

Ж У Р Н А Л Д Л Я П Р О Ф Е С С И О Н А Л О В

Турбизнес

на Северо-Западе

WWW.TOURBUSSPB.RU

№ 11 НОЯБРЬ 2014



*Мы с тобой уедем в горы
К перевалам голубым
И к вершинам тем, с которых
Все несчастья - просто дым...
Юрий Визбор*



MALTA 
MADE FOR MEETINGS
since 3600 BC



МАЛЬТА - задумана для встреч

- > Более 5000 лет КУЛЬТУРЫ КОММУНИКАЦИЙ и встреч
- > Современные КОНГРЕССНЫЕ ЦЕНТРЫ – вплоть до 10 000 делегатов
- > Разнообразие ПЛОЩАДОК под мероприятия
- > 3 500 мест в ОТЕЛЯХ категории 5 звезд
- > Тематические ИНСЕНТИВ программы
- > Инновационные агентства по наземному обслуживанию (DMC) – гарантия качества

www.meet-malta.com mice@malta.ru



MICE в Петербурге: учимся подавать и продавать

7-9



Страхование: как оздоровить рынок?

16-18



Горные лыжи: от высоких вершин к оптимальным ценам

24-30

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе»

Учредитель и издатель ООО «Турбизнес на Северо-Западе»
 Главный редактор Ирина Смирнова
 Заместитель главного редактора Екатерина Губанова
 PR-связи Елена Муковозова
 Дизайн и верстка Белана Лайбинен

Адрес издателя и редакции: 191023 СПб, ул. Садовая, д. 28-30, корпус 1, офис 31Б,
 тел./факс: +7 (812) 335-0883, тел.: +7 (901) 310-4096, 310-3245,
 e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbusspb.ru

На обложке журнала использована работа художника О. Милославской
 Отпечатано в типографии «Цветпринт»: СПб, Роменская ул., д. 10.
 Тир. 3000 экз. Дата выхода 20.11.2014.
 Распространяется бесплатно среди предприятий туристической индустрии.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

Назначение	2
АТОР обратилась к прокурорам	2
Еврокомиссия – за права россиян	2
Инициативы «Турпомощи»	2
Минкультуры предлагает единый договор	2
К турагентам прислушались	2
Создан Координационный совет по детскому туризму	2
АНОР – 15 лет!	3
Workshop «Турбизнес»: от Мурманска до Иркутска	3

НОВОСТИ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ

Brussels Airlines прилетит в Петербург	4
Соглашение с Минкультуры	4
Турбизнес Питера хочет дружить с Китаем	4
«Музейный Олимп»	4
«Манифеста» стала самой посещаемой	4
Петербург и Вена укрепляют сотрудничество	6
Петербург привлечет гастрономией	6

MICE

Деловой туризм в Петербурге выходит на новый уровень	7
Конференц-центры Мальты	9

ГОСТИНИЦЫ

Верить в лучшее	10
Гостиничный рынок Питера «тормозит»	10
Гостиница «Эрмитаж» – в Белой книге	10

ОБСУЖДАЕМ ЗАКОН

Что поддержал и что отверг турбизнес	12
--	----

РЕГИОН

Ленобласть займется краеведением	13
Калининградская область – на карте круизов	13
В Архангельской области появятся новые маршруты	13
Вологда ставит рекорды	13
Псковские операторы не могут застраховаться	13
Плавучие дома в порту Йоханнес	13

ПОДВОДИМ ИТОГИ

Туризм по осени считают	14
-------------------------------	----

СТРАХОВАНИЕ

Страховка от банкротства, или посторонним пора на выход	16
---	----

ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ

Россиян пригласили в Италию	19
Новое – значит итальянское	19
Медицинский туризм в отсутствие партнеров	20
Ишгл: «Отдохни. Если сможешь...»	20
Петербуржцам в Эстонии всегда рады	21
Российский туризм на WTM	21
Япония предлагает поддержку	22
Путешествие начинается с Лаппеенранты	22
Макао: сплетение культур и традиций	22

ЭТО ИНТЕРЕСНО

Tax Free фиксирует снижение	23
Кто как отдыхает?	23
Италия – вновь лучшая	23
Европа – без российских туристов?	23
Россияне – самые честные	23
Когда покупать авиабилет?	23
Загранпаспорт подорожает	23

ГОРНЫЕ ЛЫЖИ

Швейцария празднует 150-летие зимнего туризма	24
Рейтинг горнолыжных курортов по стоимости	26
Топ-10 лучших горнолыжных курортов	26
Зима проверит на «прочность» и туристов, и операторов	27

ТУРОПЕРАТОРЫ

«Пегас» презентовал Карибы	31
Онлайн – от Good Time	31
Валь д'Аоста – от «Арт-Тревел»	31
«Премьера Тур» укрепляет позиции	31
Египет обещает стать хитом сезона	31
PAC GROUP усилил итальянский акцент	32

Журнал зарегистрирован Северо-Западным региональным управлением Госкомпечати РФ. Свидетельство о регистрации ПИ № 2-6518. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. Все рекламируемые товары и услуги имеют соответствующие лицензии и сертификаты. При использовании материалов ссылка на журнал «Турбизнес на Северо-Западе» обязательна.

Журнал «Турбизнес»

Москва, Суворовская пл., д. 2, строение 3
 Тел./факс: (495) 723-72-72; tb@tourbus.ru
 Реклама: reclama@tourbus.ru, www.tourbus.ru
 Подписной индекс по каталогу «Почта России» 26098



Назначение

Г-н Луис Бовес Мартин назначен Советником по туризму Посольства Испании в Москве и директором Отдела туризма Посольства Испании в Москве.



Профессионалы российской туристической индустрии знают его хорошо – с 2004 по 2010 г. он уже работал в Москве в том же качестве.

Г-н Мартин вернулся в Россию в непростое время, но пре-

исполнен оптимизма. В предыдущие годы была заложена хорошая база в продвижении Испании на российском туррынке, а 2013-й стал особенно удачным: более 1,5 млн россиян посетили Испанию.

«Испания ждет российско-го туриста и всегда ему рада, несмотря на непростые взаимоотношения между Россией и Евросоюзом, повышение курса евро, ухудшение покупательной способности россиян, репутационные потери российского туррынка. Каких-то особых подходов, уникального опыта и умения выходить из кризисных ситуаций за собой не знаю. Сейчас ситуация у вас – абсолютно иная, чем та, что была в предыдущие годы моей работы в Москве. Но я очень люблю Россию и россиян. И буду много работать для того, чтобы Россия и россияне еще больше полюбили Испанию и испанцев», – сказал г-н Мартин.

/TOURBUS.RU

Инициативы «Турпомощи»

Ассоциация «Турпомощь» планирует запустить до конца года антидемпинговый проект «Турбарометр» и публиковать на своем сайте список отелей, которые недобросовестно ведут себя по отношению к российским туристам.

Цель проекта «Турбарометр» – представить потребителю реальные цены на туристический продукт: они будут получены на основе данных о наиболее популярных туристических направлениях и анализа цен на турпродукт от лучших региональных компаний.

Кроме того, «Турпомощь» планирует представить на своем сайте список отелей, которые недобросовестно ведут себя по отношению к россиянам. Алгоритм действий таков: получив обращение от туристов, ассоциация отправляет по данному факту запрос в отель и затем публикует на сайте жалобу и ответ на нее. На основании этих данных путешественник может сделать вывод, стоит ли ему пользоваться услугами конкретного отеля.

Интерфакс-Туризм

Минкультуры предлагает единый договор

Министерство культуры предлагает принять единую форму договора о реализации туристского продукта. Примерный вариант договора уже разработан и представлен отрасли.

Соответствующие поправки внесены в пункт 2 Правил оказания услуг по реализации туристского продукта. В новом абзаце Правил указывается: «Примерная форма договора о реализации туристского продукта утверждается Министерством культуры Российской Федерации».

В пояснительной записке к постановлению говорится, что оно обусловлено определенной спецификой обязанностей туроператора, агента и туриста, и делается вывод о том, что «принятие единой формы договора о реализации туристского продукта будет способствовать более эффективной защите прав туристов как потребителей услуг».

www.atorus.ru

К турагентам прислушались

23 октября представители Альянса туристических агентств (АТА) приняли участие в обсуждении проблем выездного туризма, которое провел депутат Госдумы, глава Экспертного совета по туризму Михаил Емельянов.

Был рассмотрен широкий круг вопросов, связанных с совершенствованием механизмов страхования и финансовых гарантий в туристической деятельности, однако в целом представители страхового бизнеса и туркомпаний согласия не достигли.

Вместе с тем представители АТА с удовлетворением отметили, что мнение турагентского сообщества в новой редакции законопроекта Минкультуры РФ учтено в полной мере в части нецелесообразности введения финответственности турагентств, создания единого реестра и требований к деловой репутации.

/TOURBUS.RU

Кроме того, внимание участников заседания было привлечено к вопросу о необходимости создания пула страховщиков для обеспечения полного объема покрытия по претензиям туристов.

В качестве альтернативного инструмента для осуществления контроля за деятельностью туркомпаний предложено использовать механизмы саморегулирования как для туроператоров, работающих в сфере выездного, внутреннего и въездного туризма, так и для турагентств и предприятий гостиничного комплекса.

Создан Координационный совет по детскому туризму

Премьер-министр Дмитрий Медведев подписал постановление Правительства РФ «О Координационном совете по развитию детского туризма».

Координационный совет создан для обеспечения согласованных действий федеральных и региональных органов исполнительной власти, общественных, научных и других организаций, направленных на развитие детского туризма, а также для совершенствования нормативного правового регулирования в этой сфере. Все проекты нормативных актов, касающихся детского отдыха, должны будут получать экспертную оценку членов совета. Кроме того, в функции совета входят определение приоритетных направлений деятельности по развитию детского туризма, подготовка предложений по разработке федеральных целевых программ и мероприятий.

RATA-news

АНТОР – 15 лет!

28 октября Ассоциация национальных туристических офисов в России (АНТОР) отметила юбилей – 15 лет со дня основания.



АНТОР – уникальная организация, объединяющая конкурентов, которые сумели и через 15 лет сохранить дух партнерства и взаимовыручки. Создавалась ассоциация для защиты корпоративных интересов зарубежных туристических представительств на российском рынке. Но на практике АНТОР довольно скоро стала заметным участником туристического сообщества России и внесла свой вклад в развитие рынка.

Именно по рекомендации АНТОР московская выставка MITF была переориентирована на конечного потребителя. Уже 10 лет АНТОР проводит в Москве MICE-workshop, который стал одним из первых мероприятий по деловому и корпоративному туризму. Именно АНТОР впервые на российском рынке подняла тему туризма для людей с ограниченными возможностями и провела ряд успешных мероприятий, в том числе и в рамках «Интурмаркета». Ассоциация одной из первых в России обратила внимание туристического сообщества на лечебный и медицинский туризм.

В своей деятельности АНТОР руководствуется принципом, который можно сформулировать как «продвижение через обучение». В рамках концепции «Академия АНТОР» члены ассоциации на примере своих стран делятся знаниями и опытом работы по определенным направлениям в туризме. Семинары академии проводились во многих городах России, а также в Литве, Польше, Беларуси и Дубае.

По инф. Совета АНТОР

Workshop «Турбизнес»: от Мурманска до Иркутска

С 8 сентября по 29 октября в российских регионах и ближнем зарубежье прошла осенняя серия workshop «Турбизнес». Генеральным партнером workshop выступил туроператор Anex Tour, а официальной страной-партнером – Финляндия.

В этом сезоне рабочие встречи состоялись в 27 городах: Сочи, Анапе, Воронеже, Саратове, Пятигорске, Ставрополе, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Волгограде, Перми, Уфе, Самаре, Казани, Нижнем Новгороде, Магнитогорске, Челябинске, Тюмени, Сургуте, Омске, Новосибирске, Красноярске, Иркутске, Мурманске, Архангельске, Минске, Астане и Алма-Ате. Впервые мероприятия прошли в Сочи, Анапе и Иркутске.

Об успехе осенней серии workshop говорит как заметное расширение географии проведения рабочих встреч, так и увеличение числа компаний-участников: в этом году ими стали более 130 туроператоров, национальных офисов по туризму, страховых компаний, гостиниц и санаториев, в их числе – «Веди Тур Групп», Sunmar Tour, Слетать.ру,



«Туртранс Вояж», «Виа Марис», St. Peter Line, ENIT, Visit Finland, «Арт-Тур», Coral Travel, «Музенидс Трэвел», «Дельфин», Pegas Touristik, Hotel Jardin Tropical.

Весенняя серия workshop «Турбизнес» обещает быть еще более масштабной: рабочие встречи запланированы в марте – апреле в 30 городах России и СНГ. Традиционно workshop пройдут в Поволжье, Сибири, на Урале, Северо-Западе и Юге России. Среди новых направлений – Великий Новгород, Пенза, Набережные Челны, Курган, Барнаул, Кемерово и Ереван.

/TOURBUS.RU

L'ERMITAGE HOTEL *****

L'Ermitage – стиль и комфорт

10 лет

www.hotellermitage.ru

ПРИГЛАШАЕМ ОТМЕТИТЬ ПРОВОДЫ СТАРОГО ГОДА И ВСТРЕЧУ НОВОГО ГОДА в Гостинице L'Ermitage в Таллине!

- 2-суточный пакет для двоих с завтраком – от 350 евро (ужин-buffet 31.12.2014 ВКЛЮЧЕН в стоимость).
- 3-суточный пакет для двоих с завтраком – от 426 евро (ужин-buffet 31.12.2014 ВКЛЮЧЕН в стоимость).

Ужин-buffet в элегантном ресторане L'Ermitage – живая музыка, богатый стол, викторины, игры и призы.

Ужин-buffet в веселом и уютном ресторане Cafe Katze – праздничный вечер специально для семей с детьми с подарками от Деда Мороза!

Дети до 12 лет бесплатно.
Фейерверк в парке напротив отеля.

L'Ermitage – это стильный и по-домашнему уютный отель 4* для ценителей современной архитектуры и дизайна, удобно расположенный в центре Таллина: из его окон открывается вид на замок Тоомпеа и собор Александра Невского, а до аэропорта, железнодорожного вокзала и морского порта можно добраться за несколько минут. В отеле – 122 номера разного уровня комфортности, ресторан a la carte, кафе Katze, конференц-зал на 80 человек, сауна, отапливаемый гараж, бесплатный Wi-Fi.

Телефон: +372 6996 400, факс: +372 6996 401
E-mail: reservations@lermitagehotel.ee
skype: lermitage.reservations

Hotel L'Ermitage OÜ
Toompuiestee 19, 10137 Tallinn, ESTONIA, Reg nr: 10574156, KMKR/VAT nr: EE100563793

АТОР обратилась к прокурорам

В связи с арестами руководителей приостановивших деятельность туркомпаний Ассоциация туроператоров России направила письма генпрокурору Юрию Чайке, а также прокурорам Москвы и Петербурга, в которых разъясняются механизмы работы туроператорского бизнеса на массовых направлениях.

«В связи с чередой банкротств в СМИ все чаще звучат слова о том, что туркомпания являются «пирамидами», что, безусловно, неверно», – подчеркивается в письме. Между тем туристический бизнес, как никакой другой, подвержен внешним воздействиям. «Малейшие колебания курса валют, политическое напряжение в стране предполагаемого отдыха, стихийные бедствия, вирусные заболевания и пр. – все это оказывает мгновенное влияние на спрос со стороны российских туристов, а также вызывает массовые отказы туристов от поездок. Даже самое грамотное планирование объемов продаж на сезон может привести к потерям, если вмешаются внешние обстоятельства», – отмечает ассоциация.

АТОР неоднократно предлагала концепцию изменений в отраслевой закон, однако эти предложения всегда откладывались «на потом». «Наши предложения о создании пула страховщиков, регулировании агентского рынка и распределении ответственности между всеми участниками процесса формирования и продажи туров не были приняты, а именно они защитили бы потребителей в прошедшем туристическом сезоне», – подчеркивается в обращении.

www.atorus.ru

Еврокомиссия – за права россиян

Еврокомиссия обязала Чехию, Словакию, Польшу и Эстонию обеспечить для россиян возможность оспорить в суде отказ в оформлении визы или ее аннулирование.

Комиссия считает, что гражданин третьего государства на основании визового кодекса имеет право на справедливое рассмотрение визового заявления, а это право должно быть защищено судебной апелляционной процедурой.

Сейчас, по мнению еврокомиссаров, в этих странах предусмотрено только обращение к внесудебным административным органам. Основанием для новых требований стали положения Европейского визового кодекса и ряда других нормативных актов ЕС.

На то, чтобы исполнить требования Еврокомиссии, государствам отводится два месяца. В противном случае Еврокомиссия сама подаст в суд.

Интерфакс-Туризм

Brussels Airlines прилетит в Петербург

30 марта 2015 г. география маршрутов аэропорта «Пулково» пополнится новым европейским направлением. Brussels Airlines, национальный перевозчик Бельгии, член Star Alliance, открывает прямое авиасообщение между Петербургом и Брюсселем.

Рейсы будут выполняться три раза в неделю по понедельникам, средам и пятницам на комфортабельных воздушных лайнерах Airbus A319. Время в пути составит 3 часа.

Перелеты из Петербурга по данному маршруту не осуществлялись с 2007 г. Определяющим фактором для принятия решения Brussels Airlines о начале полетов стало ежегодное увеличение



спроса на авиаперевозки между Петербургом и столицей Бельгии.
По инф. ООО «ВССС»

Соглашение с Минкультуры

20 октября было подписано Соглашение о сотрудничестве между Министерством культуры РФ и правительствами Петербурга и Ленинградской области по вопросам сохранения, управления и популяризации объекта всемирного наследия «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников».



В составе объекта «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников» – 36 компонентов и 86 элементов, расположенных на общей площади свыше 23 тыс. гектаров. Помимо исторического центра охраняемый объект включает дворцово-парковые ансамбли бывших императорских резиденций, таких, как Петергоф, Царское Село,

усадьбы, ландшафтные элементы, исторические дороги Петербурга и Ленинградской области, фортификационные сооружения Кронштадта.

В соответствии с планом действий, предложенным Минкультуры, проект плана управления объектом всемирного наследия должен быть разработан до 1 февраля 2015 г. В следующем году в честь 25-летия представительства России в Списке всемирного наследия КГИОП предложил провести мероприятия по популяризации объекта на региональном уровне. Также планируется участие города в выставочном проекте, который Минкультуры организует в 2015 г. в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже.

<http://gov.spb.ru>

Турбизнес Питера хочет дружить с Китаем

В этом сезоне въездной турпоток в Северную столицу претерпел очевидные изменения, и в связи с ними роль туристов из Китая стала еще более ощутимой. По официальной информации, уже в 2013 г. каждый десятый турист из-за рубежа в Петербурге был китайцем...

Да и в целом по России количество китайских туристов растет с большой динамикой: в 2013-м, по данным Росстата, они заняли 17% от общего въездного потока, сразу на 9% увеличив показатель (по сравнению с 2012-м). А в первом полугодии 2014 г. турпоток из Поднебесной впервые, пусть и ненамного, превалировал над традиционно занимавшей первое место Германией.

Как заявила председатель Комитета по развитию туризма Петербурга Инна Шалыто, в настоящее время совместно с Минкультуры и РЖД активно прорабатывается возможность организации для туристов из Китая специальных «красных маршрутов», проходящих по ленинским местам. «В такой маршрут обязательно будут включены



Москва, Петербург и Ульяновск, а также, возможно, и другие города, которые непосредственным образом связаны с именем Ленина», – подчеркнула она.

Явно нацеливаются на прием гостей из Поднебесной и в объектах размещения Петербурга: многие из гостиниц, прежде ориентированных на прием туристов с Запада, в настоящее время заявляют о намерении вступить в программу China Friendly, по-

«Музейный Олимп»

24 октября в Музее политической истории России прошла торжественная церемония награждения лауреатов конкурса «Музейный Олимп». В этом году на конкурс было подано 62 заявки от 29 музеев, федеральных, городских и областных. Для участия в финальном состязании жюри отобрало 16 заявок от 12 музеев.

Обладателями престижной награды стали: в номинации «Музей года» – Государственный музей-памятник «Исаакиевский собор»; в номинации «Выставка года» – «Стиль на сцене. Искусство элегантности» в Санкт-Петербургском государственном музее театрального и музыкального искусства; в номинации «Экспозиция года» – Государственный музей-заповедник «Царское Село» за создание музея «Россия в Великой войне» в здании Государевой Ратной палаты; в номинации «Музейная книга» – «Военно-исторический музей артиллерии, инженерных войск и войск связи» Министерства обороны РФ с книгой Т. Н. Ильиной «Герои Великой войны 1914–1918»; в номинации «Музей – детям» – Государственный музей-заповедник «Гатчина» с экскурсионной программой для слепых и слабовидящих детей «Ощущение дворца»; в номинации «Престиж Петербурга» – Европейская биеннале современного искусства «Манифеста 10» в Государственном Эрмитаже.
www.spbculture.ru

«Манифеста» стала самой посещаемой

Десятая биеннале современного искусства «Манифеста» оказалась самой посещаемой за 20-летнюю историю ее проведения. В этом году «Манифеста» впервые проходила в России, а главной выставочной площадкой стал Государственный Эрмитаж.

По подсчетам организаторов, за период проведения «Манифесты» с 28 июня по 2 ноября основную выставочную площадку – Восточное крыло Главного штаба посетили 89 935 человек. В их числе 1428 представителей иностранной и российской прессы, 1078 иностранных и россий-



ских профессионалов, а также 6535 школьников в составе групповых экскурсий. Более 5 тыс. человек осмотрели экспозицию «Манифесты» бесплатно – в последние два дня (1 и 2 ноября) всем желающим была предоставлена возможность свободного посещения Главного штаба.

Зимний дворец, где была представлена треть экспозиции (15 проектов), за время проведения выставки посетили более 1,3 млн человек. Определить точное количество людей, которые посмотрели объекты «Манифесты», не представляется возможным, но, по оценке организаторов, это не менее 600 тыс. человек.

По инф. СМИ

зволяющую ее участникам стать предпочтительными для жителей КНР. Как известно, участие в ней позволяет отелям пройти аттестацию на соответствие требованиям китайских туристов и тем самым повысить привлекательность для них.

Требования довольно жесткие, поскольку они предусматривают не только дублирование информации на китайском языке (в том числе наличие версии сайта на нем) и введение в штат сотрудников со знанием языка, возможность расплатиться по китайской платежной системе China Union Pay и прием китайских телеканалов, но и массу мелких, но весьма желательных требований. Таких, например, как наличие розетки с китайским стандартом разъема и целый перечень блюд китайской

Сергей Владимиров

ТУРОПЕРАТОР
Балкан
www.balkan.ru

БОЛГАРИЯ
БАНСКО БОРОВЕЦ ПАМПОРОВО

СЛОВЕНИЯ
РОГАШКА СЛАТИНА ТЕРМЕ ОЛИМИЯ ЧАТЕЖ
КРАНЬСКА ГОРА МАРИБОР БЛЕД

ИТАЛИЯ
ДОЛОМИТОВЫЕ АЛЬПЫ
ЛОМБАРДИЯ ПЬЕМОНТ АОСТА
РИМ ФЛОРЕНЦИЯ
ВЕНЕЦИЯ МИЛАН

ПОЛЬША
ВАРШАВА КРАКОВ ЗАКОПАНЕ

РУМЫНИЯ
БУХАРЕСТ ПОЯНА БРАШОВ
ЭФРИЕ НОРД

ФИНЛЯНДИЯ
КОУВОЛА ХАМИНА
ХЕЛЬСИНКИ ИМАТРА

ВЬЕТНАМ
НЯЧАНГ ФАНТЬЕТ
О. ФУКУОК ДАНАНГ
ХРАМЫ АНГОРА СИАНУКВИЛЬ

Call-центр
(812) 308-04-04
(812) 248-04-04
с 9:00 до 21:00
без выходных

м. Владимирская/Достоевская
ул. Большая Московская, дом 7

АВИАБИЛЕТЫ
БУРГАС СОФИЯ ПЛОВДИВ

40% СКИДКА
ДО % ОТ ОТЕЛЕЙ



Петербург и Вена укрепляют сотрудничество

В октябре в Вене в рамках Российско-Австрийского культурно-туристского форума состоялось подписание соглашения о сотрудничестве между некоммерческим партнерством «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» и секцией туризма Палаты экономики Вены.

О развитии культурных и туристских отношений Петербурга и Вены участникам форума рассказала генеральный директор СПб ГКУ «ГТИБ» Нана Гвичия. «Современные двухсторонние отношения между Петербургом и Веной носят позитивный характер. Особенно активно они развиваются в культурной сфере», – подчеркнула она. Яркий пример – гастроли оркестра Мариинского театра под управлением Валерия Гергиева.

По данным УФМС, в 2013 г. с туристической и деловой целью Петербург посетили около 9000 гостей из Австрии, а за первое полугодие 2014-го – более 4000 австрийцев.

По инф. СПб ГКУ «ГТИБ»



Петербург привлечет гастрономией

Петербург, где насчитывается 6800 ресторанов и кафе, достоин стать столицей гастрономического туризма.

По итогам маркетингового исследования, заказанного правительством Петербурга, должно быть сформировано не менее пяти гастрономических маршрутов для туристов с разным уровнем доходов: экономтуры, туры средней и высокой ценовой категории. На эти цели выделяется 1 млн руб.

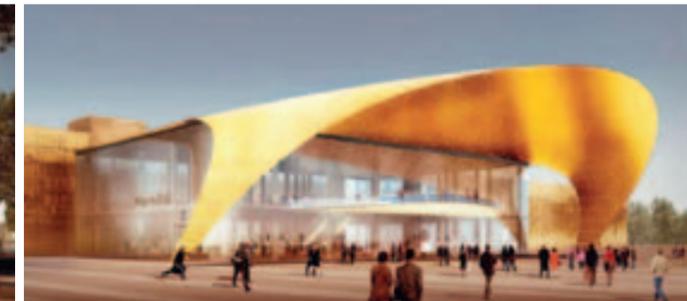
К примеру, Городское туристско-информационное бюро рассматривает возможность создания гастрономического тура на основе следующих составляющих: «Императорская помпезность – Национальный русский дух – Изыски богемы» и с посещением таких заведений, как главный ресторан отеля «Эрмитаж» – «Екатерина Великая», ресторан «Подворье», Русская деревня «Шуваловка», кафе «Бродячая собака», ресторан отеля «Старая Вена», «Литературное кафе», «Господин Литератор», арт-салон «Невский 24».

Весной в Петербурге планируется проведение большого гастрономического фестиваля, который впоследствии станет ежегодным туристским событием международного уровня.

По инф. СПб ГКУ «ГТИБ»

Деловой туризм в Петербурге выходит на новый уровень

В октябре 2014 г. в Северной столице произошли сразу два события, которые могут существенно усилить ее роль на международном рынке в качестве деловой туристической дестинации. Ими стали открытие в районе аэропорта КВЦ «Экспофорум» и начало деятельности Конгрессно-выставочного бюро, которое как раз и должно способствовать привлечению в Петербург MICE-туристов.



Курс на приоритетное развитие в этом направлении был задан давно, однако только в начале этого года на одном из профильных мероприятий представители туристических властей города ясно дали понять – задачу к 2020 г. войти в десятку лучших конгрессных дестинаций в Европе и в двадцатку лучших в мире никто не отменял. И тот факт, что «работать в этом направлении надо очень активно», как считает руководитель Комитета по развитию туризма Петербурга Инна Шальто, не подлежит сомнению: пока Северная столица не то что в двадцатку – даже в первые топ-50 не входит...

На вторых ролях

Главный барометр конгрессной активности стран и городов, рейтинг ICCA, однозначно показывает: в настоящее время Питер тягаться с его лидерами не может.

В цифрах это выглядит так: в рейтинге 2011 г. город на Неве был ниже Москвы (на 4 места), но уже в 2012-м оказался выше ее (в мире – на 10 строчек, в Европе – на 5), да к тому же за год поднялся сразу на 15 пунктов.

Однако радость оказалась недолгой: по итогам 2013 г. в рейтинге ICCA Петербург как конгрессная дестинация в мировом раскладе занял всего лишь 81-е место, да и в Европе он оказался только 44-м. Самое главное даже не в этом, а в количестве проводимых мероприятий: те, кто входят в заветную двадцатку ICCA, «зачетных» (по ее критериям) мероприятий уже сейчас проводят в 3–4 раза больше – до 200 в год. Причем даже такие не блещущие богатым культурно-историческим наследием города, как Хельсинки и Лиссабон, легко обходят Питер с его 32 событиями в год. А в городах-лидерах – Вене, Париже и Берлине – ежегодно проходит от 170 до 200 мероприятий ICCA. Стоит заметить, что критерии ICCA очень жесткие: в Вене, к примеру, по статистике ее Совета по туризму, в 2013-м состоялось около 3,4 тыс. значимых деловых мероприятий, однако в зачет ICCA из них пошли лишь 5–7%.

По итогам 2013 г. Петербург в рейтинге ICCA занял долю рынка всего в 0,27%, тогда как у его лидеров, Парижа (1-е место) – 1,74%, Вены (3-е) – 1,55%, Берлина (5-е) –

1,52%. Фактически ситуация сложилась так, что в 2013-м Петербург вернулся к тем показателям MICE, которые были у него еще в 2011 г. Каковы они будут в 2014-м и тем более в 2015 г., предсказать нетрудно – по понятным политико-экономическим причинам в рейтинге ICCA Северная столица может опуститься еще ниже...

В этой связи октябрьские события в городе на Неве должны показать, насколько Северная столица вообще может быть конкурентоспособной на мировом конгрессном рынке. Вопрос стоит ребром: либо мы расцениваем кризис как шанс стать лучше и боремся, постепенно поднимаясь вверх, либо, имея отличный потенциал, в деловом туризме по-прежнему миримся со вторыми ролями.

Не зовут – и не едут

При этом, по мнению руководителя Конгрессно-выставочного бюро Петербурга Дмитрия Левыкина, «пока Петербург занимает вовсе не подобающее ему место и очевидно, что для изменения ситуации в лучшую сторону придется много и эффективно работать».

Выступая в рамках конференции на INWETEX-2014, он честно признался, что, общаясь с зарубежными и внутренними партнерами, понял: одна из основных причин сложившейся ситуации как раз в том, что Петербург слабо позиционирован на международном рынке как конгрессная дестинация. «Коллеги из разных стран мира открыто признаются, что в Питер они не едут потому, что их не зовут... Или зовут плохо» – так охарактеризовал проблему Дмитрий Левыкин. «В этой связи у нашего бюро две основные задачи – формировать и всячески развивать конгрессный продукт Петербурга, а также умело продвигать и продавать его», – отметил он. И подчеркнул, что амбициозная задача войти в качестве конгрессной дестинации в 2020 г. в число 20 лучших городов мира при известных усилиях для Петербурга решаема. «Мы постараемся сделать для этого все от нас зависящее», – констатировал Дмитрий Левыкин.

Большие надежды возлагает на новое подразделение и руководитель Комитета по развитию туризма Инна Шальто.

По ее мнению, появление Конгрессно-выставочного бюро Петербурга позволит сосредоточить в одной структуре всю ответственность за работу по привлечению в город деловых туристических мероприятий. «Конгрессное бюро должно в корне изменить ситуацию с деловым туризмом и вывести его на другой уровень», – считает Инна Шальто. – Если с организацией выставок в Петербурге дела и сейчас обстоят неплохо, то конгрессная деятельность развита мало: ситуацию надо менять».

Причем появление Конгрессно-выставочного бюро должно позволить более интенсивно «загружать» не только такой новый и современный комплекс, как «Экспофорум», но и старинные особняки и дворцы, в большом количестве представленные в городе. «Потенциал Петербурга как конгрессной дестинации очень высок, – уверена она. – Наличие разных по своим характеристикам площадок в сочетании с высоким уровнем сервиса в гостиничной индустрии и богатым культурным наследием делает Северную столицу вполне конкурентоспособной на международном рынке».

Благодаря появлению новых площадок конкурентоспособность Питера только возрастает. И на конгрессно-выставочный центр (КВЦ) «Экспофорум», который уже в ближайшее время станет главной площадкой города для проведения крупных деловых мероприятий, возлагают особые надежды.

Теперь всё есть

Главным «горюшком» не слишком быстрого развития MICE-туризма в Петербурге (в частности, его конгрессной части) уже много лет называют отсутствие современных и качественных площадей, способных принять одновременно больше тысячи участников события. Однако теперь, с появлением «Экспофорума», эта проблема закрыта.

На самом деле в Петербурге если и были в дефиците площадки, то только большие, вместимостью свыше 1 тыс. человек. Остальных, которых не менее 100, даже на перспективу достаточно. Причем любых, начиная от крупных современных спортивных комплексов (Ледовый

LUX Express

Цена от 790 рублей!

Путешествуйте с комфортом в Прибалтику и Финляндию

СПб, м. Балтийская, БЦ Адмирал

www.luxexpress.eu

+7 (812) 441 37 57

→ дворец) до уникальных дворцов прошлых веков, поражающих гостей своим величием. Статистика это подтверждает: 64% деловых мероприятий, проводимых в городе на Неве, предполагает участие до 150 человек, 27% — от 150 до 500, и только 9% деловых встреч в Петербурге приходится на события с численностью участников от 500 до 1,2 тыс. Спрос на большие конгресс-залы вместимостью 1 тыс. человек невелик, а конгрессный рынок в Северной столице, как и в целом туристический, характеризует ярко выраженная сезонность: среднегодовая заполняемость конференц-залов составляет всего 20–40%, причем если в высокий сезон (май — август) она доходит до 80%, то в низкий нередко опускается до 15–20%.

Однако появления «Экспофорума» действительно ждали: его первая очередь включает в себя конгресс-центр с 25 залами общей вместимостью 10 тыс. человек, три выставочных павильона общей площадью около 40 тыс. кв. м, а также таможенно-логистический комплекс, в котором предусмотрено наличие даже трех вертолетных площадок. Теперь жаловаться на отсутствие в городе современной площадки, способной принять мероприятие с числом участников больше тысячи, не приходится: «Экспофорум» способен провести конгресс с одновременным участием и 3 тыс. человек.

Не зря статус его открытия оказался соответствующим: в торжественной церемонии приняли участие губернатор Петербурга Георгий Полтавченко и председатель правления ОАО «Газпром» Алексей Миллер. Первый сразу же заявил,



что «Экспофорум» будет способствовать развитию в нашем городе делового туризма», расценив появление нового КВЦ как «прекрасный пример сотрудничества города и «Газпрома», которое и впредь будет активно развиваться». А второй, назвав открытие центра знаменательным событием, не преминул заметить, что «это самый современный в России выставочный центр, построенный по мировым стандартам, и один из самых больших в Европе». «Есть полная уверенность в том, что деятельность этого конгрессно-выставочного комплекса станет импульсом для развития как Петербурга, так и Северо-Запада России», — подчеркнул Алексей Миллер. Как и следовало ожидать, первыми проверить все преимущества «Экспофорума» решились инициаторы его появления — открытие новой площадки делового туризма состоялось одновременно с началом работы IV Петербургского международного газового форума.

По первым впечатлениям, «Экспофорум» надежды оправдал — это действительно комплекс мирового уровня, способный принимать деловые мероприятия самого высокого класса. Как считает генеральный директор «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Сергей Воронков, «площадка дает новые возможности: наличие в Петербурге современного специализированного комплекса позволяет укрупнять выставочные проекты и проводить большие сопутствующие мероприятия». По его мнению, одновременное проведение на одной площадке мероприятий, у которых есть частичное пересечение по целевой аудитории, удобно как участникам выставок, так и их посетителям.

Однако, как подчеркивает Инна Шалыто, в Петербурге дело не ограничится появлением только одного, пусть и самого современного КВЦ. Известно, что губернатор Петербурга Георгий Полтавченко и ректор Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) Николай Кропачев подписали соглашение о намерениях по созданию на Васильевском острове еще одного конгрессного центра международного уровня.

Как ожидается, комплекс зданий конгрессно-выставочного многопрофильного центра будет размещен на территории СПбГУ между домами 1–3 на Кадетской линии и домом 13 на Университетской набережной. В нем станут проводить политические форумы, международные конференции, а также научные, отраслевые, коммерческие и другие мероприятия, включая благотворительные фестивали и концерты. По оценке Георгия Полтавченко, «у Петербурга есть большие воз-

можности для развития конгрессного, выставочного и культурно-познавательного туризма». «А создание на базе СПбГУ конгрессного центра поможет вывести нашу туристическую отрасль на совершенно новый качественный уровень», — полагает он. При этом он подчеркнул, что заинтересованный в развитии МИСЕ-туризма город окажет этому проекту серьезную поддержку — в том числе в решении транспортных проблем, которые в случае появления большого КВЦ на Васильевском острове могут только усугубиться.

Впрочем, не исключено появление в Петербурге и других новых конгрессных площадок: в перспективе речь идет, как минимум, еще о трех крупных проектах такого плана. Но...

Акцент на продвижение

Как участники рынка, так и представители властей уверены — в настоящее время, с учетом сложившейся ситуации на международной арене, приоритетом должно стать продвижение Петербурга.

Руководитель Конгрессно-выставочного бюро Петербурга Дмитрий Левыкин, например, убежден, что «для начала о возможностях города должны узнать все, от кого зависит принятие решений в пользу проведения крупных деловых событий в мире». Дело здесь в том, что инициаторы таковых, как правило, хотят иметь дело только с официальными представителями дестинаций. Каковыми по общепринятой практике как раз являются конгрессные бюро городов и регионов. Теперь, когда у Питера такая структура есть, остается надеяться на ее эффективность.

Как Дмитрий Левыкин, так и другие представители властей подтверждают: сейчас Питер станет делать все для того, чтобы заявить о себе и о своей готовности организовывать и проводить на высоком уровне деловые события. Только вот финансовых силенок для этого не так уж и много: бюджет на следующий год на продвижение Петербурга вырастет вряд ли, а на имеющиеся средства особенно не развешиваться. Вместе с тем работа в этом направлении все равно вестись будет, а для ее выполнения задействуют самые разные инструменты, включая и малобюджетные.

Однако привлечь потенциальных заказчиков можно не только продвижением — нужен такой продукт, которого ни у кого нет. Выступая перед профильной аудиторией, главный редактор журнала Business Travel Александра Загер констатировала — сейчас заказчики больше всего ценят даже не место, а «изюминку» мероприятия. «Если организатор готов предложить что-то эксклюзивное за приемлемые деньги, он уже имеет некоторое преимущество перед конкурентами», — отметила она.

В этом отношении Петербургу есть что предложить, однако пока «начинка» мероприятия у нас чаще всего гораздо лучше его «упаковки»: из-за того что событие «не подано» как надо, заказ уходит к конкурентам. Увы, но яркая «обертка» действует даже в этой сфере туризма примерно так же, как и при продаже любого другого товара...

И Петербургу как конгрессно-деловой дестинации остается научиться себя и по-давать, и продавать. ❖

Владимир Сергачев

Конференц-центры Мальты

Исторически сложилось так, что Мальта стала местом встреч для людей со всего мира. Сегодня «медовый» остров предлагает деловым путешественникам ультрасовременные конференц-центры мирового уровня, где можно провести мероприятия для 10 тыс. делегатов. О некоторых из них «ТБ» рассказывает своим читателям.

Конференц-центры расположены недалеко от моря, поэтому неудивительно, что Мальта с первых минут очаровывает своих деловых гостей. Пропитанный морской солью целебный воздух Средиземноморья, открывающийся с балкона отеля завораживающий вид, приятное расслабляющее ку-



панье... Однако уже пора начать заседание!

В 1754 г. в Валлетте мальтийские рыцари построили госпиталь Sacra Infermeria. «Священная лечебница» в 1979 г. была преобразована в Средиземноморский конференц-центр, ставший сегодня флагманом мальтийского бизнес-туризма. Среди ультрасовременных конференц-центров страны надо назвать также Hilton Malta Conference Centre с прямым доступом в отель Hilton Malta 5* и Bay Arena Intercontinental в 10 минутах ходьбы от отеля InterContinental Malta 5*. Заметим, что собственными конференц-центрами располагают все 15 пятизвездных отелей (на 5500 мест) и четырехзвездный Dolmen Resort Hotel. Многие «пятизвездники» (в числе которых представители и всемирно известных сетей Hilton, Radisson Blu, InterContinental, Le Meridien, Westin, и мальтийской Corinthia Hotels International, а также бутик-отели Xara Palace и Relais et Chateaux hotel) находятся в пешей доступности друг от друга, что позволяет без труда разместить делегацию с числом участников до 3000 человек.

О высоком авторитете Мальты как места проведения мероприятий свидетельствует ее весьма содержательный «послужной список». Он представлен такими грандами, как Oriflame («Золотая конференция» в 2010 г. собрала на острове 4200 делегатов), AXA Insurance France, BT France, BP, Baxter, Bayer, Bosch, Casio, Coca Cola, General Electric, Goshen, IBM, Johnson & Johnson, Merck, Microsoft, Novartis, Opel, Shell Norway, Symantec, Toshiba, Toyota, Vodafone, Volkswagen. На Мальте проводились заседания Европейского парламента, проходил конкурс «Евровидение».

Центральная Мальта: Мальтийский выставочно-конгрессный центр Malta Fairs & Conventions Centre (MFCC) в городке Та'Али (Ta'Qali), крупном культурно-туристическом центре острова, — самая большая на Мальте площадка для проведения международных конгрессов, конференций, выставок, ярмарок, концертов, показов мод, гала-ужинов и других

масштабных мероприятий. Это полностью кондиционируемое сооружение размером 50x130 м, общей площадью 7000 кв. м, причем без поддерживающих колонн.

Создать такое большое пространство в Та'Али стало возможным благодаря применению так называемой «натяжной



тканевой структуры», которая раньше использовалась для постройки временной Арены Уэмбли в Лондоне (площадь 7000 кв. м и вместимостью 7500 мест).

Общая площадь MFCC: 6500 кв. м под tentовой крышей и 500 кв. м вспомогательных помещений; высота 17,5 м позволяет устраивать мероприятия любого масштаба, со световыми шоу и любыми специальными эффектами; возможно проведение нескольких мероприятий в одном помещении, друг за другом.

Максимальная вместимость: 10 тыс. человек при рассадке («театр») и 22 тыс. гостей стоя.

www.mfcc.com.mt

Северное побережье: конференц-центр Oracle

Конференц-центр Oracle, специально спроектированный для проведения деловых, образовательных и развлекательных мероприятий, входит в гостиничный комплекс Dolmen Resort Hotel 4*, который расположен на берегу бухты Св. Павла на популярном туристическом курорте.

Конференц-центр Oracle предлагает полный спектр услуг для бизнес-туристов. Он оснащен всем необходимым офисным оборудованием, включая новейшие средства аудиовизуального обеспечения. Здесь проходили мероприятия высокого уровня, организованные ООН и секретариатом Содружества.

Конференц-залы: 3 конференц-зала и несколько переговорных комнат

Самый большой зал: Oracle (вместе с балконом), вмещающий 1200 делегатов сидя.

www.dolmen.com.mt

Сент-Джулианс: Bay Arena в InterContinental Malta

В гостиничный комплекс InterContinental Malta входит Bay Arena: бывший каток сегодня превратился в самый большой зал для проведения мероприятий в отеле. Он идеально подходит для организации крупномасштабных конференций, презентаций и вечерних мероприятий.

Общая площадь: 5000 кв. м на несколь-

ких этажах.

Конференц-залы: 23 конференц-зала и несколько переговорных комнат.

Самый большой зал: Bay Arena площадью 1600 кв. м и вместимостью 1700 человек при рассадке в формате «театр».

www.intercontinental.com/icmalta



Сент-Джулианс: конференц-центр Hilton Malta

Ультрасовременный конференц-центр Hilton Malta Conference Centre (HMCC), второй по величине на Мальте, входит в состав гостиничного комплекса Hilton Malta 5*.

Он находится в 20 минутах езды от аэропорта и в 10 минутах ходьбы от отеля на набережной Портomaso, протянувшейся вдоль яхтенной марины, в центре модного Сент-Джулианса с его многочисленными знаменитыми ночными клубами и ресторанами. Многоцелевой конференц-центр идеально подходит для проведения автомобильных выставок.

Общая площадь HMCC: 3500 кв. м на четырех этажах.

Конференц-залы: 10 конференц-залов и несколько переговорных комнат.

Самый большой зал: «Люкс Великого магистра» (Grand Master's Suite) площадью 963 кв. м, вмещающий 1330 делегатов.

www.hmcc.com.mt

Валлетта: Средиземноморский конференц-центр

Одно из самых впечатляющих зданий в Валлетте, бывший госпиталь рыцарей ордена Св. Иоанна «Сакра Инфермерия» — сегодня крупнейший на архипелаге Средиземноморский конференц-центр (Mediterranean Conference Centre). Это самый известный конференц-центр страны, где проводятся крупные международные конференции, выставки, банкеты, концерты и театральные представления. Mediterranean Conference Centre входит в ассоциацию «Исторические конференц-центры Европы» (HCCE).

Общая площадь: 7000 кв. м.

Количество конференц-залов: 10 больших конференц-залов и несколько помещений-выгородок.

Самый большой зал — «Сакра Инфермерия» (1700 кв. м), где на фуршет могут разместиться 2500 человек.

www.mcc.com.mt

Подготовила Елена Попова по материалам сайта www.meet-malta.com

CONCORD® – ST. PETERSBURG
Партнер Messe Dusseldorf, Messe Berlin, Messe Essen

Бизнес-туры на международные выставки
Оздоровительные программы на курортах Германии
Групповые и индивидуальные туры в Германию
СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В ГЕРМАНИИ:
КОНЦЕРТЫ
ФЕСТИВАЛИ
КАРНАВАЛЫ
ОФОРМЛЕНИЕ ВЫЕЗДНЫХ ДОКУМЕНТОВ БЕЗ ПРИСУТСТВИЯ ТУРИСТОВ В КОНСУЛЬСТВЕ ФРГ

СПб, Садовая ул., 28-30, корп. 1, оф. 23
Тел.: +7 (812) 335-0880, 335-0881
Факс: 335-0882

E-mail: info@concordspb.ru
www.concordspb.ru

Верить в лучшее

Несмотря на не слишком приятные предварительные итоги года, участники Hospitality Industry Forum Saint Petersburg 2014 уверены: следующий сезон может быть лучше, чем нынешний. Однако для того, чтобы российский гостиничный рынок чувствовал себя более уверенно, придется немало поработать.

Hospitality Industry Forum проходит не впервые: на протяжении уже шести лет на конференцию приезжают профессионалы гостиничной отрасли России и стран СНГ. На этот раз, к примеру, в одном из залов отеля Park Inn by Radisson Прибалтийская собрались около ста специалистов, представляющих международных гостиничных операторов, отели, девелоперские и инвестиционные компании, а также другие предприятия, занятые в отрасли. Однако Hospitality Industry Forum Saint Petersburg 2014 был «заточен» на обсуждение животрепещущих проблем рынка — по проблематике управления отелем, поиску новых возможностей привлечения клиентов и повышению прибыльности в условиях, когда ситуация не слишком благоприятствует развитию гостиничного дела.

Спад налицо

Спорить с тем, что нынешним летом у большей части российских отелей клиентов не прибавилось, бессмысленно. При этом не в лучшую сторону изменяется и их качество.

Это утверждение легко обосновать на примере Петербурга. По словам Риммы Сачуновой, заместителя председателя Комитета по развитию туризма, по итогам 9 месяцев в гостиницах города зафиксиро-



ровано пребывание лишь 742 тыс. иностранных гостей — это примерно вдвое меньше, чем годом ранее. Особенно «провалились» такие важные для Питера «поставщики» въездных туристов, как США и Германия (спад не менее 20%). Однако и значительная доля других, входящих в первую восьмерку, объемы снизила (в том числе Финляндия, Франция, Великобритания и пр.). Да, некоторые зарубежные направления в объемах выросли. Но... «Китай, Гонконг, Иран, Турция и Израиль их увеличили, но в общем количестве,

конечно, они не смогли компенсировать потери, — констатировала Римма Сачунова. — Так же как и россияне из других регионов, которых в городе на Неве этим летом стало заметно больше».

Что касается качества туристов, то и тут не без проблем. Например, растущие в числе китайцы, согласно статистике, приезжая к нам, тратят примерно на 30% меньше, чем падающие в количестве европейцы. А мало пострадавших от санкций круизный турпоток (481 тыс. пассажиров в 2014-м вместо 501 тыс. в прошлом году), увы, городу не очень выгоден, поскольку такие гости в отелях не живут и прибывают в Питер максимум на пару дней.

В результате, по оценке Риммы Сачуновой, по итогам 2014-го общий въезд туристов из-за рубежа в Петербург сократится до 30%. А в следующем сезоне спад может быть и еще больше, поскольку негатив вокруг России продолжает нагнетаться. Чтобы этого не произошло, власти уже сейчас прилагают серьезные усилия к продвижению Питера как на международном, так и на внутреннем рынке: в ближайшее время и в 2015-м состоится целая серия акций, направленных на большее «узнавание» города на Неве.

Впрочем, мнения относительно перспектив следующего года все же разные.

Гостиница «Эрмитаж» — в Белой книге



Официальная гостиница Государственного Эрмитажа занесена в Белую книгу Всемирного клуба петербуржцев.

Общественная оценка градостроительной, архитектурно-художественной и благоустроительной деятельности в Северной столице находит отражение в Белой (достижения), Красной (предостережения о возможных утратах) и Черной (ошибки и неудачи) книгах Всемирного клуба петербуржцев. Настоящим подарком к празднованию первой годовщины гостиницы «Эрмитаж» стало сообщение о ее занесении в Белую книгу — «за уважительное отношение к сложившейся исторической городской среде при создании нового объекта общественного назначения и воссоздание разрушенного исторического здания-памятника».

Это высокое признание профессиональных достоинств и совершенства воплощения архитектурно-художественной концепции гостиницы «Эрмитаж», оценка бережного и вдумчивого отношения к культурному наследию Петербурга.

/TOURBUS.RU

/5STARS

Например, руководитель питерского филиала Российской гостиничной ассоциации Алексей Мусакин считает, что «в объемах картина будет примерно такая же, как в этом году». «Скорее всего, покажутели как по числу гостей из-за рубежа, так и по количеству «внутренних» туристов окажутся схожими с цифрами 2014-го, — полагает он. — А вот прибыль отелей наверняка упадет: клиентов у них больше не станет, а при том условии, что стоимость услуг в сложившихся обстоятельствах повышать нет возможности, расходы все равно возрастут».

Что делать?

Вопрос для гостиниц и других средств размещения более чем актуальный. Особенно для петербургских, для которых фактически уже наступил низкий сезон, когда и без того невысокий показатель их загрузки падает до минимума.

Вариантов немного: сидеть и ждать сложа руки означает уступить конкурентам. Поэтому участники Hospitality Industry Forum Saint Petersburg 2014 уверены — надо использовать все современные инструменты продвижения услуг, одновременно повышая их качество. При этом профессионалы советуют активно использовать, к примеру, социальные сети, участие в каких-либо совместных проектах с властями и туристическим бизнесом, а также создание событий, способных «двигать» отель в потенциальной клиентской среде.

Причем в каждом конкретном случае инструментарий должен отличаться: загородный отель, к примеру, нужно продви-

гать и позиционировать вовсе не так, как находящийся в центре Питера. Об этом, в частности, весьма интересно говорили генеральный директор Cronwell Management Алексей Мусакин и генеральный управляющий Golden Garden Boutique Hotel Тамара Черных. Не говоря уже про то, что в условиях жесткой борьбы за клиента крайне важны гибкая ценовая политика и какие-то «конфетки» в виде дополнительных услуг, способные его привлечь.

Вместе с тем и собравшиеся в зале Park Inn by Radisson Прибалтийская, и их многочисленные коллеги понимают: без решения некоторых вопросов на более высоком уровне кардинальных перемен в пользу увеличения турпотока в Петербург (впрочем, как и в другие дестинации России) добиться вряд ли удастся. Об этом, в частности, говорил Стефан Мейра, управляющий директор Bevelia Hospitality Group.

— На мой взгляд, для значительных перемен нужны, по крайней мере, две вещи — изменение визового режима и удешевление перевозки с помощью авиаконаний-лоукостеров, — подчеркнул он. — Если говорить о первом, то речь может идти не только о введении в России режима 72-часового безвизового пребывания иностранцев, но и о возможности приезда гостей из-за рубежа без визы на 15 или даже 30 дней. Уверен, что такие меры могли бы увеличить въездной турпоток вдвое.

Что касается второго, то опыт многих европейских стран, в которые летают лоукостеры, со всей убедительностью пока-

зывает: если у людей появляется возможность добраться до какого-то интересного им города за сумму в пределах 100 евро, его властям можно смело ожидать роста притока гостей. В этом отношении Питеру уже составляет конкуренцию Сочи, в котором, как известно, введен режим «открытого неба».

Без оптимизма не обойтись

По оценке Евгении Тучковой, заместителя директора департамента консалтинга «Colliers International Санкт-Петербург», в 2015-м ситуация на гостиничном рынке вряд ли ухудшится.

«Скорее всего, снижения турпотока в целом не произойдет, поскольку ситуация будет отчасти нивелирована ростом количества гостей из регионов России, — считает она. — Да и клиенты из Европы, возможно, все-таки поедут, поскольку спадет международная напряженность. Вместе с тем наибольшие преимущества могут получить сетевые гостиницы средней и эконом ценовых категорий, способные предложить туристам наиболее оптимальное соотношение цена/качество». В их числе как этот эксперт, так и другие называют Ibis, Hampton by Hilton, Holiday Inn другие бренды.

Общее настроение у тех, кто занят в российском отельном и связанном с ним бизнесе, боевое: никто сворачивать деятельность не собирается. Ведь не зря говорят, что любой кризис надо рассматривать не только как испытание на прочность, но и как шанс сделать бизнес лучше.

Владимир Яковлев

Гостиничный рынок Питера «тормозит»

В июле – сентябре 2014 г., по данным Maris | Part of the CBRE Affiliate Network, средняя заполняемость отелей города на Неве находилась на уровне 60–70%. Если учесть зависимость гостиниц от фактора сезонности, а также тот факт, что, по сведениям того же источника, в первом полугодии этот показатель составил всего 49%, то очевидно, что до конца года объекты размещения Петербурга будут «грузиться» с большим трудом.

По оценке Евгении Тучковой, заместителя директора департамента консалтинга Colliers International, в стадии строительства в Северной столице находится несколько гостиниц с общим номерным фондом около 1,4 тыс., появление которых на рынке ожидается до конца 2016 г. Однако, по ее мнению, «предвидится увеличение интереса со стороны профессиональных девелоперов к формату хостелов и рост сетевых операторов в общем объеме рынка». Тяга к формату хостелов и других экономических средств размещения объясняется тем, что в этом сезоне значительно большую долю во въездном турпоток в Петербург составили россияне — их число выросло, в то время как количество гостей из-за рубежа снизилось. А поскольку средняя стоимость номера у стойки, по данным Maris | Part of the CBRE Affiliate Network, в высокий сезон в качественных отелях уровня 3–5* колеблется от 5,7 до 16,1 тыс. руб., желающих останавливаться в них стало меньше. Не зря цена в тех же самых отелях в низкий сезон падает на 35–50%...

Вследствие «проседания» въездного турпотока и санкций, открытие двух гостиниц Hilton, которое ранее планировалось осуществить одновременно с запуском «Экспофорума», не состоялось. Hilton St. Petersburg ExpoForum (240 номеров) и Hampton by Hilton St. Petersburg ExpoForum (210 номеров) должны были стать частью большого комплекса, однако в конце сентября, незадолго до старта «Экспофорума», американская инвестиционная компания Blackstone Group решила покинуть российский рынок, так и не успев запустить отели. В результате открытие гостиниц откладывается как минимум на год «по техническим причинам», под которыми подразумевается желание «полностью соблюсти все стандарты сети».

«Торможение» в сфере гостиничной недвижимости Петербурга подтверждает и официальная статистика: если в период с 2008 по 2011 г. в городе на Неве ежегодно вводилось в строй около 1,2 тыс. номеров, то в последние 3 года — от 200 до 500. «С учетом возможностей мини-отелей и других объектов размещения, того количества номеров, что есть, при существующем объеме турпотока нам достаточно, — считает директор филиала Российской гостиничной ассоциации по Петербургу и Ленобласти Алексей Мусакин. — Скорее надо думать о том, как полностью «загрузить» существующие мощности».

Radisson BLU
DAUGAVA HOTEL, RIGA

НОВЫЙ ГОД
БУФЕТ ОТ ШЕФА, ЖИВАЯ МУЗЫКА, НЕЗАБЫВАЕМЫЙ ВИД НА РИГУ И ПРАЗДНИЧНЫЙ САЛЮТ,
НЕОГРАНИЧЕННОЕ ПОСЕЩЕНИЕ ФИТНЕС ЦЕНТРА И БАССЕЙНА

В РИГЕ

ЦЕНЫ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ НА RADISSONBLU.COM/HOTEL-RIGA

ОТЕЛИ, КОТОРЫЕ НЕИЗМЕННО ГОВОРЯТ «ДА»!
radissonblu.com/hotel-riga

Кюрю 24, Рига, LV-1048
+371 6706 1111 info.riga@radissonblu.com

Что поддержал и что отверг турбизнес

Российский союз туриндустрии и Комитет ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности проанализировали поступившие от участников рынка предложения по поправкам в проект закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации» и сформулировали общую позицию по этому вопросу.

В ходе обсуждения поддержку у представителей турбизнеса нашли следующие предлагаемые изменения:

– Введение специальных требований к участникам рынка, реализующим турслуги в Интернете, в целях повышения их ответственности за неисполнение взятых на себя обязательств перед потребителем.

– Введение требований к деловой репутации для замещения должности руководителя туроператора, его заместителя и главного бухгалтера.

– Запрет на осуществление туроператорской деятельности юрлицам, сведения о которых отсутствуют в Едином федеральном реестре туроператоров, и введение уголовной ответственности за нарушение этой нормы.

– Создание единого федерального реестра турагентов.

– Требование выдачи в составе турпакета электронного пассажирского билета, который подтверждает право туриста на перевозку до пункта назначения и обратно, если это указано в договоре о реализации турпродукта.

– Введение лимита обязательного возмещения ущерба в случае некачественного оказания услуг по договору о реализации турпродукта

по аналогии с тем, как возмещается ущерб вкладчиков в случае финансовой несостоятельности банка.

– Введение обязанности туроператора письменно проинформировать туриста о возможности добровольного страхования своих финансовых рисков, связанных с неисполнением туроператором своих обязательств по договору о реализации турпродукта.

– Требование к договору фрахтования или иным договорам, заключаемым для организации воздушной перевозки туристов, предусматривающее:

- предоставление туроператором фрахтовщику (агенту фрахтовщика) гарантии оплаты по договору в виде банковской гарантии, депозита, договора эскроу и т. п.;

- обязанность туроператора выдавать туристу электронный пассажирский билет, подтверждающий право туриста на перевозку по указанному при заключении договора маршруту;

- наличие в договоре положения, гарантирующего возвращение туриста из страны временного пребывания независимо от финансовых взаимоотношений между участниками договора.

– Дифференциация размеров взносов в резервный фонд «Турпомощи» в зависимости от численности туристов, отправленных за рубеж в течение года.

– Дифференциация размеров взносов в резервный фонд «Турпомощи» туроператоров, являющихся его членами и вновь вступающими в связи с намерением начать туроператорскую деятельность.

– Разграничение полномочий между туроператором и турагентом, а также конкретизация прав и полномочий турагента в рамках договора о реализации турпродукта.

– Развитие механизмов персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма. На данном этапе введение фонда персональной ответственности туроператоров представляет целесообразность для компаний, реализующих чартерные программы с объемом выручки от реализации турпродукта более 400 млн руб. в расчете на год.

– Наделение федерального органа исполнительной власти в сфере туризма контрольно-надзорными функциями с соответствующим финансовым и кадровым обеспечением.

В целом поддерживая введение понятия «реализация турпродукта дистанционным способом», РСТ и профильный комитет ТПП РФ обращают внимание на чрезвычайную сложность реализации предлагаемых механизмов, связанных с централизацией обработки большого массива информации, для чего необходимо предусмотреть отсрочку принятия данных положений и соответствующего финансирования.

Требуется более тщательной проработки, анализа экономических последствий, а также возможностей практической реализации введения с 2018 г. такого понятия и инструмента государственного регули-

рования, как «электронная путевка».

Это также касается создания реестра договоров о реализации турпродукта в сфере выездного туризма в целях повышения прозрачности и устойчивости соответствующего сектора туристического рынка.

В большинстве отзывов по проекту закона не поддерживаются предложения, связанные с кардинальным увеличением финансовой нагрузки на турбизнес, тем более без дифференциации в зависимости объемов реализации турпродукта и особенностей различных направлений деятельности. В частности, турбизнес выступил против минимального взноса 100 тыс. руб. в резервный фонд «Турпомощи», считая его избыточным для туроператоров, относящихся к категории малого бизнеса. Предлагается снизить минимальный взнос до 60 тыс. руб.

Также не поддержано увеличение минимального размера финансового обеспечения до 50 млн руб. для туроператоров по выездному туризму. Введение этой нормы фактически исключает возможность туроператорской деятельности для представителей малого и среднего бизнеса, работающих в нишевых сегментах туристического рынка, в приграничных регионах. Кроме того, предлагаемая норма в 3% от общей годовой цены турпродукта, по мнению экспертов страхового и туристического рынка, является трудно реализуемой и не должна превышать 1,5–2%.

Не поддержано введение обязательного аудита для всех туроператоров в сфере выездного туризма. По мнению турбизнеса, эту норму следует вводить только для тех компаний, у которых объем выручки от реализации турпродукта за предшествующий отчетному году период превышает 400 млн руб.

В большинстве поступивших отзывов высказано несогласие с предложением ввести финансовое обеспечение турагентов на сумму не менее 500 тыс. руб. Предлагается определить диапазон от 50 до 200 тыс. руб.

Наиболее принципиальное значение имеет то обстоятельство, что все предлагаемые в законопроекте затраты, связанные с финансовыми гарантиями и взносами в «Турпомощь», у туроператоров, применяющих упрощенную систему налогообложения, не учитываются в составе расходов при расчете налоговой базы по единому налогу. А выплата этих расходов из прибыли неминуемо приведет к банкротству большинства «упрощенцев» в сфере выездного туризма, т. е. будет способствовать дальнейшему обострению кризиса в турбизнесе.

Поэтому РСТ и профильный комитет ТПП РФ считают, что одновременно с принятием предлагаемого законопроекта в Налоговый кодекс РФ должны быть внесены изменения, предусматривающие отнесение затрат туроператора в сфере выездного туризма на расходы в целях расчета единого налога. 

RATA-news

Ленобласть займется краеведением

Губернатор Ленобласти Александр Дрозденко предложил активнее изучать и популяризировать культурное и природное наследие 47-го региона.

Занимая в Северо-Западном регионе второе место по количеству туристов, Ленобласть отстает от Петербурга в 10 раз. При этом в регионе 4155 объектов культурного наследия. «Мы должны изменить подход к популяризации нашего культурно-исторического и природного наследия. Нам необходимо создавать удобные туристические маршруты, строить объекты инфраструктуры, обеспечивать свободный доступ к информации о памятниках в Интернете», – сказал Александр Дрозденко.

Областное правительство видит задачу сохранения культурного, духовного и природного наследия не только в бережном отношении к крепостям, усадьбам, историческим центрам городов и поселков, но и в придании особого статуса так называемым индустриальным памятникам – сохранившимся зданиям фабрик и заводов, а также заводским музеям.

Александр Дрозденко поддержал идею членов Общественной палаты о необходимости координации научно-методической и краеведческой работы и предложил для этих целей создать при Историческом клубе при губернаторе Ленинградской области секцию краеведения.

www.lenobl.ru

Калининградская область – на карте круизов

В городе Пионерский Калининградской области будет построен международный морской терминал для приема круизных и грузопассажирских судов.



Соответствующее соглашение о намерениях между руководителем региона, «Роскомпорта» и представителями бизнеса было подписано в рамках XIII международного инвестиционного форума «Сочи-2014». Согласно документу, круизной компанией, осуществляющей деятельность в Пионерском, станет MSC Cruises.

«Калининградская область представляет большой интерес для нашей компании как регион с уникальным географическим положением, которое позволяет интегрировать область в сеть наших маршрутов по Балтийскому морю. Мы видим заинтересованность и поддержку правительства региона и верим в успех проекта», – отметил президент компании MSC Cruises Роберто Мортиноли.

Интерфакс-Туризм

В Архангельской области появятся новые маршруты

Для участия в конкурсе по созданию вело- и пешеходных маршрутов Агентством по туризму и международному сотрудничеству Архангельской области подготовлены две проектных заявки для рассмотрения в Минкультуры РФ.

Проект «Каргопольский триатлон» направлен на создание нового велопешеходного маршрута в Каргополье. Он рассчитан на туристов любого возраста, предпочитающих активные туры по Русскому Северу: им предстоит проехать на велосипеде, пройти пешком и совершить водную прогулку на байдарках не только по историческим местам и красивейшим озерам Кенозерья, но и по загадочным, мало кому известным экологическим тропам.

Другой проект подразумевает создание нового пешеходного тура по столице Поморья – Архангельску. Большая часть маршрута проходит по самым популярным у туристов пешеходным зонам – улице Чумбарова-Лучинского и набережной Северной Двины. Продукт будет востребован самостоятельными туристами и гостями региона, прибывшими с деловыми целями.

Как отметила руководитель областного агентства по туризму Светлана Зеновская, веломаршруты в регионе предлагает только один туроператор – каргопольское турбюро «Лаче». «Его сотрудники констатируют увеличение спроса на подобные туры не только со стороны соседних регионов, но и со стороны центральных районов России. Для разработки новых веломаршрутов необходима инициатива муниципальных образований области по созданию велодорожек и велопаркингов», – подчеркнула г-жа Зеновская.

RATA-news

Вологда ставит рекорды

В ноябрьские праздники в Вологодском государственном музее-заповеднике был поставлен абсолютный рекорд посещаемости. За четыре дня филиалы музея и экспозиции Кремля приняли более 7000 вологжан и гостей областного центра.

Самым посещаемым стал Музей кружева, который накануне Дня народного единства отметил свой четвертый день рождения. 2200 посетителей не только посмотрели музейные экспонаты, приняли участие в мастер-классах по кружевоплетению, но и стали свидетелями показа кружевной коллекции «Домино» от студии моделей «Северные узоры» Государственного колледжа народных промыслов.

На колокольню в праздничные дни поднялось 1050 человек: это в два раза больше, чем в обычные выходные. 1700 человек посетили интерактивные и экскурсионные программы в Вологодском кремле. На мероприятия и экскурсии в филиалы музея в ноябрьские праздники пришло более 1050 человек. Больше всего было гостей в музее «Мир забытых вещей», в Доме купца Самарина и в музее «Семеново».

<http://vologda-oblast.ru>

Псковские операторы не могут застраховаться

Отказ страховщиков страховать туркомпании Псковской области вынудил туроператоров искать поддержки у уполномоченного по защите прав предпринимателей в Псковской области. Проблему обсуждали на специальном совещании у вице-губернатора области Сергея Перникова.

Как заявил на встрече бизнес-омбудсмен Петр Слепченко, несмотря на общей кризис в отрасли, ни одна туркомпания региона не остановила своей работы, тем не менее в страховании им отказывают. Его слова подтвердила президент Ассоциации туроператоров и туриндустрии Северо-Запада (АСТУР) Гелена Самохвалова, которая сообщила, что большинство псковских туроператоров получили отказ от местных страховых компаний в финансовой гарантии на 2015 г.

«Турфирмам либо отказывают без объяснения причин, либо выставляют немислимый коэффициент, который делает нашу работу нерентабельной», – заявила она. В этой связи велик риск, что в будущем году из-за невозможности оформить фингарантии могут прекратиться свою деятельность большинство местных операторов.

Между тем сегодня туропера-

торы Псковской области в основном организуют туры в Прибалтику и имеют небольшие риски. По данным АСТУР, в среднем в 2013 г. каждый местный туроператор продал путевки 4–9 тыс. человек (на выездном и внутреннем направлениях).

Обосновывая свои позиции, представитель одной из страховых компаний региона отметил, что своему руководству он уже сообщил о низких рисках и готовности страховать туркомпании региона, однако все «уперлось» в позицию центрального офиса.

Вице-губернатор предложил создать рабочую группу, в которую войдут представители туристических и страховых компаний, специалисты администрации региона. Возможно, страховым компаниям будет предложена дополнительная гарантия АСТУР в подтверждение состоятельности турфирм.

www.atorus.ru

Плавучие дома в порту Йоханнес

«Подари себе спокойствие в самом сердце Выборгских шхер» – эта надпись красуется на въезде в яхтенный порт «Йоханнес», который работает всего год, но уже широко известен в Ленинградской области и в Финляндии.

Здесь петербуржцам и жителям области предоставляются услуги по стоянке и охране яхт, зимнему хранению, ремонту, прокату гребных лодок. На территории порта действует охраняемая стоянка для автомобилей. Отсюда можно совершить необычное водное путешествие на плавучем доме.

Плавучие дома – это отличная возможность для любителей активного отдыха совершить экскурсию по водоему. Плавучий дом оборудован всем необходимым: на его борту есть электричество, вода, терраса, где можно пожарить шашлык или только что пойманную рыбу. Построены такие дома на основе полиэтиленовых модулей плавучести. Эти понтоны имеют очень малую осадку и великопленую устойчивость, к тому же управлять плавсредством не составит никакого труда даже не искушенному мореходу.

В планах руководства порта – организовать целую плавучую деревню и сдавать эти чудо-домики в аренду.



**Все, что нужно
ТурPROфи Питера
на ProTurizm.com!**

- статьи и новости туризма
- рекламники из СПб
- викторины и конкурсы
- календарь PROFмероприятий и фотоотчеты
- фото и отзывы туристов
- вакансии и СПО



Туризм по осени считают

Конец первой декады октября по традиции стал временем «сбора камней», когда в Петербурге подводят итоги летнего сезона. И если в сфере выездного туризма Северной столице уж точно похвастаться нечем, то внутренний уверенно растет, не без оснований называя город на Неве в качестве одной из самых популярных туристических дестинаций страны.

Такие разные итоги

Если говорить только о питерском рынке, то в секторе выездного туризма сезон оказался для местных игроков не просто провальным, а трагическим: в городе разорились не только все крупные компании («Нева», «Солвекс-Турне», «Верса»), но и сразу несколько операторов средней руки и агентств.

По оценке заместителя руководителя Комитета по развитию туризма Петербурга Риммы Сачуновой, в результате пострадали 34 тыс. туристов, а общий ущерб клиентов турфирм превысил 600 млн руб. Промежуточный итог расследования, которое ведется в рамках уголовных дел о мошенничестве в отношении приостановивших деятельность туркомпаний, таков: три генеральных директора уже отправлены под домашний арест, а еще двое объявлены в розыск. Правда, стоит добавить одну важную деталь: ни одна из фирм, потерпевших финансовое фиаско в городе на Неве, формально банкротом еще не является.

Что касается перспектив выплат страхового возмещения, то они разные. Однако в большинстве случаев неутешительные, поскольку только было начавшая выплаты страховая компания «Восхождение» (а именно в ней полностью застрахована финансовая ответственность «Невы» и две трети аналогичной у «Солвекс-Турне») может быть признана банкротом. А у таковых, как известно, обычно не оказывается ни ответственности, ни денег...

Если же речь вести о выездном туризме, то тут ситуация другая: и власти, и операторы честно признаются, что сезон в Питере спасли в основном россияне. Например, директор петербургского офиса туроператора «Алеан» Светлана Левинская заявила о том, что «российские путешественники стали «опорой» для петербургского туристического рынка, продемонстрировав рост выездного турпотока в Северную столицу на 45%». Примерно о том же говорят и председатель правления СЗРО РСТ Леонид Флит, и даже управляющий отелем «Коринтия Санкт-Петербург» Йеспер Хенриксен. «Происходящее заставляет нас переориентировать услуги на тот сегмент рынка, который сейчас растет, — констатирует он. — В этой связи в ближайшее время отель будет ориентирован на внутренний российский рынок: именно в нем мы видим потенциал, который еще далеко не использован».

Да и по части привлечения гостей из-за рубежа Петербург меняет приоритеты. Почему? Предварительные итоги сезона по выездному туризму из-за кордона неутешительны: увы, но большая часть практиков уже не тешит себя иллюзиями и заявляет о падении иностранного выездного турпотока на 40–50%. Ведь даже финны, завсегдатаи Северной столицы, в этом году оказались подвержены политической пропаганде, из-за чего их турпоток упал как минимум на 40%: это сказалось даже на поездках, осуществляемых на парамах компании St. Peter Line. «Лидерами по отказам от забронированных поездок в Петербург стали граждане США, Канады, Великобритании и Франции, и поэтому приоритет будет отдан рынкам, которые в качестве поставщиков туристов в город на Неве наиболее перспективны, — констатировала в этой связи руководитель Комитета по развитию туризма Петербурга Инна Шальто. — Это не означает, что работа по продвижению города в Западной Европе или в США будет полностью свернута, однако ситуация заставляет нас изменить акценты».

Соответственно, они будут сделаны на продвижении Петербурга внутри России, а также на рынках Азии (в первую очередь Китая) и Латинской Америки. Такое решение вполне объяснимо, так как даже в нынешних условиях азиатский рынок «поставил» в город на Неве примерно на 10–15% туристов больше, чем год назад, а лидером в этом отношении был и остается Китай. В связи с чем для жителей Поднебесной, как ожидается, в скором будущем появятся даже специальные «красные» железнодорожные маршруты по ленинским местам (уж очень они его почитают), а питерские гостиницы намерены вступить в программу China Friendly.

Однако ставка все равно делается на россиян. В этом году впервые организуется Road Show «Добро пожаловать в Санкт-Петербург» по целому ряду городов страны с целью привлечения их жителей к поездкам в Северную столицу. Как ожидается, в период с 10 по 28 ноября Нижний Новгород и Казань, Ижевск и Пермь, Екатеринбург и Тюмень, Челябинск и Уфу, Оренбург

и Самару, Саратов и Воронеж, а также Липецк, Тулу и Москву посетит «десант» представителей питерского туристического бизнеса, который будет агитировать в пользу поездок на берега Невы.

Остается надеяться, что эта затея будет успешной и туристы из регионов восполнят те туристические «вакансии», которые образовались в Петербурге по причине «недоезда» гостей из-за рубежа.

INWETEX как отражение ситуации в отрасли

Крупнейшая туристическая выставка Северо-Запада России INWETEX-CIS TRAVEL MARKET 2014 большого удовлетворения ее участникам не принесла, вполне отразив процессы, происходящие в российском туризме.

Несмотря на то что повысить ее значимость должно было участие в церемонии открытия губернатора Петербурга Георгия Полтавченко и врио руководителя Ростуризма Олега Сафонова, активность внешних посетителей наблюдалась лишь в первый день работы INWETEX. Увы, но уже на второй день ее работы предложениями участников интересовались преимущественно их коллеги по выставке, а количество приходящих на нее специалистов стало минимальным: в основном они посещали «Ленэкспо» в рамках деловой программы конференций. А некоторые зарубежные участники откровенно скучали, поскольку желающих пообщаться с ними было мало.

Явно оказались заметны, по крайней мере, две тенденции. Первая — все еще ощутимый спад в сфере выездного туризма. Например, на этот раз в INWETEX не участвовали такие гранды, как «Библио Глобус» и «Пегас Туристик», активно работающие как в Петербурге, так и на Северо-Западе России. А среди зарубежных стран отсутствовал Египет — несомненный лидер зимнего сезона, прежде неизменно разворачивавший в «Ленэкспо» один из наиболее масштабных стендов.

Второй тенденцией стало значительное усиление роли регионов РФ: если раньше их можно было пересчитать по пальцам, а их стенды на фоне экспозиций Турции или Кипра выглядели чересчур скромно, то в этом году Республика Коми, например, мало в чем им уступала. В нынешней выставке участвовали практически все регионы Северо-Запада России (включая даже Ненецкий АО), однако интерес к INWETEX проявили и другие субъекты федерации (например, Свердловская область и Крым). «В этом году интерес россиян к поездкам внутри страны возрос, — констатирует директор ГБУ «Центр развития туризма Свердловской области» Эльмира Туканова. — Поэтому самое время продвигать турпродукты регионов на тех рынках, которые способны генерировать наибольшие турпотоки». А Москва вообще приехала на берега Невы, как образно выразился председатель столичного Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Сергей Шпилько, «с предложением руки и сердца Петербургу», представив местному туристическому бизнесу уникальные по цене предложения. По его словам, в ближайшее время в Северной столице будет проведена специальная программа продвижения турпродукта Москвы, а для того, чтобы увеличить турпоток в первопрестольную, «будет сделано все, что нам подскажет рынок».

Не слишком сильные позиции туристического бизнеса в обществе продемонстрировали и посетители: желающих побывать на INWETEX оказалось немного даже среди студентов и пенсионеров. Впрочем, и среди специалистов (а в основном ими считаются менеджеры агентств) людей с большими сумками и чемоданами, в которых с выставки обычно увозят рекламные буклеты и каталоги,

В 2014 г. в INWETEX-CIS TRAVEL MARKET участвовали 216 компаний из 20 стран мира и 17 регионов России, в то время как годом ранее в главной выставке Северо-Запада приняли участие 414 компаний из 36 стран мира и 16 регионов РФ. Если учесть, что многие из нынешних участников работали на «сборных» стендах (на единой экспозиции Москвы, например, было сразу 10 участников, а Республики Коми — 9), то в этом году поубавилось и количество стендов.

стало гораздо меньше, чем в прошлые годы.

Все это только подкрепляет уже вполне сформировавшееся мнение о том, что выставки в том формате, который существовал и был успешным долгие годы, уже не оправдывают надежд туристического бизнеса. Не случайно целый ряд крупных игроков уверенно заявляют, что «овчинка не стоит выделки»: к примеру, генеральный директор туроператора «Пегас Туристик» Анна Подгорная подчеркнула, что решение о неучастии ее компании в INWETEX было принято еще весной по причине того, что «некоторые отраслевые выставки перестали себя оправдывать». Понять их можно, поскольку для того, чтобы раздать партнерам каталоги или пообщаться с ними, вовсе не обязательно выходить на выставку — все это сейчас можно делать, даже не выходя из офиса...

Федеральные проекты стали ближе к потребителю

«За прошедший год от появления самой концепции новых федеральных историко-культурных маршрутов мы перешли к той стадии, на которой этот продукт можно предлагать туроператорам», — заявила заместитель министра культуры России Алла Манилова, выступая в рамках II Международного форума по культурно-познавательному туризму, состоявшегося в октябре в Петербурге.

По ее оценке, особенно это касается такого проекта, как «Русские усадьбы», — он в настоящее время наиболее близок к реализации и, соответственно, к потребителю. «Что касается проекта «Великий шелковый путь», то в его случае придется пройти гораздо более длинную дорогу в силу его большей масштабности», — подчеркнула Алла Манилова. В свою очередь руководитель федерального проекта «Великий шелковый путь» Владимир Грусман согласился с мнением заместителя министра культуры и добавил: «Надо просить туроператоров, чтобы они помогли людям оказаться на трассе этого огромного маршрута». Что касается еще одного представленного в прошлом году в Таврическом дворце проекта — маршрута «Серебряное кольцо России», то его реализация в основном тормозится неготовностью инфраструктуры в Старой Ладобе, которая должна стать его отправным пунктом.

Обсуждение федеральных проектов, а также ситуации и мер по развитию культурно-познавательного туризма (в том числе и дет-

ского) как раз и стало стержнем программы второго по счету международного форума, инициированного Министерством культуры РФ. На этот раз в Таврическом дворце Петербурга собралось несколько сот специалистов из 52 регионов страны, представляющих руководство государственных и региональных органов власти и учреждений культуры, Российский союз туриндустрии, участников туристического рынка, а также профильные учебные заведения.

Мнение профессионалов однозначно: сейчас самый удачный момент для воплощения идей, направленных на развитие внутреннего туризма. И особенно — культурно-познавательного. Алла Манилова, к примеру, назвала его «мостом между культурой и туризмом», оценив как важнейший инструмент для популяризации первой. А руководитель РСТ Сергей Шпилько добавил, что «туризм культуру не заменит, но доступнее сделает». «Сейчас нам крайне нужен туристический продукт, который турист сам сделать не может, но от которого не сможет и отказаться», — уверен он. — Как представленные федеральные проекты, так и другие программы могут в этом здорово помочь».

В свою очередь Владимир Толстой, советник президента РФ, считает, что «это одно из направлений, на которых работа действительно ведется и уже можно увидеть ее результат». «Самое главное, что мы вскоре сами сможем стать потребителями этих уникальных туристических маршрутов, — говорит он. — Надо обязательно учитывать и тот факт, что проекты, основанные на горизонтальных и межрегиональных связях, сегодня приобретают совершенно новое значение. Нам необходимо объединять страну, и такой инструмент, как туризм, в этом деле — один из лучших».

Результаты действительно есть: кроме федеральных историко-культурных маршрутов, подготовка которых выходит на финишную прямую, национальная программа по развитию детского туризма уже вышла из пилотного статуса и в 2014 г. охватывает 85 регионов страны, предоставляя живущим в них детям возможность путешествовать по шести маршрутам. А Петербургу должно льстить хотя бы то, что наш город не только стал той дестинацией, на которой успешный проект был «обкатан», но и то, что в нынешней программе сразу два маршрута предусматривают посещение Питера.

Владимир Сергачев

ТУНИС

СПЕЦЦЕНЫ НА ОТЕЛИ С ТАЛАССО!

ТУРЫ на НОВЫЙ ГОД

СУПЕРАКЦИЯ!
Скидки до 30% на отели!
Дети до 14 лет -
бесплатно!
Эксклюзивные
предложения
более чем на
50 отелей

прямые
чартерные рейсы
обширная
экскурсионная
программа

NEW!

ДОМИНИКАНА

из Санкт-Петербурга

EXPRESS TOURS – ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР!

EXPRESS tours

Санкт-Петербург, Невский пр., 88
+7 (812) 335-2021, 273-3028
без обеда и выходных
www.expresstours.ru

GRANDexpress

Москва, Орликов пер., 4
+7 (495) 651-9354, 741-7365
www.grand-ptc.ru

Международная
встреча
профессионалов
туристической
индустрии

13 февраля 2015

Конгрессный центр «ПетроКонгресс»
м. Чкаловская, ул. Лодейнопольская, д.5

www.travelexhibition.ru

Страховка от банкротства, или посторонним пора на выход

Нынешнее лето стало рекордным по числу банкротств крупных игроков туристического рынка. По данным Ростуризма, в результате их недобросовестной деятельности пострадали 130 тыс. туристов. Вопрос о том, как снизить риски участников рынка, вновь стоит на повестке дня.

Министерство культуры, в чьем ведении находится сфера туризма, разработало поправки в закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», которые предлагают обязать турагентства страховать свою ответственность перед клиентами. Минимальный лимит страховки на этот случай может составить не менее 1 млн руб., хотя обсуждается и сумма в 500 тыс. руб.

Одновременно планируется создать официальный реестр туристических агентств. В единый реестр компания может быть внесена лишь при наличии страховки. По замыслу разработчиков поправок, если турагент, собрав с туристов деньги, не перечислит их туроператору в результате финансовых проблем или мошеннических действий, страховка позволит компенсировать потери туристам.

А правление Альянса туристических агентств решило со следующего года за счет турагентств начать формировать компенсационный фонд. Предполагается, что взнос составит 1 тыс. руб. в год, а общий размер фонда на первом этапе — 10 млн руб. За счет фонда туристам будут компенсировать ущерб в результате недобросовестного исполнения агентствами своих обязательств.

Кроме того, Министерство культуры предлагает туроператорам создать за свой счет новый страховой фонд для компенсации потерь туристов в полном объеме. Размер взноса оператора будет зависеть от его оборота.

Активизировались и сами участники рынка. Туроператоры и турагенты обсуждают варианты дополнительных гарантий для туристов, предложенных компаниями «Джет Тревел», OnlineTours, «Русский Экспресс», «Ингосстрах» и «Тинькофф Онлайн Страхование». Все страховые продукты, предложенные ими, добровольные и обещают стопроцентную защиту.

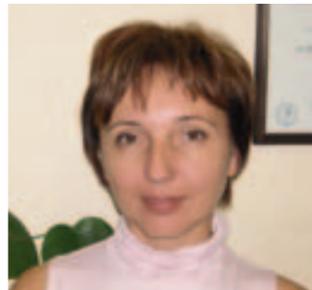
Как оценивают эти предложения страховщики? «ТБ» обратился за разъяснениями к экспертам — Юлии Алчевей, исполнительному директору ЗАСО «Европейское



Юлия Алчевая, исполнительный директор ЗАСО «Европейское Туристическое Страхование» (группа ERV)



Гаянэ Календжян, директор департамента комплексного страхования путешественников ООО «Страховое общество «Помощь»



Ольга Замаруева, директор департамента комплексного страхования путешественников ОАО «Либерти Страхование» (Группа Liberty Mutual)

Туристическое Страхование» (группа ERV), Гаянэ Календжян, директору департамента комплексного страхования путешественников ООО «Страховое общество «Помощь», и Ольге Замаруевой, директору департамента комплексного страхования путешественников ОАО «Либерти Страхование» (Группа Liberty Mutual).

1. В последнее время сложилась ситуация, когда крупные страховые компании отказываются страховать риски туроператоров. Страховщики предвидели волну банкротств на туристическом рынке?

Юлия Алчевая: Нет, не предвидели, но предыдущие периоды уже были убыточными, поэтому многие страховые компании отказываются страховать финансовые гарантии туроператоров не первый год, просто этим летом ситуация достигла своей критической точки.

Гаянэ Календжян: Такую волну банкротств турфирм предвидеть было невозможно, даже несмотря на то, что в последние годы убыточность по данному виду страхования заметно возросла. Основные причины отказа страховщиков от данного вида страхования заключаются в следующем:

— данные риски невозможно перестраховать на международном и внутреннем рынке перестрахования, поскольку умышленные действия туроператора только в нашей стране являются страховым случаем;

— невозможно правильно оценить риски, которые принимает на себя страховщик из-за отсутствия контроля и над-

зора в туристическом бизнесе; — Федеральный закон №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» требует продуманной доработки как в части, касающейся туризма, так и в части страхования.

— статистика судебной практики такова, что решение обычно принимается в пользу туриста, даже в том случае, когда страховщик обоснованно отказывает туристу в выплате со ссылкой на пункты закона «Об основах туристской деятельности».

Ольга Замаруева: Страховщики отказывались страховать ответственность туроператоров из-за невозможности разместить в перестрахование крупные риски. Не думаю, что они предвидели волну банкротств лета 2014-го.

2. Как Вы считаете, своевременно ли введение страхования ответственности для турагентов в условиях, когда туроператоры не выполнили своих обязательств перед клиентами, ни перед партнерами?

Юлия Алчевая: Отношусь к этому предложению отрицательно. В деятельности турагентств нет риска, подлежащего страхованию. А ответственность туроператора застрахована отдельно. Причина неисполнения агентством своих обязательств — только мошенничество, присвоение денег туристов. Страхование подобных рисков запрещено законом.

Гаянэ Календжян: Прежде чем вводить страхование ответственности турагентств, необходимо ввести соответствующую

изменения в закон и четко прописать зоны ответственности турагента и туроператора. В сегодняшней редакции закона «за всех и вся», в том числе и за турагента, несет ответственность туроператор.

Ольга Замаруева: Основная обязанность агентств — передать деньги туриста туроператору. Не исполнить это обязательство, не имея преступного умысла, на мой взгляд, невозможно. Такой риск не подлежит страхованию.

3. На Ваш взгляд, станет ли страховка для турагента лекарством для нездорового туристического рынка или это очередная попытка отрегулировать рынок, выведя с него малый и средний бизнес?

Юлия Алчевая: Нет, не станет.

Гаянэ Календжян: На данном этапе, думаю, не станет.

Ольга Замаруева: Придерживаюсь того же мнения — не станет.

4. Как Вы считаете, изменится ли в связи с нововведениями система контроля финансовой устойчивости участников туристического рынка? Все в один голос твердят о качестве и безопасности услуг, а туристы продолжают рисковать и в большинстве случаев не могут получить стопроцентную компенсацию от несостоятельной фирмы.

Юлия Алчевая: Туристы в любом случае не должны рассчитывать на стопроцентную компенсацию, как и, например, при страховании вкладов. Ведь на рынке банковских услуг страхуется сумма в 700 тыс. руб., а не вся сумма вклада! →

СТРАХОВОЙ ПОЛИС ERV

You travel. We care.*



При наступлении страхового случая звоните в сервисный центр по номеру, указанному в страховом полисе. Все телефонные переговоры с сервисным центром оплачиваются страховой компанией ERV.



Солнечные ожоги, аллергия и обострение хронических заболеваний — это страховой случай!



Вы застрахованы при занятии спортом. Программой страхования предусмотрены также поисково-спасательные мероприятия. В полисе должна быть отметка RISKFUL SPORT.



ERV оказывает медицинскую помощь даже при наличии алкогольного опьянения! (по программе OPTIMA)

В ваш страховой полис включено покрытие при внезапном осложнении протекания беременности на сроке до 31 недели на весь период поездки (по программе OPTIMA). Более подробно Вы можете ознакомиться с условиями страхования на сайте www.ERV.ru



Страховое общество "Помощь" — 20 лет на рынке страхования, входит в число лидеров российского рынка в области страхования ответственности туроператоров и выезжающих за рубеж.

ДЛЯ ТУРФИРМ МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:

- страхование выезжающих за рубеж и путешествующих по России;
- страхование на случай отмены поездки;
- страхование багажа;
- страхование гражданской ответственности.

Разработаны специальные программы для туристов — любителей зимнего активного отдыха.

Страховое общество «Помощь»

191025, Санкт-Петербург, Стремянная улица, д.3
 телефон: **8 800 505 58 88**

Купить полис on-line:
www.pomosch.com
помощь.рф

→ **Гаянэ Календжян:** Сегодня идет работа над изменениями в закон, и все будет зависеть от того, какие конкретно поправки будут приняты.

Ольга Замаруева: Можно сказать, что система контроля туроператоров наконец-то появится. А пропорциональные выплаты туристам в случае несостоятельности фирмы, продавшей тур, возникают из-за несоответствия лимитов ответственности по договору страхования и объемов продаж.

5. Туроператоры и турагенты обсуждают варианты дополнительных гарантий для туристов, предложенных компаниями «Джет Тревел», OnlineTours, «Русский Экспресс», «Ингосстрах», «Тинькофф Онлайн Страхование». Все страховые продукты, предложенные ими, добровольные и обещают стопроцентную защиту. Что Вы думаете о введении дополнительных гарантий для туристов при покупке турпакета, например, банковских?

Юлия Алчевая: Продукт компании «Джет Тревел» — это не страхование, а банковская гарантия, причем очень незначительная, общая сумма пока 1 млн руб., при этом почему-то за нее платит турист. Сомнительный вариант.

Что касается продукта «Тинькофф», то я не готова его комментировать, так как это не член ВСС: компания живет по своим правилам.

У «Ингосстраха» и «Русского Экспресса» есть такой дополнительный продукт, пока он экспериментальный. Мы с ним не до конца согласны, в мировой практике страхования такого нет. Банкротство оператора — это не риск туриста. На мой взгляд, странно, что страховщик не заключает договор с этим оператором по основным финансовым гарантиям (на 190 млн руб. этот туроператор застрахован в ERV), но при этом предлагает дополнительный продукт.

Гаянэ Календжян: Да, действительно, ряд страховых компаний уже разработали программу страхования финансовых рисков туриста от банкротства туроператора. В настоящий момент наша компания тоже работает над созданием такого продукта. Но так как это добровольный вид страхования, страховщики имеют право самостоятельно решать, какие риски включать в данную программу, а какие — исключать. И вряд ли страховщик будет включать в программу страхования такой риск, как умышленные действия туроператора, ведь

это противоречит Гражданскому кодексу.

В любом случае, покупая такой полис, турист обеспечивает себя дополнительной гарантией. Но я советую туристам читать внимательно условия страхования.

Ольга Замаруева: Банковскую гарантию быстро оформить не получится. Реальная альтернатива — страхование. В последнее время страхование каждого тура начинает появляться на рынке. Время покажет, что из этого получится.

6. Специалисты говорят, что страховки от банкротства нет, а на рынке уже появились подобные продукты, например «Гарантия отпусков» — совместный продукт интернет-магазина путешествий и страховой компании, который обещает стопроцентное возмещение средств в случае несостоятельности компании, продавшей тур. Как Вы относитесь к такой идее?

Юлия Алчевая: Первый раз слышу об этом, очень похоже на маркетинговый ход. Доверия не вызывает.

Гаянэ Календжян: Такие попытки на рынке предпринимаются.

Ольга Замаруева: Я уже ответила на этот вопрос. Такие продукты начали появляться.

Резюме

Попытка ввести обязательное страхование ответственности турагентств — не панацея для рынка, считают наши эксперты. И оздоровить рынок, находящийся в стрессовом состоянии, вряд ли сможет. То, что произошло нынешним летом, произошло нынешним летом, увя, закономерно: слишком долго туристический рынок находился в тени, а попытки регулировать его были не слишком эффективны. Страхование ответственности туроператоров могло бы стать действенным механизмом регулирования рынка, если бы компании открывали свои реальные обороты. Сейчас попытки возложить ответственность на турагентов вызовут лишь уход с рынка многих небольших компаний, которые непосредственно работают с туристом.

Появление новых продуктов, обеспечивающих дополнительную защиту туриста, в том числе банковских гарантий тура, страховщики оценивают неоднозначно. Главный вопрос — почему за такую гарантию должен платить турист? И тем не менее прогнозируют, что такие продукты будут появляться на рынке. Вероятно, это будут варианты «страховки от банкротства».

Елена Муковозова

Россиян пригласили в Италию

«Мы всегда рады принять гостей из России и готовы сделать все для того, чтобы они чувствовали себя на нашем курорте комфортно и получали только качественные услуги», — заявил на презентации комплекса «Монтекатини Терме» в Петербурге директор отдела продаж и маркетинга курорта Массимо Джованетти.

Курорт «Монтекатини Терме» вряд ли нуждается в особом представлении, поскольку эти термы известны на протяжении уже нескольких веков и по праву считаются одним из лучших европейских водных SPA-курортов. В настоящее время в большой оздоровительный комплекс входит около 150 отелей разных категорий (2–5*) с общим числом номеров примерно 12 тыс., а основным лечебным инструментом курорта являются различные термальные воды, большая часть которых предназначена для питья. Как подчеркнул Массимо Джованетти, благодаря отличным условиям размещения и эффективности процедур курортный комплекс весьма популярен как в Западной Европе, так и в России — ежегодно он принимает до полумиллиона гостей.

«Стоит особо отметить, что комплекс «Монтекатини Терме» в большей степени ориентирован на лечение — в общей структуре услуг на него приходится около 90%, в то время как на SPA — примерно 10%», — констатировал он. — Поэтому обычно клиенты приезжают к нам на 12–14 дней — именно такой срок минимально необходим для того, чтобы лечение дало результаты.

Вместе с тем и те, кто в лечении не нуждается, могут получить все необходимые им услуги или просто наслаждаться пребыванием на ку-

рорте, который расположен в прекрасном месте.

По его мнению, не только высококлассные лечебные и SPA-услуги позволяют клиентам предпочесть «Монтекатини Терме» другим европейским курортам. И в этом трудно с ним не согласиться: комплекс расположен всего в 30 минутах езды от Флоренции и Пизы, что не только гарантирует его хорошую транспортную доступность, но при желании обеспечивает гостям разнообразную и интересную экскурсионную программу. Например, неподалеку от курорта можно увидеть дом, в котором родился Леонардо да Винчи. «А еще это хорошая еда, отличное вино и масса развлечений на любой вкус...» — добавляет Массимо Джованетти. Не случайно среди клиентов курорта числятся сотни знаменитостей, включая Джузеппе Верди, который в свое время был одним из его завсегдатаев.

Курорт явно демонстрирует и свою благосклонность к приему гостей из России. Например, сайт комплекса (www.termemontecatini.it, в ближайшее время появится его новая версия) имеет русскоязычный вариант, с помощью которого можно узнать все тонкости пребывания на курорте. Кроме того, комплекс издает брошюры на русском языке о доступных



на нем услугах (включая полное описание и стоимость процедур), а также сертифицирован по программе «Русский ключ», которая подразумевает наличие русскоязычного персонала, перевод на родной для россиянина язык необходимых документов и т. д.

При этом Массимо Джованетти подчеркивает, что особенно беспокоиться в случае незнания иностранного языка не стоит. «Назначения процедур делает русскоязычный специалист, и поэтому никакого языкового барьера ни в ходе лечения, ни при пребывании в отелях не будет», — отмечает он. — А поскольку лечебные и SPA-комплексы не входят в структуру отелей, эти услуги по назначению врача могут получить все гости, независимо от того, где они живут.

Намерения поддержать поток из России как в Монтекатини, так и в другие регионы и курорты страны демонстрируют и власти Италии. Так, недавно глава ЭНИТ в России Доменико Ди Сальво сообщил, что, несмотря на некоторые трудности, уже в зимнем сезоне 2014/2015 итальянская

Владимир Сергачев

Новое — значит итальянское...

«Знакомство петербуржцев с малоизвестными регионами Италии — одна из наших основных задач», — сказал генеральный консул Италии в Петербурге г-н Леонардо Бенчини на B2B-встрече, посвященной провинции Брешиа.



Брешиа — идеальное со всех точек зрения место для отдыха. Такие «топы», как Милан, Верона и Венеция, находятся в достаточной близости от одноименной столицы провинции. По словам Массимо Гиделли, директора консорциума BresciaTourism, за последние 3 года количество туристов из России в провинции увеличилось в 3 раза и составило почти 30 тыс. человек. На что здесь посмотреть?

Объекты ЮНЕСКО: сотни тысяч удивительных «письмен» древности — наскальных изображений в долине Камоника, главный музей Брешиа — монастырский комплекс Санта Джулия. Безусловным лидером по своей туристической привлекательности является озеро Гарда, а также расположившиеся вдоль его берегов уникальные старинные постройки. Сюда в поисках приключений съезжают миллионы туристов со всего мира. А если повезет, то можно поучаствовать в «самой главной гонке мира». Так назвал Энцо Феррари престижное спортивное состязание ретро-автомобилей MilleMiglia («Тысяча миль»), проходящее ежегодно в Брешиа в середине мая.

Ирина Смирнова

ИВОЛГА
TRAVEL

СПб., Казанская ул., 7, оф. 12А
 +7 (812) 603-2073
 +7 (812) 603-2077 www.ivolgatour.ru

ТЕРМЫ АБАНО, МОНТЕКАТИНИ,
 МОНТЕГРОТТО, КЬЯНЧАНО, ФЬЮДЖИ

О. ИСКЬЯ, ОЗЕРО ГАРДА

БОЛЕЕ 50 ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ
 ТУРЫ НА ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ ИТАЛИИ

Медицинский туризм в отсутствие партнеров

Утверждать, что нынешняя специализированная выставка «Медицинский туризм» в рамках INWETEX в «Ленэкспо» и международная выставка «Лечебно-оздоровительный туризм», состоявшаяся неделей позже в «Экспофоруме», не были результативными, не берусь, но сомнения по поводу их эффективности остались.



На выставке в «Ленэкспо» были мощно представлены возможности медицинского туризма стран Балтии, Израиля, Турции и некоторых азиатских стран. В числе российских участников этого рынка было около десятка фирм, в основном представляющих интересы здравниц Ставропольского края и Крыма. Круглый стол, посвященный перспективам развития лечебного туризма, прошел также при активном участии представителей Литвы и Германии.

По данным Global Wellness Tourism Congress, мировой рынок медицинского туризма показывает высокие темпы роста. С \$40 млрд в 2004 г. доходы от него возросли до \$0,5 трлн, что составляет 14% от объема доходов от туризма (\$3,2 трлн) в целом. В 2012 г. медицинский туризм составил 1,8% мирового ВВП. По данным экспертов, этот

сектор туризма будет расти в среднем на 9,9% в год в течение 5 лет, что почти в 2 раза выше, чем по отрасли туризма в целом, и достигнет к 2017 г. 16% от общего объема доходов от туризма.

В связи с этим тема взаимодействия поставщиков лечебных и оздоровительных услуг и турбизнеса становится сегодня чрезвычайно актуальной. Это подтвердил и круглый стол в «Ленэкспо». Как выразился один из его участников, «сейчас у нас в отрасли больше хороших врачей, чем менеджеров». Необходимость наличия в штате туркомпаний, продающей медицинский продукт, специалистов, умеющих грамотно его предложить туристу, – одна из ключевых задач в организации цепочки реализации.

Как это происходит на практике, рассказали участники круглого стола из России, Литвы и Гер-



мании. Обмен опытом проходил в режиме презентации возможности отдельного курорта или клиники. Интересы турбизнеса на круглом столе представляли Виктор Андреев, директор по развитию туроператора «Злата Прага», и Павел Андриенко, генеральный директор компании «Амиро-СПб». Они рассказали об опыте своих компаний по продвижению медицинского туризма как турпродукта. Однако, кроме коллег из Литвы – Эгле Пошкене, директора компании Health First, и Михаила Барташевича, вице-президента ассоциации «Туризм Литвы», эту тему никто из участников круглого стола не поддержал. Акцент выступлений сместился на преимущества лечения в конкретных клиниках и санаториях.

Подобная картина наблюдалась и на выставке в «Экспофоруме». Зарубежных участников

здесь прибавилось – свои возможности представляли клиники и курорты Турции, Сингапура, Швейцарии, Италии, Кореи, Германии и других стран. Среди российских участников выделялись курорты Крыма. Северо-Западный регион представляли ООО «Сиваш» и Псковский областной совет профсоюзов, продававшие санаторно-курортное лечение в своих областях.

Презентация возможностей медицинского туризма в разных регионах мира продолжилась и в «Экспофоруме». Единственное, чего не хватало двум выставкам, так это участия в них российских представителей турбизнеса. Как заметил Михаил Барташевич, «мы приехали в Россию, чтобы найти здесь партнеров, но на выставках их не встретили. С кем выстраивать диалог, до сих пор не ясно».

Елена Муковозова, фото автора

Ишгль: «Отдохни. Если сможешь...»

Под таким девизом вступает в зимний сезон 2014/2015 австрийский Ишгль, предлагающий гостям не только первоклассное катание, но и множество развлечений. «Отдых в Ишгле настолько насыщенный, что найти время для самого отдыха очень сложно», – отметил Андreas Штайбл, директор совета по туризму региона Ишгль, на пресс-конференции 23 октября в отеле Crowne Plaza St. Petersburg Ligovsky.



Известный горнолыжный курорт предлагает своим гостям 238 км отличных трасс (80% из них расположено на высоте 2 тыс. м) и 45 современных подъемников с пропускной способностью 75 тыс. человек в час. В числе но-

винок – канатная дорога Piz Val, доставляющая фрирайдеров в новую зону катания на высоте более 2800 м, и трехканатный подъемник Pardatschgratbahn, соединивший восточную часть курорта с горой Пардачграат (2616 м). Скорость

подъемника 7м/с, так что дорога от городка до трассы не займет больше 15 минут.

Именно в Ишгле находится единственный в Европе «шести-звездник» – Trofana Royal, здесь самая высокая плотность отелей 4–5*, а всего курорт может предложить своим гостям 14 тыс. мест размещения. Как отметил г-н Штайбл, 80% россиян предпочитают отели 4–5*, а 20% – апартаменты и квартиры.

Что касается внетрассовых удовольствий, то Ишгль известен как «столица альпийского образа жизни», которую прославили вечеринки arges-ski, дискотека Pasha, эксклюзивный Mountain VIP Club (из 300 членов которого 50 – наши соотечественники) и концерты мировых звезд Top of the Mountain, которые проходят три раза за сезон – в честь его открытия, закрытия и на Пасху. В этом году первый концерт с участием Джеймса Бланта состоится

29 ноября, а билетом для 25 тыс. зрителей станет ски-пасс.

Кстати, по единому ски-пассу из Ишгля можно приехать в швейцарский Самнаун – рай не только для сноубордистов, но и для шопоголиков: здесь находятся магазины Duty Free Heaven Samnaun. Российские гости предпочитают шопинг всем остальным развлечениям, и специально для наших соотечественников в дни январских каникул магазины работают до полуночи.

По данным ежегодного рейтинга агентства Proalps, зимой 2013/2014 Ишгль посетили 9,1 тыс. российских туристов (+5,3% по сравнению с сезоном 2012/2013), которые провели на курорте 68 тыс. ночей. Как отметил г-н Штайбл, если 10 лет назад 90% россиян приезжали в Ишгль, воспользовавшись услугами турфирм, то сейчас на долю самостоятельных туристов приходится 65–70%.

Евгения Смирнова

Петербуржцам в Эстонии всегда рады

В этом уверена генеральный консул Эстонии в Петербурге Виктория Туулас, сообщившая на пресс-конференции в СПб-ТАСС о том, что в 2014 г. консульство выдает петербуржцам более 50 тыс. виз.

По словам г-жи Туулас, в последнее время поток туристов из России в Эстонию снизился на 16%, однако это не касается Петербурга: «мы идем по рекордному графику». При этом она подчеркнула, что получить эстонскую визу в городе на Неве так же просто, как и финскую: процедура оформления документов в визовом центре Эстонии занимает всего 15 минут, 80% среди всех выдаваемых петербуржцам виз составляют многократные, к тому же страна начала выдавать их сроком на 5 лет. Генеральный консул заявила, что в этом году не было зафиксировано ни одного



факта отказа в эстонской визе по той причине, что человек занесен в списки лиц, которым запрещен въезд. «И хотя количество отказов во въезде в страну для россиян не превышает 1%, наша задача не делать статистику по визам, а работать так, чтобы тем, кто хо-

чет поехать в Эстонию, было проще», – отметила Виктория Туулас.

По данным статистики, больше всего туристов посещает Эстонию на новогодних каникулах. В этой связи генеральный консул любезно пригласила всех петербуржцев посетить Эстонию, рассказав и о таллинском аэропорте, входящем в список самых красивых и удобных в мире, и о прекрасном катке в центре Таллина с видом на Ратушную площадь. «Там действительно сказка, и мы готовы поделиться ею с вами», – подчеркнула Виктория Туулас.

Что касается причин снижения турпотока из России в Эстонию

(а до 2014 г. он постоянно рос, увеличиваясь в последние годы на 50%), то участники рынка уверены – процесс по большей части обусловлен не политическими, а экономическими проблемами. «Из-за значительного роста курса евро ездить в Эстонию и в Европу в целом для россиян стало дороже», – констатируют в турфирмах Петербурга. В этой связи в самое ближайшее время ожидать роста российского турпотока в Эстонию прежними темпами вряд ли стоит – скорее всего, положительные перемены в его динамике произойдут уже в следующем году.

Маргарита Крестьянинова

Российский туризм на WTM

Выставка World Travel Market, отметившая в этом году свое 35-летие, вновь стала своеобразным смотром достижений мировой туристической индустрии. С 3 по 6 ноября более 5 тыс. участников из 184 стран продемонстрировали в выставочном комплексе ExCeL весь спектр туристических программ, маркетинговых решений и новых технологий. Объем бизнес-сделок составил рекордные 2,5 млрд фунтов.

При этом представительство России на лондонской выставке было как никогда скромным. Собиравшая в прошлые годы по сто и более участников, в этот раз экспозиция по составу уменьшилась более чем вдвое. Особенно заметным было отсутствие на выставке многих инкаминговых туроператоров, крупных гостиниц Москвы и Петербурга и главное –

регионов России. Зарубежные посетители напрасно пытались найти в российском разделе информацию о Золотом кольце, Урале, Сибири, Камчатке, курортах Краснодарского края – представителей туристских администраций и бизнеса из этих областей попросту не было на выставке. Как, впрочем, и официальной делегации Ростуризма.



В этом году Саммит министров по туризму, который пользовался повышенным интересом со сто-

роны посетителей и участников выставки, был посвящен роли мегасобытий в развитии туризма. Ожидалось, что Министерство культуры РФ и Ростуризм расскажут об Олимпиаде в Сочи, представят обновленный курорт и оценят перспективы туризма в Краснодарском крае. Однако выступать было некому...

www.tourbus.ru, www.atorus.ru

Заявите о себе в туристической Балтии!

BALT 2015 TOUR

6 - 8 февраля 2015, Рига, Латвия

22-я международная выставка-ярмарка туризма – крупнейшая в Балтии!

470 экспонентов и 800 организаций-участников из Балтийских стран, а также 40 государств Европы, Азии, Африки и Ближнего Востока.

Резервируйте стенд сейчас!

www.balttour.lv

Устроитель
AITA

Проведение обеспечивает
BT 1

Партнеры
airBaltic

Latvia

Япония предлагает поддержку

С 2011 г. популярность Страны восходящего солнца у наших соотечественников неуклонно растет, и сегодня Япония предлагает российским туркомпаниям и СМИ новые возможности для сотрудничества. Об этом сообщил 8 октября на семинаре в Grand Hotel Europe представитель Национального офиса по туризму Японии (JNTO) в РФ Валентин Шестаков.

По данным JNTO, в 2013 г. в Японии побывало 60,5 тыс. российских туристов. В январе – июле 2014 г. российский турпоток достиг 36800 человек, что на 6,2% превышает показатель за аналогичный период 2013 г. При этом все больше россиян посещает Японию по туристической визе: если в 2011 г. с целью туризма в Японию побывало 17 тыс. человек (50,2%), то в 2013 г. – больше 40 тыс. (66,7%). Пик посещений приходится на апрель и октябрь, соответственно на сезоны «цветения сакуры» и «крас-

ных кленов», а почти 70% агентских продаж составляет «золотой маршрут» (Токио – Нара – Киото – Осака – Хаконе).

Говоря о тенденциях рынка, г-н Шестаков отметил также увеличение числа возвратных туристов, особенно с Дальнего Востока, рост спроса на круизы в Японию и интереса к ее регионам (Хокурику, Кюсю). Туры в Японию предлагает все больше компаний, особенно в городах-миллионниках, при этом в самих компаниях отмечают рост запросов на MICE- и инсентив-поездки.

Со своей стороны JNTO увеличивает бюджет на продвижение в России: японская сторона участвует в основных выставках (PITE, Leisure, Inwetex, MITT), проводит семинары, организует рекламные кампании и инфотуры. По словам г-на Шестакова, с 2014 г. JNTO предусматривает «частичную поддержку» туркомпаний и СМИ: суть ее в том, что пребывание в Японии специалистов турбизнеса и журналистов будет частично профинансировано (за исключением авиаперелета и пита-

ния). Условия участия в новой программе – разработка японского турпродукта (с отчетом по количеству отправленных туристов) и публикации в СМИ.

Как отметил генеральный консул Японии в Петербурге г-н Эсихиро Ямамура, «Япония – страна туризма, и нам нужно развеять миф, что посетить ее очень дорого: сегодня с учетом курса йены съездить в Японию выгодней, чем в страны еврозоны. Наши народы должны лучше узнать друг друга».

Екатерина Губанова

Путешествие начинается с Лаппеенранты

В 2015 г. наше путешествие будет начинаться с Лаппеенранты еще чаще: приграничный финский город готов открыть для россиян новые отели и торговые центры, а авиакомпания Snowbird Airlines – новые маршруты из аэропорта Лаппеенранты. Об этом заявила на пресс-конференции 7 октября Мирка Рахман, глава департамента по связям с общественностью администрации Лаппеенранты.

Второй по популярности финский город в 2013 г. принял 2 млн туристов, из них 1,8 млн россиян, которые оставили в Лаппеенранте 279 млн евро. Нынешний год вернет показатели на уровень 2012-го: количество наших туристов уменьшится на 10%, а их траты – на 20%, однако число ночевочек останется прежним, а загрузка отелей – достаточно высокой.

«Все последние годы российский турпоток в Лаппеенранту рос рекордными темпами. В этом году рекорда не будет, но наши планы по продвижению не меняются. Мы хотим сделать город еще более привлекательным и комфортным, и наша стратегическая цель – развитие отелей и торговой инфраструктуры», – подчеркнул мэр Лаппеенранты Киммо Ярва.

Так, в мае 2015 г. после реконструкции откроется торговый центр IsoKristiina – в нем будут располагаться кинотеатр Finnkinno, ресторан и магазины. Holiday Club Saimaa увеличит количество мест размещения до 8000. Строятся новые магазины IKEA и Ikonno. Реализуется проект гостиничного комплекса в Хухтиниеми стоимостью 70 млн евро, а также развития международного аэропорта Лаппеенранты.

Как отметил директор аэропорта Петер Лехти, в 2014 г. авиапредприятие обслужит 100 тыс. пассажиров, на 7 тыс. больше, чем в 2013-м.

Сейчас половину пассажиропотока составляют россияне, 40% – финны, 10% – остальные европейцы. Не исключено, что в ближайшие годы аэропорт из государственной собственности перейдет в городскую, а это позволит более активно привлекать новых перевозчиков.

Впрочем, новая финская частная авиакомпания – Snowbird Airlines – уже «приземлилась» в Лаппеенранте. В ближайших планах «Снежной птицы» – открытие в январе 2015 г. рейса Лаппеенранта – Аликанте (стоимость билета со всеми сборами и питанием – 179 евро в один конец). «Мы настроены на успешную стабильную работу, рассчитывая в течение 5 лет занять ведущее место в сфере путешествий», – отметила исполнительный директор Snowbird Airlines Оу Марья Аалто. По ее словам, авиакомпания нацелена преимущественно на сотрудничество с туроператорами и агентами, но предлагает услуги и индивидуальным путешественникам.

Новым туристическим программам была посвящена традиционная осенняя выставка goSaimaa, собравшая в отеле «Амбассадор» 35 финских компаний из Лаппеенранты, Иматры, Куоволы, Миккелли, Савонлинны и Куопио и более 100 представителей петербургского турбизнеса.

Елена Попова

Макао: сплетение культур и традиций

6 ноября в отеле Four Seasons состоялась дружественная встреча Управления по туризму правительства Макао с представителями СМИ Петербурга. В ходе делового обеда Дмитрий Смирнов, координатор в России, и Анастасия Старцева, менеджер проекта, подробно рассказали журналистам о Макао – особом административном районе КНР, так называемом азиатском Лас-Вегасе, который расположен всего лишь в 60 км от Гонконга и отделен от «большой земли» Жемчужной рекой.

15 лет назад у Макао началась «новая история»: в декабре 1999 г. произошло его вполне мирное присоединение к Поднебесной. До этого на протяжении 450 лет совсем небольшая, но стратегически важная территория была под протекторатом Португалии. Не случайно множество прекраснейших памятников архитектуры той эпохи, составляющих исторический центр Макао, в 2005 г. внесены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Уникальная культура Макао – это лаконичное сплетение китайской и португальской культур. Несмотря на повсеместное употребление кантонского диалекта, до сих пор официальными языками здесь являются китайский и португальский. Даже названия улиц по сей день звучат на двух языках (и ни-



кто этому не сопротивляется...).

Начиная с 2003 г., когда была наконец-то сломлена концепция «игровой зоны», в Макао стали,

как грибы после дождя, «расти» средства размещения различной звездности: от эконом, включая традиционные гостиницы «пузады» (португальские гостевые дома), до класса Delux. Сегодня (при населении 614 тыс. человек) количество отелей и гостевых домов составляет более 100, а число гостиничных мест – около 29 тыс.

Тем не менее изначально Макао ориентирован на туристов middle-класса и самостоятельных путешественников, которые на 95% прибывают в автономию морским путем. И это неудивительно: из 28 млн туристов китайские путешественники составляют 24 млн... С отменой въездной визы в 2012 г. россияне стали значительно чаще посещать Макао. За январь – сентябрь 2014 г. прирост составил 6% по сравне-

нию с аналогичным периодом предыдущего года. Ожидаемый результат по итогам нынешнего года – 31 тыс. человек.

Макао – часть комплексного туристического маршрута, и, как правило, в течение 2–3 дней можно узнать все тонкости времяпрепровождения здесь. Что же еще привлекает сюда туристов со всего мира? Этому найдется множество причин: развлечения мирового уровня от «А» до «Я» (например, такие экстравагантные представления, как «Дом танцующей воды» и «Дерево процветания»), превосходная кухня, отличный шопинг, праздники и фейерверки, пляжные удовольствия, а также «большие огни» на улицах очень высокого, нового города...

Ирина Смирнова

Тех Free фиксирует снижение

Сразу несколько европейских стран, в которые традиционно едет большой поток российских туристов, сообщили о падении их трат в магазинах.

Согласно информации Global Blue, в этом году в Австрии россияне потратили на 16,2% меньше, чем в прошлом, при этом поток наших соотечественников в страну снизился чуть меньше – на 13%. В Латвии за 9 месяцев 2014 г. средняя сумма покупки tax free, совершенной российскими туристами, уменьшилась на 17% и составила 284 евро. В Эстонии с начала года количество туристов из России снизилось всего на 0,5%, а объем покупок, совершенных через сеть Global Blue, уменьшился почти на 20%. В Финляндии продажи россиянам по системе tax free упали на 30%, тем не менее наши туристы все равно остаются самыми активными клиентами финских магазинов – на них приходится 82% покупок.

RATA-news

Кто как отдыхает?

Портал Expedia.com представил результаты исследования «отпускных привычек». В опросе участвовали более 8,5 тыс. человек из 24 стран мира.

В результате выяснилось, что американцы воспринимают отпуск как роскошь, а не как свое законное право, а из 14 отпускных дней используют только 10. Сходные привычки и у жителей Азии. Японцы из 18 дней отпуска используют только 7, как и корейцы, которые берут только 7 дней из 10; тайцы используют 8 дней из 11, а малайзийцы 14 из 17. Французы используют все 30 дней своего отпуска, при этом 90% французов говорят, что им не хватает выходных дней. Такой же недостаток выходных чувствуют 83% итальянцев, 78% испанцев, 74% немцев. Сходные чувства испытывают 49% ирландцев, 47% британцев и малайзийцев, 44% шведов, 41% нидерландцев, 39% датчан, 38% мексиканцев и только 17% норвежцев.

www.turizm.ru

Италия – вновь лучшая

Италия четвертый год подряд возглавила топ-10 лучших для отдыха стран мира по версии читателей Conde Nast Traveller. Отметилась она также в списке лучших островов: Сицилия стоит на третьем месте, а Капри занимает седьмое. Кроме того, Италия попала и в топ-10 лучших городов мира: Венеция здесь на третьем месте, Рим – на седьмом, Флоренция – на восьмом месте.

Топ-10 лучших стран:

1. Италия, 2. США, 3. Австралия, 4. Греция, 5. Испания, 6. Франция, 7. Новая Зеландия, 8. Мексика, 9. Турция, 10. Индия

Топ-10 лучших островов:

1. Мальдивы, 2. Греческие острова, 3. Сицилия, 4. Сент-Бартс, 5. Балеарские острова, 6. Сейшель, 7. Капри, 8. Барбадос, 9. Маврикий, 10. Мальта

Топ-10 лучших городов:

1. Нью-Йорк, 2. Париж, 3. Венеция, 4. Сидней, 5. Стамбул, 6. Барселона, 7. Рим, 8. Флоренция, 9. Кейптаун, 10. Дубай

www.turizm.ru

Европа – без российских туристов?

Исследование, проведенное Европейской комиссией по путешествиям (ETC), показало, что эскалация «крымского кризиса» совпала с заметным замедлением темпов роста российского выездного туризма. Если ранее прогнозировалось, что рост турпотока из России в Европу в 2014 г. составит 10%, то сейчас прогноз пересмотрен в сторону уменьшения до 3%.

В 2013 г. из России выехало 18,1 млн туристов, в результате чего страна стала третьим поставщиком туристов в Европу. Однако «крымский кризис» и ослабление экономики заставили россиян изменить свой выбор. Наибольшее снижение отмечается по таким странам, как Германия, Италия, Польша и Испания. При этом Кипр, Греция и Турция, напротив, демонстрируют рост выездного турпотока из России.

Есть несколько объяснений этой тенденции. Во-первых, Кипр, Греция и Турция предлагают хорошее соотношение цены и качества. Во-вторых, у этих стран – длинный «послужной список» в приеме россиян. В-третьих, они приняли нейтральную позицию на введение санкций против России.

Оценивая перспективы, ETC прогнозирует три возможных сценария. До кризиса ожидался рост российского выездного рынка на

4 млн прибытий в период 2014 по 2016 г. Сейчас ETC прогнозирует, что если не произойдет никаких изменений, то за 3 года рынок вырастет, но всего лишь на 2,5 млн прибытий.

Другие сценарии более пессимистичны. Если политическая ситуация ухудшится и санкции против России будут расширены, то турпоток из России в Европу упадет на 5% в 2014 г. Это потеря около 1 млн туристов, а затем еще 1,3 млн в 2015 г. Несмотря на восстановление и прирост на 1,2 млн в 2016 г., кризис будет стоить европейским направлениям более 1 млн посещений в целом.

Если внешнеполитические отношения перерастут в прямой конфликт, то в 2014 и 2015 гг. Европа потеряет 2 млн туристов из России, а в 2016 г. рынок сократится почти на 5 млн по сравнению с 2013 г.

www.atorus.ru

	Российский турпоток в Европу (тыс. посещений)				Изменение в процентах			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Отсутствие санкций	18,136	19,906	21,236	22,460	16	10	7	6
Текущие санкции	18,136	18,698	19,192	20,636	16	3	3	8
Расширенные санкции	18,136	17,140	15,787	16,969	16	-5	-8	7
Прямой конфликт	18,136	16,153	13,298	13,291	16	-11	-18	0

Россияне – самые честные

Опрос TripAdvisor «Правда о путешествиях и путешественниках» показал, что в среднем по миру двое из трех путешественников уносят вещи из гостиничных номеров. При этом всего 46% россиян заявили, что хотя бы раз в жизни не смогли удержаться от соблазна захватить с собой ту или иную вещь. Это значительно меньше среднемирового показателя в 65%.

Россияне – наряду с египтянами (44%), турками и греками (по 46%) – наименее склонны унести с собой вещи из гостиничных номеров, тогда как наибольшими любителями не оставить после себя ничего лишнего оказались испанцы и австралийцы (по 77%).

Наиболее часто россияне забирают с собой туалетные принадлежности (их отметили 23% участников опроса), чай и кофе (18%), канцелярские принадлежности (11%), салфетки (10%) и полотенца (9%). При этом всего 1% россиян признались в том, что не считают зазорным перед отъездом выкрутить в номере лампочку, а 3% – захватить банный халат.

www.atorus.ru

Когда покупать авиабилет?

Лучший тариф при покупке авиабилета можно получить при бронировании за 53 дня до даты поездки, а самые низкие цены предлагаются на вылеты по вторникам, показало исследование поисковой системы Momondo.fr.

Анализ 7,5 млрд тарифов этого года на 100 ключевых направлениях показал, что время бронирования, так же как день и час вылета, играет важную роль в цене билета. Так, самый выгодный тариф можно получить при бронировании в среднем за 53 дня до даты вылета. Это позволит сэкономить до 29% от полной стоимости билета.

Кроме того, вторник – день недели, когда предлагаются наиболее низкие цены на путешествия, тогда как самые высокие тарифы приходятся на субботу. Эксперты отмечают, что в поисках дешевых предложений стоит также выбирать вечернее время вылета, а не полдень, когда цены наиболее высоки.

Интерфакс-Туризм

Загранпаспорт подорожает

С 1 января 2015 г. будут повышены государственные пошлины на загранпаспорт в соответствии с ФЗ от 21.07.2014 №221-ФЗ «О внесении изменений в главу 25.3 части второй налогового кодекса Российской Федерации».

В настоящее время пошлина на загранпаспорт нового образца (биометрический) составляет 2500 руб., с 2015-го сумма увеличится до 3500 руб., для детских паспортов она возрастет с 1200 до 1500 руб. Для загранпаспорта старого образца эти тарифы составляют 1300 руб. для взрослого и 300 руб. для ребенка. Новые цифры – 2000 и 1000 руб. Внесение изменений в паспорт обойдется в 500 руб. (200 руб. в настоящее время).

www.travel.ru

Швейцария празднует 150-летие зимнего туризма

В 2014 г. Швейцария празднует замечательный юбилей: 150 лет назад, в 1864 г., когда Йоханесс Бадрутт, владелец отеля Kulm в Санкт-Морице, выиграл пари у своих английских гостей, те и подумать не могли, что благодаря их спору Швейцария вскоре станет популярным направлением зимнего отдыха. В преддверии юбилейного сезона предлагаем читателям «ТБ» познакомиться с новинками горнолыжных курортов страны.



Санкт-Мориц

Родина зимнего туризма — фешенебельный Санкт-Мориц, член Best of the Alp и Top of the World, горнолыжный курорт с самым большим числом «пятизвездников» и гастрономическими ресторанами, удостоенными 466 пунктов Gault Millau и 7 звезд Michelin, — в центре юбилейных торжеств.

С декабря 2014 г. по март 2015 г. в «Серлетта Галери» пройдет выставка плакатов, посвященная 150-летию зимнего туризма, — как известно, с 1880 г. и весь период становления современного туризма именно плакаты были средством международной рекламы Швейцарии как лучшего направления для отдыха. На ежегодный гастрономический фестиваль St. Moritz Gourmet Festival (26.01.2015 — 30.01.2015) приглашены шеф-повара из Великобритании, и это не случайно: первыми туристами, признавшими в зимней Швейцарии «рай на земле», были именно англичане, гости отеля Kulm.

Однако этот юбилей не единственный — в 1904 г. в Санкт-Морице появилась и первая в мире ледяная трасса: сын Йоханнеса Бадрутта Каспар, открывший знаменитый отель Badrutts Palace, предложил это развлечение своим английским гостям. Ледяной желоб действует и поныне, а прокатиться по нему можно и в исторических санях образца 1939 г., и в современных бобах. Зимой 2015 г. в честь празднования 125-летия бобслеяного спорта на олимпийской трассе Санкт-Мориц — Селерина состоятся исторические заезды под патронажем принца Монако Альбера II.

В юбилейном сезоне более 100 гостиниц Санкт-Морица выступают партнерами программы Hotel & Ski Pass, которой могут воспользоваться гости, остановившиеся в них минимум на 2 ночи. Всего за 35 франков в день (это стоимость ски-пасса на одного человека) в их распоряжении — 350 км трасс, 57 подъемников, 34 горных ресторана и общественный транспорт. Спецпредложение действует с 18 октября 2014 г. до 25 мая 2015 г.

Этой зимой по леднику Корвач пройдет новая трасса Georgy Run, стартовая от верхней станции Corvatsch (3303 м) и спускающаяся через Dürrenast к подъемнику Mandra. А в зоне катания Корвилья 400-метровая трасса для гигантского слалома Audi Ski Run теперь на всем протяжении оборудована видеоканерами — учитывая, что вся зона катания Корвилья покрыта бесплатным Wi-Fi, видео можно загрузить прямо на склоне и тотчас же поделиться успехами с друзьями.

Курорты	Ближайший аэропорт	Время в пути из а/п
Андерматт	Цюрих (105 км)	2:16
Виллар – Дьяблере	Женева (115 км)	2:10
Давос	Цюрих (120 км)	2:35
Санкт-Мориц	Цюрих (200 км)	3:50



Стоит напомнить, что традиционно для российских гостей курорта с середины декабря до второй половины января действует специальная праздничная программа St. Moritz Celebration Days («Праздничные дни Санкт-Морица»), предлагающая множество светских удовольствий.

Давос

Давосские санки (всего-то два полоза, три деревянных планки и веревка), официально представленные на гонках в 1883 г., первый горнолыжный приют «Парсен», открытый на трассе в 1906 г. и ставший впоследствии люксовым отелем, Кубок Шпенглера по хоккею, впервые проведенный в 1923 г., первый в мире бугельный подъемник на гору Болген, построенный в 1934 г., — с этими изобретениями и событиями связана 150-летняя история зимнего туризма в Давосе. Равно как и с именами первых горнолыжников Вильяма Паульке и братьев Бранже, медиков Фридриха Унгера и Хьюго Рихтера, строителя железной дороги Ландкварт — Давос Вильгельма Хосбоера и писателя Конан Дойля, положившего начало лыжному буму.

Сегодня Давос, член Best of the Alp, предлагает (вместе с соседним Клостерсом) 6 зон катания и 320 км трасс, лучшие в стране сноупарки и самый большой естественный каток в Европе. Новинка сезона — канатная дорога (от Давос-плато до Йшалль), кабины которой теперь вмещают 100 пассажиров, в 2 раза больше, чем старые. В строительство дороги было вложено 23 млн шв. франков.

В начале сезона (с 14 ноября по 21 декабря) гости курорта традиционно получают в подарок ски-пасс. Для этого достаточно забронировать ночь в одном из 40 отелей — партнеров программы или участвующих в ней апартаментов и при заселении получить ски-пасс на зоны катания Jakobshorn и Parsenn.

Подарки для горнолыжников подготовлены и к Рождеству. Один из них — это специальная гостиница «ski hotel», где гостей ждет удобный сервис и приятный отдых. Второй — программа Davos Klosters inside («Давос — Клостерс: взгляд изнутри»): в ее рамках в течение 100 дней 100 местных гидов проводят бесплатные экскурсии-походы для горнолыжников.

В юбилейный сезон Давос, благодаря совместным предложениям транспортных компаний и апартаментов, будет особенно привлекателен для семейного отдыха с детьми. Так, стоимость 7 ночей в апартаменте и 7-дневного проездного на подъемники на всю семью (2 взрослых и дети в возрасте до 17 лет) начинается от 2449 шв. франков (обычная цена — от 3707 шв. франков). В рамках этой кампании можно забронировать специальные семейные туры, куда входит билет на подъемники, и горнолыжные каникулы для детей до 17 лет станут «почти бесплатным подарком». Спецпредложение действует с 25 января по 1 марта 2015 г.

Курорты	Трассы			
	Всего	Синие	Красные	Черные
Андерматт – Седрун	120 км	43%	23%	34%
Виллар – Дьяблере	100 км	40%	50%	10%
Давос	310 км	30%	50%	20%
Санкт-Мориц	350 км	20%	70%	10%

Андерматт

Как зимний курорт Андерматт известен с первой половины XIX века. Именно в Андерматте была открыта одна из старейших санных трасс, появились первые отели класса люкс и отдыхающие многие знаменитости: Гете и Шиллер, королева Виктория и Уинстон Черчилль, Конан Дойл и Элвис Пресли.

Сегодня в регионе Андерматт–Седрун 120 км трасс, 2 маятниковые канатные дороги, 7 кресельных и 11 бугельных подъемников. В Андерматте есть «домашняя» гора знаменитого спортсмена, обладателя Кубка мира и олимпийского чемпиона Бернхарда Руси: его трасса от Гемштока до Гуршенальпа — идеальный склон для любителей карвинга. Но «фишка» Андерматта — внетрассовое катание, или фрирайд, что неудивительно: это самое снежное место в Центральной Швейцарии, в прошлом году, например, на склонах Гемштока выпало 4 м снега! В «активе» курорта — и все традиционные зимние активности: ски-туры, санные спуски, беговые лыжи, коньки, ледолазание, катание на лошадях и, конечно, «факельный спуск», в котором (в отличие от других курортов, где это часть ночного шоу горнолыжных инструкторов) может принять участие любой желающий.

В сезоне 2014/2015 недавно открывшийся отель The Chedi Andermatt 5* S, первый в Альпах, Швейцарии и Европе, приготовил для своих гостей спецпредложение Early Bird Ski Special: при бронировании любой категории номера до 14 ноября 2014 г. — 2 бесплатных ски-пасса на весь срок проживания. Спецпредложение действует до 26 апреля 2015 г. Кстати, гости отеля могут воспользоваться и сервисом Ski-Butler — «лыжный дворецкий» нагреет ботинки, доставит лыжи с прочим инвентарем к подъемнику и в отель, проследит за состоянием снежного покрова и трассы.

Курорты	Стоимость ски-пасса		
	1 день	6 дней	13 дней
Андерматт	28 CHF	265 CHF	—
Виллар – Дьяблере	62 CHF	301 CHF	505 CHF
Давос	68 CHF	332 CHF	561 CHF
Санкт-Мориц	77 CHF	365 CHF	590 CHF

Энгельберг

«Горнолыжная достопримечательность» Энгельберга — гора Титлис (3239 м), самая высокая в Центральной Швейцарии. Подняться на ее вершину можно по кабельной дороге, делая по пути остановки.

Первая остановка — плато Гершнвальп (1250 м), где проложены учебные и синие трассы. Вторая — обширная ступень Трэбзее (1800 м) с замерзшим озером, откуда можно направиться на сложные трассы северных склонов Титлиса. Или, наоборот, задержаться здесь — на Трэбзее с Рождества и до середины апреля принимает гостей снежная деревня Иглу. В новом сезоне в Иглу можно будет сыграть волшебную свадьбу — для церемонии бракосочетания планируется построить ледяную часовню. Следующая остановка — станция Штанд (2428 м) с фан-парком для сноубордистов. Конечная точка маршрута — верхняя станция Кляйн Титлис (3028 м), куда горнолыжников доставляет вращающийся кабельный подъемник Rotair. Когда-то единственный в мире подъемник, кабина которого делала оборот на 360°, летом 2014 г. был демонтирован, но с началом сезона в строй вступила новая, вращающаяся целиком гондола. А на верхней станции открылся шоколадный магазин, где представлено 300 сортов швейцарского лакомства.

Вокруг Энгельберга проложены 44 км трасс для беговых лыж, санные трассы, маршруты для прогулок пешком и на снегоступах. Можно полетать на параплане и дельтаплане, посетить веревочный парк, теннисный корт или бассейн. Энгельберг — семейный курорт, и для малышей здесь разработаны специальные программы: от просмотра мультфильмов в детском саду до уроков в лыжной школе.

ALPENGLUECK

Работаем для Вас со Швейцарским качеством

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ по-Швейцарски

- ❄️ **НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ 2014/2015 — Аллотменты на горнолыжных курортах — специальные цены**
- ❄️ **Эксклюзивные экскурсионные туры «Сырный ломтик», «Шоколадная плитка», «Три сувенира», «Винная карта»**
- ❄️ **Транспортно-экскурсионное обслуживание Индивидуальные трансферы и экскурсии**
- ❄️ **Детский отдых: горнолыжные лагеря в Швейцарии**
- ❄️ **Отдых на термальных курортах и в SPA-отелях**
- ❄️ **Повышенные комиссии на отели Швейцарии**
- ❄️ **Визовая поддержка**
- ❄️ **А также горнолыжные курорты Австрии, Франции, Италии**

ALPENGLUECK — БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТУРОПЕРАТОР! Профессионально! Качественно! Надежно!

+7 (812) 712 92 30 • 702 65 50 • www.alpenglueck.ru

Курорты	Сезон катания	Перепад высот
Андерматт	Ноябрь – апрель	1444–2963 м
Виллар – Дьяблере	Ноябрь – май	1300–3000 м
Давос	Декабрь – апрель	1560–2844 м
Санкт-Мориц	Декабрь – май	1750–3303 м

→ Среди важных новостей курорта – открытие новых отелей. Первые гости уже оценили 135 современных комфортабельных номеров и оздоровительный центр отеля TITLIS Resort. В декабре состоится открытие Barghuis Jochpass – в этом горном отеле 25 номеров на 100 мест, SPA-центр и конференц-зал на 60 персон.

По традиции каждый турист, который проводит в Энгельберге минимум одну ночь, получает в отеле или туристическом офисе гостевую карту, дающую право на скидки и бесплатное пользование автобусом. А новинка этого сезона называется Ladies Week: с 10 по 17 января 2015 г. дамы любого возраста, остановившиеся на курорте минимум на 4 ночи, получают бесплатный ски-пасс. «Женская неделя» не обойдется без спортивных состязаний и зажигательных вечеринок.

Виллар – Дьяблере

Живописный Виллар, расположенный в Альпах на высоте 1300 м, дарит гостям не только изумительные виды на Монблан и Женевское озеро, но и атмосферу полного умиротворения. И конечно – отличное катание.

Зона катания на курорте подходит и новичкам, и профессионалам. Благодаря единому ски-пассу можно кататься не только в Вилларе, но и в Грийоне, Дьяблере и круглогодично – на леднике Glacier 3000. Трассы связывают 77 подъемников, а освоить их помогают 250 инструкторов. К новому сезону количество снежных пушек в Вилларе увеличилось до 170 – в 2 раза (инвестиции в этот проект составили 8 млн шв. франков), и теперь на трассах Grand Chamossaire, Chaux-Ronde, Black Lake и Gruon можно кататься гораздо дольше.

Для гостей есть и другие развлечения: сноуборд, санки, тандем-ски, снегоступы, коньки, катание на собачьих упряжках... И даже приключения: например, добраться до традиционного горного ресторана Le Refuge de Solalex, где предлагают национальные блюда, фондю и раклет, можно только на лыжах или снегоходе.

Добрая традиция Виллара (а также Грийона и Дьяблере) – бесплатное пользование всеми подъемниками и другими видами транспорта в горах (например, поездом из Виллара в зону катания Bretaye) для детей до 9 лет – продолжится и в сезоне 2014/2015. Это предложение распространяется также на ледник Glacier 3000. Кроме того, в Palace Snow Kindergarten в Вилларе детишек от 3 лет бесплатно научат кататься на лыжах. И наконец, отели – партнеры туристического офиса Виллара/Грийона предоставят бесплатное проживание ребенка в одной комнате вместе с родителями.

К новому сезону в Дьяблере появилась новая достопримечательность – Peak Walk. Это первый в мире подвесной мост длиной 107 м и шириной 80 см, который соединил две горные вершины: View Point и Scex Rouge. И теперь все, кто поднимется на Glacier 3000, могут бесплатно прогуляться по мосту среди вершин и полюбоваться на Альпы.

Подготовила Екатерина Губанова по материалам www.MySwitzerland.com
Продолжение в следующем номере

Курорты	Стоимость групповых занятий в лыжных школах	
	1 день (2 часа)	5 дней (2 часа)
Андерматт	90–110 CHF	300–340 CHF
Виллар – Дьяблере	40–55 CHF	155–180 CHF
Давос	70–90 CHF	290–345 CHF
Санкт-Мориц	75–90 CHF	290–370 CHF

Курорты	Подъемники					
	Всего	Поезд	Кабинные	Гондолы	Кресельные	Бугельные
Андерматт – Седрун	20	–	2	–	7	11
Виллар – Дьяблере	34	1	3	–	8	22
Давос	53	2	4	8	10	29
Санкт-Мориц	56	1	1	7	20	27

Рейтинг горнолыжных курортов по стоимости

Портал Travel.ru составил рейтинг зарубежных горнолыжных курортов, популярных у россиян для зимнего отдыха.

В расчет бюджета отдыха на курорте одного человека в сутки вошли следующие параметры: проживание в отеле 3* в радиусе 5 км от подъемника; стоимость ужина в кафе в шаговой доступности от отеля; ски-пасс на день; посещение SPA.

Топ-10 дешевых горнолыжных курортов

Место	Город (страна)	Бюджет на день (евро)
1	Яхорина (Босния и Герцеговина)	50
2	Пояна-Брашов (Румыния)	55
3	Платак (Хорватия)	77
4	Штрбске-Плесо (Словакия)	78
5	Гаррахов (Чехия)	80
6	Слеме (Хорватия)	81
7	Копаноник (Сербия)	83
8	Закопане (Польша)	86
9	Бохинь (Словения)	87
10	Пампорово (Болгария)	89

Топ-10 дорогих горнолыжных курортов

Место	Город (страна)	Бюджет на день (евро)
1	Валь-д'Изер (Франция)	183
2	Лех (Австрия)	186
3	Саас-Фе (Швейцария)	191
4	Шамони (Франция)	204
5	Кортина-д'Ампеццо	249
6	Валь-Торанс (Франция)	258
7	Мерибель (Франция)	274
8	Санкт-Мориц (Швейцария)	276
9	Аспен (США)	280
10	Куршевель (Франция)	351

Топ-10 лучших горнолыжных курортов

Best-skiresorts.com опубликовал результаты конкурса на звание лучшего горнолыжного курорта. Призеры-2014 были выбраны на основе 21 критерия (качество трасс, величина зоны катания, инфраструктура, экология и т. д.) по результатам опроса 48 тыс. лыжников, проведенного в 5 европейских странах с декабря 2013 г. до апреля 2014 г.

1. Церматт, Швейцария
 2. Серфаус-Фисс-Ладис, Австрия
 3. Ароза, Швейцария
 4. Зольда, Италия
 5. Альта-Бадия, Италия
 6. Адельбоден-Ленк, Швейцария
 7. Валь-Гардена, Италия
 8. Саас-Фе, Швейцария
 9. Кронплац, Италия
 10. Лакс, Швейцария
- www.turizm.ru



Зима проверит на «прочность» и туристов, и операторов

Уже начавшийся в Европе горнолыжный сезон 2014/2015 вполне может стать испытательным для российского туристического рынка: если любители такого вида отдыха в массе своей откажутся от услуг операторов в пользу его самостоятельной организации, последствия могут быть самыми плачевными.

Однако посыпать голову пеплом рано: горнолыжники, как известно, одна из наиболее консервативных групп клиентов, изменяющих привычкам крайне редко. С учетом того что в России собственных современных горнолыжных комплексов мало, желающих отправиться в Альпы (а также в Болгарию или Скандинавию) все равно будут. Вопрос только в том, сколько их наберется. И как они это сделают...

За и против

Привычка зимой отдыхать в горах не единственный аргумент «за»: в основных российских направлениях, поставляющих операторам клиентов, уровень доходов пока не слишком изменился в меньшую сторону.

Вместе с тем, по крайней мере, два обстоятельства «играют» против турфирм. Первый – значительный рост курса валют. Увы, но только за последние пару месяцев евро подорожал как минимум на 15%, а если сравнивать с тем же периодом прошлого года – на все 30%. Этот факт не может не иметь значения, поскольку практически все страны Европы, в которые зимой ездят на отдых россияне, входят в еврозону. Если, по сравнению с 2013-м, любителям качественных «покатушек» придется платить в рублях на 30% больше (практически при тех же доходах), это может существенно ограничить количество готовых выехать в Европу в принципе.

С тем, что именно рост курса валют во многом будет определять уровень спроса, согласны и профессионалы. «Безусловно, высокая стоимость евро наряду с общей ситуацией повлияют и будут влиять на продажи, – говорит руководитель туристического отдела «Швейцарского Дома Путешествий» Нина Завьялова. – Пока спад небольшой, на уровне 10%, однако он есть. Вместе с тем спрос на отдых в горах все же сохранится и, как и прежде, больше всего будут продаваться туры, «привязанные» к тем или иным длинным российским выходным или ярким событиям на самих курортах». Солидарен с ней в оценке влияния курса евро на состояние продаж ту-

ров и генеральный директор оператора «Ирида» Дмитрий Волохотюк: он тоже уверен, что этот фактор станет одним из определяющих (если не самым главным) в зимнем горнолыжном сезоне. Подтверждает тенденцию и Елена Маркелова, руководитель группы компаний «БАЛКАН ЭКСПРЕСС»: спрос клиентов сместился в сторону более экономичных отелей. «Для Болгарии это совершенно оправданно, так как в стране много недорогих отелей хорошего качества, полностью отвечающих требованиям горнолыжников», – считает она.

Второй – шлейф ненадежности, который до сих пор тянется за операторами с лета 2014-го. Если учесть, что для многих жителей Москвы и Петербурга как основных выездных направлений получить шенгенскую визу не проблема, а туристические власти ряда стран (к примеру, Австрии) самостоятельно путешественников даже поощряют, вполне вероятным выглядит еще больший крен в сторону от услуг турбизнеса. Как вариант – приобретение только части предлагаемых им сервисов. Например – трансфера или проживания. Факты, подтверждающие тенденцию, есть: по словам президента «Натали Турс» Владимира Воробьева, количество онлайн-бронирований авиабилетов на сайте оператора, по сравнению с прошлым годом, возросло в... 10 раз. «Резкий рост числа самостоятельных бронирований начался еще в середине лета», – констатирует он. «В этом сезоне мы ожидаем снижение спроса на горнолыжные курорты Болгарии, – говорит руководитель группы компаний «БАЛКАН ЭКСПРЕСС» Елена Маркелова. – Помимо общеизвестных причин, сыграет роль доступность самостоятельного бронирования. Предполагаем, что часть туристов предпочтет бронировать у нас отдельно «наземку» с трансфером, поскольку, кроме новогоднего периода, комфортное размещение в апартаментах Банско, например, обойдется всего в 10–15 евро».

В этой связи вполне логична и продолжающаяся тенденция приоритета регулярных рейсов. В этом сезоне, к при-

меру, в Питере запланированы считанные на пальцах одной руки чартеры на высокие новогодние даты: вся остальная горнолыжная перевозка будет осуществляться на регулярной основе. Причем даже на чартеры можно купить билеты отдельно. Логика операторов проста: они не хотят возить воздух и готовы брать лишь столько мест, сколько у них в реальности купят. И хотя самые дешевые билеты в экономклассе (тариф «промо») практически на весь сезон уже проданы, самостоятельно приобрести чуть более дорогой «бюджет» вполне реально: перелет из Питера до Мюнхена в обе стороны, к примеру, при покупке на сайте перевозчика обойдется в сумму около 10 тыс. руб.

И еще одно: вероятно, что в этом сезоне количество клиентов-россиян у горнолыжных центров Скандинавии (в первую очередь Финляндии) все

же возрастет. Почему? При сравнимом качестве катания для не слишком привередливых ехатей туда ближе – можно на своем автомобиле или автобусе. И, соответственно, отдых в целом (при определенных обстоятельствах) может оказаться хотя бы немного дешевле...

Новые вместо старых

Перечень направлений горнолыжного отдыха в сезоне 2014/2015 в Петербурге изменился не сильно: чуть поменялись некоторые приоритеты. А вот среди участников дележа «горнолыжного пирога» перемены более существенны.

Как и раньше, направлением главного «удара» зимой станет Австрия: ее продают все, кто в принципе этого хочет. Перевозка в страну строится в основном на регулярных рейсах авиакомпаний «Россия», «Трансаэро» и Austrian Airlines в Вену, а также на аналогичных полетах Lufthansa в Мюнхен. →

ШВЕЙЦАРИЯ

Зима 2014 - 2015

www.SwissTravelClub.ru

АВСТРИЯ
ФРАНЦИЯ
ИТАЛИЯ
СОЧИ

Горнолыжные альпийские курорты
Термальные курорты и СПА отдых
Спецпредложения от отелей
Групповые экскурсионные туры
Новогодние туры в Швейцарию
Панорамные туры на поездах
Проездные билеты по Швейцарии

328-05-05

Санкт-Петербург, ул. Ефимова 4а,
Бизнес-центр "МИР", офис 328



→ Что касается чартеров, то пока известно лишь о рейсе «Уральских авиалиний» в Зальцбург сразу после Нового года. Кроме того, на «регулярке» станут отправлять горнолыжников в Германию (через Мюнхен), Италию (Милан), Швейцарию (Женева), Финляндию (Хельсинки) и Болгарию (София).

Есть ли перемены в спектре направлений? Почти никаких. За исключением разве что более широкого предложения горнолыжных курортов на Балканах, которые раньше на рынке практически не появлялись.

Надеются на лучшее

Как идут продажи сейчас и каковы перспективы горнолыжного сезона в целом? Мнения разные, но все же среди профессионалов преобладает осторожный оптимизм.

«Ожидаем большой спрос на горнолыжные туры: мы всегда смотрим вперед с оптимизмом! А как получится — покажет сезон...» — отмечает **руководитель туроператора Good Time Николай Букреев**. — Так как горнолыжный сезон в Европе в основном начинается в декабре, не могу сказать, что спрос сейчас велик: как правило, на горнолыжные туры у наших туристов он «ложится» на январь и февраль. Раннее бронирование сейчас, к сожалению, не очень востребовано по понятным всем причинам».

Весьма доходчиво нарисовал общую картину предстоящего горнолыжного сезона генеральный директор туроператора «Ирида» Дмитрий Волохотюк. «Горнолыжники — особая группа клиентов, которая чаще всего достаточно прочно «привязана» не только к какой-то определенной компании, но и к конкретному менеджеру, — полагает он. — Они приобретают туры лишь у того, в ком уверены и кого считают своим: для того чтобы продавать этот продукт, обязательно самому не только знать в нем толк, но и кататься. Некоторый, но не катастрофический спад в продажах будет, однако эти туристы все равно на отдых поедут. Вместе с тем внутри турпотока изменений не избежать».

Каких? По мнению эксперта, те российские туристы, которые раньше предпочитали отдых уровня 5* в Швейцарии, в этом сезоне по большей части переместятся на курорты и в отели того же ранга, но в Австрии или Италии. В Австрии, скорее всего, клиенты станут выбирать размещение уровнем «звезду» ниже. «Однако думать, что от процесса выбора более экономичных туров выи-

грает Финляндия или Андорра, было бы ошибочно, — считает Дмитрий Волохотюк. — Хотя бы в силу того, что технические возможности финских курортов значительно слабее, чем многих альпийских, а в Андорре клиентов может не устроить качество сервиса».

Что касается соперничества за клиента между зарубежными курортами и Сочи, то он уверен в том, что наш не выиграет. Почему? Причин, по крайней мере, три. Первая — экономическая. По данным эксперта, при сравнимой стоимости размещения цена на услуги подъемников, к примеру, в Сочи значительно (до 1,5 раза) выше, чем в той же Австрии. Вторая — техническая. По числу подъемников и склонов Красная Поляна уступает многим альпийским курортам. А третья — климатическая. Если в Альпах наличие достаточного количества естественного снега практически всегда гарантировано, то в Сочи это не факт — многие помнят, в каких условиях соревновались паралимпийцы. «С учетом всего этого Сочи не сможет на равных конкурировать с зарубежными курортами, на которых соотношение цена/качество наиболее приемлемо. Тот, кто не хочет рисковать отпуском и экспериментировать, вряд ли откажется от отдыха в Альпах, — считает Дмитрий Волохотюк. — Сочи могут предпочесть те, кто едет кататься на 3–5 дней и принимает решение в последнюю минуту».

Вместе с тем **Анна Ярилова, руководитель петербургского офиса компании «Альпенглюк»**, не согласна с тем, что «швейцарские» туристы предпочтут другие направления. «Эту страну выбирают российские клиенты с определенным, достаточно высоким уровнем дохода, для которых происхождение не имеет существенного значения, — считает она. — Поэтому маловероятно, что они откажутся от своих предпочтений». Примерно по этой же

причине сохраняют подавляющую часть клиентуры и турфирмы, организующие отдых в горах Швейцарии и Австрии. «Да, из-за ситуации на рынке часть туристов в Австрии сделает выбор в пользу самостоятельной организации поездки — это объективная реальность, — отмечает Анна Ярилова. — Но те, кто ценят комфорт и качество услуг, все равно воспользуются сервисом компаний, с которыми многие из них путешествуют не первый год».

Поддерживает ее и руководитель Swiss Travel Club Роман Перевертун

«Несмотря на все сложности, которые сейчас переживает туристическая отрасль с перераспределением приоритетных направлений, я уверен: Швейцария как страна с огромными горнолыжными возможностями будет привлекать любителей этого отдыха, — говорит он. — Конечно, сложно рассчитывать на те продажи, которые были в предыдущие годы, но мы разработали и предлагаем достаточно приемлемые по уровню и стоимости туры». По его мнению, в этом сезоне наибольший интерес проявится к размещению в апартаментах и отелях 3–4*. «Но если вы планируете поездку в Швейцарию на Новый год, то с размещением в лучших отелях нужно поторопиться, так как положение с наличием номеров уже достаточно сложное», — добавляет он. Что касается новинок, так сказать, главного сейчас, по оценке эксперта, сконцентрироваться на базовых предложениях и доступных по цене и качеству турах, а также быстро реагировать на специальные предложения, заинтересовавшие ими клиентов».

В компании «Аврора-БГ» констатируют: продажи в этом сезоне идут абсолютно нетипичным образом. «После летних потрясенных клиентов бояться попасть на очередного туроператора с «невозможностью исполнения своих обязательств» и стараются до последнего оттягивать процесс покупки и оплаты, — говорит **генеральный директор туроператора «Аврора-БГ» Любомир Христов**. — Время проходит, продажи постепенно активизируются, но при резких скачках курса рубля они опять останавливаются. Как только курс не меняется несколько дней, продажи оживляются. Конечно, клиенты спрашивают преимущественно туры с перелетом на регулярных рейсах, к чартерам относятся с опаской».

По мнению Любомира Христова, «на болгарском на-

правлении сложилась парадоксальная ситуация». Если в прошлом году блоки на прямых рейсах авиакомпаний Bulgaria Air и «Россия»/«Аэрофлот» из Петербурга в Софию для горнолыжных программ имели четыре оператора («Солвекс-Турне», «Верса», «Нева» и «Аврора-БГ»), то в этом году «Аэрофлот» полностью отказался от рейсов в Софию, а Bulgaria Air планирует выполнить всего три рейса (28.12.2014, 04.01.2015, 11.01.2015). Рейсы регулярные, причем блоки мест имеет только «Аврора-БГ». Общий объем перевозки на Новый год и зимние каникулы — примерно в два раза меньше, чем год назад.

«Сейчас ситуацию можно охарактеризовать одним словом: ожидание... — говорит **генеральный директор компании «Интермедиус» Сергей Еникеев**. — Буквально на днях разговаривал с одним из партнеров в Финляндии: по его словам, интерес к горнолыжному отдыху со стороны российских клиентов есть, а вот оплат пока очень мало. Все держат паузу...» При этом, по его мнению, ожидать перетока россиян (в частности, петербуржцев) из Альп в Скандинавию все же не стоит, поскольку общая стоимость тура примерно одинакова. «В Финляндию, конечно, можно добраться и на своей машине, однако на ее курортах перепад высот невелик и значительно уступает Альпам, — констатирует он. — Поэтому те, кого не устраивают параметры финских склонов, все равно предпочтут Альпы или хотя бы Норвегию».

В целом согласна с этой оценкой и **руководитель европейского отдела «Трансаэро Тур» Наталия Шаманина**. «Спад очевиден, и, скорее всего, будет наблюдаться картина переноса клиентов на более поздние в сезоне сроки, — считает она. — Участники групповых туров поедут за рубеж в любом случае, а вот индивидуалы могут изменить планы в пользу, например, и Красной Поляны. Что касается перераспределения зарубежных турпотоков между Альпами и Скандинавией, то вряд ли что-то заметно изменится. Скорее всего, в этом сезоне туристы будут отдавать предпочтение более экономичным курортам и объектам размещения. В связи с чем, к примеру, может вырасти число желающих отправиться в Андорру, а в Австрии туристы отдадут предпочтение региону Зальцбурга».

Тенденцию подтверждают и в «Музенидис Трэвел – Санкт-Петербург», где клиентам предлагают тур, в рамках которого можно и побывать в Греции, и покататься на болгарском курорте Банско. «Спрос на такие туры есть, поскольку добираться до Банско от Салоники ближе, чем от Софии, да и в стоимости эти поездки, по сравнению с предлагаемыми в Альпы, выигрывают, — отмечают в компании. — Последнее сейчас немаловажно, поскольку интерес клиентов склоняется к бюджетным турам».

Учитывая это, в компании DSBW-Tours, например, предлагают не только пакетные туры, но и другие варианты. «По желанию клиент может сам забронировать на нашем сайте только размещение, — констатирует **представитель офиса DSBW-Tours в Петербурге Дмитрий Потапов**. — Если он самостоятельно приобрел и билет, можем помочь ему с трансфером. А в том случае, если туристы хотят сэкономить, готовы предложить им горнолыжный отдых не в австрийских Альпах, а в Словакии, в Татрах». При этом он отметил, что в этом сезоне компания не стала брать блок мест на Австрию, поскольку по разным причинам это может оказаться невыгодным.

В свою очередь заместитель **генерального директора Book&Go Татьяна Чемодурова** уверена, что противопоставлять отдых в Австрии и России (на Красной Поляне) не стоит. «Горнолыжники — народ в привычках постоянный, но любопытный и все время стремящийся к новому. Поэтому желающие испытать новый курорт и его склоны будут, — считает она. — В целом снижения спроса на горнолыжный отдых не избежать, а многие клиенты, отправляющиеся за рубеж, станут экономить на размещении. Вовсе отказываться от поездок в ту же Австрию они не будут, однако надо быть готовыми к тому, что еще некоторая часть туристов предпочтет организовывать отдых в горах самостоятельно. Но костяк клиентов все равно останется: те, кто уже не раз пользовался услугами определенной турфирмы, понимают, что платят за качество отдыха и его большой комфорт».

Как считает Николай Букреев из Good Time, перераспределение горнолыжного турпотока в пользу России «определенно будет, но не большой процент». «Россия не заменит ледники Австрии и Италии, а если говорить о →



ГОРНОЛЫЖНЫЙ ОТДЫХ для маленьких и взрослых

Нескучная зима в БОЛГАРИИ

Банско, Боровец и Пампорово. Прямой перелет до Софии. СПА и бальнеология.

Единственный прямой рейс из СПб в Болгарию на Новый год и каникулы!

Новый год: 28.12.14 – 04.01.15 от 33 тыс. руб.

Каникулы: 04.01.15 – 11.01.15 от 32 тыс. руб. Авиабилет включен!

ФИНЛЯНДИЯ

Отдых в коттеджах. Туры выходного дня. SPA-отели 4*

ИЗРАИЛЬ

Экскursionные туры. Отдых на море.

ПОРТУГАЛИЯ

- Прямой регулярный рейс из СПб.
- а/к TAP Portugal, специальные тарифы.
- Экскursionные программы по Лиссабону и всей Португалии.
- Отдых на Лиссабонской Ривьере и о. Мадейра – последние две строки можно убрать.

ЭКСКУРСИОННЫЕ ТУРЫ

Франция, Испания, Италия и Турция.

тел.: + 7 (812) 600-7575

СПб, Кирочная ул., д.19

www.avrorabg.ru

→ курсе валют, то думаю, что многие горнолыжники в этом сезоне вспомнят доступную Андорру, — полагает он. — Не исключаю, что она даже может стать фаворитом. Во-первых, отели уже снизили цены на предстоящий сезон в ожидании русских, а во-вторых, ски-пассы в этой стране на порядок дешевле, чем в Австрии и Италии. Свою роль может сыграть и увеличение числа регулярных рейсов из Петербурга в Барселону: в предстоящем сезоне, помимо «Аэрофлота», продолжает свою программу на зиму авиакомпания Vueling. В связи с этим для своих агентов мы готовим рекламный тур в Андорру с обучением азам катания на конец января, а для наших туристов предлагаем на весь сезон дополнительную 10-процентную скидку на ски-пасс при покупке тура».

А что же может предложить PAC GROUP? По словам **руководителя петербургского офиса PAC GROUP Ларисы Дятловой**, в этом зимнем сезоне туроператор будет строить свои горнолыжные программы на основе только регулярных рейсов европейских авиакомпаний: Lufthansa — в Мюнхен (еженедельно по субботам с 27 декабря по 14 марта) и SWISS — в Женеву (заезд 3–10 января). «На рейсах в Мюнхен будут базироваться туры в Австрию и Германию, на рейсах в Женеву — туры в Швейцарию и Францию, — говорит г-жа Дятлова. — В этом году мы предлагаем туристам практически все курорты Австрии, значительную их часть в Швейцарии и Франции, а в Германии — отдых на курорте Гармиш-Партенкирхен». В Австрии туристы могут бронировать Иглс, Зеефельд, Ишгль, Зельден, Майрхофен и другие курорты, в Швейцарских Альпах — Виллар, Пштадт, Церматт, Кран-Монтана и т. д., а во Франции — Мерibel, Валь-Торанс, Валь д'Изер, Тинь, Арк 1950, Авориаз и Шамони. Лариса Дятлова также отмечает, что при формировании турпродукта «Зима 2014/15» были учтены актуальные тенденции изменения спроса и сформированы предложения для всех категорий потенциальных клиентов.

Ключевой новинкой «БАЛКАН ЭКСПРЕСС» стала Италия. «Благодаря достигнутому договоренностям с отелями, у нас одни из самых дешевых пакетов на горнолыжную Италию, и это направление очень заинтересовало наших клиентов», — отмечает Елена Маркелова. Слоган туропера-

тора в этом сезоне — «Кататься вдоль и поперек!» — намека на совпадение цветов национальных флагов Болгарии и Италии: на одном они располагаются горизонтально, а на другом — вертикально.

«Время диктует трансформацию продукта под спрос: мы считаем, что проводим ее в верном направлении. Главное — удерживать доверие клиентов, а это не зависит от того, приобретен тур за 400 или за 1000 евро. Ведь работа туроператора заключается в том, чтобы обеспечить высокое качество сервиса со стороны гидов, трансферного транспорта, а также удобство бронирова-

ния и простоту коммуникации. К зимнему сезону на нашем сайте появилось много новинок, и мы надеемся, что они понравятся турагентам», — заключает руководитель группы компаний «БАЛКАН ЭКСПРЕСС».

Резюме

По известным причинам в этом сезоне, скорее всего, наибольший выигрыш от привлечения российских туристов горнолыжников получают европейские курорты, предложившие самое оптимальное сочетание цена/качество.

А вот те, которые изначально ориентированы на дорогих

в прямом смысле этого слова гостей из России, могут их и не дожидаться — об этом уже в открытую пишут в европейских СМИ.

«Уверен, что многие захотят посетить Сочи, чтобы воочию посмотреть и опробовать подготовленные к Олимпийским играм трассы и инфраструктуру, — констатирует Роман Перевертун. — Мы тоже начинаем работать в этом направлении. Но спрос на альпийские горнолыжные курорты все равно сохранится. А определять сезон в «горнолыжке», как всегда, будут снег, солнце и стоимость тура».

Владимир Сергачев

Mitt
22-я Московская международная выставка ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ
18–21 марта 2015
Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Получите бесплатный билет на выставку на сайте: www.mitt.ru

MITT – это:
1000 компаний-участников
100 стран и регионов мира
100 000 уникальных посетителей
17 000 кв. м выставочной площади
Павильоны и залы

«Пегас» презентовал Карибы

На состоявшейся 24 октября в отеле Radisson Sonya деловой встрече с партнерами туроператор «Пегас Туристик» представил не только свои питерские приоритеты по Карибам в зимнем сезоне 2014/2015, но и нового директора петербургского офиса Ирину Мазарченкову.

Как было подчеркнуто на презентации, которая сопровождалась workshop с представителями целого ряда отелей, сейчас «Пегас» готов предложить питерским клиентам программы на Доминикану, Мексику и Кубу. Однако если в первых двух случаях речь идет о прямых беспересадочных рейсах из Петербурга, то на Кубу можно отправиться лишь через Москву. При этом отличается и продолжительность отдыха, так как в Доминикану (Пунта-Кана) и Мексику (Канкун) лайнеры летают напрямую из Северной столицы 3 раза в месяц, а вот на Кубу из Москвы (Варадеро) можно отправляться еженедельно.

Что касается нового главы представительства компании «Пегас Туристик» в Петербурге, то Ирина Мазарченкова вряд ли нуждается в особых рекомендациях. До перехода в «Пегас» летом 2014 г. Ирина Мазарченкова руководила рядом направлений в «Версе», а ранее работала руководителем израильского отдела в «Солвекс-Турне».

Ирина Сергеева

Онлайн – от Good Time

На сайте туроператора Good Time появился функционал онлайн-бронирования. Об этом сообщил агентам генеральный директор компании Николай Букреев 5 ноября на бизнес-завтраке в ресторане The Kitchen.

«Регистрируясь в нашей системе, вы получаете возможность бронировать туры, отели, авиабилеты, экскурсии, трансферы, а также видеть актуальные спецпредложения в режиме on-line», — сказал Николай Букреев.

Сейчас в поисковике туроператора — отели и авиабилеты по направлениям Андорра, Испания и Португалия. Вскоре спектр предложений расширится и включит Чехию, Венгрию, Кубу, Доминикану, Мексику, Грецию, Турцию, Китай, ОАЭ. И это не предел...

Как отметил Николай Букреев, сегодня Good Time — практически единственная в городе компания с гарантированным блоком мест на рейсе «Аэрофлота» из Петербурга на Тенерифе на 29 декабря (туры на 14 ночей) и 2 января (туры на 10 ночей).

Валь д'Аоста — от «Арт-Тревел»

29 октября в отеле «Достоевский» состоялся рабочий семинар-презентация «Регион ВАЛЬ Д'АОСТА "из первых рук"». Специально на встречу с турагентствами Петербурга по приглашению туроператора «Арт-Тревел» приехала Анна Содэн, представитель Министерства по туризму региона Валь д'Аоста.

Анна Содэн провела презентацию туристических возможностей региона, познакомила агентов с горнолыжными курортами, такими, как Червиния, Курмайор, Ла Туиль, Конь, сделал акцент на их особенностях. Отдельную базу горнолыжных курортов участникам семинара представила Ольга Светлова, менеджер направления туроператора «Арт-Тревел». Зимние программы на сезон 2015 анонсировала коммерческий директор компании Ирина Мачс.

Презентацию завершила викторина с вручением памятных призов от региона Валь д'Аоста.

«Премьера Тур» укрепляет позиции

Туроператор «Премьера Тур» объявил о присоединении к компании группы менеджеров турфирмы «Верса», приостановившей свою деятельность с 15 сентября.

Как сообщили в компании, движение навстречу было обоюдным. По словам Марины Копашилиной, генерального директора «Премьеры Тур», от сотрудников «Версы» поступило предложение развивать бизнес вместе, включив в него новые направления, в том числе более широкую программу туров по России.

— Сегодня есть необходимость активнее развивать внутренний туризм, — сказала Марина Копашилина. — Интерес к путешествиям по России растет, у нас стали чаще спрашивать туры внутри страны. Больше, кстати, стало и «невыездных» туристов, которым за границу не рекомендуют выезжать в связи с санкциями. Будем перестраиваться, уже готовим туры в Сочи, Краснодарский край, Крым. Что касается лечебного туризма, то здесь думаем о предложениях по курортам Минеральных Вод. Развивать внутренний туризм ни в коем случае не будем в ущерб нашим популярным направлениям. И особенно — Праге, с которой 15 лет назад начиналась «Премьера Тур»...

Елена Муковозова

Египет обещает стать хитом сезона

Направлением «главного удара» на зимний пляжный сезон 2014/2015 в Питере станет Египет — такой вывод можно сделать по итогам сформированной операторами к началу ноября полетной программы.

В этом сезоне на Египет заявлены 10 полетных цепочек, которые будут выполняться на «крыльях» пяти авиакомпаний с участием в качестве основных игроков семи операторов. Годом ранее авиакомпаний тоже было пять, участников «подъема» чартеров — восемь, а вот в качестве программ, объеме перевозки и составе инициаторов перемены более ощутимы.

Во-первых, в этом сезоне из Питера станут летать только в Хургаду и Шарм-эль-Шейх (по 5 полетных программ), а Табы, которая была в 2013-м, не будет. Во-вторых, с учетом сложившейся ситуации, операторы явно делают акцент на Египте как наиболее доступном направлении зимнего пляжного отдыха: если в прошлом сезоне общее еженедельное количество мест на чартерах из Северной столицы в страну фараонов составляло около 5,3 тыс., то в этом — превышает 6,7 тыс. В-третьих, поменялся и состав основных игроков: если год назад на этом направлении активно действовали «Солвекс-Турне» и «Верса» (последняя, например, «поднимала» чартер на

Табу), то в сезоне 2014/2015 они по понятным причинам выбыли, а список участников программы дополнил лишь оператор Brisco. В качестве же «локомотивов» направления выступают «Пегас Туристик», Tez Tour и «Библио Глобус» — каждый из этих операторов имеет собственные полетные программы как на Хургаду, так и на Шарм-эль-Шейх.

Вместе с тем пока ситуация с продажами операторов вряд ли радует. По данным сайта Sletat.ru, в конце октября туры с вылетом из Петербурга на ближайшее время доступны (2 недели, 5*, all) по стоимости от 68 тыс. руб., а «трешку» продают от 50 тыс. руб. за номер. В Москве — традиционно дешевле. Общее мнение в Северной столице таково: «Запросы на Египет есть, однако в целом складывается такое ощущение, что туристы выжидают. И спрос все-таки хуже, чем был на тот же период в прошлом году. В первую очередь благодаря существенному росту курса валюты. Но если клиенты не поедут в эту страну, то на других направлениях дела будут еще хуже...»

Сергей Владимиров

РЕСТР туроператора МТ 3 001149
АРТ ТРЕВЕЛ
360-06-50
www.art-travel.ru

ИТАЛИЯ
ЭКСПУРСИОННЫЕ и ШОПИНГ-ТУРЫ
ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ
ТЕРМЫ и SPA

КУБА **СОЧИ**
ВЕНГРИЯ **ГЕРМАНИЯ**
ИЗРАИЛЬ **АНГЛИЯ**
ПОРТУГАЛИЯ **МАЛЬТА**

ТУРЫ: свадебные, на карнавалы, на концерты и фестивали, спортивные мероприятия, международные выставки

Санкт-Петербург, Банковский пер., 3, оф. 1.2, (м. «Гостиный Двор», «Садовая») Тел.: +7 (812) 360-0650 (многоканальный)
WWW.ART-TRAVEL.RU

РАС GROUP усилил итальянский акцент

На круизном рынке грядут перемены. Туроператор РАС GROUP и круизная компания MSC Cruises в рамках совместного Road Show, посвященного морским круизам 2014–2016 гг., представили 28 октября в Петербурге новый продукт – круиз из порта Сочи.



Масштаб проекта впечатляет: он охватывает шесть стран – Италию, Грецию, Турцию, Хорватию, Румынию и Россию. С июля по сентябрь 2015 г. состоится 7 круизов продолжительностью 8 и 15 дней на обновленном лайнере MSC Opera, рассчитанном на 2500 пассажиров. «У нас появилась возможность отправлять туристов из России в круизы по пяти морям Средиземноморского бассейна – Черному,



Мраморному, Эгейскому, Ионическому и Адриатическому», – заявил генеральный директор компании РАС GROUP Илья Иткин. Компания MSC Cruises, один из мировых лидеров на круизном рынке, впервые ставит программы по Средиземному морю с отправлением из порта Сочи.

Как рассказал Илья Иткин, идея организовать круизную линию из Сочи родилась у партнеров давно, но для ее реализации не хватало соответствующей портовой инфраструктуры. Помогла Олимпиада. В Сочи создан современный портовый комплекс, способный принимать круизные лайнеры нового поколения. А в сентябре на экономическом форуме в Сочи подписан договор о долгосрочном сотрудничестве в сфере международных круизных перевозок на Черном море между ОАО «Сочинский морской торговый порт» и компанией РАС GROUP – генеральным представителем круизной компании MSC Cruises в России и странах СНГ.

«Круизы становятся стратегическим направлением в развитии компании», – отметил на презентации проекта в Петербурге генеральный директор РАС GROUP. Это направление занимает долю рынка в 19% в портфеле туроператора, тогда как экскурсионные туры – 28%, отдых на море – 25% и горные лыжи – 20%. Нынешнее неустойчивое состояние туристического рынка, вызванное ростом евро и

снижением спроса на европейские турпродукты, по словам Ильи Иткина, выявило новую тенденцию: спрос на круизы не замедлился, он сохраняется на уровне предыдущего года, а на некоторых направлениях даже растет. В 2013 г. круизный сегмент динамично развивался, дав прирост 42% к уровню предыдущего года: тогда РАС GROUP отправил в круизы около 25 тыс. россиян. В этом году, по состоянию на 15 октября, есть небольшой минус – 4%. Но глубина продаж достаточно высока, поэтому есть надежда, что результаты будут сопоставимы с прошлогодними. А по бронированию зимних туров – даже прирост: плюс 26%. Открытие круизной линии из Сочи позволит нарастить объемы продаж.

– На российском круизном рынке на спрос влияет порт отправки, – отметил Илья Иткин. – С компанией MSC мы сделали турпродукт из Петербурга, и последние пять лет он динамично растет. Из Сочи круизов нет давно, надеемся, что наш новый продукт привлечет внимание путешественников.

В этом уверен исполнительный директор MSC Cruises Антонио Парадизо, давно мечтавший запустить линию из Сочи. Его компания, лидер круизных перевозок на Средиземном море, в Южной Америке и Южной Африке, теперь становится компанией №1 на круизном рынке в России. «Концепция наших круизов – «сделано в Италии». Мы пропагандируем средиземноморский стиль жизни, который обещаем на борту своих лайнеров» – так охарактеризовал особенности турпродукта MSC г-н Парадизо.

Одна из ведущих круизных компаний в мире имеет свои представительства в 59 странах, ее флот составляют 12 лайнеров. С 2010 г. в развитие вложено 6 млрд евро, в 2013-м перевезено более 1,5 млн пассажиров, ожидается, что по итогам 2014-го их будет больше. В следующем году к ним добавятся новые путешественники из России, которые выберут Сочи началом своего круиза.

На линии Сочи – Средиземное море будут курсировать лайнеры класса Lirica – реновированные корабли, которые прошли модернизацию в соответствии с требованиями MSC. И теперь, как заметил Антонио Парадизо, «это – лирика с душой MSC». Разнообразная кухня, открытые

и закрытые бассейны, каюты с балконами, непрекращающееся шоу на борту, зона SPA, улица итальянских бутиков – все это будет к услугам российских туристов.

Что касается других круизов, то г-н Парадизо подробно рассказал о том, какую программу предложат туристам на борту лайнеров класса Fantasia, а также в круизах класса «люкс», где предусмотрен яхт-клуб. Кстати, последнее – «фишка» компании, позволяющая организовать круиз в круизе.

Исполнительный директор MSC так горячо представлял преимущества круизных лайнеров компании, что пообещал в скором времени «айфон на море». И это случится уже скоро – в 2017 и 2019 г. MSC построит два суперлайнера. Проекты Vista и Seaside уже запущены в производство.

Руководитель Департамента круизов РАС GROUP Михаил Фельдман продолжил рассказ о программе круизов на 2015 г., но главный акцент сделал на ценовой политике компании и особенностях продаж круизов. Тарифы – тонкая материя, потому нужно учитывать все нюансы, а нюансов много: для молодежи, для



новобрачных, для пенсионеров, для детей. Например, дети до 18 лет на лайнерах MSC путешествуют бесплатно, если проживают в одной каюте вместе с двумя взрослыми. Программа скидок – тоже интересная, и в ней тоже масса нюансов.

Презентация морских круизов прошла при полном аншлаге – зал отеля «Талион Империял» едва вместил 200 человек, и Михаил Фельдман ответил на многочисленные вопросы петербургских коллег.

После Петербурга участниками Road Show провели презентации проекта в Москве и Сочи. Гости сочинской презентации смогли не только узнать новости от первых лиц компаний, но и принять участие в торжественном открытии офиса РАС GROUP в Сочи.

Елена Муковозова

Круизы от РАС GROUP в цифрах:

2010 год – 5000 пассажиров отправлено в круиз
2011 год – 9000 пассажиров
2013 год – 22 000 пассажиров
2014 год – 20 000 пассажиров
(данные на 14.10.2014)

РАС GROUP

ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

№1
ПО ГОРНЫМ
ЛЫЖАМ

№1
ПО ФРАНЦИИ**

Зимние каникулы в Европе

Сказочный Париж & горнолыжные курорты Австрии и Германии

Прямые рейсы из Санкт-Петербурга на Рождество и Новый год

Компания ПАК ГРУПП приглашает вас отдохнуть в Европе.

ПАК ГРУПП это гарантия вашего удачного отдыха:

- Собственные принимающие компании во Франции, Австрии и Германии;
- Собственная европейская транспортная компания;
- Прямые контракты с отелями, резиденциями и апартаментами;
- Привлекательная цена.

Спрашивайте туры ПАК ГРУПП в агентствах города

www.pac.ru

8-800-555-90-90



Швейцария.
get natural.

Зима.

MySwitzerland.com



Долина Розег, Граубюнден