круиз с восемью пассажирами на борту при 42 членах экипажа.

Согласны ли вы с мнением, что одна из причин кризиса в отрасли кроется в нежелании игроков «прыгать выше головы» — диверсифицировать бизнес, искать новые подходы, изобретать оригинальные программы?

Я считаю, что кризис в первую очередь возрастной. Настоящие профессионалы туризма — это, как правило, выходцы из «Бюро путешествий», «Интуриста» или «Спутника». Когда я туда пришел — я был очень юным, поэтому до сих пор полон сил и энергии. Кое-кто просто устал. Кризис в отрасли — это не вопрос экономики. Можно придумать более дешевые продукты и более дорогие, но надо вкладыв-

вать силы, очень много сил для того, чтобы твой бизнес работал, а все меньше людей готовы это делать.

Своей работой надо жить, она должна быть частью тебя. Многие завидуют нашим успехам, умению работать как в высоком ценовом сегменте, так и в среднем, наличию стабильной клиентуры. Но, позвольте, кто им не давал, например, провести подготовительную работу, составить маршрут, изучить водные пути и сделать круизы по Беларуси? Конечно, проще идти вслед за нами, чем изобретать что-то свое.

Я недавно побывал на корабле одной из европейских круизных компаний, с которой до этого мы не сотрудничали. Мне показали двухэтажную каюту. Когда я вышел, то сказал: «Я хочу с вами дружить, потому что вы предлагаете то, до чего другие не додумались». Секрет успеха прост: тот, кто трудится и не боится реализовывать самые смелые идеи, всегда получит результат.

Ожидаете ли вы планомерного сокращения числа игроков рынка — как операторов, так и агентств? Что думаете о новом отраслевом законе — видите ли в нем угрозу для турбизнеса? Количество операторов уже сократилось практически в десять раз. Думаю, на рынке остались самые сильные и увлеченные своим делом игроки. А агентов может, напротив, стать больше за счет замещения фрилансеров, которые сейчас продают туры в баре или бане.

Что касается закона, то я считаю самой удачной моделью турбизнеса ту, что применяется в США и Германии. Там продажа тура осуществляется агентом от имени туроператора, при этом клиент платит оператору напрямую. Это легко делается с помощью платежных терминалов, а функции агента сохраняются: он так же выполняет свою работу по подбору тура и информированию клиента. Я считаю, что такая система взаимоотношений никого не ущемляет. Как только клиент оплатил тур, агент высылает нам отчет, и на следующий день мы готовы вернуть ему комиссию. В этом случае агент не может «крутить» деньгами и совершать мошеннические действия. Почему мы выступаем за такую модель? Потому что каждый год нам приходится выбивать из агентов деньги. Мне столько шуб в залог предлагали, что я давно мог бы открыть меховой салон! Появляются агенты, которые никогда с нами не работали, но вдруг присылают заявки

по полмиллиона рублей. Как я могу взять на себя ответственность, я их даже в глаза не видел! Где моя гарантия? Я против депозитов, потому что для российского рынка это абсолютно нереальная система. В то же время мы готовы посодействовать агентам с установлением платежных терминалов.

Возвращаясь к круизам: вы утверждаете, что лично проинспектировали каждый из тех, что предлагаете туристам. Какой из них запомнился вам больше всего?

Я действительно опробовал все, что мы предлагаем, а также много того, что не предлагаем. Есть неповторимые круизы: в Антарктиду, в глубь Аляски, на мегаяхте по греческим островам. Я без ума от реки Янцзы в Китае, круизов по Иравади и Амазонке, мне очень нравится круиз по Сене, замки долины Рейна я видел десять раз и хочу увидеть одиннадцатый, я обожаю Европейский канал... Лучший круиз я никогда не смогу назвать.

Вы родились и выросли в Санкт-Петербурге.

Что для вас этот город?

Да, я появился на свет в роддоме имени Снегирева на улице Маяковского, в самом центре, жил на площади Островского, в одной минуте ходьбы от Невского проспекта. Санкт-Петербург — это город, чей ритм на 100% совпадает с моим. В мире много прекрасных мест: мне нравится сидеть в бухте в Сиднее, я обожаю Форт-Лодердейл в Америке, улицы Праги, Монмартр в Париже, мосты в Порту, но мой дом — это Санкт-Петербург, это то место, куда я хочу возвращаться всегда.

Что вас мотивирует на новые достижения и открытия? Где ищете вдохновение?

Хотя мир уже не кажется таким большим, каким он казался двадцать лет назад, я люблю познавать его с профессиональной точки зрения. Я не тот повар, который любит есть, а тот, который любит готовить. К слову, я действительно люблю готовить, и часто мои друзья не понимают, как после целого дня в офисе или напряженной командировки я вдруг встаю к плите. А для меня это удовольствие, равно как и работа, которая хоть и отнимает много сил, делает меня по-настоящему счастливым человеком. **TR**

Беседовала Софья Константинова





Учиться никогда не поздно!

В онлайн-академию издательского дома «Турбизнес» принимают без экзаменов.
Занятия проходят на «факультетах»:
«Израиль», «Маврикий», «Саксония», «Штутгарт и земля Баден-Вюртемберг».

Чтобы поступить в академию, достаточно зарегистрироваться в любом из этих проектов. Для этого надо либо зайти на сайт www.tourbus.ru в раздел онлайн-обучение и выбрать нужное направление, либо зарегистрироваться на любом из «факультетов» по их веб-адресам.

Каждый выпускник может распечатать сертификат специалиста по выбранному направлению. Предусмотрены специальные призы, включая поездки.

Желаем успеха!



ИЗРАИЛЬ

Академия открылась в конце 2016 года. Чтобы закончить ее надо изучить шесть разделов, успешно пройти тестирование и принять участие в лотерее. Для самых удачливых выпускников Министерство туризма Израиля приготовило специальные призы — ваучеры на проживание в первоклассных гостиницах. Главный приз — поездка в Израиль! И так, вас ждет эта необыкновенная страна! Регистрируйтесь и начинайте обучение!

www.israel-learning.ru

Министерство туризма Израиля создало новый туристический продукт, в рамках которого в течение одной поездки можно последовательно гостить в обоих городах. При покупке тура турист получает бонусы общей стоимостью до 100 евро.



ШТУТГАРТ И ЗЕМЛЯ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ

Баден-Вюртемберг называют «солнечной стороной Германии», а местные жители с гордостью говорят о себе: «Мы южане»! Здесь прекрасный климат, великолепная природа, множество достопримечательностей и замечательная здоровая кухня. Сотрудники агентств пройдя обучение будут включены в список участников лотереи памятных призов.

www.stuttgart-swgermany.ru

В названии земли Баден-Вюртемберг в слове «Баден» (в пер. с нем. – «купаться») «зашифрован» ее курортный характер. По количеству термальных источников этот регион Германии находится на первом месте. Здесь свыше 60 курортов.

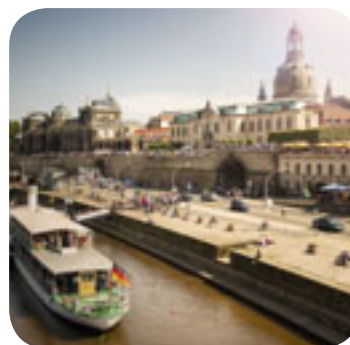


МАВРИКИЙ

Онлайн-академия «Маврикий» недавно была обновлена. В структуру добавлен визуальный ряд. Программа построена так, чтобы изучать материал было интересно, а ориентироваться — легко. Если студент неправильно ответит на один из вопросов, система подскажет, где была допущена ошибка. Турагенты, окончившие онлайн-академию, получают сертификат «Дипломированного специалиста по Маврикию».

www.mauritius-learning.ru

На Маврикии запрещено строительство новых гостиниц. Разрешены только реновация, реконструкция и строительство новых отелей на базе старых. Работы проводятся постоянно, благодаря чему гостиничный фонд поддерживается в отличном состоянии.



САКСОНИЯ

Главный приз онлайн-академии Саксонии — поездка в этот замечательный немецкий регион. Чтобы стать его обладателем, необходимо внимательно изучить все тематические курсы, которые теперь снабжены видеороликами и выиграть лотерею. Учебный материал представлен в основном и факультативном видах.

www.saxony-learning.ru

В музыкальном Fratus Museum в городке Маркнойкирхен выставлено более 200 экспонатов: скрипки, гитары, усилители. Особенно хорошо представлены 1960–1970-е годы. На гитарах «Фрамуз» играли Элвис Пресли, Пол Маккартни, Ричи Блэкмор...

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО МИНИСТЕРСТВА ТУРИЗМА ДОМИНИКАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В РОССИИ, УКРАИНЕ И СТРАНАХ СНГ



ПАНЬШИНА АННА, представитель Министерства туризма Доминиканской Республики в Санкт-Петербурге

Виды деятельности компании: продвижение Доминиканской Республики как туристического направления в России, Украине и странах СНГ; формирование бренда, информационная и рекламная поддержка профильных туроператоров, агентов и средств массовой информации.

Уважаемые дамы и господа, приглашаем посетить наше рабочее место и мастер-классы в весенней серии workshop Турбизнес, в которой Представительство Министерства туризма Доминиканской Республики на протяжении нескольких лет принимает активное участие. Вашему вниманию, помимо презентации страны, будет представлена новая рекламная продукция Представительства. До скорой встречи!

ООО «РОЗА ХУТОР»



ШВЕЧКОВА ИРИНА ВАЛЕРЬЕВНА, менеджер отдела управления продаж
Круглогодичный горноклиматический курорт мирового класса «Роза Хутор» основан в 2010 году. В 2014 году курорт «Роза Хутор» принимал XXII Олимпийские зимние игры. Круглый год курорт предлагает гостям прекрасную возможность увлекательно и с пользой для здоровья провести время. Максимальная близость отелей к подъемникам, самые передовые технологии, горнолыжные трассы, спроектированные лучшими мировыми экспертами, высочайшие стандарты сервиса и безопасности – всё это уже заслужило признание ко всем мире. Приглашаем Вас на встречу с экспертом по курорту «Роза Хутор» – Ириной Швечковой. Она предоставит Вам всю информацию, необходимую для плодотворного сотрудничества с нашей компанией.

TERME KRKA, D.O.O.



ДАРИНКА БОБНАР, директор по продажам

ТЕРМЕ КРКА является ведущим направлением по лечебно-оздоровительному туризму в Словении. Компания объединяет в себе курорты, расположенные в самых живописных местах страны на термальных источниках и побережье Адриатики. Деятельность курортов основана на богатых курортных традициях и привлекает гостей на протяжении нескольких веков. Мы предлагаем услуги высокого уровня по медицинской реабилитации и лечению при заболеваниях сердечно-сосудистой системы, нарушениях опорно-двигательного аппарата в посттравматический период и при заболеваниях органов дыхания. В центре Medical Spa Vitarium мы предлагаем эффективные программы по похудению и детоксикации организма. Одна из жемчужин Словении, средневековый замок – отель Оточеч 5* с площадкой для игры в гольф входит в комплекс ТЕРМЕ КРКА.

Вести здоровый образ жизни – это миссия группы КРКА, частью которой мы являемся. Современные услуги позволяют нам реализовать эту миссию. Для наших гостей мы разрабатываем программы, направленные на улучшение самочувствия, укрепление здоровья, отдых, а также здоровый и эстетически привлекательный внешний вид.

Будем рады встрече с Вами!

«ИЗМАЙЛОВО» («ГАММА», «ДЕЛЬТА»), ТУРИСТСКИЕ ГОСТИНИЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ



Крупнейший в Евразии мегакомплекс бизнес- и конференц-отелей «Гамма» 3* и «Дельта» 4*, расположенный в экологически чистом районе Москвы в шаговой доступности от станции метро «Партизанская» и МКЦ «Измайлово». В Вашем распоряжении 2000 номеров различной категории, 16 ресторанов, баров и кафе, инфраструктура «Город в городе» и полноценный конгресс-центр с 19 современными конференц-залами-трансформерами различной вместимости – от 12 до 500 посадочных мест.

Мы всегда открыты к сотрудничеству, об условиях и вариантах которого Вы можете узнать у нашего представителя.

ООО «ВОДОХОДЪ»



КАЗАКОВА КСЕНИЯ ИВАНОВНА, начальник отдела рекламы и PR

Судоходная компания «Водоходъ» – крупнейший оператор речных круизов по России. Для любителей водных путешествий предлагается широкий спектр круизных маршрутов длительностью от 1 до 23 дней, охватывающий почти всю европейскую часть России. В управлении компании – 27 четырехпалубных комфортабельных круизных теплоходов, а также малый прогулочный и скоростной флот.

Приглашаем Вас на встречу с нашими специалистами, которые предоставят Вам всю необходимую информацию для плодотворного сотрудничества с нашей компанией.

АО «СКО ФНПР «ПРОФКУРОРТ»



РОМАНЕНКО ИРИНА, ведущий специалист отдела внутреннего туризма
ЛЕОНОВА АННА, ведущий специалист отдела внутреннего туризма

«ПРОФКУРОРТ» – специализированный туроператор по санаторно-курортному лечению и оздоровительному отдыху в санаториях и пансионатах Кавказских Минеральных Вод, Черноморского побережья, Средней полосы и других курортов России. На сегодняшний день это крупнейшая сеть, объединяющая более 300 здравниц Российской Федерации – от Дальнего Востока до Калининградской области.

Санатории и дома отдыха объединения – высокий уровень медицинского обслуживания, комфортные условия проживания, качественное питание и высококвалифицированное профилактическое обследование.

Приглашаем Вас посетить наши семинары от ведущих специалистов и воркшоп, где вы сможете проконсультироваться, узнать интересующую Вас информацию и обсудить условия сотрудничества.

Мы будем рады видеть Вас на workshop «Турбизнес» в Вашем городе!

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» — САМЫХ КРУПНЫХ, ПОПУЛЯРНЫХ, УСПЕШНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ В РЕГИОНАХ РОССИИ

КАЛЕНДАРЬ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» ВЕСНА 2017:

МАРТ	01–03	БЕЛГОРОД → ВОРОНЕЖ → ЛИПЕЦК
МАРТ	20–24	ВЛАДИКАВКАЗ → ПЯТИГОРСК → КРАСНОДАР → РОСТОВ-НА-ДОНУ → ВОЛГОГРАД
МАРТ	27–31	УФА → САМАРА → КАЗАНЬ → ЧЕБОКСАРЫ → Н.НОВГОРОД
	03–07 АПРЕЛЬ	ТЮМЕНЬ → ЧЕЛЯБИНСК → ЕКАТЕРИНБУРГ → ПЕРМЬ → ИЖЕВСК
	04–06 АПРЕЛЬ	ИРКУТСК → КРАСНОЯРСК → НОВОСИБИРСК
	10–14 АПРЕЛЬ	НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ → ТОЛЬЯТТИ → УЛЬЯНОВСК → ПЕНЗА → САРАТОВ
	17 АПРЕЛЬ	МОСКВА <i>в формате бизнес-завтрака</i>
	18–21 АПРЕЛЬ	ПЕТРОЗАВОДСК → САНКТ-ПЕТЕРБУРГ → АРХАНГЕЛЬСК → МУРМАНСК
	20 АПРЕЛЬ	МИНСК
	26–28 АПРЕЛЬ	БАКУ → ТБИЛИСИ → ЕРЕВАН

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ:

РЕГИОНЫ РФ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: 17 000Р (1 город)
СНГ: 25 000Р (1 город)
МОСКВА: 30 000Р
 для российских компаний.

В СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ ВХОДЯТ:

- предоставление рабочего места (с табличкой и бейджами),
- рекламная кампания в журнале «Турбизнес»,
- приглашение профессиональных посетителей,
- организация подъездных трансферов для посетителей (в некоторых городах),
- размещение информации в полноцветном каталоге workshop и на сайте tb-workshop.ru,
- предоставление базы посетителей после окончания мероприятий.

ИСПАНИЯ — ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ДОМИНИКАНА — СТРАНА-ПАРТНЕР



ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПРЕДЛАГАЕМ:

- организацию мастер-классов

Россия:	СНГ, Москва:
20 мин. — 6 000 руб.,	20 мин. — 8 000 руб.,
30 мин. — 8 000 руб.,	30 мин. — 10 000 руб.,
40 мин. — 12 000 руб.	40 мин. — 16 000 руб.

- участие в бизнес-завтраках в рамках проведения workshop — от 14 000 руб.
- доставку материалов к рабочему месту в российские города (от 53 руб./кг.)
- пакеты обслуживания (от 8 000 руб. в российских городах вкл. трансферы по программе, обеды и проживание, СНГ от 15 000 руб. в одном городе)
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 9 000 руб.)
- заочное участие в workshop (Россия 8 500 руб., СНГ 12 500 руб.)
- организацию индивидуальных презентаций, роуд-шоу, конференций для компаний в городах России и СНГ различной сложности.

БОНУС УЧАСТНИКАМ:

бесплатное размещение текстовой информации о компании в журнале «Турбизнес» 1/6 полосы с логотипом компании.

- Возможно незначительное изменение в порядке городов и датах проведения.
- Скидки на участие предоставляются индивидуально, в зависимости от количества забронированных городов.

- Новая платная услуга — участие в бизнес-завтраках (презентация в особом формате для ограниченного круга лиц, неформальное общение между представителями туроператоров и директорами, ведущими менеджерами турагентств).

- При самостоятельной доставке каталогов в города проведения workshop разгрузка и погрузка к рабочему месту оплачивается дополнительно!

ОТДЕЛ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

(495) 723-72-72,
www.tb-workshop.ru, www.tourbus.ru,
www.idtourbus.ru, wshotels@tourbus.ru

Руководитель отдела:

Заместитель руководителя отдела:

Координатор отдела:

Менеджеры отдела:

Людмила Сивова
 Кристина Сивова / k.sivova@tb-workshop.ru
 Виктория Кудряшова / perova@tb-workshop.ru
 Елена Архипова / e.arhipova@tb-workshop.ru
 Илья Плясунов / i.plyasunov@tb-workshop.ru



С 1998 г. ПРОВЕДЕНО СВЫШЕ 520 МЕРОПРИЯТИЙ В 64 ГОРОДАХ РОССИИ, СТРАН СНГ И ЕВРОПЫ

Утром — деньги, вечером —

ТРАНСАЭРО

Фактически остановившая деятельность осенью 2015 года авиакомпания «Трансаэро», несмотря на многочисленные судебные процессы и огромные долги, до сих пор подает признаки жизни. Однако эксперты уверены: этот «пациент» скорее мертв.

ТЕКСТ
ВЛАДИМИР
СЕРГАЧЕВ



КИРИЛЛ ФАМИНСКИЙ

Генеральный директор онлайн-агентства Pososhok

Похоже, что уже никто, кроме нынешнего руководства «Трансаэро», не верит, что авиакомпания снова взлетит. Сейчас объемы, некогда занимаемые перевозчиком, спокойно покрываются другими авиакомпаниями. С учетом возросшей стоимости путешествий и снижения туристического потока новой «Трансаэро» будет очень сложно бороться за пассажиропоток. Даже в случае резкого роста спроса на авиаперелеты действующие компании готовы быстро предложить дополнительные объемы перевозок.

В настоящее время картина такова: перевозчик, в свое время являвшийся вторым на рынке в России после «Аэрофлота» и первым по объемам чартерных перевозок в стране, задолжал кредиторам 251,8 млрд рублей. В числе тех, у кого «Трансаэро» брала деньги и кому их так и не вернула, значится целый ряд ведущих банков и лизинговых компаний страны. Так, «ВЭБ-лизингу» авиакомпания должна около 42 млрд рублей, лизинговой «дочке» Сбербанка — 9,2 млрд, а дочерним компаниям ВТБ — 19,3 млрд. Это не считая долгов Газпромбанку (13,6 млрд), Новикомбанку (8,7 млрд) и множеству других кредиторов, включая компании сферы туризма. Причем число желающих получить с «Трансаэро» деньги только растет: 19 декабря 2016 года Арбитражный суд Петербурга и Ленобласти удовлетворил заявление ирландской компании VEVL-767-300 Limited о включении задолженности перед ней в размере 38,3 млрд рублей в реестр требований кредиторов. И, вопреки мнению других его участников, суд принял положительное решение.

Хотя «Трансаэро» и пытается судиться по поводу долгов со всеми подряд, как правило, процессы проигрывает. Одним из редких исключений стал разве что спор в арбитраже с оператором «Натали Турс», в результате которого перевозчик дело на сумму \$5,8 млн выиграл. Однако сейчас «Натали Турс» подал апелляционную жалобу — и тяжба продолжается.

Вместе с тем банкрот не оставляет попыток воскреснуть. В ноябре 2016 года генеральный директор ОАО «АК «Трансаэро» Александр Бурдин представил «план действий», благодаря которому это может произойти. По замыслу руководства перевозчика, на его базе предполагается создать компанию двойного базирования (с использованием аэропортов Петербурга и Сочи), которая должна «занять оголенные рыночные ниши, которые остались после ухода «Трансаэро», а также быстрорастущий и сегментированный туристический рынок Юга России». Планы амбициозные, так как к 2018 году парк новой авиакомпании может состоять из 30 самолетов и она должна выйти на безубыточность. А к 2020-му — получать до 36 млрд рублей выручки.

Для чего и требуется всего-то ничего — новые инвестиции в объеме до \$75 млн до конца 2018-го. Не считая, конечно, такой «мелочи», как конвертация огромных долгов в акции перевозчика. Все это выглядит примерно так: да, мы в долговой яме. Но если вы нам дадите еще денег, мы подпрыгнем — и исправимся. И все, до копеечки, вернем. Может быть, если опять не проштрафимся...

Как отреагировали на это оригинальное видение будущего банкрота его кредиторы? Реакция уже известна: они сказали категорическое «нет». Председатель правления ВТБ Андрей Костин назвал предложение о восстановлении деятельности компании «абсолютно не имеющим никакого смысла».

Его коллега, руководитель Сбербанка Герман Греф резюмировал: «Реструктуризация возможна лишь тогда, когда заемщик «живой». Примерно в том же ключе выразил свое отношение к вопросу и глава «Аэрофлота» Виталий Савельев. «Мы не будем конвертировать долг в акции», — ответил он на предложение руководства «Трансаэро».

Все кредиторы уверенно заявляют: утром — деньги, вечером — «Трансаэро». Ситуация однозначная: пока перевозчик не расплатится с бывшими долгами, инвестировать в его будущую успешную деятельность, находящуюся под большим вопросом, желающих не находится.

В этой связи эксперты со стороны рынка туризма убеждены: будущего у «Трансаэро» нет. Почему? Потому что сейчас за этим именем, кроме огромных долгов, ничего не стоит. Самолеты компании проданы или переданы другим перевозчикам. Линии заняты конкурентами. Персонал уволен. И даже сам бренд скомпрометирован. Кто захочет летать компанией, которая «громко», на всю страну, стала банкротом, бросив на произвол судьбы сотни тысяч заплативших ей пассажиров и десятки партнеров, включая турфирмы? Не говоря уже про то, что в услугах «Трансаэро» особо никто теперь и не нуждается — предложение на авиационном рынке и без того вполне удовлетворяет спрос.

«Считаю, что рынок не испытывает острой потребности в возвращении авиакомпании «Трансаэро», так как действующие авиаперевозчики полностью покрывают объемы как в регулярном, так и в чартерном сегменте, — подтверждает Дмитрий Филатовский, коммерческий директор туроператора ICS Travel Group. — Если у компании появится серьезный инвестор, и он будет готов расплатиться с кредиторами, а также вложить немалые деньги в выход на рынок, тогда «воскрешение» «Трансаэро» возможно. Но, учитывая реалии, такой сценарий представляется маловероятным».

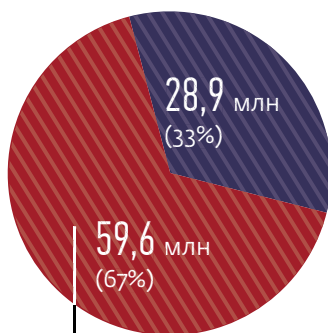
Согласен с ним и руководитель Biletix Александр Сизинцев. «Если смотреть правде в глаза, можно с уверенностью говорить о том, что сам рынок авиационных услуг изменился, — говорит он. — Сейчас наступила его стабилизация и совершенно очевидно, что при обсуждаемом возрождении «Трансаэро» столкнется с ситуацией, когда прежде эксплуатируемые ею линии будут заняты, и потребности в перевозке, в связи

88,5 млн

пассажиров перевезли российские авиакомпании по итогам 2016 года, что на 3,8% меньше, чем в 2015 году

ДОЛЯ РЫНКА

Показатели пассажиропотока крупнейших авиакомпаний России за 2016 год



29 млн

«Аэрофлот - российские авиалинии»

9,6 млн

«Сибирь»

8 млн

«Россия»

6,6 млн

«ЮТэйр»

6,4 млн

«Уральские авиалинии»

Источник: данные Росавиации

со снижением спроса, окажутся не такими, как раньше. В результате новый перевозчик, если он появится, вероятнее всего, будет убыточным». Что, по его мнению, никак не отвечает чаяниям потенциальных инвесторов.

Аналогичного мнения придерживается и генеральный директор Pososhok Кирилл Фаминский. «Даже в случае увеличения спроса на перелеты действующие авиакомпании готовы закрыть потребность в дополнительных объемах», — уверен он. В свою очередь генеральный директор холдинга «Випсервис» Дмитрий Горин полагает, что в возвращении «Трансаэро» есть только один смысл — расшевелить соперников. «Хорошо известно, что появление нового перевозчика ведет к усилению конкуренции и в потенциале — к снижению цены для конечного потребителя, — констатирует он. — Однако в существующих условиях, когда рынок стабилизировался, и в появлении новичка фактически потребности нет, это крайне слабый аргумент в пользу его возвращения».

«Трансаэро»? О чем это вы? — переспросил руководитель представительства «РоссТур» на Северо-Западе России Дмитрий Мазаников. — Возможно, в Москве эта авиакомпания и играла на туристическом рынке большую роль, но в Петербурге она была только одним из вероятных перевозчиков, используемых в сфере организованного туризма. Поэтому и ее уход на фоне падающего спроса какого-либо определяющего значения не имел». По его оценке, и сейчас имеющихся провозных мощностей в избытке: в течение 2016-го не было случая, чтобы туроператорам не хватило лайнеров под их программы. «С точки зрения турбизнеса потребности в возвращении на рынок «Трансаэро» фактически нет», — считает он.

Не говоря уже о том, что тенденции на авиационном рынке вовсе не способствуют «воскрешению» «Трансаэро». Ведь всё сейчас определяет слово «бюджет»: величина среднего чека падает, а около 30% авиабилетов продается в «безбагажном» (т. е. самом дешевом) варианте. В этой связи единственный формат, который мог бы помочь выйти на рынок «Трансаэро», — формат лоукостера. Однако эксперты уверены: по причине неразвитости инфраструктуры и отсутствия режима «открытого неба» места для второго такого перевозчика сейчас в российском небе нет.

И плодить авиакомпании, которые не смогут приносить прибыль, никто не станет. **ТБ**



Крылья не выросли

Пассажиропоток из аэропорта Жуковский оказался в десять раз меньше запланированного.

Вместо запланированных к концу 2016 года 500 тысяч пассажиров нового аэропорта Жуковскому удалось обслужить лишь 53 тысячи человек. Основной причиной низкой загрузки аэропорта, рассчитанного на обслуживание 4 млн пассажиров, стали разногласия с иностранными авиационными властями, которые тормозят начало международных полетов.

Вместе с тем руководство Жуковского рассчитывает на прогресс по объемам пассажиропотока в 2017 году. Планы начинают осуществляться: с февраля из аэропорта в Тель-Авив начнет выполнять рейсы авиакомпания «Икар».

Что касается чартеров, то, по мнению коммерческого директора компании ICS Travel Group Дмитрия Филатовского, туроператоры начнут организовывать программы из аэропорта после того, как будет налажена удобная система доставки пассажиров и появится разветвленная сеть маршрутов из Жуковского по российским регионам.

88,5%

из 234,8 тысячи международных рейсов KLM прибыло в аэропорт назначения вовремя. Авиакомпания признана самым пунктуальным перевозчиком по итогам 2016 года в рейтинге FlightStats. На втором месте — Iberia, на третьем — JAL. Компания S7 Airlines заняла четвертое место среди европейских авиакомпаний.

Все лучшее — себе

Прибыльные маршруты отдадут авиакомпаниям с российским парком.

Владимир Путин одобрил идею вице-премьера Дмитрия Рогозина предоставлять право летать по прибыльным маршрутам тем авиакомпаниям, которые используют российские самолеты. По словам президента, это очень правильно, это хороший бонус для авиакомпаний, закупающих самолеты российского производства.

Дмитрий Рогозин предложил предоставлять выгодные маршруты, а также льготы экономического характера, в том числе связанные с лизингом авиатехники, компаниям, которые будут закупать российские воздушные суда. Ранее он назвал позором состояние отечественного гражданского самолетостроения и заявил, что наша промышленность намерена вытеснить с внутреннего рынка дальнемагистральных самолетов иностранные Boeing и Airbus.

Между тем авиаэксперты считают, что озвученная инициатива пока нереализуема. Сейчас из российских самолетов активнее всего используется Sukhoi Superjet, но он, по словам специалистов, заметно уступает иностранным самолетам. Ситуация может измениться после того, как будет введен в эксплуатацию MC 21.

Попытка не пытка

Суд снова обязал S7 бесплатно перевозить багаж.

Авиакомпания S7 Airlines обязана предоставить пассажирам, купившим билет по тарифу «Эконом базовый», право бесплатно перевозить до 10 килограммов багажа, — постановил Арбитражный суд Москвы. Суд подтвердил законность соответствующего предписания Ространснадзора от 30 сентября 2016 года. Он отклонил претензии S7, требовавшей признать этот документ недействительным.

Согласно условиям тарифа «Эконом базовый», путешественники могут бесплатно провозить только одно место ручной клади массой до 10 килограммов и габаритами не более 55×40×20 сантиметров. Однако в федеральных авиационных правилах установлена обязательная норма бесплатного провоза багажа весом не более 10 кг с линейным размером не более 203 см. Кроме того, разрешается провоз ручной клади, причем ее вес не регламентирован.



6,7 тыс. рублей

средняя стоимость авиабилета в России в 2016 году, что на 2,1% больше, чем годом ранее, сообщает ТКП. У российских авиакомпаний средний тариф вырос на 2,8% до 6,6 тысячи рублей, у иностранных сократился на 4,8% до 9,3 тысячи рублей.

38,7%

составил рост пассажиропотока российского лоукостера «Победа» в 2016 году. Авиакомпания перевезла более 4,3 млн человек, тогда как в 2015 году — 3,1 млн. В настоящий момент компания осуществляет перелеты по 37 направлениям.

Российский рынок онлайн-туризма

Объем российского онлайн-трэвел-рынка (в рублях, млрд) *



Ж/д билеты



Отели



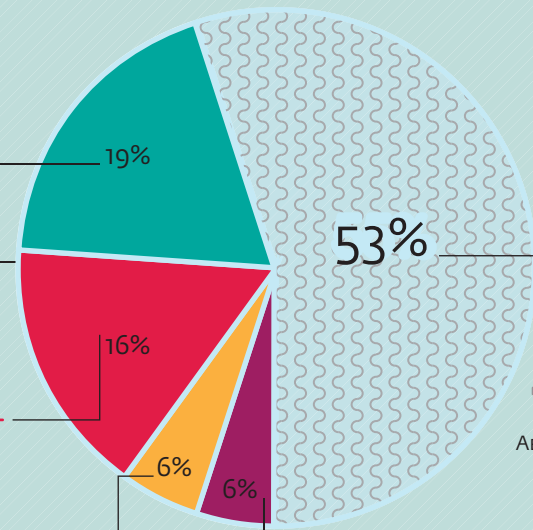
Турсы



Прочие услуги



Авиабилеты



Драйверы роста

- миграция покупателей из офлайна в онлайн
- привыкание к покупкам турсервисов через интернет
- интернет-грамотность потенциальных туристов

+30%

рост рынка e-travel в 2016 году по сравнению с 2015 годом

в **4** раза

выросла посещаемость систем бронирования на сайтах авиакомпаний в 2016 году

Доля онлайн-продаж авиакомпаний **

70% - «Победа»

40% - S7

25% - «Аэрофлот»

22% - «Уральские авиалинии»

20% - «ЮТэйр»

+20%

россиян имеют опыт покупки билетов на поезд или самолет в интернете, а 5% делают это регулярно

+16%

россиян не имеют такого опыта, но планируют бронировать билеты онлайн в будущем ***



БОРИС ОВЧИННИКОВ

Партнер исследовательского агентства Data Insight

На фоне того, что происходит в целом в туристической отрасли, рост онлайн-рынка на 30% – это безусловно позитивно, хотя и ниже тех показателей, которые мы видели в 2014 году и ранее. Замедление связано и с экономической нестабильностью, и с тем, что онлайн-сегмент уже достиг больших объемов и ему все труднее расти прежними темпами.

В целом положительная динамика онлайн-продаж практически гарантирована: пользователь, который однажды решился купить авиабилет в сети, в следующий раз почти наверняка поступит аналогично. Происходит своего рода «привыкание».

Тем не менее, доля россиян, которые хотя бы раз покупали туристические услуги в интернете, пока невелика – это, в частности, показывают опросы. Однако есть и сопоставимое количество людей, которые уже готовы покупать билеты в онлайн, но не делают этого из-за отсутствия возможности или потребности путешествовать. Предположу, что при условии изменения потребительского настроения россиян, а также восстановления популярных зарубежных направлений возможен взрывной рост онлайн-покупок, так как на рынок туристических услуг выйдут новые клиенты и вернутся те, кто давно отсутствовал, и свою первую в жизни или первую после перерыва покупку они с большой вероятностью сделают именно через Интернет.

* Статистика исследовательского агентства Data Insight

** Данные газеты «Ведомости», оценка Data Insight

*** Общероссийский опрос «Левада-Центра», сентябрь 2016 года

Нединамичная динамика

Пару лет назад о динамическом пакетировании говорили как о новой реальности турбизнеса и прогнозировали, что 30% туров в России будет формироваться с помощью этой технологии. Объявленная «революция» не произошла. Что сегодня мешает «взлететь» динамическому пакетированию? Рассказывают наши эксперты.



ЛЕОНИД ПУСТОВ

Главный редактор коллективного
блога профессионалов
онлайн-туризма TRAVELHUBR

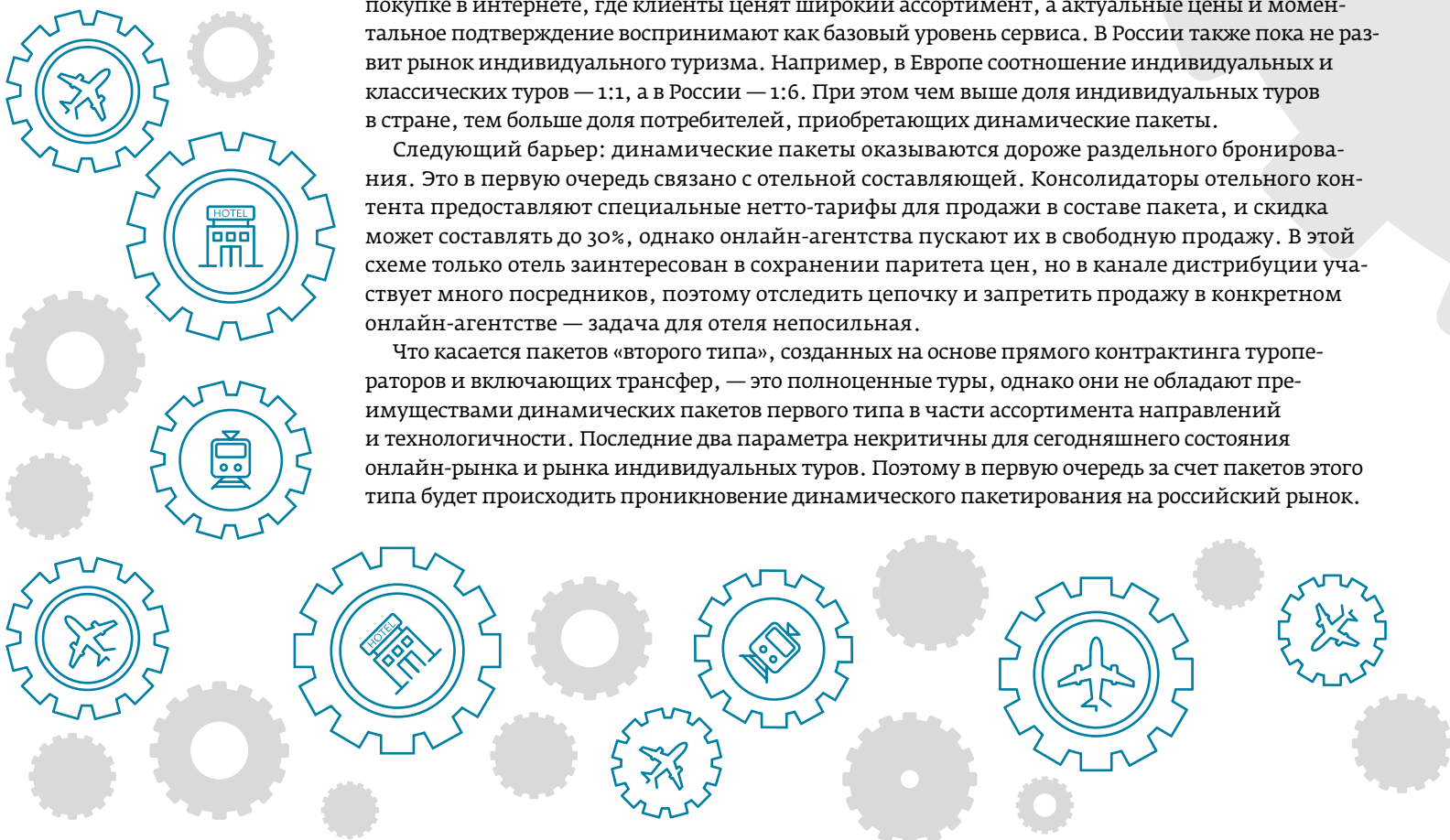
Существует два типа динамических пакетов: первый включает регулярный авиаперелет, а также отели (опционально трансферы) от глобальных консолидаторов, второй — регулярный авиаперелет, а также наземное обслуживание от принимающей стороны (отель + трансфер). Первый тип традиционно используется для расширения ассортимента направлений туроператора, когда в силу небольшого спроса на те или иные страны экономически нецелесообразно осуществлять прямой контрактинг. Второй тип — для продажи основного продукта, но на регулярной авиаперевозке.

Рынок динамических пакетов в России находится на стадии зарождения. Для развития продаж пакетов «первого типа» существует ряд барьеров. Во-первых, туры без трансфера подходят лишь части клиентов, а при его добавлении продукт становится дороже классического тура. Во-вторых, динамические пакеты дороже туров, которые продают агентства. Комиссия на продаже авиабилета минимальна или отсутствует, а нетто-цены на отели выше у консолидаторов, чем при прямом контрактинге туроператора. Кроме этого, туроператор должен заложить агентскую комиссию. Поэтому динамические пакеты «первого типа» не могут конкурировать с классическими турами на массовых направлениях.

В-третьих, доля туров, которые покупаются в России онлайн, все еще очень низка, в 2016 году она составила 3%. Между тем преимущества динамических пакетов раскрываются именно при покупке в интернете, где клиенты ценят широкий ассортимент, а актуальные цены и моментальное подтверждение воспринимают как базовый уровень сервиса. В России также пока не развит рынок индивидуального туризма. Например, в Европе соотношение индивидуальных и классических туров — 1:1, а в России — 1:6. При этом чем выше доля индивидуальных туров в стране, тем больше доля потребителей, приобретающих динамические пакеты.

Следующий барьер: динамические пакеты оказываются дороже отдельного бронирования. Это в первую очередь связано с отельной составляющей. Консолидаторы отельного контента предоставляют специальные нетто-тарифы для продажи в составе пакета, и скидка может составлять до 30%, однако онлайн-агентства пускают их в свободную продажу. В этой схеме только отель заинтересован в сохранении паритета цен, но в канале дистрибуции участвует много посредников, поэтому отследить цепочку и запретить продажу в конкретном онлайн-агентстве — задача для отеля непосильная.

Что касается пакетов «второго типа», созданных на основе прямого контрактинга туроператоров и включающих трансфер, — это полноценные туры, однако они не обладают преимуществами динамических пакетов первого типа в части ассортимента направлений и технологичности. Последние два параметра не критичны для сегодняшнего состояния онлайн-рынка и рынка индивидуальных туров. Поэтому в первую очередь за счет пакетов этого типа будет происходить проникновение динамического пакетирования на российский рынок.





АЛЕКСАНДР СИЗИНЦЕВ

Генеральный директор
онлайн-агентства Biletix.ru

Хотя динамическое пакетирование давно развивается в России, говорить о сложившемся восприятии этого продукта, понимании его специфики туристами пока рано. Динамическое пакетирование — это в перспективе определенная ниша онлайн-трэвел-рынка. Единственная причина медленного развития данного сегмента — отсутствие целенаправленных действий со стороны игроков по его продвижению.

Динамические пакеты не станут заменой классическим. Это абсолютно иной продукт как с точки зрения формирования, так и с точки зрения целевой аудитории. Разница в самом подходе к отдыху. Динамический пакет — это предложение для самостоятельного туриста, который привык сам организовывать свое путешествие и быть независимым от группы или туроператора, для него важен фактор эксклюзивности. Туристы, сознательно выбирающие традиционные пакеты, думаю, предъявляют к отдыху другие требования. Динамические пакеты не представляют угрозу агентскому рынку. Напротив, они несут агентам возможность привлечь самостоятельных туристов, начать с ними работать и получить таким образом дополнительный доход.



ИГОРЬ КОЗЛОВ

Генеральный директор компании
ClickVoyage

Разговоры о том, что динамическое пакетирование произвело революцию, — явно надуманные страсти. Ландшафт туриндустрии меняется, но не только в эту сторону. Законодательная среда, политика, другие технологии оказывают на рынок в разы большее влияние. Одна из ярких попыток развивать «чистое» динамическое пакетирование была предпринята туроператором United Travel, но закончилась уходом компании с рынка.

Динамическое пакетирование — это один из инструментов продаж. Это не вид бизнеса, оно не работает само по себе. По сути, это современный вариант корзины интернет-магазина: сложный внутри, но простой снаружи. Он, конечно, интересен профессиональной аудитории как дополнительная технология, но распространенная сейчас B2C-версия не решает проблем турагента. Да, можно установить модуль на сайт агентства, но это не привлечет новых туристов.

Динамическое пакетирование не развивается в России из-за малого количества потребителей этого продукта. Серьезным покупателем услуги «перелет плюс отель» могли бы стать командированные, но для них работает целая отрасль делового и MICE-туризма. Динамическое пакетирование может быть интересно самостоятельным туристам, однако и этот рынок давно поделен сильнейшими онлайн-агентствами, отельными и билетными агрегаторами. Поэтому дело не в специфике рынка, а в больших проблемах у «революции» с целевой аудиторией.



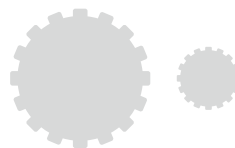
ВАЛЕНТИН ВЕДЯКИН

Менеджер по консалтингу
туристических и онлайн-проектов
региона Центральной, Восточной
и Южной Европы компании Amadeus

Неверно рассчитывать на технологию как на спасителя, который поможет найти ответы на все вопросы. Онлайн-агентствам динамическое пакетирование позволяет выйти на новый туроператорский сегмент рынка и оптимизировать доходность бизнеса, для туроператоров — это возможность выхода в онлайн, а также совершенно иной способ формирования туров. При этом никто не отменяет необходимость работы с поставщиками, а также оптимизацию внутренних бизнес-процессов и обучение собственного персонала для работы с «динамическими турпакетами».

Технологии динамического пакетирования не создавались с целью вытеснить классический туроперейтинг. Никакая «динамика» не поможет создать, например, комбинированный тур с посещением нескольких городов, а в период новогодних праздников на популярных направлениях крупному туроператору сложно обойтись без выкупленных квот в отелях и на самолетах. У нас есть примеры, когда классический туроператор с успехом использует динамические технологии, и наоборот: выйдя на туроператорский рынок с использованием «динамики» и нарастив достаточные объемы, компания решила выкупить гостиничные номера и поставить чартеры.

Динамическое пакетирование — это иной способ формирования турпакета и управления контентом. Какую бы технологию ни использовал сам туроператор, его взаимодействие с агентским рынком лежит прежде всего в коммерческой плоскости. Скорее можно говорить о том, что агентства, привыкшие продавать только летнюю Турцию и привлекать клиента скидками, действительно рискуют уйти с рынка. И динамическое пакетирование может стать катализатором этого процесса.



В ожидании Че

Опрошенные «ТБ» эксперты ожидают, что в наступившем году сохранятся тенденции 2016 года. Рынок ждет небольшой рост, основными факторами, которые окажут на него влияние, станут стабильный внутренний спрос и увеличение предложения, поскольку в рамках подготовки к ЧМ-2018 по футболу в российских городах, которые принимают матчи, продолжат открываться отели.

ТЕКСТ
АННА ЮРЬЕВА

«**П**о нашим оценкам, в 2017 году возможен небольшой рост показателей в пределах 5–7%.

В целом связываем рост со стабилизацией спроса», — говорит Елена Иванова, директор по продажам и управлению доходами по России Azimut Hotels. — Мы ожидаем, что внутренний спрос будет стабильным и останется на уровне прошлого года. Возможен небольшой рост спроса со стороны туристов из Германии, Италии, Испании, а также стран Среднего и Дальнего Востока — Китая, Индии, Ирана».

Эксперт также обратила внимание, что Кубок конфедераций 2017, турнир под эги-

дой ФИФА, который должен пройти с 17 июня по 2 июля 2017 года в России, возможно, привлечет в принимающие города футбольных болельщиков, но, с другой стороны, ряд туристов откажется от поездок в города, где будут проходить матчи.

Начавшийся рост рынка — нормальное следствие развития экономических циклов, и он продолжится, считает Ксения Непомнящих, директор по маркетингу Heliopark Hotels&Resorts. Она отметила, что гостиничный бизнес несколько пробуксовывал по объективным макроэкономическим причинам, а сейчас он медленно, но набирает обороты. «Эта тенденция, возможно, не будет взрывной, но она точно продолжится», — считает эксперт.

ТОП-8 ОТКРЫТИЙ 2017 ГОДА



1 ФЛАГМАНСКИЙ RADISSON BLU

The Carlson Rezidor Hotel Group откроет новый отель Radisson Blu Olympiysky в Москве. Отель категории upper upscale на 379 номеров начнет принимать гостей в первом квартале 2017 года.



2 ПЕРВЫЙ STARWOOD НА КУБАНИ

На второе полугодие 2017 года запланировано открытие Four Points by Sheraton в Краснодаре — первый отель под брендом международной сети Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. в регионе. Отель станет вторым под брендом Four Points by Sheraton в России после гостиницы в Калуге, открытой летом 2015 года.



3 ГРОМКАЯ РЕНОВАЦИЯ

На текущий год запланировано открытие после двухлетней реставрации отеля Azimut Moscow Smolenskaya Hotel. Компания бизнесмена Александра Клячина выкупила здание гостиницы «Белград» весной 2014 года, через полтора года было объявлено о закрытии отеля и начале масштабной реконструкции. По ее завершении число номеров возрастет с 236 до 474.



4 LOTTE ПРИХОДИТ В ПЕТЕРБУРГ

Второй в России отель под управлением южнокорейского оператора планируется открыть в мае 2017 года. Инвестиции в проект составляют \$120 млн. Здание гостиницы располагается на Исакиевской площади. Планируется, что в отеле будет 154 номера, рестораны, бары и спа-центр.

В текущем году «ускорятся» города-миллионники, в том числе это будет связано с подготовкой к чемпионату мира по футболу. Кроме того, продолжают развиваться курортные направления. «Конечно, все это ждет нас в том случае, если сохранится поступательное развитие и не произойдет никаких экономических или политических потрясений», — предупреждает Ксения Непомнящих.

По ее словам, тенденция к росту внутреннего туризма устойчива. Сейчас флагманом здесь выступают столицы, курортные направления и особенно популярные туристические города, однако вскоре география может расширяться.

«Мы предвидим, что 2017 год не принесет больших сюрпризов. Политическая обстановка в мире и в нашем регионе не улучшается, как и не видны причины для роста доходов населения, что привело бы к переключению туристического потока на бюджетные зарубежные направления», — говорит руководитель департамента гостиничного бизнеса JLL Татьяна Веллер. В компании предполагают, что в 2017 году тенденция к довольно высокому уровню тарифов сохранится, однако рост должен замедлиться. «К концу 2017 года, когда, вероятно, будет вводиться новый номерной

фонд, который строится в преддверии чемпионата мира по футболу 2018, мы увидим небольшую коррекцию средних тарифов — новые игроки начнут агрессивно отвоевывать рыночную долю», — полагает эксперт.

В то же время, как отмечает Ксения Непомнящих, влияние на рынок ЧМ-2018 уже «подходит к финалу». «2017 год — это уже практически дедлайн для открытия заявленных гостиниц и инфраструктурных объектов, поэтому мы, видимо, будем весь год слышать новости об открытии того или иного отеля», — поясняет эксперт.

О сдержанном оптимизме на рынке говорит и поведение инвесторов. «По девелоперскому направлению в нашей компании мы видим осторожный, но устойчивый рост интереса к этому бизнесу», — говорит Ксения Непомнящих. По ее словам, если два-три года назад преобладала реновация, и инвесторы вкладывали средства в выкуп старых объектов, запуская их потом в обновленном виде, то сейчас все чаще инвесторы готовы к застройке участков гостиничными объектами «с нуля», что, по мнению эксперта, является признаком положительных тенденций на макроэкономическом уровне: девелоперы и инвесторы стали готовы к длинным деньгам. **ТБ**

Для основных сегментов гостиничного рынка России 2016 год завершился ростом большинства показателей. По информации консалтинговой компании JLL, рынки Москвы, Санкт-Петербурга и Подмосковья показали положительную динамику, аналитики даже зафиксировали несколько рекордов. Так, впервые за историю наблюдений сегмент двух основных рынков России закончил год с ростом доходности на номер (RevPAR) по сравнению с предыдущим годом. Кроме того, впервые каждый сегмент рынка Москвы завершил год ростом загрузки по сравнению с предыдущим. Учитывая тот факт, что в обеих столицах и в Подмосковье продолжали открываться новые отели, можно говорить о том, что рынок выдерживает рост предложения.



5 РОСТОВСКИЙ НЕДОСТРОЙ

Sheraton в Ростове планировалось сдать в эксплуатацию еще в 2014 году. Но контракт с подрядчиком был расторгнут из-за неисполнения обязательств. Идет судебное разбирательство. Объект был выставлен на торги, новый собственник ООО «ПФО «Траст» решил строить гостиницу под брендом Radisson Blu. Открытие запланировано на первую половину 2017 года.



6 ИТАЛЬЯНЦЫ В КАЛИНИНГРАДЕ

Сеть Domina открывает гостиницу на 166 номеров в Калининграде в 2017 году. Сейчас в России работают два отеля итальянской сети: в Санкт-Петербурге (109 номеров, открыт в 2012 году) и Новосибирске (218 номеров, открыт в феврале 2016 года). На разных этапах реализации находятся проекты Domina Russia в других городах страны — Томске, Тюмени, Липецке.



7 SHERATON В МОРДОВИИ

В столице Мордовии планируется завершить очередной долгострой к ЧМ-2018 года — Four Points by Sheraton Saransk. Изначально гостиница уровня 5* должна была начать работу к 2013 году, теперь же она позиционируется как 4* «плюс», а открытие запланировано на сентябрь 2017 года.



8 В РОССИЮ ПРИХОДИТ JUMEIRAH

Выход на рынок России нового международного оператора неоднократно откладывалось. Изначально отель класса «люкс» Jumeirah должен был открыться в «Доме Вавельберга», в 2015 году, но запуск дважды переносился из-за разногласий девелопера с администрацией Санкт-Петербурга по поводу ряда аспектов реконструкции здания. В этом году отель на 74 номера должен начать принимать гостей.

Город надежд

Туристический облик Севастополя многим знаком с детства. Между тем власти региона хотят показать город с другой, новой стороны, лишить отдых сезонности и наполнить его вкусными и интересными событиями.

ТЕКСТ
АЛЕКСАНДРА
ПОЛЯНСКАЯ

ТОП-3

событий 2017 года

- 1** Гастрономический фестиваль «Мидийный экспресс» (11–13 июля)
- 2** Парусная неделя Севастополя (19–27 августа)
- 3** Крымский военно-исторический фестиваль (10–17 сентября)



БАЛАКЛАВА

Район Севастополя, богатый на достопримечательности: здесь и руины генуэзской крепости Чембало, и военно-морской музейный комплекс, где размещался сверхсекретный завод по ремонту подводных лодок, и Георгиевский монастырь, а также скала Святого Явления, мысы Айя и Фиолент.

Севастополь относительно молод — он был основан в 1783 году. Но благодаря подвигам жителей, защищавших его во времена Крымской войны 1854–1855 годов и Великой Отечественной войны, он действительно запечатлел себя в истории как «город, достойный поклонения» — именно так переводится его название с греческого.

Самый узнаваемый символ не только Севастополя, но и всего Крыма — Памятник затопленным кораблям. Флот затопили во время Крымской войны, чтобы перекрыть вход в бухту вражеским судам, а моряки тогда сошли на берег и защищали город.

К одной из главных туристических святынь Севастополя относят музейный комплекс «35-я береговая батарея». Здесь был последний оплот рухнувшей к началу июля 1942 года обороны города. Площадь комплекса — около 8 гектаров, из которых 5 гектаров занимают подземные сооружения, осмотр которых обычно вызывает у экскурсантов очень сильные эмоции.

На Историческом бульваре находится Панорама, посвященная первой обороне города в годы Крымской войны. Здесь же расположен Севастопольский аквариум — самый первый в Российской империи. Парадным причалом города считается Графская пристань, построенная к приезду Екатерины II. Со стороны площади Нахимова ее венчает белоснежная колоннада.

Приехав в город моряков, стоит побывать в их главном храме — Соборе Святого Равноапостольного князя Владимира. К одной из самых древних православных святынь Крыма относят храм Двенадцати Апостолов в Балаклаве.

В целом в Севастополе насчитывается свыше 2000 памятников археологии, истории, архитектуры.

Удивительно живописная Балаклава, не так давно отметившая свой 2500-летний юбилей, — часть большого города, при этом сильно от него отличающаяся. Раскинувшаяся у небольшой бухты, скрытой между высокими горами, Балаклава практически незаметна со стороны моря. В свое время она была закрыта даже для севастопольцев. Сейчас по старым улочкам, по набережной с тесно пришвартованными рыбацкими лодками и яхтами может погулять любой желающий.

БАРАБУЛЯ С ИГРИСТЫМ

«Нам очень важно, чтобы туристы из всех городов России больше узнали о Севастополе, его туристических возможностях, доступных не только в период летнего сезона», — заявил Юрий Кривов, заместитель губернатора Севастополя. По его словам, особое внимание сейчас уделяется развитию событийного и гастрономического видов туризма.





В Севастополе стали появляться заведения, специализирующиеся на местной сезонной кухне. Посетителям предлагают уху балаклавских рыбаков, жареную барабульку, блюда из катрана (черноморской акулы) и камбалы-калкана. «Всем известна средиземноморская кухня, так почему бы нам не продвинуть свою, черноморскую? Это перспективный бренд», — уверен Юрий Кривов.

Павел Швец, идеолог концепции авторского виноделия, считает, что в Севастополь туристов могут привлекать энотуры. По оценке эксперта, местные вина очень тонкие и сложные — благодаря уникальному климату и состоянию почвы.

Сегодня в Севастополе работает более 20 винодельческих хозяйств. Балаклавскую «Золотую Балку», например, называют Крымской Шампанью, поскольку виноград, из которого здесь делают игристые вина, по своим характеристикам близок к сортам знаменитого французского региона. Дегустации «золотых» вин проходят на бывшей даче Хрущева.

Инкерманский завод марочных вин — это в первую очередь знаменитые подвалы, занимающие 55 тысяч квадратных метров, — настоящий подземный город! Главная его достопримечательность — дубовые буты, бочки, в которых хранятся вина. После дегустации туристам предложат прогуляться по развалинам средневековой крепости Каламита и посетить Свято-Климентьевский пещерный монастырь.

ДЛЯ КАЖДОГО СВОЙ

Ежегодно в Севастополе проходит множество интересных туристических событий. В числе наиболее популярных — «Парусная неделя Севастополя», «Офицерский бал», а также Крымский военно-исторический фестиваль, который в этом году состоится уже в четвертый раз. Он будет длиться неделю, причем каждый день будет посвящен определенной исторической эпохе: Античности, Древней Руси, Средневековью, Великой Отечественной войне. Участниками фестиваля станут 1,5 тысячи реконструкторов со всей России. Ожидается, что ежедневно мероприятие будет посещать от 10 до 30 тысяч человек. Правительство Севастополя решило превратить фестиваль в круглогодично работающий военно-исторический парк. В следующем году начнется его создание.

Туроператоры подтверждают — событийные мероприятия в Севастополе пользуются спросом. И хотя, по мнению Эвелины Руснак, заместителя генерального директора компании «Кандагар», говорить о Севастополе как о самостоятельном туристическом направлении пока рано, посещение города традиционно входит в комбинированные программы по полуострову. «По исторической и культурной составляющей Севастополь лидирует среди регионов Крыма», — считает эксперт. **ТВ**

#ВАШСЕВАСТОПОЛЬ

В декабре 2016 года правительство Севастополя организовало пресс-тур, чтобы показать город как привлекательное, самобытное и круглогодичное туристическое направление. В поездке приняли участие 40 российских журналистов.



ХЕРСОНЕС

Древний город Херсонес Таврический, некогда выполнявший роль форпоста Византийской империи на Крымском полуострове, сегодня — самый величественный археологический памятник Юга России. Здесь в 988 году был крещен князь Владимир. К 900-летию этого события в Херсонесе воздвигли Владимирский собор.



МАЛАХОВ КУРГАН

Мемориальный комплекс, расположенный в юго-восточной части Севастополя. Малахов курган дважды становился ареной ожесточенных боев: в годы Крымской войны и Великой Отечественной. На его территории находится более двадцати памятников, в том числе оборонительная башня Корниловского бастиона — крепостное сооружение середины XIX века.



Жизнь ПОД ВОДОЙ

Мальта известна как очень религиозная страна. Христианские символы здесь можно встретить во многих местах, в том числе и под водой. Двадцать лет назад Папа Римский освятил трехметровую статую Иисуса Христа, специально для дайверов погруженную на глубину 10 м.

ТЕКСТ АЛЕКСАНДР ПОПОВ

МЕСТНЫЕ УСЛОВИЯ

Благодаря изобилию бухт и заливов на Мальтийском архипелаге множество мест, удобных для погружения. Подводный пейзаж образуют глубокие расщелины, гроты и арки, скалистые стены. С обрывистых берегов удобно сразу уходить на глубину. Здесь практически нет приливов и отливов, опасных морских животных и растений. Многие представители флоры и фауны не встретит в других районах Средиземного моря. Прибрежные воды Мальты — одни из самых чистых в мире, видимость — 30–50 метров. Это высоко ценят любители подводной фотографии.

Погружаться с аквалангом на Мальте можно круглый год. Лучший сезон — с мая по октябрь. Летом вода прогревается до 25–27°C, осенью — до 24–26°C. Температура на 30–50 метрах держится на уровне 20–24°C, и даже зимой на этой глубине не опускается ниже 14–16°C. В это время сюда приплывают дельфины.

ПОГРУЖЕНИЯ НА ЗАТОНУВШИЕ ОБЪЕКТЫ

Мальта — чемпион Европы по рэкам, погружениям на затонувшие объекты. Здесь их более двадцати: естественные и искусственные, военные и гражданские суда, прибрежные и доступные только с лодки, даже самолеты Второй мировой войны. Глубины — от пятнадцати до ста метров. Это одно из редких мест, где осмотреть затонувший корабль может даже начинающий дайвер. А для технодайвера мальтийские воды — одни из самых интересных в мире.



ЦЕНТРЫ ОБУЧЕНИЯ

Мальтийский дайвинг удобен, разнообразен и безопасен. Популярные и самые интересные дайв-сайты имеют парковки и удобные спуски в воду (на Чиркеуа даже есть бесплатные душевые).

Всего на островах Мальта и Гозо — около 50 лицензированных дайв-центров. Лицензии выдает Мальтийское управление по туризму и строго следит за соблюдением правил. Многие дайв-центры успешно работают более тридцати лет. С их опытными инструкторами, в том числе русскоязычными, можно пройти обучение, освоить даже технодайвинг и получить сертификаты от начальных до инструкторских. Центры могут организовать дайвинг-каникулы на Мальте, позаботившись о трансфере, проживании и организации погружений.

ЛУЧШИЕ ОБЪЕКТЫ ДЛЯ РЭК-ДАЙВИНГА

- Английский военный корабль «Маори» — форт Сент-Эльмо, Валлетта
- Буксир «Рози» — мыс Марфа, Чиркеуа
- Бомбардировщик «Бленхейм» — Шроб-ил-Аджин, Марсашлокк
- Баржа «Каролита» — гавань Марсамшетт, Валлетта
- Судно «Ум Эль Фаруд» — Зуррик
- Паром «Империал Игл» — Сент-Полс-Бей
- Моторное судно «Одил» («Маргит») — Витториоза
- Патрульная лодка «P29» — Чиркеуа
- Паром «Шатт Л-Ахмар» — гавань Мджар, Гозо
- Буксир «Святого Михаила» и буксир «10» — Марсаскала
- Бомбардировщик Второй мировой войны «Бристол Боуфайтер» — мыс Экзайлс, Слива

ЗАДЕРЖАВ ДЫХАНИЕ

Свал глубин у самого берега, множество тихих бухт и прибрежных мест для дайвинга с объектами на разной глубине способствуют активному развитию фридайвинга на Мальте. Здесь можно погружаться и самостоятельно, и с квалифицированными инструкторами. Чемпионы по фридайвингу регулярно проводят на Мальте учебные курсы и семинары.

ЛУЧШИЕ МЕСТА ДЛЯ ДАЙВИНГА

- Мыс Ахраш, пещера Драгонара, Меллиха, 25 м
- Якорный залив (Anchor Bay), Меллиха, 28 м
- Чиркеуа (Cirkewwa), 36 м
- Ар-Лапси, Ренди, 20 м
- Риф Мерканти, Сент-Джулианс
- Мыс Аура, 50 м
- Уид-из-Зуррик, Ренди, 30 м
- Мыс Делимара, Марсашлокк, 25 м
- Мыс Марфа, 25 м
- Острова святого Павла, 25 м
- Риф Шленди, Гозо, 25 м
- Мыс Рэ'а (Reqa Point), Гозо, 60 м
- Мыс Дуэйра, Гозо, 60 м
- Пещера Шленди, Гозо, 12 м
- Скала Фунгус, Гозо, 45 м
- Скала Крокодил и коралловая пещера, Гозо, 45 м
- Голубая Дыра и Труба, Гозо, 50 м
- Мыс св. Дмитрия, Гозо, 50 м
- Риф Двойная арка, Гозо, 36 м
- Шатт Л-Ахмар, Гозо, 30 м
- Скала Фессей, Гозо, 50 м
- Иль-Кантра, Гозо, 14 м
- Пещера Биллингхерст, Гозо, 30 м
- Риф Коминотто, Комино, 36 м
- Мыс Лантерн, Комино, 50 м
- Мыс Ир'и'а, Комино, 50 м
- Пещеры святой Марии, Комино, 20 м

ИНТЕРНЕТ-АДРЕСА

www.visitmalta.com/ru/diving
www.visitmalta.com/ru/dive-centres
www.facebook.com/divingmalta
www.vk.com/divingmalta
www.instagram.com/divingmalta/
www.twitter.com/divingmalta



Информация предоставлена Ассоциацией профессиональных школ дайвинга Мальты: www.pdsa.org.mt

Дайвинг на Мальте, Гозо и Комино. Видео



- * 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
- * Кристально чистое Средиземное море

Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:

ANEX TOUR МТ1 016189
 М «КИТАЙ-ГОРОД»
 8-800-77-55-000
www.anextour.com

ДИАЛОГ МТ3 016829
 М «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ»
 (495) 730-2022 (мн.)
www.maltaresort.ru

СТБ ТУРС МТ3 006955
 М «ДОСТОЕВСКАЯ»
 (495) 789-8779
www.sbtours.ru

ICS TRAVEL GROUP МВ3 000786
 М «ТУЛЬСКАЯ»
 (495) 748-4847 (мн.)
www.icstrvl.ru

ИНСАЙТ-ЛИНГВА МТ3 009842
 М «НОВОСЛОБОДСКАЯ»
 (495) 795-0922
www.i-l.ru

ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС МТ3 000756
 М «АРБАТСКАЯ»
 (495) 509-8542
www.travel-express.ru

БИБЛИО ГЛОБУС МТ3 011710
 М «ЛУБЯНКА», «СЕМЕНОВСКАЯ»
 (495) 504-2555
www.bgoperator.ru

ТК МЕЛИТА МТ3 011106
 М «АРБАТСКАЯ»
 (495) 220-7270
www.maltatour.ru

ТРЭВЕЛМАРТ МТ3 011890
 М «ТАГАНСКАЯ»
 (495) 935-8330
www.mymalta.ru

ВАНД ВОЯЖ МТ3 011881
 М «ТВЕРСКАЯ»
 (495) 780-3661
www.vand.ru

НАТАЛИ ТУРС МТ1 000867
 М «МАЯКОВСКАЯ»
 (495) 792-56-09
www.natalie-tours.ru

Год назад в столице Великобритании на International Dive Show острова Мальта и Гозо были объявлены самыми популярными дайв-направлениями в Средиземноморье. Основанием для этого стало голосование читателей журнала Diver. Мальта считается столицей европейского рекреационного и технического дайвинга, а теперь — и фридайвинга.

РЕКЛАМА



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



Плоды стабильности

Отсутствие на российском рынке главных «соперников» — Турции и Египта — позволило Тунису выбиться в лидеры продаж и достичь по итогам 2016 года рекордных показателей турпотока. Возвращение закрытых направлений может пошатнуть позиции Туниса, однако власти страны готовы серьезно бороться за российского туриста.

623 тысячи

туристов из РФ отдохнуло в стране в 2016 году, по данным Национального офиса по туризму

137%

рост турпотока по сравнению с 2014 годом

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ?

1 Лучшее время для посещения Туниса — это весна с середины апреля (16°C в Тунисе и 18°C на Джербе) и осень с сентября (25°C в Тунисе и 30°C на Джербе). Температура воды колеблется между 10 и 15°C зимой, а летом достигает 23°C.

2 В Тунисе находится восемь объектов, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Среди них руины Карфагена, амфитеатр в Эль-Джеме, медреса в Тунисе и Сусе, пунический город Керкуан.

3 На острове Джерба есть парк развлечений Djerba Explore Park. Он разделен на несколько тематических зон. Интересно побывать в музее народных традиций Lalla Hadjia, где собраны более трех тысяч экспонатов, рассказывающих об истории Туниса с древних времен. Семьям с детьми будет любопытно посетить крокодиловую ферму.



МЕЖИД КАХЛАУИ

Руководитель Национального офиса по туризму в России и странах СНГ

Минувший год был для нас рекордным, мы приняли более 620 тысяч гостей из России. В разы вырос турпоток на остров Джерба — с 10–15 тысяч до 300 тысяч. Российские туристы в основном останавливались в четырех- и пятизвездных отелях. Большой процент отдыхающих приобретал сеансы талассотерапии и покупал экскурсии. Российский рынок занимает первое место для Туниса среди европейских. С марта по середину июня мы финансово поддерживали российских туроператоров, которые поднимали чартерные рейсы, — это «Пегас Туристик», ANEX Tour, «Библио Глобус», Coral Travel, «Экспресс Тур». Также вместе с ними проводили мегатуры и реализовывали рекламные акции.

В этом году на продвижение Туниса выделен бюджет в 2 млн евро. Будем популяризировать пляжный отдых, экскурсионные программы, оздоровительные возможности Туниса. Мы готовы бороться за российского туриста и надеемся в 2017 году сохранить результат 2016 года, а по возможности — и улучшить его.



БЕН ФРЕДЖ КАИС

Руководитель туристической компании «Элита Трэвел»

Мы остались довольны результатами прошлого года, которые превысили показатели предыдущего на 50–60%. Он стал для Туниса, пожалуй, лучшим за всю историю российско-тунисского туризма, стране удалось использовать появившийся у нее шанс на увеличение турпотока из России. Зачастую туристы приезжали в Тунис только лишь потому, что отсутствовали такие популярные направления, как Турция и Египет. Но познакомившись со страной, увидев ее многогранность, оценив высокий уровень сервиса при адекватных ценах, многие из них вернутся сюда вновь и в летнем сезоне-2017. Я считаю, что у Туниса на российском рынке большие перспективы. В нашей компании наибольшим спросом у клиентов пользуются Сус и остров Джерба. Мы летаем в страну на крыльях национального перевозчика Tunisair. В этом году мы сделаем акцент не только на пляжном, но и экскурсионном отдыхе. Глобального роста не ждем, в наших планах — сохранить объемы успешного 2016 года.

Карибский антикризис

Доминиканская Республика активно отвоевывает свои позиции: в минувшем году турпоток из России вырос вдвое и постепенно приближается к докризисным показателям. Возвращение россиян на белоснежные пляжи Пунта-Каны обусловлено появлением на рынке больших объемов перевозки, позволившей заметно снизить стоимость турпакетов.



ГАЛИНА ЛЫСЕНКО

Директор Представительства
Министерства туризма
Доминиканской Республики в России,
Украине и странах СНГ

Доминиканская Республика зарекомендовала себя среди российских туристов как качественное круглогодичное направление. Спрос на отдых в стране также обусловлен прекрасной отельной базой и инфраструктурой Пунта-Каны и Пуэрто-Платы. Крупные российские туроператоры своевременно сформировали полетные программы, которые зафиксировали приемлемую стоимость пакета и стали локомотивом роста турпотока в 2016 году. В дополнение к пляжному отдыху мы продолжим продвигать романтические и свадебные путешествия, Санто-Доминго — культурный и исторический центр страны, а также Доминикану как MICE-направление. В 2016 году показатели турпотока из России стали приближаться к докризисным цифрам. Если в 2013–2014 годах Доминикана принимала 170–180 тысяч россиян в год, то за прошедший год более 132 тысяч россиян отдохнули на курортах республики. При сохранении объемов перевозки второй половины прошлого года и прочих равных обстоятельствах мы ожидаем рост турпотока на 20–30%.



ЛАДА ПОПЕЛО

Директор департамента туризма
компании «Карибский клуб»

Рост турпотока в Доминикану объясняется увеличением количества чартерных рейсов: их сегодня выполняют сразу три крупных игрока — «Пегас Туристик», «Анекс Тур» и «Библио Глобус». Жесткая конкуренция между консолидаторами привела к снижению стоимости туров и, соответственно, сделала их более востребованными. Однако «бюджетные» туристы крайне редко приобретают экскурсии и практически не тратят денег на месте. Чаще всего они выбирают недорогое размещение на курортах Хуан-Долио и Бока-Чика. Но самое популярное место пляжного отдыха в Доминикане — это Пунта-Кана, обладающая наиболее развитой гостиничной базой. Поклонникам серфа или виндсерфа мы предлагаем отправиться на север страны, в Пуэрто-Плату. Тем, кто хочет уединенного и спокойного отдыха, рекомендуем полуостров Самана. Популярностью пользуются отели Ла-Романы и Байябье. Прогнозы на 2017 год строить непросто. На направление есть спрос, и поток будет расти. Однако свои коррективы внесет экономическая ситуация.

132,2 тысячи

наших граждан отдохнуло в стране в 2016 году, по статистике Министерства туризма Доминиканской Республики, что почти вдвое (на 97%) больше, чем в 2015-м.

20–30 %

прогнозируемый рост турпотока в 2017 году

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ?

1 В Доминикане 21 пляж получил сертификат «Голубой флаг». По этому показателю республика опережает страны-«конкуренты» в Карибском бассейне.

2 Исторический центр Санто-Доминго в 1990 году был внесен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Символ города — «Маяк Колумба», где находится мавзолей с останками легендарного мореплавателя и музей.

3 Лучшее место для серфинга и виндсерфинга в Доминикане — пляж Кайтбич в Кабарете. Любителям дайвинга стоит рекомендовать погружения в Пуэрто-Плате и на полуострове Самана, а поклонникам сухопутных ярких ощущений — восхождение на пик Дуарте, самую высокую точку Карибского региона.



Правила приумножения

Для Израиля российский рынок — второй по числу путешественников. Ежегодно страну посещает около полумиллиона наших граждан, половина которых — «возвратные» туристы. В амбициозных планах туристических властей Израиля не только сохранить эти цифры, но и улучшить их. Добавить притягательности направлению призваны программы, предложенные Министерством туризма страны российскому турбизнесу.

ТЕКСТ
СВЕТЛАНА
КОНОВАЛОВА

266 тысяч

путешественников из России посетили Израиль в 2016 году, по данным Министерства туризма страны

БОНУС ВСЕМ

Одна из новых инициатив — «нетипичный» сити-брейк «Два города — один отпуск». Это возможность не только раздвинуть рамки поездки, но и в чем-то сэкономить. «Российские туристы любят посещать Тель-Авив и Иерусалим, но часто приезжают в эти города лишь на экскурсию или всего на одну ночь. Наша задача — сделать так, чтобы они гостили у нас дольше. Для достижения этой цели предложили туристическую программу «Два города — один отпуск». Забронировав как минимум по две ночевки в отелях Тель-Авива и Иерусалима, туристы получают бонусную карту, которая дает возможность бесплатно посетить шесть различных достопримечательностей в обоих городах. Кроме того, это еще и имидже-

светозвуковое шоу в музее «Башня Давида». Находясь в Тель-Авиве, туристы совершат гастрономическое путешествие по крупнейшему городскому рынку Сарона, посетят Музей современного искусства, а также побывают на экскурсии под названием «Сказки Яффо».

Программа уже дала неплохие результаты. Ведущий менеджер по направлению Израиль компании «Де Визу» Максим Щуплов отмечает: «В Израиле уже давно сложилась ситуация, когда туристы в основном выбирали



3



2



1

вая реклама: одновременно мы продвигаем тусовочный и пляжный Тель-Авив и культурно-исторический Иерусалим», — рассказывает директор Департамента Министерства туризма Израиля в РФ и СНГ Ксения Кобякова.

Воспользовавшись этой бонусной картой в Иерусалиме, путешественники могут посетить Музей Израиля, пройти с гидом по известному рынку Махане Иегуда, а также увидеть

проживание в Нетании, Тель-Авиве и на Мертвом море. Сейчас благодаря усилиям Министерства туризма Израиля активно продается Иерусалим. Из этого города удобно отправляться на экскурсии по всей стране. К тому же проживание в гостиницах израильской столицы позволяет полнее познакомиться с Иерусалимом, его святыми местами».

Различные бонусы и скидки предусмотрены и для классических сити-брейков по Иерусалиму и Тель-Авиву. Например, при бронировании программы CITYBREAK JERUSALEM на четыре и более ночей турист получает в подарок бесплатный ужин в одном из ресторанов столицы, возможность бесплатно посетить экскурсию по центру города и светомузыкальное шоу в Башне Давида, а также различные скидки в ресторанах и музеях.

ТОП-3

достопримечательностей
Эйлата

1 ДЕЛЬФИНИЙ РИФ

Морской заповедник, где обитает семейство дельфинов. Здесь можно поплавать с ними или погрузиться под воду с аквалангом.

2 ПОДВОДНАЯ ОБСЕРВАТОРИЯ

На территории комплекса разместились павильоны с редкими тропическими рыбами, черепахами, скатами, кораллами и другими морскими обитателями. В определенные часы проводится кормление акул и вскрытие жемчужных раковин.

3 НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК ТИМНА

Марсианские пейзажи, величественные природные «скульптуры», напоминающие сказочных животных и испанские грибы, самый древний в мире медный рудник. Все это находится в 30 км от курорта в пустыне Негев.

БЕЗ АЛЬТЕРНАТИВ

Особое внимание туристические власти Святой Земли уделяют продвижению на российском рынке курорта Эйлата, расположенного на побережье Красного моря. Российскому рынку была предложена программа лояльности — операторы, ставшие консолидаторами чартерных рейсов в аэропорт Овда, могли рассчитывать на компенсацию в размере 45 евро за каждого туриста, отдохнувшего на южном курорте Израиля. В итоге в зимнем сезоне 2015/2016 дополнительные «крылья» подняли компании «Пегас Туристик», Coral Travel, ANEX Tour и ICS Travel Group. «Программа лояльности дала хорошие результаты. За первые четыре месяца 2016 года в Эйлате отдохнуло больше российских туристов, чем за весь 2015-й. Ввиду успеха первого этапа поощрительной программы субсидирования рейсов из России в Эйлат, мы приняли решение о ее продлении», — говорит Ксения Кобякова.

В этом году состав консолидаторов рейсов в Овду несколько изменился. К ICS Travel Group и Coral Travel присоединились «Библио Глобус» и «Матрешка-Тур». Благодаря работе последнего отправиться на курорт теперь можно напрямую из Санкт-Петербурга.

Свою лепту в «раскрутку» Эйлата вносят отельеры курорта. Местная ассоциация гостиничного бизнеса второй сезон дополнительно выплачивает консолидаторам рейсов 15 евро за каждого туриста, выбравшего местом своего отдыха Эйлат. А в этом году компании — организаторы чартеров получили еще один бонус: они освобождены от уплаты аэропортовых сборов. «Льготы, которые мы даем российскому турбизнесу, позволяют формировать выгодные цены на отдых в Эйлате. По нашим данным, российские туристы сейчас могут приобрести четырехдневный тур на двоих за 40 тысяч рублей», — подчеркивает представитель министерства.

Такая политика туристических властей Израиля позволила привлечь на курорт новых туристов. С октября 2016 года по январь 2017-го в Эйлате отдохнули 15 тысяч россиян, что в два раза больше, чем за аналогичный период конца 2015 — начала 2016 года. По словам туроператоров, альтернатив Эйлату, находящемуся в четырех часах полета из центральной России, сейчас нет.

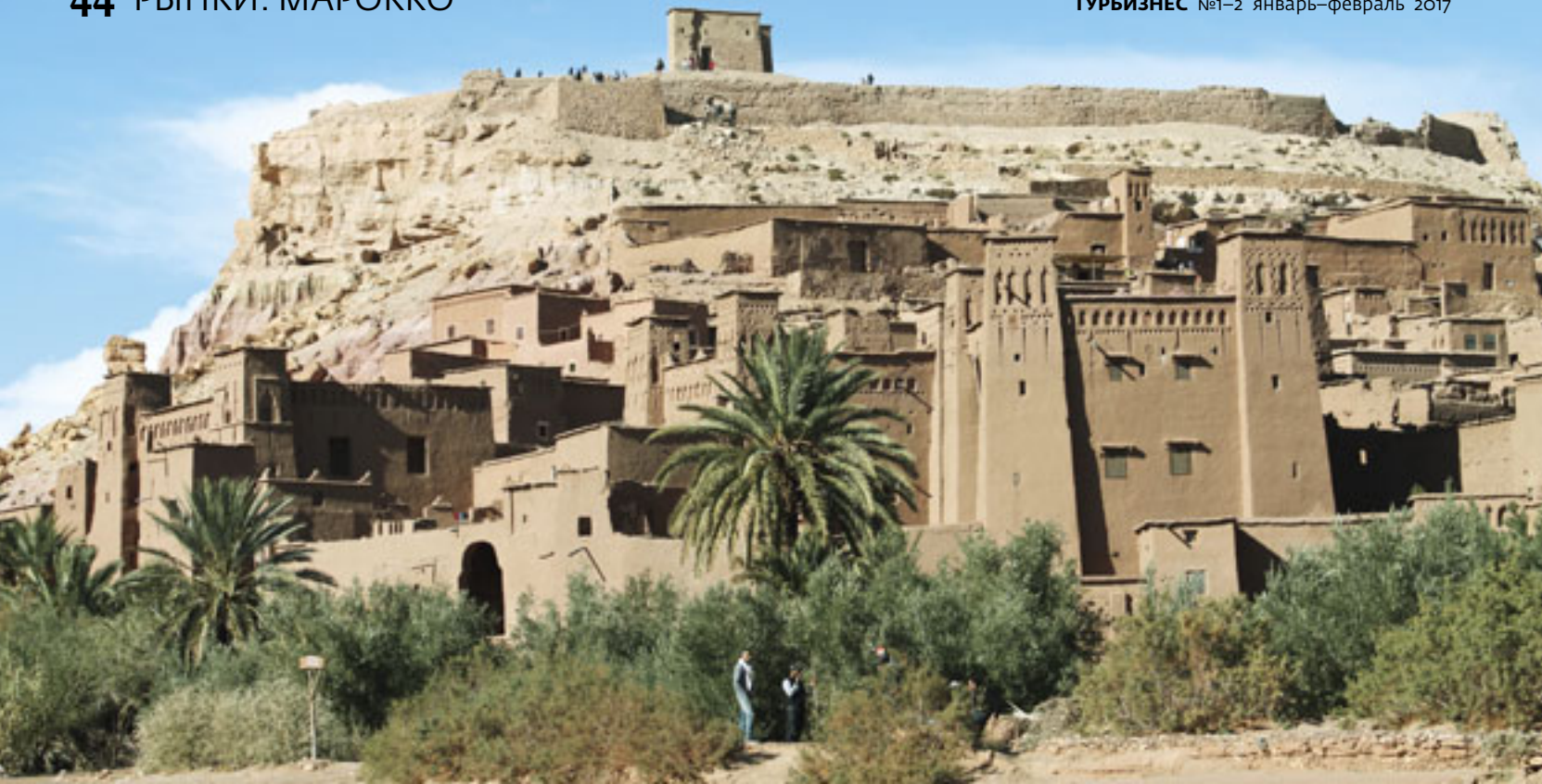
ДВИЖЕНИЕ ВПЕРЕД

Новые бонусные программы — не единственные методы «борьбы» за путешественника. Туристические власти страны не забывают об улучшении качества обслуживания и модернизации инфраструктуры. В 2016 году была благоустроена вся пляжная территория в Тель-Авиве, более чем на 30 километров протянулся променад. Идет работа по снижению стоимости размещения. В ближайшие пять лет гостиничный фонд страны пополнится 15 тысячами номеров, а за 10 лет увеличится на 27 тысяч мест.

Более 70 наших средств размещения прошли через международную систему классификации, подтвердив «звездность». Многие в ожидании классификации проводят реновацию, что в итоге также помогает улучшать сервис», — отмечает министр туризма Израиля Ярив Левин.

Однако израильские отельеры уже играют на опережение. «Ценовая политика израильских отелей, работающих с российским рынком, сильно изменилась. К примеру, туры в период израильских праздников Песах (Пасха) и Рош-ха-Шана (Новый год) стоили дорого, так как в это время гостиницы традиционно поднимали цены. Теперь же туристы могут приобрести турпакет на эти даты по более низкой цене, — комментирует Максим Щуплов. — Но при этом не стоит забывать, что найти отель в это время все равно будет сложно из-за стоп-сейлов». **ТБ**





**ТЕКСТ СОФЬЯ
КОНСТАНТИНОВА**

КРОКОПАРК

Единственный в Марокко парк крокодилов расположен в полчаса езды от центра Агадира. Здесь обитает 325 рептилий. 90% времени животные неподвижно греются на солнце, но трижды в день их кормят — и тогда они очень активны. В парке разбит ботанический сад, оборудованы детские площадки, а в пещере спрятан крокодиловый инкубатор.

ТАГАЗУТ

Курортный комплекс в 20 км от Агадира, который располагает гольф-полем с видом на Атлантический океан, гостиницами Hyatt и Sol House, академиями серфинга и гольфа. К 2019 году в Тагазуте откроется ряд отелей международных брендов (Hilton, Marriott, Fairmont), апартаменты, дворец конгрессов. Курорт станет притягательным местом отдыха в Марокко для VIP-туристов.

Всё могут короли

Год назад власти Марокко объявили о новом этапе развития туристических отношений с Россией. Сказано — сделано: за минувший период стране удалось переломить негативный тренд, и снижение турпотока, наблюдавшееся в течение последних двух лет, сменилось уверенным ростом.

Стратегия продвижения туристических возможностей Марокко в России, на которую были выделены \$2 млн, оказалась весьма эффективной. За 8 месяцев 2016 года королевство посетили более 30 тысяч россиян. Таким образом, задача минимум — вернуться к показателям 2015 года — была выполнена досрочно. В этом году Марокко ожидает 100 тысяч россиян, а в 2018-м — 200 тысяч.

КУРОРТНЫЙ РОМАН

Традиционной составляющей любой поездки остается Агадир — главный марокканский курорт, пляж которого отмечен «голубым флагом» и считается лучшим на всем атлантическом побережье страны. Здесь тепло и солнечно круглый год, есть прекрасные возможности для занятия серфингом, несколько

гольф-полей и теннисных кортов. Ежегодно Агадир посещают порядка 900 тысяч туристов. Доля россиян не превышает 4%, останавливаются они чаще всего в «четверках». По словам директора регионального совета по туризму в Агадире Хажуи Фуада, 20 отелей курорта расположены на первой линии, в частности те, что работают по системе all inclusive. Порядка 15 гостиниц оборудованы залами для проведения деловых мероприятий.

Современный Агадир представляет собой классический курорт с соответствующей инфраструктурой — ресторанами и ночными клубами. Любителям шопинга понравится на городском рынке, одном из самых больших в Марокко. Здесь продают одежду, глиняную посуду, финики, местные специи, берберские украшения, косметику на основе арганового масла.

Агадир разительно отличается от других марокканских городов: из-за сильного зем-

летрясения в 1960 году город был отстроен «с нуля» и практически не сохранил древних памятников. В Агадире нет старой Медины, до наших дней дошла только стена от крепости-касбы XVI века. Но в городе и его окрестностях появляются современные объекты показа. В 2015 году был открыт единственный в Марокко парк крокодилов, а через три года на курорте заработает развлекательный парк «Маленький Марракеш», где в миниатюре будут воспроизведены достопримечательности одноименного города. Но лучше увидеть их в оригинале.

«ВИТРИНА» МАРОККО

Марракеш, как и Фес, Мекнет и Рабат, когда-то был древней столицей Марокко, однако именно его чаще всего характеризуют как самый колоритный, самый «восточный» город королевства. Еще одно определение — «красный город» — возникло благодаря рыжеватому оттенку зданий и крепостных стен Медины. Кстати, и сегодня дома в Марракеше красят в красный — дань традиции и указ местных властей.

В Старом городе, гулять по улочкам которого можно весь день, находится всемирно известная площадь Джемаа-Эль-Фна. Стоит только переступить невидимую границу — и туриста буквально захватят впечатления. С одной стороны марокканцы играют на национальных инструментах, с другой — заклинатели змей приглашают понаблюдать за процессом, за плату, разумеется; в метре от них свои услуги предлагают татуировщицы хной, водоносы звенят колокольчиками в попытках привлечь к себе внимание, а местные гадалки обещают встречу с берберским принцем.

Не стоит сразу соглашаться на принца — лучше сначала познакомиться с историей и традицией коренного народа Марокко. Музей берберского искусства находится в Саду Мажорель — том самом, который основал французский художник Жак Мажо-



рель и где черпал вдохновение знаменитый Ив Сен-Лоран.

Символом Марракеша считается мечеть Кутубия. Вход в нее немусульманам запрещен — туристов пускают только в мечеть Хасана Второго, расположенную в Касабланке. Но вокруг Кутубии разбит прекрасный апельсиновый сад, куда доступ разрешен всем.

Среди достопримечательностей Марракеша особое место занимает роскошный дворец Бахия, построенный в мавританском стиле.

ДЛЯ «ТЕМАТИЧЕСКИХ» ТУРИСТОВ

«Гладиатор» с Расселом Кроу, «Мумия», «Александр», «Иисус из Назарета» — далеко не полный список фильмов, которые снимали в касбе Айт-бен-Хадду.

Она расположена на юге Марокко, в 30 км от города Уарзазат, на левом берегу одноименной реки, вдоль которой издавна пролегал караванный путь из Марракеша в Тимбукту.

Не менее интересно побывать в самом Уарзазате — городе, живущем за счет киноиндустрии. Atlas Studios — крупнейшая киностудия в мире, где снимали десятки голливудских фильмов и можно увидеть декорации, например, к «Маленькому

Будде» и «Царству небесному». Здесь же выстроен город Астапор из популярного сериала «Игра престолов». Есть в Уарзазате и музей кино, расположенный напротив средневековой крепости Таурирт.

В прошлом году вблизи города Уарзазат открылась крупнейшая в мире солнечная электростанция «Нур» (в переводе с арабского — свет). Ее площадь сопоставима с площадью Рабата,

столицы Марокко. Сегодня станция способна обеспечить электричеством 600 тысяч человек, впоследствии эта цифра возрастет до 2,3 млн человек — это порядка 9% населения страны. В планах — развитие на базе станции научного туризма. **ТБ**



САМИР СУССИ РИАХ

Директор Национального туристического офиса Марокко в России и СНГ

Наша новая маркетинговая кампания стартует на российском рынке с конца февраля. Мы будем продвигать все наши традиционные турпродукты и направления. Среди новых предложений — Уарзазат. Мы бы хотели, чтобы туроператоры активнее включали его в комбинированные туры. Наружная реклама, интернет, радио и пресса — все будет задействовано для популяризации отдыха в Марокко. Мы продолжим поддерживать туроператоров и реализовывать совместные рекламные кампании. Сегодня в Марокко трижды в неделю летает Royal Air Maroc, чартер в Агадир «поднимает» Coral Travel. Мы ведем переговоры с другими операторами, и я думаю, что появится еще как минимум одна, а как максимум — три компании, которые в 2017 году запустят чартеры в Марокко.

Путешествие в кино

Хороший фильм способен вдохновить на путешествие. По оценкам экспертов, не менее 50 миллионов туристов ежегодно выбирают для поездки направления, где проходили съемки понравившихся им фильмов. В России самым «кинематографичным» регионом по праву считается Крым. Здесь были сняты полсотни советских картин, а также самые рейтинговые фильмы «Года российского кино».



«ВИКИНГ»

Натурные сцены главного отечественного блокбастера снимались на Тайганском водохранилище в Белогорском районе, в Генуэзской крепости, в поселке Школьное Симферопольского района, в Бахчисарае и на мысе Фиолент. Позднее декорации фильма были использованы при строительстве первого в России и крупнейшего в Европе кинопарка, расположенного в долине красных пещер между Симферополем и Алуштой. Посетителей ждут исторические экскурсии, театрализованные бои, конные представления.



«ЭКИПАЖ»

Съемки российского фильма-катастрофы, экранного «преемника» советской киноленты, в основном проходили в Москве, но сцены землетрясения на вулканическом острове Канву снимали в Крыму. Кстати, острова Канву не существует. Это измененное название острова Канва, который находится в Желтом море неподалеку от Северной Кореи.



«ЛЕДОКОЛ»

Съемочной площадкой картины почти на четыре месяца стала палуба атомного ледокола «Ленин». Сегодня это городской музей и главная туристическая достопримечательность Мурманска. В Санкт-Петербурге для съемок был задействован ледокол «Ермак». Казалось бы, причем тут Крым? Оказывается, некоторые сцены, например крушение вертолета, снимали в Севастополе при 30-градусной жаре.



ПОЛУОСТРОВ ЛЕГЕНД

«Кинолегенды Крыма» — так называется новый туристический маршрут, сообщество разработанный Министерством курортов и туризма полуострова и местным турбизнесом. Его продолжительность — 10 часов. Маршрут включает посещение кинопарка «Викинг», мест съемок «Кавказской пленницы» в Алуште, видовой площадки в Гурзуфе, памятника создателю Ялтинской киностудии Александру Ханжонкову в Ялте, площадки для съемок «на природе» в Никитской расселине, Массандровского и Ливадийского парков, а также набережной Ялты.

УВИДЕТЬ ВСЕ!

Шестимесячное путешествие по местам съемок 13 знаменитых фильмов предлагает британский круизный оператор Bolsover Cruise Club. Тур стоимостью около 124 тысяч евро на человека стартует 8 июля 2017 года. Путешественники посетят места съемок фильмов «Крестный отец» в сицилийском городе Таормина, «Хороший, плохой, злой» в испанской провинции Альмерия, «Ангелы и демоны» в Риме, «Парк Юрского периода» на Гавайях, «Властелин колец» в Новой Зеландии, «Пляж» на тайском острове Пхукет. Завершится путешествие в конце декабря в Абу-Даби, где снимали сцены для фильма «Звездные войны: Пробуждение силы». Всего туристы побывают в 10 странах и преодолеют за время поездки более 72 тысяч километров на круизных лайнерах и самолетах.

«Хорошо там, где есть друзья»

Евгений Маргулис — один из ярчайших блюзовых гитаристов страны, певец, композитор, автор песен, телеведущий. Он играл в самых известных отечественных рок-группах — «Машина времени» и «Воскресение», а последние несколько лет реализует сольные проекты. В конце 2015 года Евгений отметил свое 60-летие и приступил к подготовке юбилейного тура по стране. Поговорить о путешествиях и туризме в жизни музыканта нам удалось в студии телеканала «Че» после записи очередного выпуска программы «Квартирник у Маргулиса».

Евгений, какие города вы планируете посетить с гастролями?

В первую очередь крупные города, в которых достаточно много публики, — Новосибирск, Красноярск, Питер, Екатеринбург. Сибирский маршрут, уральский, по средней полосе и так далее.

Как вы относитесь к тому, что туристические поездки по России становятся все более популярными?

С большим пониманием. Я и сам постоянно езжу по России, начиная с 1976 года. Есть регионы совершенно уникальные — такие как Байкал или Алтай. Есть масса городов, куда хочется возвращаться снова и снова. Хотя притягательными и дорогими их делает совсем другое. Хорошо там, где есть друзья, а без них даже самые красивые места будут казаться скучными и непонятными.

Насколько для вас важен комфорт в отелях, который у нас зачастую хромает?

Конечно, элементарные удобства должны быть. А вот по поводу того, что у нас комфорт хромает, а на Западе нет, я не соглашусь. Мне в Европе приходилось ночевать в таких отелях, которые даже с нашими студенческими общежитиями никакого сравнения не выдерживают. И ничего, ночевал там, и все было нормально. Дело в том, на что ты рассчитываешь. Есть туристы, которым непременно требуется семь звезд, джакузи, обслуга. А если мне просто нужно переночевать, то достаточно того, чтобы была чистая постель, душ, туалет.

Путешествие вашей мечты — каким оно могло бы быть? Куда бы вы поехали?

Это сложный вопрос, поскольку практически все места мира, которые я хотел увидеть, я уже посетил. Осталась разве что Мексика, вот туда слетал бы с удовольствием. Хотя в последнее время я стал избегать долгих путешествий. Раньше, когда были моложе, брали шапку, накидывали туда записки с названиями мест, вытаскивали и ехали. Как-то встречали Новый год на острове Пасхи. Здорово было! Собрались большой смешливой компанией из разных стран и потом по всем часовым поясам, откуда идет Новый год, его встречали. А сейчас мы уже все люди пожилые, поэтому приходится выбирать маршруты поближе. Была возможность поехать в Австралию, но я отказался.





Какой вид отдыха вам ближе: лежать на пляже или ходить по музеям?

Даже несколько часов на лежаке перед морем — для меня пытка. Больше всего мне нравится ездить по стране. Когда прилетаю в новое для меня место, обязательно арендую автомобиль, выбираю на карте самые интересные города и объезжаю их.

Какие места мира вам особенно дороги и памяты?

Знаете, за годы своих странствий я столько всего увидел, что что-то одно мне выделить сложно. Все места, где с интересом проводишь время, становятся любимыми, поскольку оставляют след в душе и памяти. Но обязательно это должны быть места с богатой историей: Китай, Япония, Европа, практически вся Англия. Часто езжу в Испанию. Причем она мне всем нравится — воздух хороший, морской климат. И там как-то... вольготно. Сами испанцы — очень теплые люди, я провожу там время с удовольствием, и это, пожалуй, единственная страна, где мне не хватает отдыха.

Вы любите Литву. Почему?

Если разобрать фамилию Маргулис на «запчасти», то обнаружится литовско-польско-белорусское происхождение с характерным национальным окрасом. А если еще и вспомнить, что мой дед из Вильно, то как же я могу относиться к Литве? Ответ однозначен. В Вильнюсе я бывал много раз, там необыкновенной красоты ратушная площадь. Знаю, я не оригинален: все туристы, приезжая в этот город, устремляются именно туда. Но в свое время мы здесь часто пересекались с коллегами — со Славой Ганелиным, с Володей Чекасиным (знаменитые джазовые авангардисты, вышедшие из России. — А.С.), а потом бродили по улочкам... Старый Вильнюс — настоящая Европа!

Мы недавно беседовали с Алексеем Кортневым, и он с удовольствием вспоминал, как во время своих поездок по Европе и США играл на улицах. А у вас есть подобный опыт?

Нет, я обычно не беру с собой гитару в путешествия. И только езжу по городам, рассматриваю достопримечательности и хожу на чужие концерты. Так я отдыхаю. При всей моей сегодняшней нелюбви к дальним путешествиям не так

давно я летал на джазовый фестиваль в Новый Орлеан, где только слушал музыку. Получил огромное удовольствие и совершенно не рвался на сцену. Попробовал там мясо крокодила — невкусно.

А какая национальная кухня вам больше нравится?

Всюду, куда приезжаю, ем только блюда местной кухни. Какую-то одну как любимую выделить не могу, с удовольствием ем все, что вкусно. Например, в Китае я ел шелкопрядов, головастиков и прочий ужас, который в России никогда бы и в рот не взял. А тут они очень симпатично поданы, хорошо приготовлены. Почему бы и не попробовать?

Как человеку творческому вам важно искать и находить источники вдохновения. Путешествия помогают в этом?

Естественно. Я всегда говорю, что музыка витает в воздухе. Вот зацепило какое-то оконце в английском графстве Кент, и ты тут же придумал песню. Увидел интересную девчонку на улице Мадрида, снова что-то в тебе щелкнуло, и еще одна песня готова.

Что больше вдохновляет: римские развалины, венские дворцы, природные виды?

Зацепить может что угодно, даже смешное изображение Моны Лизы на витрине магазина во Флоренции, нарисованное, и так здорово, что можно сойти с ума от восторга. В прошлом году мы с приятелем решили проехать на автомобиле из Испании в Италию, причем номера в гостиницах не бронировали заранее. Делали это, не выходя из машины. Там, где есть интернет, ты — хозяин положения. Иногда оказывались просто в удивительных отелях. Остановились ночью в деревенском, как нам показалось, доме, а утром обнаружили, что мы в заброшенном замке. А рядом озерцо, где жабы квакают так, что их песню хочется поставить рингтоном. Ну разве такое не вдохновляет?

Какие еще города в этой поездке вам запомнились?

Мы двигались по маршруту, который придумали сами. Например, заскочили в Марсель, чтобы попробовать знаменитый буйабес. Были и в небольших французских городках. В Италии ярким впечатлением стала Флоренция. Там мы поселились в самом центре, недалеко от галереи Уффици, обошли все музеи и город с превеликим удовольствием. Так же как по дворцам и музеям, я люблю ходить и по лавкам мастеровых, смотреть, как работают местные умельцы. Из поездок я часто привожу этнические струнные инструменты.

Коллекция, должно быть, большая...

Внушительная. Причем это реальные инструменты, на которых можно играть. Раньше я привозил всевозможных игрушечных лягушек, но когда, с помощью друзей, их количество перевалило за 600, я решил собирать что-то более крупное и необычное. **TE**

Беседовал Александр Славцкий

РЕКЛАМА

В ПОЛНОЧЬ ВСЁ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ!

RODGERS + HAMMERSTEIN'S

ЗОЛУШКА

МЮЗИКЛ



Дизайн: рекламная группа "АРДИ"

(495) **739 3737**
MUSICAL-CINDERELLA.RU



♦ **parter.ru** ♦

0+

TM МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА

МИХАИЛ ШВИДКОЙ ДАВИД СМЕЛЯНСКИЙ АЛЕКСАНДР НОВИКОВ
ПРЕДСТАВЛЯЮТ



ПРИНЦЕССА ЦИРКА

МЮЗИКЛ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

МУЗЫКА ИМРЕ КАЛЬМАН

ЛИБРЕТТО СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),
МАРИНА ШВИДКАЯ, АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

СЦЕНА И ДИАЛОГИ АЛЕКСЕЙ ИВАЩЕНКО

РЕЖИССЕРЫ-ПОСТАВЩИКИ
СЕБАСТЬЯН СОЛДЕВИЛЬЯ (ФРАНЦИЯ/КАНАДА),
МАРИНА ШВИДКАЯ

с 6 МАРТА ПО 30 АПРЕЛЯ

ПРИ УЧАСТИИ

THE 7 Fingers
(КАНАДА)



Генеральный партнер
ГАЗПРОМБАНК



НОВАТЭК

(495) 797 63 00 ■ WWW.МЮЗИКЛ.РФ 6+

МОСКОВСКИЙ ТЕАТР МЮЗИКЛА
АКТИВНО СОТРУДНИЧАЕТ
С ТУРИСТИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ,
КОТОРЫМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ **ОСОБЫЕ
УСЛОВИЯ** ПОКУПКИ БИЛЕТОВ:

- специальные цены и скидки;
- приоритетное бронирование мест;
- пригласительные билеты для сопровождающих групп от 20 человек;
- возможность организации экскурсий за кулисы театра;
- бесплатные рекламные материалы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТЕАТРА
МЮЗИКЛА ПОЗВОЛЯЮТ ПРОВЕСТИ
**КОРПОРАТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ
ЛЮБОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ
или ЦЕЛЕВОЙ СПЕКТАКЛЬ ДЛЯ
ВАШЕЙ КОМПАНИИ.**

В вашем распоряжении:

- современный зрительный зал на 1200 мест;
- вместительная парковка на 200 машиномест;
- просторные фойе и гардеробы;
- современное техническое оснащение;
- транспортная доступность (7 минут пешком от м. Багратионовская, выезд на ТТК и Кутузовский проспект);
- бесплатные маршрутные такси до 7 станций метро после спектакля;
- три отдельных банкетных зоны на 60, 250, 450 человек, общая фуршетная зона на 1200 человек, составление индивидуального меню.

Подробности по телефону:

8 495 797 63 00, доб. 121

Любовь Фомина