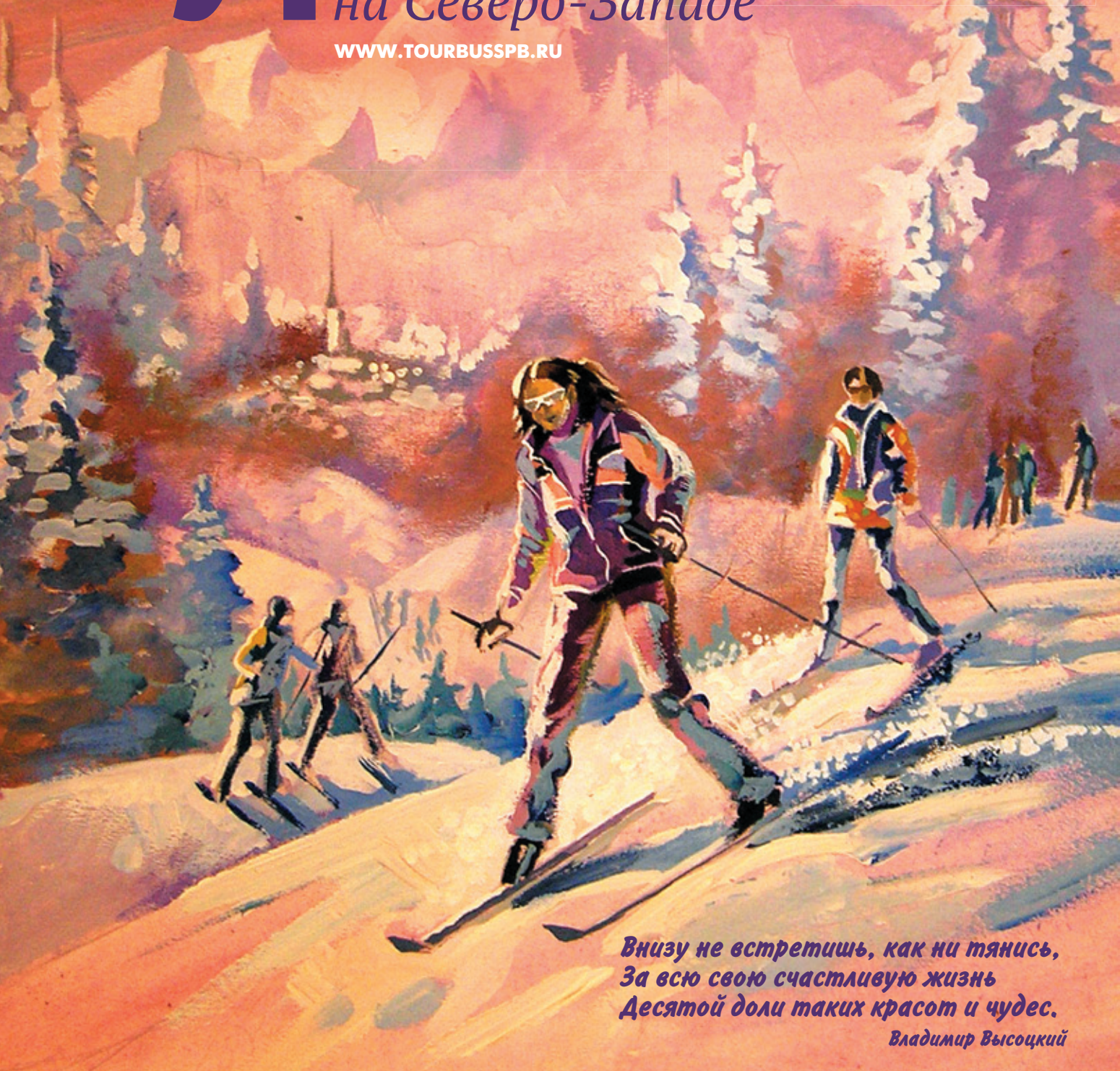


Турбизнес

на Северо-Западе

WWW.TOURBUSSPB.RU



*Внизу не встретишь, как ни тянись,
За всю свою счастливую жизнь
Десятой доли таких красот и чудес.*

Владимир Высоцкий

Швейцарский
Дом Путешествий 

www.swisshouse.ru

 АДВАНТ®
СТРАХОВАНИЕ

www.advant-insur.ru

 Open up

www.openup.ru

ТУРФИРМА
Нева

www.nevatravel.ru

AVIS

www.avisrussia.ru

 **ARLBERG**

www.arlberg.net

Туристская фирма
Верса

www.versa-travel.spb.ru

 **PEGAS**
TOURISTIK

www.pegast.ru

 **matka**
NORDIC TRAVEL FAIR

www.nordictravelfair.ru

 **Ascent Travel**

Member of Hotelplan

www.ascent-travel.ru



колыбель альпийского
лыжного катания



www.arlberg.net

St. Anton am Arlberg T +43.(0)54 46.22 69-0
St. Christoph am Arlberg T +43.(0)54 46.22 69-0
Stuben am Arlberg T +43.(0)55 82.39 90
Zürs am Arlberg T +43.(0)55 83.22 45
Lech am Arlberg T +43.(0)55 83.21 61-0



Австрия
обрети
новые силы



Горные лыжи: «большая альпийская четверка»

12-17



Медицинский туризм: рецептов все больше

18-21



Купонный сервис: халява или удача?

31-32

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе»

Учредитель и издатель
Главный редактор
Заместитель главного редактора
PR-связи
Реклама
Дизайн и верстка

ООО «Турбизнес на Северо-Западе»
Ирина Смирнова
Екатерина Губанова
Елена Мукозовова
Наталья Волохович
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.tourbuspb.ru

На обложке журнала использована работа художника О. В. Гавриковой
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс»: СПб, ул. Оптиков, 4.
Тир. 3000 экз. Дата выхода 30.10.2012.
Распространяется бесплатно среди предприятий туриндустрии.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

Назначение	2
Владимир Путин поручил создать туристический интернет-портал	2
INTOURMARKET-2013	2
Туристам помогут по правилам	2
В Россию – без визы?	2

НОВОСТИ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ

Туристам предлагают сделать остановку в Петербурге	4
ТИЦы Петербурга и Великого Новгорода договорились о сотрудничестве	4
Петербург и Салоники: новые проекты	4
В Петербурге появился «поэтический автобус»	4
Турку станет ближе	4
«РусЛайн» намерен сделать «Пулково» базовым аэропортом	5
Проблема доступности «Пулково» стала поводом для дискуссии	5
Стив Джобс – в Петербурге	5
INWETEX – CIS TRAVEL MARKET 2012	6
Музеи Петербурга перекрыли «кислород» частным гидам	6
На INWETEX-2012 представили Королевство Бахрейн	6
Япония ждет туристов из России	7

ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ

Зимние новинки Тироля	8
Новости Маттерхорна	8
«Земля для отдыха и здоровья»	8
В Норвегию – всей семьей	9
Французское турне MICE & LUXE	10
Аттестация по Норвегии прошла успешно	10
Монако ждет бизнес-туристов	10

РЕГИОН

В Великом Новгороде наградили лучшие фильмы о туризме	11
Старая Ладога станет туристическим центром	11
Республика Коми представила новые проекты	11
Назначения	11
Северо-Запад развивает событийный туризм	11
Запущен сайт, посвященный Соловкам	11

ГОРНЫЕ ЛЫЖИ

Была бы погода – остальное приложится	12
Арьльберг – колыбель альпийских лыж	17

МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

Восточный рецепт № 2	18
----------------------------	----

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

Энтони Каруана: «В турбизнесе я на 100 процентов – мальтиец»	22
--	----

РЫНКИ

Иордания: такой разный туризм	24
Чимми Пем: «Бутан – самое счастливое направление в мире»	27
Новости Дубая	28
В Петербурге Кипр стал хитом сезона	30
Лаппеенранта ждет еще больше русских	30

ТЕНДЕНЦИИ

Халява всегда опасна	31
----------------------------	----

ТУРОПЕРАТОРЫ

«Нева» и ИНГ: успешное сотрудничество	32
«Нева» приглашает на Хайнань	32
Winter Opening открыл сезон	32
Девять дней, которые удивят	33
Отельеры дали урок сальсы	33
Зимний марафон туров от «БАЛКАН ЭКСПРЕСС»	34
«Круизный десант» PAC GROUP и MSC Cruises	34

ТУРЫ

Латгалия: за границу – по-соседски	35
--	----

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

Научиться себя показывать	36
---------------------------------	----

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.

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

Представительство Тунисского национального офиса по туризму в России и СНГ вновь возглавил Междид Кахлауи



Г-н Междид Кахлауи начал свою карьеру в области международных отношений в 1992 г., а в 1996-м впервые возглавил Представительство Тунисского национального офиса в Москве. Более 14 лет он работал в России и на Украине, развивая популярность тунисского туристического направления.

12 октября 2012 г., после нескольких лет службы в качестве руководителя отдела стран Восточной Европы в Тунисе, г-н Кахлауи вновь возглавил Представительство Тунисского национального офиса по туризму в России и СНГ. Междид Кахлауи владеет 6 языками: арабским, французским, английским, немецким, русским и украинским, является членом АТОР, клуба «Карфаген», а также Общества тунисско-русской дружбы.

Владимир Путин поручил создать туристический интернет-портал

В документе, опубликованном на сайте Кремля, указывается, что национальный туристический интернет-портал должен быть создан к маю 2013 г.

К этому же сроку президент поручил Министерству культуры совместно с Министерством регионального развития, Министерством транспорта, Министерством связи и массовых коммуникаций, органам исполнительной власти субъектов РФ разработать общероссийскую систему навигации и ориентирующей информации для туристов, предусмотрев при этом создание национального туристического интернет-портала. Помимо этого, на территории субъектов РФ должны быть созданы туристские информационные центры, установлены дорожные указатели к объектам культурного наследия и иные носители информации.

Минкультуры, Минтранс и Минобрнауки также должны к февралю 2013 г. разработать комплекс мер по организации экскурсионных и туристических поездок учащихся образовательных учреждений общего, начального, среднего и высшего профессионального образования. Это делается в целях популяризации культурного наследия народов РФ и приобщения молодежи к истории и культуре России.

До 30 марта 2013 г. правительству поручается рассмотреть вопрос об использовании механизмов государственно-частного партнерства для решения задач сохранения, использования и популяризации историко-культурного наследия, развития культурно-познавательного туризма.

www.atorus.ru



Регистрация участников Программы «Профессиональный покупатель» на «Интурмаркет-2013» идет полным ходом!

До 1 декабря продолжается регистрация на участие в Программе «Hosted Buyers/Профессиональный покупатель», которая дает возможность принять участие в деловой программе выставки «Интурмаркет-2013», познакомиться с новинками летнего сезона, посетить семинары ведущих туроператоров и пройти Аттестацию менеджеров туристических агентств АТОР по различным направлениям. Участие в Программе бесплатно на конкурсной основе. Не упустите уникальный шанс повысить профессионализм менеджеров вашей компании, а также увеличить продажи за счет получения новых знаний и установления взаимовыгодных контактов!

Благодаря проведению специальных акций на крупнейших отраслевых мероприятиях в Москве, Самаре, Новосибирске, Екатеринбурге и Санкт-Петербурге, программа «Hosted Buyers/Профессиональный покупатель» стремительно набирает обороты. К 15 октября на сайте www.itmexpo.ru прошли регистрацию более 340 агентств из 90 городов России и стран зарубежья.

В рамках продвижения выставки Организаторы «Интурмаркета» приняли участие в юбилейной выставке «INWETEX – CIS Travel Market» и разыграли 10 поездок для турагентов Северо-Запада на выставку в марте 2013 года.

Как всегда, участников и посетителей выставки ждет насыщенная деловая программа. Генеральным партнером «Интурмаркет-2013» будет Китай, что совпадает с проведением Года Китая в России. Поэтому ключевыми мероприятиями выставки станут презентации, открывающие для наших туристов эту удивительную страну с древней культурой и традициями. Своими новинками поделятся лидеры туристического рынка – компании TEZ TOUR, Генеральный партнер выставки, и CORAL TRAVEL. Для отрасли туризма в России давно наиболее острой проблемой является повышение квалификации кадров, особенно острым этот вопрос стал в преддверии Универсиады-2013 и Олимпийских игр в Сочи в 2014 году. Решить эти вопросы поможет ярмарка вакансий «Туркадриль» – мероприятие с обучающими программами для соискателей работы в туризме. Всемирная туристская организация и Федеральное агентство по туризму проведут обучающий семинар «Гостеприимство и качество услуг в туристской отрасли. Российский и зарубежный опыт». Как всегда, ярко и с любовью будет представлена на выставке Россия во всем своем многообразии.

Гости выставки получат возможность прямо из залов «Крокус-Экспо» отправиться на экскурсии по Москве. Перечень интересных московских достопримечательностей постоянно расширяется, и Организаторы выставки, как настоящие патриоты своего города, стараются сделать все возможное, чтобы и иностранные гости, и участники, приехавшие из регионов России, могли увидеть как можно больше интересных маршрутов и программ.

**Подробная информация на сайте www.itmexpo.ru
До встречи на выставке 16–19 марта 2013 года!**

Туристам помогут по правилам

На сайте Министерства культуры РФ опубликован проект постановления правительства об утверждении правил оказания экстренной помощи туристам за рубежом.

Как говорится в документе, экстренная помощь должна оказываться только организованным туристам – тем, кто отправился на отдых, заключив соответствующий договор с туроператором или представляющим его интересы турагентством. При этом деньги из фонда не могут идти на оказание медицинской помощи туристам



или на возвращение домой соотечественников, оставшихся за границей без средств. Кроме того, за счет фонда не будет осуществляться вывоз туристов домой, если по решению президента РФ проводится эвакуация граждан из страны, где возникла угроза для их жизни и здоровья.

Таким образом, деньги компенсационного фонда будут расходоваться только в том случае, если у туристов по вине туроператора возникли проблемы при заселении в отели и с билетами на самолет. При этом помощь россиянам будет заключаться исключительно в эвакуации. Основанием для помощи является «ясно выраженное намерение туриста прекратить путешествие и досрочно вернуться к месту его окончания». Таким образом, если туроператор не рассчитался с отелем, то туристам из фонда не будет выплачена компенсация для дальнейшего отдыха – их просто в кратчайшие сроки вернут домой.

Законом также предусмотрено, что турист вправе отказаться от помощи. Он может сам по-прежнему оплатить проживание в отеле, а потом обратиться в страховую компанию, в которой застрахован туроператор. Однако фонд туроператоров за компенсацией понесенных расходов также должен обратиться к страховщику.

Интерфакс-Туризм

В Россию – без визы?

Министерство культуры РФ разрабатывает законопроект, разрешающий иностранцам, которые проезжают транзитом через территорию РФ, находиться в стране без виз до 72 часов.

По словам министра культуры Владимира Мединского, цель нового законопроекта – стимулировать в первую очередь внешний туризм: речь идет об аэропортах Москвы, Петербурга и Казани. По данным Минтранса, иностранцев, которые следуют через эти аэропорты транзитом, насчитывается до 500 тыс. в год.

Кроме этого, ведомством разрабатывается порядок въезда на территорию РФ иностранцев без виз сроком до 10 суток – он будет распространяться на участников различных культурных мероприятий, фестивалей, конкурсов, а также на спортсменов.

RATA-news

matka
NORDIC TRAVEL FAIR



**Выставочный центр
Хельсинки, Финляндия
17–20.01.2013 г.**

Самая большая выставка туристических агентств в Северной Европе!

Зарегистрируйтесь на сайте www.nordictravelfair.ru, пароль **social**, и Вы получите бесплатный вход.

Ярмарка будет открыта только для профессионалов турбизнеса 17 января 9:00-19:00 и 18 января 9:00-12:00. Во время проведения ярмарки, включая дни профессионалов, мы обеспечиваем бесплатный вход для всех, кто зарегистрировался!

Вы будете желанными гостями!

- Страны, которые участвуют в ярмарке, считают, что Хельсинки – это новая возможность войти в Россию
- Туристические агентства также рассчитывают встретить русских профессионалов
- На выставке будет представлено около 1200 экспонентов из 70 стран

На выставке у Вас есть возможность увидеть самые большие и известные турагентства Финляндии

Добро пожаловать!

Время работы 17–20 января 2013

Только для профессионалов туристических компаний и для тех, кто занимается бизнес-путешествиями

Четверг 17 января 9:00-19:00

Для обычных посетителей

Пятница 18 января 12:00-19:00

Суббота 19 января 10:00-18:00

Воскресенье 20 января 10:00-18:00

Как добраться до Выставочного центра

Все местные и международные поезда останавливаются на станции Pasila. Выставочный центр находится всего в 300 метрах от станции. Аэропорт Хельсинки-Вантаа находится 13 километрах от Выставочного центра. Можно взять такси, это потребует примерно 15 минут езды. Ходят трамваи 7А, 7В и 9 прямо к остановке в центре города перед южным входом на выставку.

Организатор

Финская Выставочная Корпорация в сотрудничестве с Финским агентством по туризму



www.nordictravelfair.ru



INWETEX – CIS TRAVEL MARKET 2012

С 4 по 6 октября в выставочном комплексе «Ленэкспо» состоялась крупнейшая туристская выставка на Северо-Западе России – INWETEX – CIS TRAVEL MARKET, которая объединила:

- XII Петербургский туристский форум
- XVIII специализированную выставку «Курорты»
- VI специализированную выставку «MICE-индустрия»
- III специализированную выставку «Медицинский туризм»
- X выставку-фестиваль зимнего отдыха «Отдых без границ. Зима»

Статистика INWETEX-2012

- Участники – 458 компаний из 37 стран
- 20 регионов России
- 7748 посетителей – из них 6520 специалистов
- Площадь экспозиции – 8100 кв. м



Музеи Петербурга перекрыли «кислород» частным гидам

Несмотря на поддержку Управления Федеральной антимонопольной службы (УФАС) по Петербургу, представители сообщества частных гидов города проиграли в апелляционной инстанции городского Арбитражного суда дело против крупных музеев Северной столицы, запрещающих им проводить экскурсии без заключения договора. А договор непосредственно с ними они заключать не желают...

Дело тянется уже давно: начало ему было положено еще в феврале 2011 г., когда Государственный музей истории Петербурга, музей-памятник «Исаакиевский собор» и музеи-заповедники «Павловск», «Царское Село» и «Петергоф» отказались заключить прямой договор с индивидуальным предпринимателем, гидом-переводчиком Ольгой Орлеанской. Посчитав свои права ущемленными, она направила жалобу в УФАС, которое в декабре 2011-го усмотрело в действиях музеев нарушение антимонопольного законодательства. В ответ на это музей истории Петербурга подал на УФАС в суд, а к участию в разбирательстве подключились власти в лице профильного комитета, Санкт-Петербургская ассоциация профессиональных гидов-переводчиков и сама Ольга Орлеанская.

Елена Рябух, начальница отдела пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции УФАС по Петербургу,

констатирует, что «музеи не считают себя обязанными заключать договоры с индивидуальными гидами-переводчиками, однако нормативного запрета на это у них нет». Олег Лысков, и. о. председателя Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Петербурга, полагает, что «экскурсионные услуги как часть туристической услуги реализуются либо туроператором, либо турагентом на основании договора с ним: частные лица без соответствующего договора этого делать не могут». Если проще, позиция чиновников и представителей музеев состоит в том, что гид-переводчик обязательно должен быть сотрудником турагентства или туроператора – тогда с ним можно заключать договор.

Однако «зачинщица» спора Ольга Орлеанская, работающая в качестве гида-переводчика с 1986 г., уверена: музеи и власти нарушают не только антимонопольное законодательство, но и постановление правительства города. Согласно ему, для того что-

На INWETEX-2012 представили Королевство Бахрейн

Островное государство на одноименном архипелаге в Персидском заливе в Юго-Западной Азии, самое маленькое в арабском мире, наряду со своими соседями также намерено развивать туризм, привлекая россиян.

Бахрейн занимает три относительно крупных и множество мелких островов в 16 км на восток от берегов Саудовской Аравии и соединен с этой страной одним из наиболее длинных в мире автомобильных мостов (25 км). Как считают ученые, Бахрейн получил свое название от арабского слова, означающего «два моря»: первым называют соленый Персидский залив, а вторым – колоссальные запасы подземных пресных вод.

– Несмотря на свою небольшую территорию, Бахрейн очень привлекателен для туристов, так как предлагает множество вариантов отдыха высокого качества, – считает Ксения Пулина, представительница Министерства культуры и туризма Королевства Бахрейн в России (на фото). – И я уверена, что петербуржцы, которые один раз побывают в этом королевстве, обязательно захотят приехать туда еще.

В доказательство своих слов она назвала в ходе презентации как минимум 10 причин, из-за которых посещение Бахрейна обязательно. Это и большое число достопримечательностей, и отличный шопинг, и разные варианты туров. Несмотря на отсутствие прямой перевозки, добраться до этого государства тоже не проблема, поскольку наличие рейсов Emirates из Петербурга гарантирует минимальные временные затраты на дорогу.

По словам Ксении Пулиной, туристические власти королевства очень заинтересованы в привлечении туристов из России и участие Бахрейна



в INWETEX-2012 – только одна из мер, предпринимаемых для этого. К тому же посещение страны может быть успешно скомбинировано с поездкой в соседние арабские государства, и в этом случае во время одного тура путешественник получит возможность получить еще больше впечатлений.

Что касается привлекательных черт именно этой туристической дестинации, то не зря в древности Бахрейн называли «Райским садом»: по легенде, именно здесь находился Эдем. Именно здесь более 5000 лет назад зародилась первая арабская цивилизация. И именно в Бахрейне находится единственный в мире памятник жемчугу, добыча которого вошла в Список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Владимир Яковлев

Япония ждет туристов из России

Национальный туристический офис Японии (JNTO) впервые принял участие в выставке INWETEX, став одним из наиболее ярких ее новичков. Почему это произошло и каковы планы по расширению сотрудничества с российскими компаниями, рассказывает представитель JNTO в России Валентин Шестаков.



– Почему мы здесь? – переспросил он. – Потому что в этом году Япония отнесла Россию к приоритетным рынкам, которые наиболее интересны для нее с точки зрения туризма, так как поставляют в страну больше всего гостей. К тому же принято решение объединить усилия представляющих Японию разных государственных организаций для того, чтобы продвигать туристический потенциал страны в РФ. И благодаря, например, усилиям генерального консульства Японии в Петербурге, был организован стенд на INWETEX, на котором были представлены и японские туристические компании, и префектура Окинава.

Показатели турпотока из России в Японию вселяют оптимизм. По данным JNTO, за первое полугодие 2012 г. он вырос на 45,7% (по сравнению с 2011-м). И хотя основными поставщиками российских туристов в Страну восходящего солнца остаются Москва и Дальний Восток (70 и 30% соответственно), Петербург тоже может войти в число лидеров. Этому, скорее всего, будет способствовать и наличие перевозки, благодаря которой добраться из Северной столицы России в Японию не слишком сложно.

– Сейчас объем перевозки (в том числе из Петербурга) значительно возрос: есть и прямые рейсы, и довольно удачные стыковочные, – считает Валентин Шестаков. – Поэтому есть уверенность в том, что жителей города на Неве среди туристов в Японии станет больше. А поскольку и Петербург, и Япония в первую очередь являются объектами экскурсионного показа, им поездка на Восток наверняка будет очень интересна благодаря погружению в самобытную японскую культуру. Однако сейчас наша задача состоит в том, чтобы несколько изменить контингент приезжающих к нам российских туристов. Дело в том, что пока их возраст в основном начинается от 35 лет, а Япония хочет привлечь больше молодых людей.

Как ни удивительно, но сейчас петербургские туристические компании благодаря наличию относительно дешевых туров выходят с предложением

даже на московский рынок – и не без успеха. Однако японцы хотят большего, и основной их целью является возвращение объемов турпотока на уровень 2010 г. Который, по словам Валентина Шестакова, по отношению к российским туристам практически достигнут. Вместе с тем максимальный показатель въезда из России в Японию, зафиксированный в 2008 г. (66,7 тыс. пересечений границы), пока остается ориентиром на ближайшее будущее. Для чего JNTO предпринимает целый ряд мер: например, одним из главных мероприятий предстоящего сезона станет запуск онлайн-тренинга и системы сертификации турагентов на русскоязычном сайте Национального туристического офиса Японии www.visitjapan.ru.

Тот факт, что Япония очень интересуется туристами из России, подтвердило и участие в INWETEX от-



дельной ее префектуры – Окинава.

– Мы приехали в Петербург прежде всего для того, чтобы показать – в Японии есть не только Токио и большое количество экскурсионных достопримечательностей, но и масса других возможностей для интересных путешествий, – подчеркнула ее представительница г-жа Arisa Yokoya. – В префектуре Окинава, например, имеется единственный в Японии курорт, на котором можно получить услуги самого высокого качества, свойственные аналогичным в других частях света. Мы можем быть интересны и деловым людям, и молодежи, и желающим поправить здоровье. Туристические ресурсы Окинавы велики, и поэтому есть уверенность в том, что наша префектура будет интересна петербуржцам.

Усилия, впервые так активно предпринимаемые по продвижению Японии на российском рынке, по оценке собеседников, должны дать результат. Во всяком случае, они надеются на то, что благодаря появлению относительно недорогих туров и расширению перевозки в ряды российских туристов с Дальнего Востока и из Москвы в большем количестве будут жители Петербурга.

Владимир Сергачев



Восточные Таиши
КИТАЙ
остров Хайнань

прямой перелет: СПб-Хайнань-СПб
чартерная программа с 31.10 12

офисы продаж в Санкт-Петербурге:

пр. Бакунина, 5 (812) 329-00-35 ул. Некрасова, 24 (812) 275-95-80 ул. Б. Морская, 36 (812) 640-03-26
275-95-94 640-03-27

подробная и дополнительная информация о турах, программах и офисах продаж представлена на нашем официальном сайте www.versa.travel

Зимние новинки Тироля

1 октября петербургские журналисты познакомились с зимними новинками Тироля. Пресс-конференция была организована Советом по туризму долины Отцталь и Австрийским представителем по туризму в РФ.



Как отметила, открывая мероприятие, PR-менеджер представительства г-жа Маргот Висаак, с января по июль 2012 г. Австрию посетило около 300 тыс. российских туристов – на 18% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. При этом две трети россиян по-прежнему приезжают в Австрию зимой, а Тироль остается их любимым горнолыжным направлением.

По словам директора по маркетингу Совета по туризму долины Отцталь г-жи Кармен Фендер, сейчас россияне занимают 4-е место по численности после гостей из Германии, Швейцарии и Австрии. В сезоне 2011/2012 наши соотечественники совершили здесь около 137 тыс. ночевков (более 5% от общего числа), отдав предпочтение курортам Майрхофен и Зельден.

Особой популярностью у гостей из России пользуется комплекс Aqua Dome, открытый почти 10 лет назад в Лангенфельде рядом с зельденскими трассами, – только в июле 2012-го количество наших туристов здесь выросло на 12%. Aqua Dome – это отель 4* на 289 мест, 9 крытых минеральных бассейнов, вода в которые поступает из источника, находящегося на глубине 1865 м, 3 открытых минеральных бассейна-«чаши», отку-

да открывается восхитительный вид на горные вершины, и 3 тирольских ресторана. В 2011 г. Aqua Dome был признан лучшим SPA-комплексом Австрии, а также получил международный приз World Travel Award 2011. Как рассказала директор по маркетингу Aqua Dome г-жа Бербель Фрей, в середине декабря в отеле откроется 60 новых номеров, 5 конференц-залов площадью 900 кв. м и элитный SPA-центр площадью 2 тыс. кв. м. Инвестиции в реновацию и строительство составили 20 млн евро.

Сезон в Зельдене уже начался – в конце сентября директор управляющей компании канатных дорог курорта г-н Крис Шнеллер лично убедился в отличном качестве одной из высокогорных трасс (всего в Зельдене 150 км трасс и 35 подъемников). По его мнению, в нынешнем сезоне туристов ждет несколько очень интересных событий: этап Кубка мира по горнолыжному спорту, молодежный музыкальный фестиваль Electric Mountain Festival (в прошлом году он прошел впервые и собрал более 10 тыс. зрителей) и знаменитое «Ганнибал шоу», в котором принимают участие более 600 человек и в том числе г-н Крис Шнеллер.

Евгения Смирнова

Новости Маттерхорна

2 октября Северную столицу посетила делегация региона Маттерхорн и московского офиса Switzerland Tourism. Представители горнолыжных курортов Кран-Монтана, Лейкербад, Саас-Фе, Вербье и Церматт рассказали туроператорам и журналистам о новых предложениях в наступающем зимнем сезоне, а директор по маркетингу офиса по туризму Лейкербада г-н Дэвид Кестенс, кроме того, поделился секретами приготовления швейцарского национального блюда – раклет.

Среди интересных новостей отметим такие. На курорте Кран-Монтана в знаменитом ресторане Chetzeron появились 4 гостиничных номера, и в декабре он примет первых постояльцев, кроме того, в этом же месяце откроется и полностью реновированный Hotel Royal 5*. В Лейкербаде (где россияне занимают уже второе место в общем турпотоке) появилась новая панорамная канатная дорога и подъем на перевал Гемми, который включен в Snow & Spa Pass, стал более быстрым и комфортным. Гости курорта Саас-Фе, получив «паспорт гражданина Саас-Фе», смогут бесплатно пользоваться автобусным сообщением в долине Саасталь и получить 12-процентную скидку на ски-пассы. В Вербье декабрь станет «месяцем открытий»: первых клиентов здесь примут гостиничные комплексы La Gordee des Alpes, Les Trois Rocs и W Starwood Hotel, ги-



гантский Igloo, способный вместить 160 человек, отель Mont Lac, велнес-центр в Hotel La Vallee, а новый каток на центральной площади станет местом проведения зимних карнавалов. В Церматте туристов ждут не только обновленные номера отелей Mont Cervin Palace, Alex Schlosshotel, Hotel Holiday и новая трасса (за № 59, с уклоном в 65° и перепадом высот в 250 м на протяжении 750 м), но и новые гастрономические удовольствия от звездного шефа Иво Адама в ресторане After Seven и новое мероприятие в событийном календаре – гонка Matterhorn Ultraks, которая впервые пройдет 20 апреля.

Стоит отметить, что, по данным Switzerland Tourism, в зимний сезон 2011/2012 страну посетили 98 688 гостей из России, которые совершили 311 220 ночевков, что превышает показатели сезона 2010/2011 на 10 и 7% соответственно (при этом на регион Маттерхорн пришлось 55 200 ночевков, что на 6,2% больше, чем зимой 2011/2010). Статистика за первые 7 месяцев 2012 г. подтверждает рост интереса к Швейцарии: турпоток из нашей страны составил 103 174 человека, а количество ночевков достигло 310 828 (+6%).

Евгения Смирнова

«Земля для отдыха и здоровья»

«Мекленбург – Передняя Померания – это земля для отдыха и здоровья, земля, полная достопримечательностей» – такими словами открыл презентацию федеральной земли министр экономики, строительства и туризма г-н Гарри Главе. Мероприятие, организованное Туристическим офисом земли Мекленбург и Национальным туристическим офисом Германии, состоялось 18 октября в гостинице «Астория».

Интерес к развитию туризма у Мекленбурга и Петербурга обоюдный. С одной стороны, туризм – ключевая отрасль нашей экономики, с другой – я вижу, что в Северной столице много иностранных туристов и гости из Германии занимают одно из первых мест. Со многими петербургскими туроператорами у нас существуют налаженные контакты, и я надеюсь, что нынешняя встреча укрепит наше сотрудничество, – отметил г-н Главе.

Туризм – важный экономический фактор развития федеральной земли. Валовой оборот туротрасли – около 5,1 млрд евро (10% ВВП), в этой сфере создано 173 тыс. рабочих мест с полной занятостью, с 1990 г. объем инвестиций в туристические проекты превысил 12 млрд евро, а в этом году он составляет 250 млн евро. Если в 1992 г. туристы совершили в Мекленбурге 9,4 млн ночевков, то в 2011-м – уже 27,6 млн, а количество мест в средствах размещения за указанный период увеличилось с 156 до 290 тыс. Мекленбург привлекает туристов ганзейскими городами, старинными замками и усадьбами, музеями, и фестивалями, разнообразными возможностями для оздоровительного отдыха.

Развитие федеральной земли Мекленбург – Передняя Померания ориентировано на ее превращение в регион здоровья номер один в масштабах всей Германии, – отметил директор Офиса по туризму Мекленбурга г-н Бернд Фишер. – Для этого есть все предпосылки: самая современная инфраструктура, ведущие учреждения здравоохранения, интенсивное развитие туризма вообще и медицинского туризма в частности.

В рамках мероприятия состоялись презентации клиники Median, медицинского центра Cyber Knife и отеля Heiligendamm.

Елена Попова

В Норвегию – всей семьей

«Норвегия – не только спортивная, но и семейно-ориентированная страна, предлагающая прекрасные условия для зимнего отдыха с детьми» – такими словами генеральный консул Норвегии в Петербурге г-н Руно Осхейм открыл пресс-конференцию, посвященную новинкам горнолыжного сезона 2012/2013.

Норвежские курорты превосходят любые другие по оборудованию детских зон катания, «школьной подготовке», а главное – по уровню комфорта. И это не удивительно – по традиции норвежцы ставят детей на лыжи, едва им исполнится три года. При этом спортивные премудрости под руководством инструкторов, переодетых в рысят и медвежат, превращаются для юных горнолыжников в сказку – с разноцветными арками и игрушками на склонах, маленькими каруселями с бугелями, детскими кафе, садиками, магазинами...

Среди других достоинств горнолыжных курортов – продолжительный сезон катания (с конца октября и до майского солнышка) и «снежная гарантия» (гарантируется количество и качество заявленных на данный период склонов, зон и, конечно, снежное покрытие). Равно как и развитая инфраструктура: современные подъемники, системы освещения и «снежные пушки», комфортабельные отели и многочисленные рестораны. Добавим к этому выгодные турпакеты и развлекательные программы, учитывающие пожелания гостей.

Как отметила директор Совета по туризму Норвегии в РФ Ольга Филиппенко, поток российских туристов ежегодно увеличивается на 5–6%, но главный результат «пятилетки» по продвижению норвежских горнолыжных курортов в России состоит в том, что у наших туристов исчез стереотип: «Норвегия – это далеко, темно, холодно и дорого». И сегодня Совет по туризму меняет концепцию продвижения Норвегии в России, ставя во главу угла не «снежную гарантию» и продолжительный сезон, а семейный отдых – отличное катание для взрослых и детей.

Какие же новинки ожидают наших туристов в наступающем сезоне? На крупнейшем горнолыжном курорте Трюсиль появятся новые площадки для семейного и детского катания – «Параллельный слалом», «Узнай скорость!», «Тонки», а детские площадки Turistsenteret и Høyfjellsenteret обзаведутся новыми подъемниками. Сноубордистов ждет обновленный сноупарк, а любителей беговых лыж – еще больше километров великолепных трасс. К новому сезону три трассы, ведущие к отелю Park Inn Trysil Mountain Resort, открытому в 2011 г., будут оборудованы электрическим освещением, и вокруг отеля можно будет кататься и вечером.

По словам г-на Сондре Амдала, директора по продажам и маркетингу сети горнолыжных курортов SkiStar, в Трюсиль предпочитают отдыхать датчане, немцы и сами норвежцы. Однако пять лет назад руководство курорта сделало ставку на наших туристов и не прогадало: количество ночевков россиян возросло с 3 тыс. в 2007 г. до 17 тыс. в 2011-м – пока это 3–4% от общего турпотока. Как правило, россияне приезжают на курорт семьями на 1–2 недели (хотя стоит отметить, что все больше москвичей предпочитает проводить здесь и уик-энд) и пользуются всеми дополнительными услугами. Для наших соотечественников русифи-



цированы страницы сайта, выпущены путеводители и карты склонов на русском языке, работают русскоговорящие дежурные на «горячей» телефонной линии, гиды, инструкторы и продавцы. «Если пять лет назад работа с туроператорами представлялась нам чрезвычайно важной, то сейчас мы отмечаем все больше прямых бронирований со стороны россиян. Мы общаемся с российскими клиентами, которые оказались весьма требовательными, проводим опросы, чтобы быть в курсе их пожеланий», – подчеркнул Сондре Амдал.

Хемседал, второй по величине курорт Норвегии, предложит туристам новую концепцию отдыха – «лыжное сафари»: в «Скандинавских Альпах» откроются лыжные туннели, сноупарки и трассы (где даже можно узнать, сколько километров в час вы преодолеваете), а также каток. Здесь появятся и новые лыжные аттракционы, например «Охота за звездой». В наступающем сезоне подъемники будут работать на час дольше, а вечернее и утреннее катание будет включено в стоимость ски-пасса.

Курорт Нурефельд, который имеет репутацию «домашнего», разработал специальные предложения для российских гостей на период новогодних и рождественских каникул с великолепной развлекательной программой, а впечатляющий Гейло, который полюбился нашим соотечественникам, начал активное сотрудничество с российскими туроператорами.

Впрочем, новогодний сюрприз нашим туристам подготовили не только норвежские курорты, но и турфирма «Верса», впервые поставив чартерный рейс Петербург – Осло.

Елена Попова

Семейный отдых на горнолыжных курортах Норвегии

VISIT NORWAY .RU

- Трюсиль, 8 дней (автобус/паром) от 17900 руб./чел.
- Автопакеты для индивидуалов в Трюсиль и Хемседал (автомобиль/паром) от 4200 руб./чел.
- Авиатуры

ТУРФИРМА
Нева
www.nevatravel.ru

НОРВЕГИЯ
ОЩУТИ СИЛУ ПРИРОДЫ
www.visitnorway.ru

(812) 33-555-33, (495) 7-999-444

TurProfi.ru
портал для турагента

ALL NB BB DBL LED...

TurProfi.ru — портал для тех, кто в теме

Была бы погода – остальное приложится...

Несмотря на наличие ряда специфических проблем, действующие в Петербурге операторы не собираются сдавать позиций в горнолыжном отдыхе. Более того – в этом сезоне появятся и новинки. Правда, подчас – относительные...

В целом зимняя горнолыжная программа из города на Неве весьма разнообразна: полеты на отдых в горах предлагаются не менее чем в 10 стран Европы и даже Азии. Однако в этой статье мы ограничимся только «большой альпийской четверкой» (Австрия, Италия, Франция, Швейцария), на примере которой наиболее заметны все тенденции, наблюдаемые в этом секторе выездного туристического рынка.

Куда летим

За исключением Франции, в этом сезоне из Петербурга предлагаются как регулярные, так и чартерные перелеты во все другие страны «большой четверки».

«Паровозом» сезона, как и в прошлые годы, выступает Австрия. Добраться туда не проблема: есть и ежедневная регулярная перевозка до Вены («Россия», Austrian Airlines), и чартеры «России» в Зальцбург (со 2 по 12 января), и возобновленный чартерный рейс в Инсбрук (со 2 по 9 января). К тому же последний будет обслуживать и новый перевозчик, которым стала авиакомпания FlyNiki. В целом в «австрийской» горнолыжной программе в Петербурге активно участвуют 8 операторов, причем один из них, Book&Go, в одиночку же выступает и консолидатором рейса в Инсбрук. Однако общий объем кресел в Австрию оказался примерно такой же, как и в прошлом сезоне. «В Инсбрук мы сознательно организовали только один чартерный рейс, поскольку, по нашему глубокому убеждению, какую-либо цепочку Петербург не потянет, – комментирует ситуацию генеральный директор Book&Go Дмитрий Зеленин. – Ведь прекрасная альтернатива Тиролю – Мюнхен, поэтому предыдущие попытки организовать цепочку в Инсбрук и были неудачными. А этот рейс мы в основном будем «грузить» сами».

Кроме Австрии, большой объем перевозки запланирован и по Италии. И он заметно выше, чем в прошлом сезоне. Объясняется это тем, что в Милан этой зимой, кроме заведомо направленного, «России» (ежедневный регулярный рейс), 4 раза в неделю станет летать «Трансаэро». В Римини по субботам полетят NordStar и New Livingston, а в дополнение к ним новичок, компания Danko, собира-



ется запустить на бортах «Уральских авиалиний» рейс в Верону. Единственный минус – отсутствие в «итальянской» программе Турина, который почему-то в городе на Неве никак не приживется.

Что касается Швейцарии, то в новом сезоне, кроме регулярного рейса в Цюрих, запланирован и чартерный рейс в Женеву – со 2 по 9 января его будет обслуживать авиакомпания «Россия».

Эксперты уверены: перевозки в этом сезоне вполне достаточно для того, чтобы он прошел успешно. «Я бы особенно отметил рейс в Инсбрук, который фактически позволяет доставлять туристов сразу в три горнолыжные страны, – констатирует генеральный директор компании «Швейцарский Дом Путешествий» Роман Перевертун. – Ведь доставить клиента в Давос из Инсбрука подчас даже удобнее, чем из Цюриха». Что касается увеличения объемов по Италии, то пока оно не кажется чрезмерным, а истинный объем, востребованный рынком, определится уже довольно скоро.

Есть проблемы

Особенно острых и характерных для альпийской «горнолыжки» наблюдается всего две. Первая – продолжающаяся миграция туристов из разряда организованных в самостоятельные. А вторая – отчасти связанная с ней практика постепенного отказа ряда операторов от практики приобретения «жестких» блоков на авиарейсы.

Обе они не новы, но постепенно их острота становится все более очевидной. «Одичание» горнолыжников происходит везде, но разными темпами – в зависимости от направления. А самая сложная для операторов ситуация наблюдается в Австрии. Заместитель генерального директора Jet Travel Максим Приставка, например, приводит визовую статистику австрийского консульства, согласно которой уже в прошлом году количество разрешений на въезд, выданных частным лицам, вдвое превысило аналогичный показатель для турфирм.

– На австрийском направлении действительно есть проблема «перетекания» клиентов, часть из которых предпочитает самостоятельно бронировать перелет, отель и прочие услуги, – отмечает Роман Перевертун. – Происходит это не только потому, что появилось достаточно широкое и доступное частным лицам предложение по перевозке, но и благодаря позиции, занимаемой австрийскими отелями и даже консульством. Визу в Австрию для туриста получить не проблема, а гостиницы подчас не делают разницы между оператором и частным лицом, предлагая одни и те же цены на размещение.

В результате бывалые путешественники все чаще бронируют отдельные сегменты поездки в Австрию самостоятельно, а в турфирмы обращаются лишь те, кто либо не готов брать за такой труд, либо



ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР «АСЕНТ ТРЭВЕЛ ИНТ»

Реестровый номер МТ2 001375



АВСТРИЯ
АНДОРРА
ИТАЛИЯ
НОРВЕГИЯ
СЛОВЕНИЯ
ФИНЛЯНДИЯ
ФРАНЦИЯ
ШВЕЙЦАРИЯ
ШВЕЦИЯ

горнолыжный
туроператор №1*

* по рейтингам информационной службы БАНКО

Подбор тура онлайн

www.ascent-travel.ru



(812) 610-07-07

- гарантированные номера в отелях 3-5*, апартаменты и пансионы, резиденции и шале
- собственные чартерные программы и блоки мест на регулярных рейсах
- гиды и представители на всех курортах, организация экскурсий
- скидки на прокат оборудования и скипассы



Book&Go!

НОВИНКА СЕЗОНА

Прямой чартерный рейс
Санкт-Петербург – Инсбрук
на январские каникулы

2–9 января 2013

Гарантированные места в отелях
на лучших горнолыжных курортах
АВСТРИИ, ШВЕЙЦАРИИ, ИТАЛИИ

СПб, Ковенский пер., 11
(ст. м. «Площадь Восстания»)

+7 (812) 702-7980

www.bookandgo.ru

Швейцарский

Дом Путешествий

Switzerland
Network Specialist

www.swisshouse.ru



Австрия и Швейцария

ФРАНЦИЯ, ИТАЛИЯ, ГЕРМАНИЯ, ЭКЗОТИКА

ЭККУРСИОННЫЕ ГРУППОВЫЕ ТУРЫ

«Классическая Швейцария» – еженедельно

«Прекрасная Швейцария» – еженедельно

«В гостях у сказки» – еженедельно

«Классическая Вена» – еженедельно

ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ ЕВРОПЫ



Швейцария – Гриндельвальд, Гштаад, Церматт, Ст.-Мориц, Саас-Фе, Кран-Монтана, Вербье, Виллар

Австрия – Зельден, Ишгль, Китцбюэль, Зерфаус, Майрхофен, Цель-ам-Зее

Франция – Шамони, Куршевель, Валь-д'Изер, Межев, Мерибель

Италия – Альта-Вальтеллина, Бардонеккья, Валь-ди-Суза, Доломитовые Альпы

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВАМ ЛУЧШИЕ УСЛУГИ:

- Бронирование отелей, шале, апартаментов
- Экскурсионные групповые программы
- Образование за рубежом
- Wellness, Spa и лечение в Швейцарии
- Билеты Swiss Travel System
- A/B Swiss, Lufthansa, Austrian Airlines



тел. (812) 325 88 66

Швейцарский Клуб

swiss

Austrian

Lufthansa

№ в реестре туроператоров МТЗ 001772

по определенным причинам видит в этом выгоду. Способствует оттоку и «одичанию» туристов и то, что компании чаще всего предлагают стандартный тур, а индивидуалы хотят получить сделанный с учетом их потребностей. Например, срок поездки должен составлять не неделю, а 4–5 дней, а в ее программу – входить посещение разных курортов в одной и той же стране. А поскольку в Австрии процесс «одичания» наиболее заметен, Максим Приставко высказывается довольно категорично. «Австрийский рынок все больше перестает быть операторским, предпочитая работать с частными лицами», – уверен он. Впрочем, это касается и других стран «большой четверки», но в меньшей степени.

Подтверждает наличие такой проблемы и Дмитрий Зеленин. Но... «На высокие даты индивидуалу, если, конечно, он не хочет добираться в Австрию на перекладных и жить далеко от подъемника, забронировать что-то сложно – операторы делают это раньше, – считает он. – Но тенденция налицо: клиенты стали гораздо опытнее и действительно способны организовывать отдых самостоятельно – от этого никуда не уйдешь...»

Согласна с мнением коллег и заместитель руководителя департамента Европы турфирмы «Нева» Светлана Ковалева. «Нет смысла отрицать – «одичание» есть, и не раз бывавшие в той же Австрии туристы действительно нередко предпочитают пользоваться разными интернет-сервисами вместо услуг турфирмы, – говорит она. – Но в высокий сезон организовать поездку не просто – объекты размещения и билеты загодя раскуплены компаниями».

Вместе с тем Дмитрий Петров, заместитель директора Ascent Travel по регионам, отмечает, что далеко не всегда «дикари» оказываются в выигрыше. «Возможность жить рядом с подъемником в Майерхофене или Зельдене – лучшее, что предоставляет «Асент» в Австрии, где мы отобрали самые популярные отели и выкупили в них комнаты для наших туристов, – заявляет он. – Эти отели нельзя забронировать самостоятельно, потому что отельеры расписали комнаты уже на много лет вперед и не хотят экспериментов. Подобный консерватизм австрийцев, кстати, для многих является новинкой сезона».

Вторая проблема тоже получает развитие. Учитывая высокие риски, все больше операторов отказываются от практики приобретения жестких блоков мест, предпочитая выкупать их по мере необходимости. «В существующих условиях это подчас гораздо более оправданно и выгодно, чем иметь блок мест на весь сезон, – считает Роман Перевертун. – Да, на высокие даты спрос порой превышает предложение, но такая картина наблюдается далеко не всегда. И зачем рисковать деньгами, если в случае необходимости билет по достаточно приемлемой цене почти всегда можно купить?»

Об этом же говорит и генеральный директор Book&Go Дмитрий Зеленин. «Мы тоже не берем блоки мест на всю цепочку, – констатирует он. – Это и не нужно: при желании билеты сейчас практически всегда можно найти».

Учитывая это, в Петербурге участие в «подъеме» зимних горнолыжных чартерных рейсов сейчас принимают менее 10 компаний – остальные предпочитают либо пользоваться регулярными (там, где они есть), либо покупают места только при наличии гарантированного спроса. Под конкретный заказ...

Светлана Ковалева подтверждает, что даже такие крупные компании, как «Нева», берут блоки мест только на высокие даты. «Практика прошлых сезонов показывает, что иметь жесткий блок в течение нескольких месяцев экономически невыгодно, – утверждает она. – Лучшее приобрести перевозку по мере потребности – сейчас ее достаточно и всегда можно найти устраивающий клиента вариант».

Скорее всего, эта тенденция, подогреваемая ростом конкуренции в воздухе, тоже будет усиливаться. «Если учесть, что совершить полет

Российский акцент

Австрийский Зальцбургерланд ежегодно принимает 6 млн туристов. Больше всего зарубежных гостей приезжает из Германии и Нидерландов, а наиболее активно турпотоки растут из стран Восточной Европы.

В 2011 г. его посетили 50 тыс. российских туристов, которые совершили 230 тыс. ночевек, что на 25% больше, чем годом ранее.

В этом году ожидается, что граждане России проведут в регионе около 260 тыс. ночей. И хотя общая доля россиян пока невысока, наши путешественники вместе с тем являются лидерами по тратам во время отдыха на горнолыжных курортах: в среднем около 400–500 евро в день.

За последнее время в обновление инфраструктуры было инвестировано 250 млн евро. В этом году гостей встретят реконструированные четырех- и пятизвездные отели, новый подъемник, а также термы, музеи, кинотеатры и рестораны на самых высоких точках склонов. Среди новинок сезона, привлекающих особое внимание, – 300-метровый тоннель на высоте 3 тыс. м, через который сквозь горную станцию с информационными стойками можно попасть в национальный парк Высокий Тауэрн.

Интерфакс

ШВЕЙЦАРИЯ Австрия – Франция



- » Еженедельные групповые программы – «В Гостях у сказки», «Первое свидание со Швейцарией», «Любимый город» и др.
- » Аллотменты на горнолыжных курортах ЕВРОПЫ (Швейцария, Австрия, Франция) на даты высокого сезона
- » Отели и апартаменты во всех городах, на всех курортах по лучшим ценам
- » Собственный автопарк и русскоговорящие водители
- » Собственный штат лицензированных гидов и переводчиков
- » Авиабилеты SWISS
- » Железнодорожные билеты Swiss Travel System
- » Обучение и детские лагеря
- » SPA-отели и термальные курорты



Офис в Санкт-Петербурге:
+7 (812) 712 92 30, +7 (812) 702 85 50,
+7 (921) 954 45 47

www.openup.ru

Восточный рецепт № 2

Азиатские страны вырвались в мировые лидеры по медицинскому туризму

Опубликованная в предыдущем номере журнала статья о том, что медицинский туризм меняет направление на Восток, получила неожиданное продолжение. На выставке INWETEX в этом году заметное место занимал медицинский туризм. И это объяснимо: многие страны Восточной Европы, а также страны Балтии сегодня активно продвигают это направление туризма на российском рынке.



Однако в этом году и азиатские страны сделали на выставке в «Ленэкспо» акцент на медицинском туризме. И Сингапур, и Дубай, и Таиланд, и Израиль посвятили ему большую часть экспозиции. Обойти стороной это явление мы не могли, потому что сегодня предлагаем обзор медицинского туризма еще в четырех странах Азии.

Выбрать страны для обзора нам помогли выставка INWETEX и опрос, проведенный компанией Nexep. Итак, куда же едут лечиться за границу жители России? В первой тройке стран — Германия и Израиль, а также Турция. Но при этом 26% россиян не исключили, что в конечном итоге выберут для лечения страну в Азии. А среди азиатских стран, по их мнению, предпочтительнее лечиться в Таиланде, Южной Корее, Китае.

Таиланд

По оценкам Всемирной организации здравоохранения, в 2008 г. тайские клиники получили от лечения иностранцев от \$1,5 до 1,7 млрд. В 2012-м планируют получить еще больше — \$3,6 млрд. Если оценка верна, это означает, что рост отрасли медицинского туризма в Таиланде превышает среднемировые темпы, которые равны 20% в год.

Успех медицинского туризма в Таиланде стал возможен благодаря эффективному глобальному маркетингу и развитому сегменту качественных услуг (35 госпиталей страны имеют аккредитацию JCI, что в 1,5 раза больше, чем в Сингапуре). Кроме того, на него

влияет и дешевизна экзотического отдыха на белоснежных пляжах у кристально чистого моря.

Как рассказал г-н Пасакорн Супаннапан, директор московского офиса Туристического управления Таиланда (ТАТ), сегодня в Таиланде насчитывается около 400 больниц, предлагающих квалифицированные медицинские услуги. Индустрия медицинского туризма в Таиланде представлена в основном частными клиниками. А первые места в списке лучших занимают Bumrungrad International Hospital, Bangkok Hospital Group и сеть клиник Samitivej Hospitals. В них, как правило, обслуживают иностранных пациентов.

Клиника Bumrungrad International известна своими замечательными врачами, больше половины из которых имеют сертификаты о прохождении практики за границей, и своим современным медицинским оборудованием. Можно сказать, что иностранные пациенты посещают эту клинику больше, чем любую другую в мире.

«Бангкок Хоспитал Групп» занимает лидирующие позиции по предоставлению специализированных услуг медицинским туристам. Это — сеть из 15 больниц, рассредоточенных по всему Таиланду. Головной из них является Бангкокская клиника, в которой есть международный медицинский центр. Центр ориентирован на обслуживание отрасли медицинского туризма. Персонал центра говорит на многих языках мира.



Сеть клиник Samitivej Hospitals также хорошо известна туристам. В последние годы клиника приобрела множество престижных наград, включая аккредитацию трех своих клиник JCI.

Что касается услуг, то, как отметил г-н Супаннапан, одна из самых популярных у иностранцев — тайская медицина красоты. Это, прежде всего, пластическая хирургия и стоматология. Таиланд называют «страной улыбок» частично из-за приветливости местного населения, а еще — из-за многочисленных стоматологических клиник и кабинетов дантистов.

Цены на коронки, вениры и зубные имплантаты здесь на 50–80% ниже, чем в развитых странах Европы, США и Канаде. Очень высокая стоимость услуг дантистов в США и Великобритании, как и цена медицинских страховок, обусловила поток американцев и англичан в этот регион, и предложение быстро подтянулось за спросом: более половины врачей в Таиланде говорят на хорошем английском и стремятся пройти стажировку в Европе.

Среди других услуг, востребованных иностранными туристами в Таиланде, — медицинские диагностические программы. Они приобрели особую популярность в последние годы. Все хотят быть здоровыми, а для этого нужно регулярно проводить диагностику. Любая уважающая себя тайская клиника включает в программу лечения диагностику пациента. Популярны также кардиологические процедуры, ортопедическая

хирургия, лечение бесплодия, офтальмологические операции.

Среди особенностей этого турпродукта директор московского офиса ТАТ назвал низкую цену на медицинские услуги в Таиланде. Цены, как правило, на 20–50% ниже, чем на аналогичное лечение на Западе. Это позволяет туристам потратить деньги не только на оздоровление, но и на отдых. Привлекает туристов и высококачественное медицинское обслуживание в тайских клиниках. Они не уступают ведущим клиникам мира.

Кроме того, в Таиланде практикуют высокообразованные врачи. Многие из них получили квалификационные сертификаты в США или в европейских странах. Так, в клинике «Бумгунград» примерно 200 врачей получили сертификаты в США и около 400 — проходили практику в западных клиниках.

Популярности медицинского туризма способствует и развитая туристическая инфраструктура. Ведь Таиланд — один из самых посещаемых курортов в мире с райскими пляжами, превосходной кухней, с богатой инфраструктурой развлечений. Тайцы стремятся обеспечить всех своих гостей самым лучшим сервисом, тогда как приезжие тоже рады получить высокое качество обслуживания в гостинице или больнице.

Среди самых популярных курортов — знаменитый Chiva-Som (Чива Сом) на берегу Сиамского залива. Это поистине королевский курорт. Изящные здания построены в традиционном тай-

amazing THAILAND

Always Amazes You

Туристическое Управление Таиланда

Московский офис

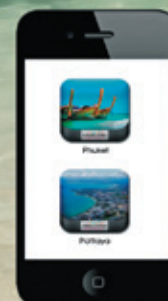
info@tourismthailand.ru

Б.Спасоглинищевский пер.,

д.9/1, стр.16, офис 4

Тел: (495)6232505, Факс: (495)6232773

www.fanclub.tourismthailand.ru



Available on the
App Store

Available in
Android
Market

www.tourismthailand.org/ru

Энтони Каруана: «В турбизнесе я на 100 процентов – мальтиец»

Этого человека долго представлять не надо – для многих российских туроператоров Мальта и Энтони Каруана давно неотделимы друг от друга. Он всегда занят – презентация, выставки, встречи с партнерами в разных городах России... Времени всегда немного не хватает, но господин Каруана нашел возможность ответить на вопросы «ТБ».

– Энтони, известно, что Вы учились в СССР. А что привело Вас в туризм?

– Я учился в Харькове, по специальности я – инженер-экономист. В 1989 г. вернулся на Мальту и работал в сфере IT: программистом, системным администратором. В 90-е годы, когда российские граждане стали свободно выезжать за границу, на Мальте появились туристы из бывшего СССР. А у нас тогда почти не было специалистов, владеющих русским языком. Я знал язык, меня пригласили сотрудничать в одну небольшую фирму. Поручали встретить кого-то в аэропорту, сопровождать при поселении в отель. Конечно, экскурсий я не проводил – для этого нужна лицензия, но для маленьких групп мог организовать прогулку. Так и увлекся туризмом.

– Вы давно возглавляете московский офис Мальтийского управления по туризму. Можете оценить, в чем трудности работы в России?

– Поначалу мне было очень сложно. За долгие годы в России сформировался иной, чем в Европе, деловой уклад, иной способ ведения дел. Ко всему надо было приспособиться. Хотя к некоторым вещам привыкаешь с трудом. Они связаны, конечно, с тем, что Мальта очень отличается от России. Например, расстояниями. На Мальте дорога из одного пункта в другой обычно занимает не более 15–20 минут. Здесь на это нужно закладывать не меньше часа-двух из-за пробок на дорогах. Чтобы точно знать, когда и где я смогу быть, в рабочие дни я предпочитаю пользоваться метро.

Кроме этого, в России сложно с кем-то договориться. Я имею в виду уровень доверия людей друг к другу. На Мальте во многих случаях достаточно просто вашего слова, чтобы сделка считалась состоявшейся. А здесь гораздо больше бюрократии: для всего нужны юристы, договоры, все до последней точки должно быть сверено и заверено. Такой порядок во многом оправдан. Но в результате для достижения аналогичного результата нужно в 10 раз больше усилий, чем на Мальте. Я не осуждаю это, но для меня это сложно.

– Что Вы цените в людях? С кем Вам комфортно работать?

– Не люблю хамство, лень и человеческую глупость. А люди с противоположными качествами мне глубоко импонируют. А вообще, в процессе работы давно выработал в себе повышенную толерантность и стараюсь принимать людей такими, какие они есть.

– Есть ли у Вас хобби или на него нет свободного времени?

– Одно из моих хобби – это Мальта. Это непреходящая любовь с детства, именно поэтому я и стал популяризировать ее на российском рынке. Также я люблю читать произведения русских писателей. А основная моя обязанность и невольное хобби – уделять внимание моей семье: моей любимой жене и моим четырем детям.

Люблю также путешествовать по России, ведь всегда найдешь что-то новое и неизвестное на этих необъятных, величественных просторах. Люблю русскую провинцию с неиспорченной природой, простыми, сердечными людьми... Люблю фотографировать, особенно природу. А в России и на Мальте так много того, что можно запечатлеть.

– О чем мечтаете и где Вам хотелось бы побывать?



– Быть достойным сыном своей Родины! (нафосно) А если серьезно – постоянно совершенствоваться и оставить заметный след в своей работе. Хочу «покорить» Дальний Восток и Крайний Север России – не в профессиональных «миссионерских», а в личных целях. Особенно хочу побывать на Соловках, на Тунгуске, в Кижях, на Валааме.

– Сложно ли представлять свою страну за рубежом?

– Я очень долго в России. С точки зрения моей работы в этом есть свои плюсы и минусы. Живя здесь, мне все сложнее актуализировать свои знания о Мальте. Я начинаю многое забывать. Это минус. Ведь представляя свою страну за рубежом, я, конечно, должен знать о ней больше, чем другие мои соотечественники.



Фото Б. Палтусова

С другой стороны, живя сначала в СССР, потом в России, я успел хорошо изучить менталитет русских, поэтому мне легче, чем многим, общаться и взаимодействовать с партнерами, находить общий язык. Стараюсь изо всех сил поддерживать контакты с Мальтой, чтобы не терять знаний о ней. На этой работе нужно быть на 100 процентов мальтийцем и при этом хорошо знать русский менталитет.

– Как Вы оцениваете ситуацию в петербургском турбизнесе и каковы, на Ваш взгляд, его сильные и слабые стороны?

– Рынок здесь самодостаточен, существует отдельно от туристического рынка в России в целом, поэтому здесь нужны свои собственные стратегии и уникальные шаги. Мы работаем сейчас над диверсификацией наших усилий здесь, тесно сотрудничаем с питерскими членами Мальтийского клуба. Также продолжаем работу с авиакомпанией Air Malta, которая в летний период в этом году уже выполняла два рейса на Мальту из Петербурга. Хотелось бы, чтобы сообщение между нашими двумя странами стало круглогодичным.

– В чем, по Вашему мнению, секрет успеха мальтийского туризма в России?

– Мальта становится все более популярным туристическим направлением. Тому есть несколько причин. Очень хорошие результаты дает совмещение отдыха с обучением английскому языку, ведь Мальта – один из мировых лидеров в образовательном туризме. Родители могут спокойно оставить своих детей на длительное время, так как мальтийский архипелаг держит пальму первенства по безопасности и низкому уровню преступности. При этом у нас множество удивительных живописных местечек для поклонников дауншифтинга.

С другой стороны, поражает разнообразие видов досуга и активного отдыха: дайвинг, яхтинг, скалолазание... Кроме того, найдется мало мест на земле с такой длинной и богатой историей, как у Мальты. Не менее важно и то, что соотношение цены и качества услуг здесь удовлетворит любого. Результаты высокого сезона на Мальте достаточно хорошие. На конец июля, согласно мальтийской статистике, рост турпотока из России составил 27%.

– Что Вы делаете для популяризации Мальты в России?

– Мы тесно работаем с фирмами – членами Мальтийского клуба, совместно с операторами проводим рекламные кампании, участвуем в выставках, всевозможных тематических мероприятиях. Отношение к туроператорам по Мальте у нас индивидуальное: мы помогаем каждой фирме, в зависимости от ее запросов, результатов и особенностей.

Пока наибольшее число туристов нашей стране дают Великобритания, Италия, Германия, Франция. Но для нашего головного офиса Россия является приоритетным направлением. Мы ожидаем большой рост объемов въездного туризма, и, надеюсь, нам будут выделены дополнительные средства. Такие же темпы роста ждем и на будущий год. Конечно, на въездной турпоток может повлиять экономика. Но мы уверены, что Россия ждет подъем, поэтому мы испытываем сомнения в хороших перспективах российского рынка.

Подготовила Елена Ян

Наслаждайтесь. Вы на Мальте. Великолепное сочетание культуры, приключений и отдыха. Солнечное утро, беззаботный полдень и первоклассная ночная жизнь. Моменты наслаждения, которые останутся с Вами навсегда.

AIR MALTA
www.airmalta.com

Мальтийское Управление по Туризму
рекомендует:

МАЛЬТА

МАЛЬТИЙСКИЙ КЛУБ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ICS
MT3 000786

ICS Travel Group
М «ЧЕРНЫШЕВСКАЯ»
321-6929 www.ics.travel

Intourist
MT1 005332

НТК «ИНТУРИСТ»
М «ЗВЕНИГОРОДСКАЯ»
325-5050 www.spb.ntk-intourist.ru

NEVA
MT1 000498

НЕВА
М «ПЛОЩАДЬ ВОССТАНИЯ»
335-5533 www.nevatravel.ru

АТАЛАС
MT1 002021

АТАЛАС
М «ПЛОЩАДЬ ВОССТАНИЯ»
320-4333 www.ataltour.ru

ИВОЛГА
MT3 008556

ИВОЛГА
М «НЕВСКИЙ ПРОСПЕКТ»
603-2073 www.ivogatour.ru

Мальта - Сокровенная тайна Средиземноморья

www.visitmalta.com

РОССИТА
MT3 000331

РОССИТА
М «НЕВСКИЙ ПРОСПЕКТ»
449-0890 www.rossita-travel.com

Solvex
MT1 000860

СОЛВЕКС-ТУРНЕ
М «НЕВСКИЙ ПРОСПЕКТ»
325-0332 www.solvex.travel

Иордания: такой разный туризм

Успехам Иордании на ниве туристического бизнеса могут позавидовать не только соседние страны, но и успешные туристические державы, расположенные вдалеке от Ближнего Востока. Каких только видов туризма в Иордании нет: паломнический, экскурсионный, пляжный, деловой, оздоровительный... Причем каждый из них самым активным образом развивается и поддерживается на правительственном уровне.



Иордания — небольшое государство, омываемое водами Красного и Мертвого морей, — одна из самых безопасных ближневосточных стран, которая, ко всему прочему, еще и удивительно богата всевозможными достопримечательностями мирового масштаба. Если Вы до глубины души романтик, готовый к любым авантюрам, будь это ночь в пустыне или погружение с аквалангом на затонувший корабль, — добро пожаловать в Иорданию. Если отдых для Вас — это, прежде всего, релакс и морская волна, Вам также показана Иордания. Если же Вы любите совмещать одно с другим — отдых в Иордании Вам просто необходим.

В 2010 г. туристы принесли казне Иордании доход в \$3,5 млрд, еще \$1 млрд был заработан в сфере медицинского туризма. В общей сложности страну тогда посетило более 8 млн гостей из-за рубежа, в том числе почти 70 тыс. россиян. Следующий год, 2011-й, статистику улучшить не смог: события так называемой Арабской весны снизили турпоток более чем на 17%. Впрочем, уже к концу 2011-го закономерный спад сменился интенсивным

подъемом, а потому есть все основания полагать, что итоговая статистика нынешнего года вновь продемонстрирует рост.

Российских туристов в Иордании с каждым годом становится все больше. В том числе по причине комфортного визового режима, который позволяет получить визу по прибытии в аэропорту, при этом группам численностью от 5 человек виза выдается бесплатно. Несмотря на то, а может, и благодаря тому, что Иордания не является страной массового туризма, здесь очень высокий уровень сервиса во всех предприятиях, так или иначе связанных с обслуживанием: отелях, ресторанах, кафе, музеях, экскурсионных бюро и т. д. Что касается занятости населения, то туристическая индустрия в 2011 г. обеспечила 113,5 тыс. рабочих мест (примерно 6,8% от общего количества рабочих мест в стране). Ожидается, что в нынешнем году этот показатель вырастет на 6,6% и достигнет 121 тыс.

Гостиничный рынок изобилует названиями международных групп и компаний — Hyatt, Le Meridien, Kempinski, InterContinental, Radisson Blu, Mövenpick, Crowne Plaza и т. д.

Всего на территории Иордании к услугам туристов около 500 отелей самых разных категорий. Есть в стране и такие экзотические объекты туристической инфраструктуры, как кемпинги, в которых туристам предлагается размещение на территории национальных парков в хижинах или шатрах (нередко в бедуинском стиле). Об удобствах пятизвездных отелей здесь, конечно, говорить не приходится, однако впечатлений дарит куда больше, чем любая гостиница. Ночлег в кемпингах часто включается в программу посещения одной из главных достопримечательностей Иордании — пустыни Вади Рам, являющейся не только природным, но и историческим памятником: с этой пустыней связано имя Лоуренса Аравийского, помогавшего арабским повстанцам в борьбе с Османской империей. К слову, фильм Дэвида Лина «Лоуренс Аравийский», ставший классикой кинематографа, снимался именно здесь, среди скал и песков Вади Рама, так что представление о величии и красоте пустыни можно получить еще до поездки. Оттенки ландшафта сменяют друг друга, становясь

то бежевыми, то пурпурными, то нежно-розовыми. Дух захватывает от созерцания каньона Хазали и скал, расписанных древними людьми. Впереди вечность... Торопиться некуда... И только легкий ветер уносит время и мысли...

Амман — главные ворота страны: здесь находится основной аэропорт Иордании, названный в честь королевы Алии. К концу февраля 2013 г. планируется завершение его реконструкции: тогда, согласно прогнозам, аэропорт будет обслуживать до 12 млн пассажиров в год (в 2011-м аэропорт обслужил почти 5,5 млн пассажиров). В Аммане располагается большая часть гостиниц: в столице страны насчитывается 324 отеля. Кроме того, здесь, согласно статистике Министерства по туризму и древностям Иордании, действуют 591 турагентство, а также 576 ресторанов.

Туристы также прибывают в Иорданию через аэропорт Акабы — курортного города на побережье Красного моря. В Акабе реализуется множество инвестиционных проектов, большинство из которых относятся к туристической индустрии. В их числе — курорт Ayla Oasis (ввод в эксплуатацию — 2017 г.); Marsa Zayed, крупнейший в истории страны проект стоимостью \$10 млрд, предполагающий появление к 2017 г. марины на 300 яхт, круизного терминала, отелей класса люкс, комплексов роскошных апартаментов, вилл и таунхаусов на более чем 50 тыс. человек; тематический парк площадью 74 га, посвященный кинофильму «Стар Трек» The Red Sea Astratum (окончание работ — 2014 г.), и многие другие. В 2011 г., согласно статистическим данным, в Акабе функционировало 55 отелей, а также 9 дайвинг-центров. Большинство туристов в Акабе привлекает, прежде всего, возможность понежиться в ласковых волнах Красного моря, поплавать с маской и ластами среди уникальных коралловых рифов, наблюдать за жизнью обитателей глубин. В теплых водах Акабского залива — более 130 видов кораллов и сотни видов рыб, и некоторые из них встречаются только у этих берегов.

Абсолютным чемпионом по посещаемости среди всех достопримечательностей Иордании является прекрасная Петра. Высеченный в красных скалах древний город, история которого уходит в глубь веков (предположительно, построена Петра была в 312 г. до н. э.), ежегодно привлекает сотни тысяч путешествен-



Иордания

Иордания празднует 200 лет с момента открытия затерянного Города ПЕТРА

ИОРДАНИЯ

Королевское путешествие

www.visitjordan.com

Pepper Crab в Grand Hyatt Dubai: все богатство сингапурской кухни

Pepper Crab – единственный в своем роде ресторан сингапурской кухни в Дубае. Спокойная, семейная атмосфера ресторана идеально подходит и для повседневного обеда, и для изысканного ужина. Шеф-повар с 20-летним профессиональным стажем готовит блюда прямо на глазах посетителей из ингредиентов, доставленных прямо с островов Юго-Восточной Азии. В Pepper Crab также можно увидеть специальные боксы с живыми морепродуктами, в том числе с экзотической рыбой и золотыми крабами.

В меню ресторана представлены блюда преимущественно из рыбы, крабов и других морепродуктов. Шеф-повар удивляет азиатскими, и в частности сингапурскими, блюдами, среди которых – голова рыбы с карри, говядина ренданг и лапша лакса. Богатый вкус этих блюд оживает благодаря обилию специй и соусов. Самым знаменитым блюдом ресторана, особенно у русских путешественников, на протяжении многих лет остается краб с черным острым перцем. В ресторане также предлагается винная карта.



Новости Дубая



Запущена программа «Дубай-эксперт»

Департамент туризма и коммерческого маркетинга (ДТКМ) Правительства Дубая запустил русифицированную версию обучающей программы «Дубай-эксперт».

«Дубай-эксперт» – интересная, удобная, полезная самоустанавливающаяся онлайн-программа по туризму в Дубае, разработанная и курируемая ДТКМ. Цель программы – снабдить как можно больше профессионалов туротрасли необходимыми инструментами маркетинга, а также предоставить исчерпывающую информацию, которая позволит убедительно рассказать потенциальным клиентам, что Дубай – это направление для людей всех возрастов и для любого времени года.

Пройдя эту обучающую онлайн-про-

грамму, вы станете экспертом по Дубаю и научитесь эффективно рекламировать Дубай клиентам (отдых и/или деловой туризм), удовлетворять их требования, сможете увеличить количество бронирований и заработаете больше, чем на любом другом направлении в мире. Заходите на сайт программы по ссылке <http://ru.dubaixperts.com>

Дубай все популярнее у россиян

Количество российских туристов, посетивших Дубай с января по сентябрь 2012 г., составило 242,3 тыс. человек, что на 53% превышает тот же показатель 2011 г., сообщает Представительство ДТКМ в России. По данным ДТКМ, в третьем квартале 2012 г. рост числа российских туристов по сравнению с тем же кварталом прошлого года составил 62%.

Таким образом, Россия вышла на 6-е место среди других стран по количеству отправляемых в Дубай туристов, поднявшись с 10-го места в 2011 г. и опередив такие страны, как Германия, Китай и Франция. Как считают в представительстве, «беспрецедентный рост спроса на дубайском направлении связан, прежде всего, со значительным увеличением количества авиакомпаний, выполняющих рейсы из Дубая в Россию, и, вследствие этого, с существенным расширением географии полетов».

Дубай ожидает 400 тыс. круизеров

С прибытием в порт Рашид океанского лайнера Costa neo Romantica 9 октября в Дубае начался новый круизный туристический сезон. В период до 10 июня 2013 г. эмират намерен принять 115

пассажирских лайнеров с более чем 400 тыс. туристов на борту.

В числе новичков – немецкий круизный оператор TUI Cruises, который осуществит 20 заходов в порт Дубая. Итальянский оператор Costa Crociere будет эксплуатировать в регионе два лайнера, которые будут выполнять четырех-, пяти- и семидневные круизы с заходом в Дубай. В декабре также начнет работу линия Costa Atlantica, каждую неделю будет совершать круизы лайнер «Серенада морей» американского оператора Royal Caribbean. Дебютантом сезона станет оператор Celebrity Solstice, в то же время продолжит свою работу линия Aida Cruises. Всего в этом сезоне Дубай примет суда более 15 мировых круизных операторов.

Dubai World Central начнет работу в 2013 г.

Авиационный комплекс Dubai World Central, включающий в себя новый международный аэропорт «Аль Мактум», начнет принимать пассажиров в 2013 г.

В настоящее время ведутся переговоры со многими авиакомпаниями, которых приглашают перебазираться в новый терминал из Дубайского международного аэропорта, который испытывает перегрузки из-за значительного роста пассажиропотока.

В городской авиационной корпорации Дубая сообщают, что технически аэропорт готов для выполнения коммерческих операций, однако все необходимые разрешения будут получены в ближайшие два-три месяца. Пропускная способность нового аэропорта должна составить 160 млн пассажиров в год и 12–14 млн тонн грузов в год.

На улицах Дубая появятся «умные такси»

На улицах Дубая могут появиться «умные такси». От обычных таксомоторов их будет отличать наличие интерактивных дисплеев, при помощи которых пассажиры смогут пользоваться Интернетом и различными услугами (например, заказать билеты в кино, зарегистрироваться на рейс, проверить скидки в магазинах и т. п.).

Еще одной особенностью «умных такси» станет интеллектуальная реклама, которая будет меняться в зависимости от местонахождения транспортного средства. Например, если такси будет проезжать мимо водного парка Wild Wadi, то пассажир будет видеть рекламу акций, которые проводятся там в это время. В настоящее время пять высокотехнологичных такси проходят дорожные испытания, и в случае успеха их запустят в следующем году.

www.dubaitourism.ae

definitely

Dubai

Мечтаете об отдыхе как на картинке?

В Дубае есть все для идеального отдыха. Следуйте манящим образам яркого шопинга, кулинарных празднеств, уважаемых традиций, захватывающих приключений и экзотических развлечений... или просто отдохните у теплого моря. Новые впечатления для вас – каждый день. Это Дубай.

www.definitelydubai.com



С-Петербург (812) 611-05-97
Невский пр., д. 38/4, оф. 608
www.prata.ru

ОАЭ, МАВРИКИЙ, МАЛЬДИВЫ, СЕЙШЕЛЫ,
ФРАНЦУЗСКАЯ ПОЛИНЕЗИЯ,
КУБА, МЕКСИКА, ДОМИНИКАНА, КАРИБЫ,
ИНДОНЕЗИЯ, ВЬЕТНАМ, ТАИЛАНД



دائرة السياحة والتسويق التجاري
Department of Tourism and Commerce Marketing

Департамент Туризма и Коммерческого Маркетинга Тел.: +7 495 980 07 17, Факс: +7 495 980 07 18.

Website: <http://dubaitourism.ae> e-mail: dctm_cis@dubaitourism.ae

В Петербурге Кипр стал хитом сезона

Летом 2012-го Кипр продемонстрировал удивительную динамику притока туристов из Северной столицы: согласно данным Кипрской организации по туризму, количество отдыхающих из Петербурга возросло (по сравнению с тем же периодом прошлого года) на 90%.



В июле 2012 г., к примеру, было выдано 19 395 виз, в то время как годом ранее – только 7891. Чем это обусловлено и каковы перспективы направления в ближайшем будущем – об этом говорит директор Кипрской организации по туризму в России г-н Димитрис Димитриу.

Прошедший летний сезон стал самым успешным в сотрудничестве туристической индустрии Кипра и компаний из Петербурга, однако я уверен, что в 2013-м цифры, характеризующие его объемы, будут еще более впечатляющими, – считает он. – Объясняется это не только тем, что наш остров обладает большими возможностями для приема гостей из России, но и огромными усилиями, которые были предприняты всеми сторонами. Включая те инвестиции, которые сделаны для улучшения туристической инфраструктуры, затраты на популяризацию отдыха на Кипре в России и т. д. Вся эта большая работа и привела к определенным результатам. Однако мы намерены закрепить успех и

показать россиянам другие возможности отдыха на Кипре. В том числе и за рамками высокого сезона.

В частности, в предстоящую зиму и весну остров Афродиты намерен предложить гостям из России опробовать склоны горнолыжного курорта Троодос, стать участниками ярких культурных событий и оценить возможности этой туристической дестинации с точки зрения делового и конференц-туризма. С этой целью в течение всего низкого сезона на Кипр (Ларнака) будет осуществляться еженедельную регулярную перевозку авиакомпании «Россия»: прямые рейсы несколько раз в неделю гарантируют наличие более чем 8,1 тыс. мест. Планы киприотов и сотрудничающих с ними петербургских компаний впечатляют: такой объем перевозок вдвое превосходит показатель 2011 г. и значительно расширяет возможности как для семейных путешествий, так и для делового туризма.

– Конечно, Кипр не может соревноваться с Альпами как горнолыжный курорт – мы никогда

не позиционировали себя как горнолыжное направление. Но... – многозначительно улыбаясь, говорит директор Кипрской организации по туризму в России Димитрис Димитриу. – У нас есть Троодос – и там бывает достаточно много снега, чтобы кататься на лыжах. Однако предсказать его наличие не представляется возможным – все зависит от погоды. Если зима будет холодной, как в 2012-м, снег будет и, приехав на Кипр, вполне можно будет и на лыжах покататься, и искупаться. Но и без снега скучать гостям из России у нас не придется...

Что имеется в виду? Даже зимой Кипр гарантирует отличный отдых в SPA-отелях, участие в большом количестве интересных колоритных событий и возможность проведения корпоративных мероприятий. Действительно, отсутствие проблем с оформлением виз (возможно в режиме онлайн), небольшое время на перелет (чуть больше 3 часов) и высокое качество услуг привлекают. И факт проведения большого числа встреч на высшем уровне в рамках председательства Кипра в Совете ЕС в 2012 г. – своего рода знак качества отелей и деловых площадок Кипра.

– Для привлечения гостей из России мы намерены и дальше расширять географию полетов из ее регионов, стараясь обеспечить доступность отдыха на Кипре не только жителям Москвы и Петербурга, – констатирует Димитрис Димитриу. – В прошедшем сезоне на остров летали лайнеры из 16 городов России, и более чем треть рейсов была организована впервые. Пока о летнем сезоне 2013 г. говорить рановато, однако я уверен, что работа в этом направлении будет продолжена. Но и зимой Кипр готов предоставить россиянам массу возможностей для отдыха – приезжайте!

Владимир Сергачев

Лаппеенранта ждет еще больше русских

Как заявил вице-мэр финской Лаппеенранты г-н Кари Коркиакоски (на фото), сфера обслуживания этого небольшого городка в Южной Финляндии все больше ориентируется на туристов из России: понимая важность ситуации, в этом семестре 62% местных школьников в качестве второго иностранного языка выбрали русский.



«Мы делаем все, чтобы туристам из вашей страны было у нас комфортно, поэтому стараемся вести и обслуживание на их родном языке, – подчеркнул он. – Кроме того, развиваем те услуги, которые пользуются спросом именно у россиян».

Туристы из России (а подавляющая часть из них приезжает из Петербурга и Ленинградской области) в Финляндии – самые желанные гости. По статистическим данным, из 2 млн человек, по-

бывавших в 2011 г. в Лаппеенранте, около 1,4 млн составили туристы из России. В городке с численностью населения в 78 тыс. человек наши туристы чувствуют себя как дома – ежедневно их приезжает сюда более 3 тыс. В день каждый из «наших» тратит в Лаппеенранте от 70 до 200 евро, а в целом за год вместе – свыше 200 млн евро. В 2011 г. россияне сделали покупки в Финляндии на сумму 830 млн евро, что составляет 39% от всех доходов, получаемых за счет туристов. Власти Лаппеенранты не отрицают, что русские туристы являются одним из основных источников пополнения бюджета: благодаря им только за несколько последних лет в городке появилось шесть новых торговых центров, а также ряд гостиниц, фитнес-центров и SPA-комплексов – в результате создано больше 2 тыс. новых рабочих мест.

– В этом году количество автомашин, въезжающих в Финляндию с российской стороны, возросло примерно на 30% – сейчас у нас подчас не хватает людей для их обслуживания на границе, – констатирует Кари Коркиакоски. – Но проблема решается: Евросоюз уже выделил средства, которые помогут увеличить число полос на автомобильных погранпереходах и привлечь дополнительных специалистов.

На дальнейший рост пассажиропотока из России надеются и в аэропорту Лаппеенранты. Как заявил управляющий ее международного аэропорта г-н Петтери Лехти, отмена ограничений, существующих между Россией и странами ЕС в сфере авиаперевозок, могла бы значительно увеличить пассажиропоток как в аэропортах нашей страны, так и Финляндии.

«Мы очень заинтересованы в увеличении коли-

чества пассажиров, однако эти ограничения не позволяют быстро наращивать число рейсов между российскими и европейскими аэропортами, – говорит он. – Считаю, что их снятие могло бы быть выгодно как нашему аэропорту, так и петербургскому «Пулково», например.

Вместе с тем уже сейчас аэропорт в расположенной в 200 км от Петербурга финской Лаппеенранте в народе называют «Пулково-3». И не зря. По словам Петтери Лехти, в прошлом году пассажиропоток этого небольшого аэропорта составил 116 тыс. человек, а в 2012-м, в связи с отменой на зиму ряда рейсов, он не превысит 100 тыс. При этом около 50% пассажиров – россияне, 40% составляют финны, а остальные приходятся на поданных других государств. В настоящее время из аэропорта Лаппеенранты летают три авиакомпании (Ryanair, Air Baltic, Blu1), что обеспечивает возможность (с пересадками) добраться в 200 городов мира. Если учесть, что аэропорт способен принимать современные авиалайнеры (Airbus 320, Boeing 737 и аналогичные), многие крупные российские города могут позавидовать. Значительный пассажиропоток объясняется и тем, что полеты из Лаппеенранты во многих случаях предлагаются по гораздо более низким, чем в Петербурге, ценам: при приобретении билетов за 2–3 месяца слетать в Дюссельдорф или Милан можно всего за 40–50 евро.

«Со своей стороны мы готовы к расширению сотрудничества с российской стороной, – говорит Петтери Лехти. – И могу вас уверить, что, если бы пассажиропоток в Лаппеенранте вырос до миллиона человек, мы нашли бы способы обслужить всех на высоком уровне».

Сергей Владимиров

Халява всегда опасна

В последнее время часть предложений туристических компаний размещается и на так называемых купонных (скидочных) интернет-сайтах. Как показывает практика, в этом есть как свои плюсы, так и минусы. Ведь за халявное удовольствие всегда кто-то должен платить...

Сам купонный сервис совсем молод: системы таких продаж стали активно развиваться всего 5–6 лет назад. Однако это не помешало лидеру бизнеса, американской компании Groupon, отказаться от сделки с Google (в 2010-м этот гигант предлагал купить интернет-систему за \$6 млрд). Сейчас количество проектов с аналогичной концепцией во всем мире превышает 500, а число их пользователей перевалило за 40 млн человек.

В России, кроме российской площадки Groupon.Ru, действует до сотни «купонных» сервисов, наиболее известные из которых такие, как BigLion.Ru, Vigoda.Ru, Kupikupon.Ru, KupiBonus.Ru или BigBuzzy.Ru. Этот бизнес в России, в которой, как известно, любителей халявы предостаточно, пришелся ко двору: по оценке директора по развитию Biglion Олега Савцова, в 2011 г. объем рынка «купонных» сервисов достиг уровня в \$300 млн, а в этом он продолжает стремительно расти.

Суть системы

Бизнес-модель скидочных интернет-сервисов гениально проста и заключается в том, что, благодаря большим скидкам на товары и услуги, они привлекают множество потребителей – на этом они и зарабатывают свою комиссию.

Размеры скидок впечатляют: 50% от обычной розничной цены превратились уже в «индустриальный стандарт», а в отдельных случаях дисконт может достигать даже 90%. Сам процесс покупки происходит так: покупатель оплачивает собственно интернет-площадке только стоимость купона, который затем распечатывает и «отоваривает» у продавца услуги или изделия. Воспользоваться купоном он может, как правило, в течение строго определенного времени. Торговая площадка, получив деньги с конечного покупателя, распечатывается с продавцом, удерживая свою комиссию. В обычной практике поставщик (в том числе, например, объект размещения или турфирма) получает 60–80% стоимости купона, а остальную сумму забирает посреднический интернет-сервис.

Плюсы такой системы продаж состоят в том, что нет затрат на продвижение «товара» (сервис это обеспечивает сам по себе), оборот «живых» денег практически не используется (все происходит в электронном виде), а комиссия посредник получает только за реально проданные услуги или товары. Однако есть и минусы: как правило, «купонные» сервисы используют для привлечения большого числа клиентов или для реализации «горящего» товара – заработать таким образом чрезвычайно сложно. Если, конечно, не идти по пути максимального завышения изначальной цены с последующим предоставлением максимальной же скидки. А такое в этом виде бизнеса бывает сплошь и рядом.

Еще одно заблуждение состоит в том, что некоторые участники скидочных акций, привлекая большую случайную аудиторию, надеются со временем перевести ее в разряд постоянных клиентов. Однако покупатели, слишком чувствительные к цене и готовые тратить время на поиск наиболее выгодных предложений, – априори не слишком верный союзник любого бизнеса. И как только у конкурента появится более выгодное предложение – все эти «постоянные» клиенты уйдут к нему.



Быть начеку

Популярность «купонных» сайтов, предоставляющих скидки на товары и услуги (включая туристические), продолжает расти. Увеличивается и количество желающих на этом быстро и «без пыли» заработать. При этом подчас – мошенническим путем.

В частности, в начале 2012 г. в Петербурге был зафиксирован случай, когда жительница города приобрела на сайте www.boombate.com купон, который с 70-процентной скидкой гарантировал ей отдых в коттедже класса люкс в Финляндии. Удовольствие оказалось в нем вместо стандартных 27,8 тыс. руб. обошлось покупателю всего в 8,2 тыс.: именно такую сумму она заплатила сервису. Однако отдых не удался, поскольку турфирма, выставившая «товар» на продажу, «неожиданно» закрылась, а сервис, как это обычно принято, взяв на себя ответственность не пожелал. В результате часть денег (после обращения в полицию) клиентка все же получила, но побывать в коттедже ей так и не довелось.

«Сайт не несет ответственности за качество продуктов и/или услуг фирм, чьи предложения представлены на нем, – предупреждает Kupikupon.ru. – Не дает гарантий качества, безопасности, возможностей использования, а также гарантий на другие характеристики продуктов или услуг фирм, чьи предложения представлены на сайте. Некоторые услуги или продукты фирм, чьи предложения представлены на сайте, могут быть потенциально опасны для здоровья (например, прыжки с парашютом). Ответственность за использование продуктов и/или услуг фирм, чьи предложения представлены, лежит на конечном пользователе». Суть понятна? Фактически такой посредник заранее отрешивается от любой ответственности за качество продаваемого на сервисе товара или услуги. В том числе и туристической путе-

ки: если вы, приехав на место, обнаружите несоответствие описанному в Интернете – разбираться будете не с интернет-сервисом, а с реальным продавцом услуги. Как скоро это будет и случится ли вообще – вопрос непростой. Хотя с юридической точки зрения продавец купонов все же несет ответственность на основании абз. 2 п. 1 ст. 1005 ГК РФ: в случае оказания услуг ненадлежащего качества (или продажи товара ненадлежащего качества) владелец купона (скидки) вправе предъявить претензию к «скидочному сайту»/продавцу купонов.

Вместе с тем часть туристических компаний такие ресурсы все же использует: турфирме подчас выгоднее собрать группу клиентов на charter через акцию со скидкой в 50–70%, чем отправлять его пустым. Дешевые туры можно найти и сайтах скидок, и, например, в сообществе «Чиптрип» (cheaptriplivejournal.com). Однако генеральный директор Groupon Russia Анна Березовская советует клиентам «перед покупкой купона внимательно читать условия акции на странице предложения, задать вопросы, если они есть, службе поддержки и непосредственно поставщику услуги». «Особого внимания заслуживает договор-оферта, – говорит она. – Его необходимо прочитать, чтобы четко знать условия возврата средств, потраченных на купон».

А вот отзывы реальных людей, размещенные на сайте любителей скидок www.klubskidok.ru. «Мы с женой собирались поехать в отпуск, – пишет Алексей. – Она увидела на одном из сайтов замечательный тур в Чехию: было сказано, что без скидки он стоит 60 тыс. руб., а со скидкой – 30 тыс. Пока она искала кредитку в сумке, «вбил» описание тура в поисковик – и нашел тот же самый за 25 тыс. руб. без всяких скидок. Купили его и отлично отдохнули». «Меня очень заинтересовали выходные на базе отдыха, – пишет Сергей. – Почти →

→ собрался оплачивать, но решил зайти на сайт самой базы. Оказалось, указанная цена со скидкой полностью соответствовала их цене без скидки плюс 150 руб. Сделали скидку из воздуха, да еще купонный сайт «наварился». Надо быть внимательнее...»

— Многие покупатели купонов — действительно так называемые «халявщики», — уверен бывший генеральный директор «КупиКупон» Леонид Глузман. — Зачем платить полную стоимость, если на купонном сайте есть десятки предложений конкурентов со скидками? Поэтому надежда на их превращение в постоянных клиентов необоснованна: в период акции будет ажиотаж, а потом все вернется на круги своя. Поэтому бизнес с участием купонных сайтов в расчете на пополнение рядов постоянных клиентов вряд ли возможен: он больше годится для разовых акций».

— Мы используем возможности «купонных» сайтов уже около года и отказываться от этого инструмента не собираемся, — заявила представитель петербургской компании «Вояжтур». — Делаем это совершенно сознательно и привлекаем таким образом новых клиентов: такого рода сервисы, особенно у молодежи, сейчас очень популярны, и благодаря им удается продавать довольно много туров. Конечно, у таких продаж есть определенная специфика, но, если понимать суть дела, — можно и зарабатывать.

Вместе с тем крупные туристические компании как в Петербурге, так и в целом по России услуги «купонных» сайтов практически не используют. Почему? И в «Атласе», и в «Неве», и в других компаниях на эту тему даже разговаривать никто не хочет — считают несерьезной. Ответ сводится к нескольким словам — «не видим смысла». Представителей грандов турбизнеса можно понять: в «раскрутке» и завоевании рынка они не сильно нуждаются (имя уже давно есть), а зарабатывать на использовании продаж через скидочные сервисы если и возможно, то только определенное время и далеко не на всех типах туров. И если «фирменные» путевки покупают за полную цену, то какой смысл продавать их со скидкой в 50–70%? Уж лучше правильно рассчитать спрос...

Вывод из всего сказанного? Если туристический бизнес организован грамотно, а его развитие и поведение на рынке продуманы до мелочей — ему нет нужды пользоваться посредниками в виде купонных сайтов. А если это не так — скидочные сайты не помогут и, скорее всего, только приблизят печальный конец. Заработать на «халявщиках» невозможно, а зачем тогда вообще их привлекать? ❄️

Ирина Сергачева

«Нева» и IHG: успешное сотрудничество



15 октября в отеле Crowne Plaza Ligovsky состоялась конференция «InterContinental Hotels Group и турфирма «Нева»: возможности и перспективы сотрудничества».

«Корпорация IHG, объединяющая бренды InterContinental, Crowne Plaza, Holiday Inn, Indigo, предлагает более 4520 отелей (540 тыс. номеров) в 100 странах мира. Каждые три дня мы открываем новый отель, и каждую минуту у нас происходит 30 бронирований через собственную систему. В сети брендов IHG вы найдете идеальный отель и для бизнес-путешествия, и для семейного отдыха, и для индивидуальных», — сказала, открывая мероприятие, директор офиса продаж IHG в России Оксана Кротова.

Как отметила в своей презентации руководитель отдела индивидуальных туров и корпоративного обслуживания «Невы» Ольга Селюк, «работая с туристами, невозможно обойти внимание отели IHG». Так, например, в США (а по этому направлению компания предлагает интересные программы «Американский калейдоскоп», «Вся Америка», «Мир кино и казино», «Пляжи Майами», «Северное созвездие») 80% размещения приходится на отели IHG. «Хорошо узнаваемые бренды легко продавать, это экономит время турагента

и это удобно для туриста», — отметила Ольга Селюк. Поэтому многопрофильный туроператор предлагает размещение в отелях корпорации в Лондоне и Париже, на Лазурном Берегу, в Израиле и Иордании, Японии и Финляндии...

«В этом году мы предлагаем много индивидуальных программ для семейных туристов. Это так называемые каскадные туры с фиксированными датами заезда. Они формируются на индивидуальной основе, по желанию клиента можно увеличить или уменьшить количество дней отдыха, составить комбинированные программы. Такие туры проводятся в обязательном порядке, вне зависимости от количества набранных участников, а отмена бронирования происходит с минимальными штрафными санкциями», — рассказал директор по продажам турфирмы «Нева» Дмитрий Мазаников. В конце октября стартуют чартерные программы «Невы» в Таиланд, Индию, Китай, и, по мнению директора по продажам, важно сфокусировать внимание клиента на гарантированных отелях IHG.

Екатерина Губанова

«Нева» приглашает на Хайнань

3 октября турфирма «Нева» познакомила своих агентов с новой чартерной программой на остров Хайнань, стартующей 31 октября из Северной столицы.

Презентация китайского острова прошла в ресторане «Харбин» в китайском стиле: более 50 гостей мероприятия оценили разнообразие китайской кухни, блеск китайского жемчуга, искусство китайского танца с веером и... дружелюбие настоящего китайского дракона. И в такой теплой атмосфере китайского гостеприимства турагенты познакомились с полетной программой, визуальными вопросами, особенностями отельной базы, экскурсионными и оздоровительными возможностями «острова южнее моря».

Преимущества путешествия на Хайнань с турфирмой «Нева» очевидны. Во-первых, это прямой перелет (который будет осуществляться авиакомпания «Россия» на Boeing 767 по средам и воскресеньям) от гарантированного тарифа и удобному для туристов расписанию. Во-вторых, гарантированная отельная база — к услугам клиентов лучшие 4- и 5-звездные гостиницы на берегах бухт Даунхай, Ялунвань, Саньяван, Хайтанвань по самым выгодным ценам. В-третьих, профессиональные русскоязычные гиды, предлагающие огромное количество экзотических экскурсий: Обезьяний остров, Ущелье бабочек, парк «Край света», центр буддизма «Наньшань», этнографическая деревня народностей Ли и Мяо... В-четвертых, широкий выбор оздоровительных программ, основанных на традиционной китайской медицине — акупунктура, массаж, лечение травами, и на купании в термальных источниках. И наконец, возможность познакомиться с «Восточными Гавайями» по индивидуальной программе с учетом всех пожеланий туриста.

Екатерина Губанова

Winter Opening открыл сезон

11 октября в Петербурге прошел ежегодный, девятый по счету фестиваль Winter Opening, посвященный открытию горнолыжного сезона. Он был организован туристической компанией «Ирида» и туроператором Helen Tours при поддержке Совета по туризму федеральной земли Зальцбург, офиса по туризму Зальцбурга и офиса по туризму горнолыжного региона Цель ам Зее — Капрун.



— В наступающем сезоне перевозки будут осуществляться в сотрудничестве с авиакомпанией «Россия». Уже второй сезон на маршруте Петербург — Зальцбург рейсы 2 и 9 января будут выполнены на самолетах большей вместимости — Boeing 767-300. По традиции, по договоренности с авиакомпанией, перевозка спортивного инвентаря (лыж или сноуборда) предоставляется бесплатно, — рассказал Дмитрий Волохотюк, генеральный директор компании «Ирида». По его словам, в сезоне 2012/2013 «Ирида» планирует увеличить объем перевозок и количество туристов на чартерных рейсах в пиковые даты новогодних и рождественских праздников на 20% по сравнению с прошлым сезоном, а по регулярным зимним программам планируется увеличение на 15%.

— Австрия — самое первое направление компании Helen Tours. С ним мы работаем уже 9 лет, поэтому знаем все об этой уникальной альпийской стра-

не и предлагаем нашим клиентам и агентствам все самое интересное и эксклюзивное. В сезоне 2012/2013 мы предлагаем прямые вылеты в Зальцбург в новогодний период, со 2 по 9 (или по 12) января, и далее еженедельно по субботам до конца марта. У нас много новинок и специальных предложений — все они представлены на нашем новом сайте www.helentours.ru, — отметил Илья Поляков, генеральный директор компании Helen Tours.

В рамках фестиваля прошли семинары и презентации, деловые и дружеские встречи, а также вечеринка Apres Ski в ресторане «Метрополь» — с веселой музыкой и розыгрышем призов, блюдами традиционной австрийской кухни, знаменитым красным вином Zweigelt и специальным сваренным по австрийскому рецепту пивом.

Елена Попова

Девять дней, которые удивят



«Пегас Туристик» продолжает обновлять линейку своих оригинальных турпродуктов. Так, на INWETEX компания объявила об открытии нового направления «Акаба — Иерусалим — Мертвое море» и представила уникальный проект, который разработан в сотрудничестве с коллегами из Израиля и Иордании, — «Две страны за девять дней».

Об особенностях нового турпродукта рассказал на встрече с представителями петербургского турбизнеса, состоявшейся 3 октября в отеле Sokos Olympia Garden, один из разработчиков проекта г-н Рафаэль Бен Гур. Для него, как директора и совладельца принимающей компании в Израиле, этот проект



не случаен. Он считает, что на рынке должны появляться необычные продукты, которые будут заставлять туристов удивляться.

Надо признать, что тур «Израиль и Иордания за 9 дней» способен удивить даже побывавших в Израиле российских туристов. Во-первых, это — комбинированный продукт, в нем смешано несколько видов туризма: экскурсионный, паломнический и отдых на Мертвом море. Это — возможность посетить одновременно святые места, имеющие культовое значение для христиан, иудеев и мусульман, так как в поездке предусмотрено посещение Палестинской автономии.

Во-вторых, этот тур по-новому откроет и Израиль, потому что в нем, кроме известных туристам Иерусалима, Вифлеема, Тель-Авива, покажут древние города — Яффо и Цфат. Цфат, кстати, считается столицей каббалы, учения, захватившего сегодня полмира. В-третьих, насыщенную экскурсионную программу разбит отдых (4 дня) на побережье Иордании. Это — для тех, кто любит солнце и море. Ну, и еще один плюс — этот тур, по признанию г-на Бен Гура, по цене будет лишь незначительно дороже ознакомительного тура на Святую землю.

Что касается продвижения продукта на петербургском рынке, то у партнеров (а с российской стороны — это «Пегас Туристик») обширные планы. Пока перелет из Петербурга в Акабу будет совершаться один раз в неделю, с ростом спроса, возможно, число рейсов изменится. Оценивая потенциал нашего туристического рынка, г-н Бен Гур отметил, что петербуржцев всегда отличали высокие культурные запросы и интерес к истории и истокам, потому он надеется, что спрос на этот тур будет высоким.

— Создавая этот продукт, мы старались как можно больше дать туристу по разумной цене, — сказал г-н Бен Гур, отвечая на вопрос «ТБ». — Мы с владельцем «Пегаса» (а я знаю его больше 10 лет и уважаю его подход к бизнесу) очень долго спорили. Мистер Рамазан все время говорил мне: тут надо сократить, там — сократить, но показать туристу все самое лучшее. Мы думали о том, чтобы наш продукт мог конкурировать на рынке. И, наконец, выбрали лучший вариант.

Мария Бакерина, генеральный директор петербургского представительства «Пегас Туристик», рассказала, что полетная программа компании на сегодня охватывает 42 региона в мире, но будет расти. Новое направление «Акаба — Иерусалим — Мертвое море» потребовало значительных инвестиций. Но они были сделаны и партнерами по бизнесу.

— Мы готовы вкладывать средства в развитие. Надеемся, что наши программы туристы оценят по достоинству и они будут востребованы, — сказала в заключение Мария Бакерина.

Елена Муковозова

Израиль: статистика въезда

- Более 3 млн зарубежных туристов посетили Израиль в 2011 г.
- 500 тыс. из них — это российские туристы
- 600 тыс. туристов из России увидят Израиль в 2012 г. (прогноз)

По данным Министерства туризма Израиля

Отельеры дали урок сальсы

Воркшоп, проведенный компанией «Пегас Туристик» в рамках выставки INWETEX, закончился зажигательной сальсой, в которой солировали представители отелей Iberostar Hotel & Resorts.

Менеджеры отелей Мексики, Доминиканской Республики, Гран Канарии, Кубы и Марокко представили на воркшопе свои лучшие предложения для российских туристов. Так, сеть Iberostar продемонстрировала в своем фильме возможности отелей 4* и 5* на лучших пляжах мира. У этой сети в управлении находятся 100 отелей в 15 странах, но акцент на воркшопе был сделан на отелях в Агадире, на Тенерифе, Варадере и в Мексике. При том что все отели — суперкласса, стоимость проживания в них гибкая, но в каких случаях возможны бонусы — решается отдельно.

Другое дело — сети отелей Be Live Hotels, Palladium (Fiesta Hotel Group), Melia Hotels International. Все они относятся к сегменту luxury, услуги в них — эксклюзивные. Представители сетей рассказали на воркшопе об особенностях продаж пакетов в эти отели и ответили на вопросы петербургских турагентов.

Для многих было открытием, что отели компании «Декамерон», крупной международной сети, в Марокко, например, работают по системе all inclusive. В Агадире у другой международной сети — Atlas Hotels — единственный на курорте аквапарк. Такие детали иногда ускользают от внимания турагентов, но именно они способны повлиять на качество продаж туров в ту или иную страну.

Марокко для «Пегаса» — не новая дестинация, но именно этой стране была посвящена значительная часть воркшопа. Г-н Самир, генеральный директор Национального офиса по туризму Королевства Марокко в России, рассказал о развитии курортов в своей стране. Кроме известных уже в РФ Агадире и Марракеша, открыты два новых курорта: Саидия на Средиземном море и Мазган на Атлантике. Оба они готовы принять на отдых российских туристов. К 2015 г. есть планы открыть курорт Могадор, а к 2017-му — Ликсус. Это позволит удовлетворить растущий спрос россиян на отдых в королевстве.

Тему Марокко продолжила и Анастасия Сорокина, представлявшая агентство «Хайят Вояж». Это — партнер «Пегаса» по приему туристов в Марокко. Она провела увлекательную виртуальную экскурсию по королевству, представив наиболее интересные туры, связанные с историей династии Саадитов и просто с историей страны, рассказала об особенностях отдыха в Марокко, известном своими имперскими городами и бесконечными пляжами.

После пятничасового воркшопа, когда его участники были переполнены информацией, всех пригласили в ресторан отеля «Кортъярд Марриотт Санкт-Петербург Васильевский» отдохнуть и станцевать сальсу. Этот заключительный аккорд делового мероприятия поддержали все его участники.

Елена Муковозова

ТУНИС

**В ПРОДАЖЕ ТУРЫ
НА НОВЫЙ ГОД И КАНИКУЛЫ**

29.12.2012 5.01.2013

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
НА ОТЕЛИ С ТАЛАССО!**

Санкт-Петербург, Невский пр., 88
(812) 335-2021, 273-3028
без обеда и выходных
WWW.EXPRESSTOURS.RU
Москва, Орликов пер., д. 4
(495) 651-9354, (495) 741-7365
WWW.GRAND-PTC.RU

Зимний марафон туров от «БАЛКАН ЭКСПРЕСС»



В сезоне зима-2013 туроператор «БАЛКАН ЭКСПРЕСС» предлагает 5 рейсов Санкт-Петербург – София – Санкт-Петербург на самолетах своего давнего партнера – авиакомпании Bulgaria Air. Удобные вылеты 29 и 30 декабря, а также 2 и 6 января идеально совпадают с общероссийскими выходными и школьными каникулами, что позволяет туристам не брать дополнительные выходные «за свой счет» для новогоднего отдыха.

Дополнительные плюсы сотрудничества с туроператором – это собственные принимающие офисы в Болгарии, а также давно налаженные отношения с популярными отелями, позволяющие предлагать различные варианты размещения по выгодным ценам и дополнительные бонусы для наших клиентов.

Например, в этом сезоне можно было бронировать туры со скидкой 25% до 30 сентября. Компания оставила много предложений со скидкой 15% на проживание в отелях, которые будут действовать до 1 декабря. Дополнительные скидки ждут тех, кто отправится в Болгарию 6 января: в этот период будет действовать акция 6=7, то есть одна ночь будет бесплатна, при этом данная скидка суммируется со скидкой на раннее бронирование. В этом году, например, можно будет прекрасно отдохнуть от 15 000 руб. на человека за 7 ночей. А тем, кто захочет продлить свои каникулы, предлагается еще один рейс 19 января по сниженному тарифу.

Туроператор занял высокие позиции на рынке Санкт-Петербурга летом 2012 г., осуществив перевозку 10 000 пассажиров за сезон. Также туроператор побил все рекорды по продолжительности программы полетов в Бургас, продлив ее до середины октября. Благодаря большому объему перевозки и отличной репутации, компания имеет возможность предоставлять своим клиентам максимальные скидки на новогоднюю программу с вылетом из Северной столицы. Например, предлагает самые низкие цены на авиабилеты в новогодние каникулы – от 350 евро.

А для любимых агентов туроператор подготовил очередной сюрприз – бесплатную поездку в Болгарию!

«Зимний марафон для турагентств»

«БАЛКАН ЭКСПРЕСС» объявляет о начале акции для самых активных турагентств, по результатам которой будут выявлены 13 победителей. Среди них в декабре будет проводиться новогодняя лотерея с ценными призами – подарок получит каждый из тринадцати счастливых. А самый удачливый станет обладателем главного приза – поездки в Болгарию на 23 февраля или 8 марта.

Чтобы принять участие в новогодней лотерее, достаточно в период с 15 октября по 30 ноября забронировать тур в Болгарию с вылетом 29 декабря и 6 января из Санкт-Петербурга.



«Крузиный десант» PAC GROUP и MSC Cruises

В октябре компании PAC GROUP и MSC Cruises совершили роад-шоу, высадив «круизный десант» в Казани, Москве, Петербурге и Самаре. Рабочая встреча с турагентами Северной столицы состоялась 25 октября в отеле Golden Garden.



круиз, посадка в российских и украинских портах, отдых на современных лайнерах с первоклассным сервисом, ресторанами, SPA- и фитнес-центрами, многочисленными развлечениями для взрослых и детей. И конечно, грамотной ценовой политикой MSC Cruises. «Наша компания на правах эксклюзивного партнера MSC Cruises трижды за лето проводила акцию Crazy 48 hours, в рамках которой можно было приобрести круизы в 2 раза дешевле каталожных цен. За такой двухдневный марафон мы продавали до 1700 туров. А в целом средний чек в 2012 г. снизился на 31,7%, что позволило привлечь новый сегмент туристов», – подчеркнул Илья Иткин.

По словам директора департамента развивающихся рынков MSC Cruises г-на Альфредо Спандона, компания, увеличившая число своих пассажиров со 137 тыс. в 2003 г. до 1 млн 420 тыс. в 2012 г., в следующем году предлагает 584 круиза по 154 маршрутам и намерена увеличить количество круизеров до 1 млн 550 тыс. В 2013 г. флот MSC Cruises пополнится новым лайнером MSC Preziosa, четвертым в классе MSC Fantasia.

Новые маршруты с русскими группами представил руководитель департамента «Круизы» Михаил Фельдман. Среди интересных новинок – «Солнечный круиз» по Красному морю (с 10 ноября по 30 марта, 12 дней, порт посадки Шарм-эль-Шейх) с насыщенной экскурсионной программой (Иерусалим, Петра, Луксор, Гиза, подводный мир Красного моря), новые авторские программы PAC GROUP из Петербурга: «На краю Старого Света» (22 августа, 15 дней, от 1299 евро, MSC Musica & Opera) и «Курс на Европу» (29 августа, 13 дней, от 1199 евро, MSC Poesia & Magnifica) и другие.

Екатерина Губанова

Латгалия: за границу – по-соседски

В Латвии в последние годы активно развивают многие виды туризма, однако в восточной ее части – Латгалии, или, как ее еще называют, крае голубых озер, приоритетным направлением выбран сельский туризм. Для продвижения этой дестинации на международном рынке созданы различные программы, в том числе с финансированием Евросоюза. В рамках одной из таких программ – «Развитие туризма в приграничных районах: Латгалия – Утены – Витебск» (Белла Двина 2) группа петербургских туроператоров и представителей СМИ посетила Латгальский регион.

Природный фактор – очень сильная доминанта Латгалии. Россыпь озер, укутанных живописными лесами и пригорками, аккуратные поля с валиками убранных трав, яблони, растущие прямо у дороги, и разбросанные посреди этого великолепия маленькие усадьбы, где путника дружелюбно встретят, накормят и предоставят ночлег, – таким увидели этот край петербургские операторы. Но это – первое, что бросается в глаза.

Особенности турпродукта

Свое природное богатство в Латгалии бережно сохраняют. Озера здесь, а их около 2 тысяч, богаты рыбой – можно поймать и леща, и краснопёрку, и сома, и другую живность. «Ни одной трубы на горизонте вблизи озер вы не увидите. У нас здесь чисто», – сказал Янис Маданс, хозяин рыбацкого дома «Звездины». И это – не красивые слова. Никто из хозяев сельских усадеб не говорил об экологии, но то, что она благоприятна в этих местах, свидетельствуют аисты, там и тут развешившие свои гнезда, и скворцы, ежегодно прилетающие на побывку в эти места.

Городскому жителю понятие «экология» знакомо по газетам и ТВ, а в Латгалии не понимают, что может быть по-другому, потому озеро кристально чистое, а в лесу горка мусора – настоящее ЧП.

Другой важной особенностью Латгалии является толерантность ее жителей. Как рассказала Лида Кондрате, руководитель туристско-информационного центра Лудзы, в ее маленьком городе находится 5 церквей разных конфессий и все они прекрасно уживаются. Так и в других городах края. В Даугавпилсе туристов обязательно приведут на церковную горку, где соседствуют в мире католики и православные, лютеране, евреи и старообрядцы.

«Все живут дружно. И кроме того, у нас безопасно» – эту фразу Лиды Кондрате, сказанную о Лудзе, можно отнести и к Резекне, и к Аглоне, и к Прейли и к другим городам Латгалии.

Гордятся латгалцы и своим бытом, сохраняемым веками, с радостью демонстрируя туристам ремесло своих предков. Потому, наверное, богаты краеведческие музеи изделиями народных умельцев Латгалии. В Лудзенском центре ремесленников туристам не только расскажут о быте латгалцев, об испытаниях, которые приходилось пройти юношам и девушкам перед вступлением во взрослую жизнь, об укладе семьи, но и дадут попробовать сплести обувь из веревки или короб из лыка, выковать гвоздь или вылепить кувшин из глины. После этого угостят блюдом, приготовленным по старинному рецепту и рюмочкой ядерной шмаковки. Такое погружение в старинный быт – как путешествие из века XXI в век XIII. Какому городскому жителю оно не понравится?

Остановка в сельском доме

Для любого туриста ночлег и проживание – главная забота. В Латгалии в каждом небольшом городке есть две-три гостиницы, которые можно забронировать заранее. Но вряд ли они могут конкурировать с сельскими домами по уюту, комфорту, домашней

кухне и свободе общения с природой.

Гостевые дома открываются то в Аглонском крае, то в Лудзенском. Как правило, это несколько коттеджей, как, например, в Cirmas Ezerkrasts, или большой гостевой дом, как Zala sala или база отдыха Obitela. Все они приспособлены как для индивидуальных туристов, приезжающих отдохнуть от суеты, порыбачить, насладиться «грибной охотой», так и для корпоративных клиентов, желающих провести тренинги или праздники для сотрудников.

В последнее время стало популярно играть свадьбы на природе. Гостевые домики разрабатывают свои развлекательные программы для этих торжеств. Так, Рита Терауда, хозяйка Zala sala, рассказала, что спрос на свадьбы заставил изменить ландшафт перед домиком: теперь лужайка усыяна мелкими фонариками, которые вырастают из травы, а в центре ее – резная рамка для фото. На вопрос: «Часто ли заказывают свадьбы?» – госпожа Терауда ответила, что летом ими заняты практически все выходные, а зимой туристы предпочитают отдых плюс оздоровительные процедуры – баню, прогулки на лыжах, катание на санях.

По статистике, в Лудзе таких домиков чуть больше десятка, в Аглоне и вокруг нее – более 20, а в районе Резекне – даже больше 30. Лигита Харчевска, руководитель туристско-информационного центра Резекне, отметила, что спрос на гостевые дома формируют в основном соседи Латвии по Евросоюзу – немцы, финны, поляки. В последнее время стало больше россиян – и едут они исключительно из Москвы и Петербурга.

Не только отдых

Казалось бы, сельский туризм – это полноценный отдых на природе. Но в Латгалии решили по-другому и добавили к отдыху экскурсии, немного спорта и оздоровление. Что касается экскурсий, то край богат на достопримечательности. Посещение Аглонской базилики вряд ли кого-то оставит равнодушным, много в ее судьбе было трагического и высокого, но не каждому католическому храму суждено стать базиликой. Почему? Об этом расскажут в Аглоне.

В Прейли обязательно покажут усадьбу Борхов, феодалов, много сделавших для развития этого городка. В Краславе проведут экскурсию по парку, в котором разместилось имение графов Платеров, и дадут уроки гончарного мастерства. В Резекне удивят новым концертным залом, который откроют в декабре 2012-го: говорят, он будет конкурировать с «Дзинтари».

Во многих городах Латгалии сохранились руины замков рыцарей Ливонского ордена – сегодня к ним проложены туристические тропы. А в Даугавпилсе полным ходом идет реконструкция крепости, возведенной еще по приказу Александра I перед началом войны 1812 г. Крепость станет туристическим центром, здесь будет открыт Арт-центр Марка Ротко, художника-абстракциониста, прославившего Латвию своими необычными работами, откроются сувенирные магазины, кафе, небольшие концертные залы.

Для тех, кому чуждо классическое искусство, есть музей под открытым небом –>



→ Saipetnieki в Ругайском крае. Его владелец собрал на большой территории все то, что можно назвать одним словом — хлам (старые машины, чемоданы, сеялки, сковородки и т. д.), но придал этому такой необычный вид, что от экспозиции не оторвать глаз. Кто бы мог подумать, что сад можно создать в чемодане, а пирамиды соорудить из старых покрышек?

Спорт — это не только рыбалка, которую могут предложить туристу в сельском доме. Разработаны маршруты лодочных походов, катания на квадроциклах, конные прогулки. Но есть и экзотические предложения, например для орнитологов — наблюдать за редкими птицами. Не менее экзотическим считается и купание в болотной грязи. Говорят, она лечебная, действует на организм омолаживающе. Появились уже любители таких сеансов, и не откуда-нибудь, а из Франции. А еще очень популярен велосипед — его часто заказывают для прогулок латыши и немцы.

Что касается исконно латгальских увлечений, то тут вне конкуренции конный спорт и выездка. В крестьянском хозяйстве Untumi можно заказать пикник на открытом воздухе, катание на лошадях и даже иппотерапию. Правда, разместиться на ночлег в Untumi пока нельзя, но ведь рядом столько гостеприимных гостевых домов.

Инвестиции решают все?

Пять дней в Латгалии пролетели как один день. Стало понятно, что туризм здесь намерены развивать обстоятельно. Ведь попутно с ним развиваются и другие направления туристической индустрии — гостиницы, кафе, музеи. Кстати, в Лудзе недавно открыли новую гостиницу «Лудзия» — она стала третьей в городке с населением в 9 тысяч.

Конечно, пока не хватает средств, чтобы обновить всю инфраструктуру приема туристов в Латгалии. Но работы ведутся. Значительную помощь и поддержку оказывает Евросоюз. Есть и частные инвесторы. Как рассказала Ливия Янковская, заместитель председателя Даугавпилсской городской думы, есть крупные проекты, которые требуют значительных средств, тут не обойтись без финансовой поддержки ЕС. Так, общая стоимость проекта многофункционального комплекса искусств Марка Ротко оценивается в сумму более 2 млн евро, большую часть — примерно 1,7 млн евро выделил Европейский фонд регионального развития.

Пока турпродукт Латгалии, если сравнивать его с аналогичным предложением в Ленобласти, Карелии, Псковской области, выигрывает в соотношении цена/качество. В Латвии, оказывается, отдохнуть вдаль от шума городского стоит дешевле, чем в родных пенатах. Да и проблем с визой практически не возникает. Ее можно получить за неделю в генконсульстве Латвии в Петербурге. Еще один важный плюс — русский язык, которым свободно владеют многие жители Латгалии. Значит, барьеров в общении с туристами — нет.

Елена Муковозова, фото автора



Научиться себя показывать

Перед Петербургом и многими другими городами страны сейчас стоит непростая задача привлечения не только «внутренних», но и «внешних» туристов. А насколько, собственно, мы умеем показывать себя?



Недавно группа журналистов из ведущих китайских и российских туристических СМИ побывала в ознакомительной поездке по Краснодарскому краю. За неделю журналисты посетили практически все крупные курорты региона и смогли увидеть, как много в крае делается для развития туризма. Китайцы, в частности, имели возможность по достоинству оценить туристическую инфраструктуру не только в настоящем, но и на перспективу. Поездка и россиянам, и иностранцам очень понравилась, но на встрече с представителями краевых туристических властей гости сделали несколько замечаний.

— Знаете, наши туристы — люди достаточно искушенные... — сказал Гао Шун Ли, шеф-редактор China Tourism News. — И многое из того, что предлагают им посмотреть, у нас в стране тоже есть... Китайцам больше интересен местный национальный колорит: отели, пусть и очень хорошие, их интересуют не в первую очередь. Нужно продемонстрировать туристу что-то такое, чего он не сможет увидеть нигде больше.

Он заметил, что сейчас туриста из-за рубежа, особенно из далеких стран, в Россию можно привлечь только эксклюзивом. А если уж показывать что-то имеющееся и в других государствах (например, производство шампанского в Абрау-Дюрсо) — нужен интерактив, а не экскурсии, больше похожие на лекцию. К тому же шеф-редактор China Tourism News уверен, что привлечь китайских туристов в Россию можно только предлагая комплексный маршрут, в котором будут грамотно сочетаться экскурсионная и релаксационная части. По его мнению, оптимальный маршрут такой поездки должен включать отдых в Сочи, который в Китае достаточно хорошо известен, а также тур в такие города, как Петербург или Москва. «Китайский турист сам должен выбрать, куда он хочет больше, — считает эксперт. — А маршрут должен составляться таким образом, чтобы это было и удобно, и достаточно экономично».

Он, а также другие участники китайской группы дали и несколько дельных советов

принимавшей стороне. «Если вы намерены приглашать китайских туристов, то необходимы и указатели на китайском, и китайский канал в телевизоре, и китайские рестораны в городе... — считают они. — Человеку всегда приятно, когда в другой стране он понимает: его здесь ждут. Поэтому важна любая, порой кажущаяся не совсем существенной мелочь».

Например, китайцы очень любят чай и пьют его по многу раз в день — поэтому чайник или хотя бы постоянное наличие горячей кипяченой воды в номере обязательно. В одном из отелей, где жила группа, гарантировалось (правда, только на ресепшене и в холле одного из корпусов) наличие Wi-Fi со свободным доступом: оказалось, сигнал настолько слаб, что фактически пользоваться доступом в Интернет с компьютера невозможно.

И конечно, по мнению китайских журналистов, надо активно распространять рекламные материалы о туристическом потенциале российских регионов на китайском языке. Ведь те потенциальные туристы, которые и хотели бы приехать в Россию, подчас просто не могут оценить все прелести Краснодарского края, Петербурга или Москвы, так как не понимают русского, а подчас и английского. Увы, но даже китайским журналистам, которые как раз и должны будут рассказывать своим соотечественникам о преимуществах поездки в Россию, в этом туре большая часть рекламных и других информационных материалов была выдана даже не на английском, а на русском языке...

Казалось бы, действительно «мелочи»: там Wi-Fi не работает, тут раздаточных материалов не перевели, здесь из-за транспортной «пробки» программа пошла не по плану. Однако, если для россиян эти «мелочи» привычны и почти незаметны, для иностранцев они порой выглядят вопиюще. И лучше, приглашая людей в гости, поинтересоваться, что им больше всего интересно...

Владимир Яковлев

ТУРБИЗНЕС

в САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ и СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ

Санкт-Петербург, Садовая ул., 28-30

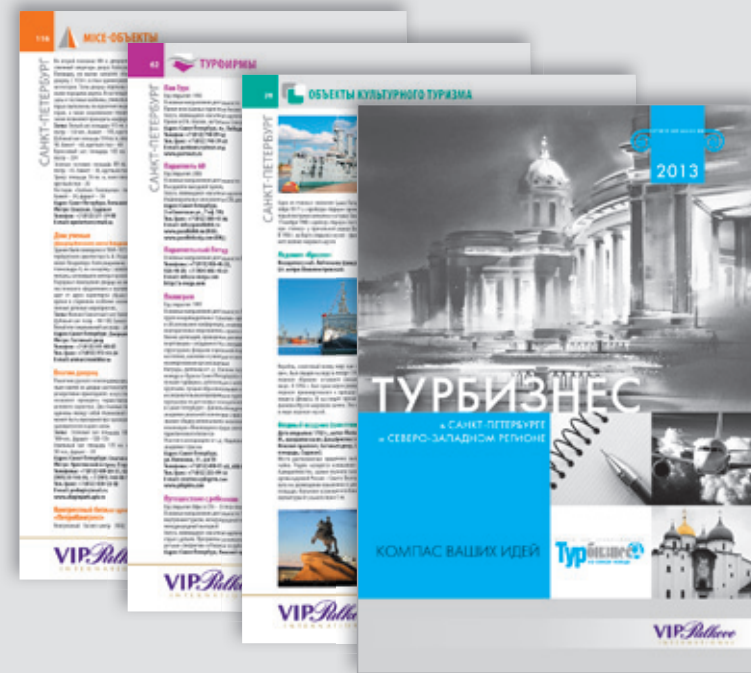
Тел/факс: +7 (812) 335-0883, тел.: +7 (812) 310-3245, +7 (901) 310-4096

E-mail: tourbus@westcall.net

www.tourbusspb.ru

УВАЖАЕМЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ!

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе» — единственное в Петербурге печатное издание, более 12 лет работающее на профессиональном туристическом рынке, приглашает Вашу компанию к участию в 3-м выпуске каталога для туристического рынка B2B — «Турбизнес в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе» (март 2013 г.).



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

Предлагаем Вам разместить рекламную информацию о своей компании в каталоге!

Прямой выход на целевую аудиторию, возможность заочного участия в профессиональных туристических выставках и мероприятиях в течение года, длительность и многократность воздействия рекламного сообщения на пользователя каталога делают такое издание максимально эффективной площадкой для размещения рекламы!

Варианты имиджевого участия:

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

НДС не облагается

Дополнительные бонусы к рекламе в каталоге:

- Размещение логотипа компании (с указанием страницы рекламы) в «Содержании» каталога и на сайте www.tourbusspb.ru в «Партнерах каталога».
- Размещение логотипа в анонсе каталога на страницах журнала «Турбизнес на Северо-Западе».
- Размещение новостей от компании-рекламодателя в журнале «Турбизнес на Северо-Западе» и на сайте www.tourbusspb.ru

Скидки до 30% при размещении рекламы пакетом: в КАТАЛОГЕ и ЖУРНАЛЕ!!!

Каталог №3 будет представлен на профессиональных рабочих встречах туроператоров, гостиниц, НТО и турагентств в крупнейших городах России и СНГ:

ВЕСНА-2013

- 18–19 марта:** Казань – Самара • **25–26–27–28–29 марта:** Ставрополь – Краснодар – Ростов-на-Дону – Волгоград – Саратов • **28–29 марта:** Киров – Нижний Новгород • **2–3–4–5 апреля:** Челябинск – Уфа – Пермь – Ижевск • **8–9–10 апреля:** Омск – Тюмень – Сургут • **23–24 апреля:** Мурманск – Архангельск

ОСЕНЬ-2013 (март, апрель - даты уточняются):

- Самара – Тольятти – Казань – Уфа – Пермь – Нижний Новгород (вылет из Уфы) • Волгоград – Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск • Сургут – Тюмень – Челябинск – Магнитогорск • Мурманск – Архангельск – Калининград • Алма-Ата – Астана

Информация о каталоге, pdf-версии каталога и журналов, а также анкета для бесплатного размещения в справочном разделе каталога – на сайте:

www.tourbusspb.ru

**Почувствуйте свободу передвижения с AVIS
на горнолыжных курортах Европы!**



Офисы продаж:

Москва, Проспект Мира 39, стр.2

Офисный центр «Олимпик Плаза II», 4 этаж
(по будням с 10.00 до 18.00)

Служба бронирования:

Тел.: +7 495 775-3920 (без выходных с 08.00 до 20.00)

Факс: +7 495 937-5951

E-mail: avis@aviareps.com

Санкт-Петербург, Стремянная ул.10

(по будням с 09.00 до 18.00)

Бизнес-центр «Коринтия Невский Палас»

Тел.: +7 812 380-1987

Факс: +7 812 740-3821

E-mail: avis@aviareps.com

www.avissrussia.ru

AVIS

**We try
harder.**