

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

№ 2 февраль 2012

Турбизнес

на северо-западе

www.tourbusspb.ru



СТРАХОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ:

*За безопасность необходимо платить,
а за ее отсутствие расплачиваться.*

Уинстон Черчилль

 **ZURICH**
www.zurich.ru

 **Росс-Тур**
www.ross-tur.ru

 **АДВАНТ**
СТРАХОВАНИЕ
www.advant-insur.ru

 **ТУРФИРМА
Нева**
www.nevatravel.ru

 **Open up**
www.openup.ru

 **Emirates**
www.emirates.ru

 **Cronwell**
Inn Стремянная
www.cronwell.ru

 **КИТФИНАНС**
Страхование
www.kitdirect.ru

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!



Редакция журнала «Турбизнес на Северо-Западе» закончила работу над вторым выпуском специализированного каталога «Турбизнес в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе». В обновленном и доработанном виде с новым дизайном он предстанет в марте перед участниками и гостями международных туристических выставок Intourmarket и MITT, а затем станет полноправным участником весенней серии воркшопов, организуемых журналом «Турбизнес» в различных городах России. Мы благодарим компании Санкт-Петербурга и Северо-Запада, в столь непростое для туристической отрасли время поддерживавших проект, который, не сомневаемся, станет «КОМПАСОМ ВАШИХ ИДЕЙ»!

БЛАГОДАРИМ КОМПАНИИ, УЧАСТВУЮЩИЕ В НАШЕМ ПРОЕКТЕ:



Страхование: туризм в России - бизнес без гарантий?

16-19



Израиль: в гостях у восточного друга

22-25



Медицинский туризм Северо-Запада: о богатстве знаний и возможностей

30-32

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 Муковозова
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.tourbusspb.ru

На обложке журнала использована работа художника О. В. Гавриковой

Отпечатано в типографии «ПремимумПресс»: СПб, ул. Оптиков, 4.
Тир. 3000 экз. Дата выхода 29.02.2012.
Распространяется бесплатно среди предприятий туристической отрасли.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

Назначения	2
Совещание на тему социальной ответственности турбизнеса	2
Турбизнес и власть обсудили изменения законодательства	2

НОВОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Росграница и турбизнес должны действовать сообща	4
В Петербурге открылся Дубайский визовый центр	4
Финляндия установила новые визовые правила	4
Петербург – безопасный город	4

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Нана Гвичия: «Успех – в умении взаимодействовать!»	5
--	---

ВЫСТАВКИ, ВОРКШОПЫ

Праздник австрийского туризма – actb-2012	6
Петербургский воркшоп: курс на инновации	8
Место встречи – MITT	10
INTOURFEST-2012	10
Финский дизайн – это отношение	11
FITUR-2012	11
Balttour-2012	11
BIT-2012	11
Matka-2012	11

ПРЕЗЕНТАЦИИ

Британия делает ставку на российский рынок	12
«Откройте Литву заново»	12
«Норвежские старты»	12
Новости Эстонии	12

РЕГИОН

Ленобласть Финляндии не конкурент. Пока... ..	14
Дед Мороз ждет гостей!	15

СТРАХОВАНИЕ

Порог ответственности, или Почему на российском рынке нет полиса от банкротства	16
---	----

ПРАВО

Туроператор и турагент: есть вопросы	20
--	----

КОМПАНИЯ

«Мы открыты для сотрудничества!»	21
--	----

РЫНКИ

Израиль: стоит только захотеть	22
На Мертвое море за здоровьем!	25

ТУРОПЕРАТОРЫ

«РоссТур»: свобода выбора – прежде всего	26
Vedi Tour Group открывает Словению	26
Три фактора успеха туроператора «БАЛКАН ЭКСПРЕСС»	26
В Петербурге появился второй офис «Музенидис Трэвел»	26
Pegas Touristik: к лету готовы!	29
Петербург и Токио соединит прямой рейс	29

МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

Зона нераскрытых возможностей	30
-------------------------------------	----

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



Назначения

Новым председателем Ассоциации национальных туристических офисов в России (АНТОР) избрана представитель Департамента туризма Литвы Бируте Ненартавичюте.



Бируте Ненартавичюте с 2004 г. продвигает Литву на российском рынке, а также в течение ряда лет она входит в совет АНТОР. До этого г-жа Ненартавичюте много лет работала в должности руководителя Торгового дома Литвы в России. По ее словам, в общей сложности она живет в России уже тридцать лет, однако, благодаря работе, родная Литва всегда остается с ней рядом.

Бируте Ненартавичюте отметила, что самая большая ее задача в новой должности – сохранить все, что уже было сделано ее предшественниками, традиционные крупные мероприятия, которые проводит АНТОР, и др., подчеркнув, что с каждым годом растет как число посетителей мероприятий АНТОР, так и их профессионализм.

RATA-news

Новым директором офиса по туризму Швейцарии в России стала Наталия Варт, которая пришла на смену Йонасу Эттлину, покинувшему пост в октябре.



Г-жа Варт – профессионал с многолетним опытом работы в области туризма и маркетинга. Она ввела несколько «ноу-хау» в развитие крупного отеля на Сейшельских островах и международной гостиничной группы, представляющей отели в Европе, Северной Африке и Азии. По словам директора по Центральной и Восточной Европе Switzerland Tourism Кристины Марцлупф, нового директора российского офиса искали долго, кандидатуру подбирали тщательно. Наталию выбрали благодаря нестандартным предложениям по решению стоящих перед офисом задач. Г-жа Варт отмечает, что, несмотря на кадровые изменения, стратегия работы швейцарского офиса по туризму, принцип продвижения швейцарского продукта не изменится и будет включать интернет-маркетинг, активную работу с турагентствами и средствами массовой информации, проведение многочисленных семинаров и деловых встреч, издание рекламных материалов.

/TOURBUS.RU

В феврале приступил к работе новый директор российского представительства Туристического управления Таиланда (ТАТ) Пасакорн Супаннапан.



Пасакорну Супаннапану 53 года, у него за плечами 30-летний опыт работы в ТАТ. В разные годы он отвечал за развитие внутреннего туризма в Таиланде, за продвижение страны на японском рынке. До приезда в Москву он курировал рынки стран Южно-Азиатского региона. Как отмечает Пасакорн Супаннапан, руководство ТАТ предлагало ему в качестве нового места работы на выбор Дубай или Москву. Он без раздумий выбрал Россию, как страну, представляющую для него больший интерес.

Пасакорн Супаннапан владеет тайским, английским и японским языками. Своими ближайшими маркетинговыми задачами он называет продвижение малоизвестных у российских туристов регионов Таиланда, в частности восточного побережья страны. Кроме того, он планирует развивать SPA- и лечебный туризм, уделять большее внимание MICE-сектору. В планах ТАТ на 2012 г. увеличение потока российских туристов до 1,2 млн человек.

/TOURBUS.RU

Совещание на тему социальной ответственности турбизнеса

15 февраля в Совете Федерации прошло совещание рабочей группы по разработке предложений, направленных на совершенствование законодательства в вопросах социальной ответственности бизнеса в области туризма и авиаперевозок. Как заявил председатель Комитета Совета Федерации по социальной политике Валерий Рязанский, государство не должно все время реагировать на проблемы в отрасли «в пожарном режиме».

На совещании, которое было организовано по инициативе председателя Совета Федерации Валентины Матвиенко, выступили Виктор Тополкараев («НТК Интурист»), Светлана Макарова («Горячие туры»), от билетных агентств – Андрей Чирков («Авиаста»), от авиакомпаний – Андрей Калмыков («Аэрофлот») и Ольга Плешакова («Трансаэро»), от Комитета по туризму и гостиничному хозяйству правительства Москвы – заместитель председателя Георгий Мохов, от Российского союза туриндустрии – вице-президент Юрий Барзыкин. На встрече присутствовали также представители Минспорттуризма, Ростуризма, страховых компаний, 12 сенаторов Совета Федерации, депутаты Госдумы.

Среди предложений, озвученных в рамках дискуссии, такие нормы, как запрет на осуществление туроператорской деятельности без внесения в федеральный реестр, регистрация путевок на бумажных и электронных носителях, а также проведение обязательного аудита для туроператоров с объемом реализации турпродукта более 100 млн руб. в год. Также обсуждалось предложение страховать гражданскую ответственность туроператора по каждому договору о реализации турпродукта. Отдельно речь шла о необходимости создания саморегулируемых организаций в сфере туризма.

Прозвучали и новые предложения, например о создании пула страховых компаний, который будет контролировать обеспечение рисков на страховом рынке, а также страховые тарифы для туроператоров и частных клиентов. В итоге было решено, что законодатели совместно со всеми заинтересованными структурами должны выработать серьезные оперативные меры для изменения ситуации в отрасли.

RATA-news

Турбизнес и власть обсудили изменения законодательства

17 февраля к обсуждению поправок в закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» подключился Комитет Торгово-промышленной палаты по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности.

Планируемые к внесению в законопроект нормы, такие, как регистрация турпутевок на бумажных и электронных носителях, передача сведений о реализованном турпродукте туроператором в Ростуризм и реализация турпродукта турагентом только от имени и по поручению туроператора, вызвали живую дискуссию.

Участники заседания рассмотрели также предложения страхования гражданской ответственности туроператора по каждому договору о реализации турпродукта и распространению страхования гражданской ответственности на турагентскую деятельность с привязкой страховой суммы к заключенным договорам о реализации турпродукта. Было рассмотрено внесенное Минфином России предложение об обязательном медицинском страховании выезжающих за рубеж в размере не ниже 1 млн руб.

/TOURBUS.RU

Росс·Тур

Египет | Таиланд | Доминикана | Куба | ОАЭ | Тенерифе | Бали | Чехия

Полное собрание путешествий!



Поисковая система туров на www.ross-tur.ru

Все ведущие операторы России
в одном месте!

Спецпредложения, авиабилеты,
бронирование on-line

г. Санкт - Петербург, пр. Литейный, 24

8 800 100 99 30 | (812) 640 80 10

www.ross-tur.ru

гостиница «ГАЛАКТ» ЭКОНОМ-КЛАСС

Больше комфорта, чем Вы представляли!

- номера «евростандарт» с удобствами
- номера туркласса
- кафе с домашней кухней
- более 20 лет в гостиничном бизнесе
- 75 номеров

СПб, Бульвар Красных Зорь, 8
Тел. +7 (812) 335-2585
www.galakt.ru hotel@galakt.ru

Цена от 20 евро Цена от 20 евро Цена от 20 евро Цена от 20 евро Цена от 20 евро Цена от 20 евро



Росграница и турбизнес должны действовать сообща

К такому выводу пришли представители СЗРО РСТ, Погрануправления ФСБ по Санкт-Петербургу и Ленинградской области и турфирм 13 февраля на рабочей встрече, посвященной организации прохождения государственной границы РФ с Эстонией и Финляндией туристскими автобусами в высокий сезон.

Проведение аналогичной встречи в начале декабря 2011 г. и по ее итогам – кампании по сбору СЗРО РСТ графиков движения туристских автобусов в зимние каникулы дало хорошие результаты, особенно на эстонском направлении. По словам представителей турфирм «Верса», «Экспо-Тур», Центрального бюро путешествий и экскурсий, автобусы просто «летали» через Ивангородский МАПП благодаря информированности и профессионализму пограничников, которые открыли для автобусов линию пропуска грузовых машин и применили эстонскую схему погранконтроля, когда туристов не высаживают из автобуса.

Впрочем, стоит отметить, что эстонские пограничники успешно организуют свою работу с учетом графика движения российских туристских автобусов уже четвертый год и не только на новогодние праздники, но и в другие пиковые даты. По словам директора петербургского представительства Центра развития туризма Эстонии Тоомаса Кястика, в настоящее время ведутся консультации по внедрению системы электронного бронирования мест в очереди для туристских автобусов в Нарве, что позволит пересекать границу еще быстрее.

Ситуация на границе с северным соседом – Финляндией в зимние каникулы была иной: несмотря на наличие трех пропускных пунктов, в отдельные дни здесь скапливалось до 40 автобусов с туристами. «Турфирмы, ориентированные на Финляндию, понадеялись на три МАПП и свой опыт работы – и прогадали», – подчеркнула исполнительный директор СЗРО РСТ Татьяна Гаврилова. Всего за период новогодних праздников финская граница пропустила 318 тыс. россиян, а 3 января был установлен рекорд – 53 тыс. человек при официальной пропускной способности 5 тыс. человек!

На рабочей встрече прозвучали разные предложения. Это и создание интернет-площадки, где турфирмы под своим логином и паролем могли бы размещать для пограничных структур график движения автобусов, и использование в выходные дни полос, предназначенных для грузового транспорта, и улучшение бытовых условий в пунктах пропуска. По мнению представителей турбизнеса, целесообразно совместно с Погрануправлением разработать памятку для сопровождающего группы и провести инфотур на МАПП. Но главное, и с этим согласились все участники встречи, что такие задачи можно решить только общими усилиями: Росграницы, СЗРО РСТ и турфирм.

Екатерина Губанова

Cronwell Inn Stremyannaya Hotel and Favourite Restaurant
English Traditions In Saint-Petersburg Style

18, Stremyannaya street
Saint Petersburg, 191025, Russia
T: +7 (812) 406 0450, F: +7(812) 406 0451

Cronwell Inn Стремянная
www.cronwell.ru
www.stremyannaya-hotel.com
e-mail: booking@str18-hotel.com

В Петербурге открылся Дубайский визовый центр

В январе по инициативе «Эмирейтс», международной авиакомпании, базирующейся в Дубае, в Петербурге открылся Дубайский визовый центр, упрощающий процедуру запроса виз в ОАЭ для клиентов «Эмирейтс». При бронировании одной ночи в рамках программы «Остановка в Дубае» 36-часовая виза предоставляется пассажирам авиакомпании бесплатно.

Услугами визового центра, предлагающего помощь в оформлении виз в ОАЭ сроком действия от 36 часов до 90 дней, могут воспользоваться клиенты «Эмирейтс», путешествующие из Северной столицы в Дубай или следующие через Дубай транзитом. Бесплатные 36-часовые визы в ОАЭ предоставляются до октября 2012 г. при условии одобрения миграционными властями страны.

www.emirates.ru

Финляндия установила новые визовые правила



Пассажиры, которые решат сойти с парома в Хельсинки, с 1 марта 2012 г. будут проходить пограничный контроль как въезжающие в Шенгенскую зону. При возвращении на борт им будет поставлена отметка о том, что они покинули Шенгенскую зону.

Таким образом, пассажиры, имеющие одностороннюю шенгенскую визу, смогут выбрать только один порт для схода на берег. Лишь пассажиры с мультивизой будут иметь возможность покидать паром в каждом городе. Если же пассажиры не хотят покидать корабль, шенгенская виза им не нужна.

По данным РСТ, чаще всего из россиян на паромах путешествуют жители Петербурга, которые отправляются в круизы с заходом в Хельсинки на двух паромах – «Принцесса Мария» и «Принцесса Анастасия» компании St. Peter Line.

Интерфакс-Туризм

Петербург – безопасный город

Комитет по инвестициям и стратегическим проектам Петербурга предложил меры по профилактике правонарушений и обеспечению безопасного пребывания туристов на территории города для включения в проект программы «Безопасный город» на 2013–2016 гг.

В частности, предлагаются создание «Памятки для туристов» по вопросам безопасности и комфортного пребывания в Петербурге на восьми языках и обеспечение туристов «Кнопкой 112» (это устройство туристы смогут носить с собой для оперативной связи с call-центром).

По данным комитета, в 2010 г. число преступлений против туристов в Петербурге сократилось на 19 % по сравнению с предыдущим годом.

В 2010 г. против туристов было совершено 524 преступления. Учитывая, что Северную столицу посещает более 5 млн туристов, эксперты считают, что Петербург вполне можно считать безопасным городом.

Интерфакс-Туризм

Нана Гвичия: «Успех – в умении взаимодействовать!»

С 1 января 2012 г. Городской туристско-информационный центр (ГТИЦ) Петербурга не только получил новое имя (он переименован в СПбГКУ «Городское туристско-информационное бюро»), но и намерен серьезно развить некоторые направления своей деятельности. В частности, уже в марте 2012-го одна из ведущих международных организаций в сфере конгрессного туризма – European Cities Marketing (ECM) проведет в Петербурге рабочую встречу. О переменах и планах на будущее мы беседуем с руководителем бюро Наной Гвичия.

— Если коснуться истории нашего центра, то, созданный весной 2000 г., он формировался как первая в России единая государственная бесплатная информационная служба по туризму. Основными его задачами были осуществление информационной поддержки туристов и гостей города, а также продвижение местного турпродукта на международном и российском туристских рынках. Сегодня наш центр уже хорошо известен и в городе, и за рубежом. В его активе такие знаковые проекты, как программа «Белые Дни», Tourist Helpline, Citi Concierge, и другие. За 12 лет ГТИЦ значительно «вырос». Теперь в его структуру входят 11 информационных центров, Агентство городского маркетинга и конвенционное бюро. И стало понятно, что деятельность и полномочия ГТИЦа уже выходят за рамки тех задач, которые ставились первоначально. Поэтому и было принято решение изменить его статус.

— Наверное, во многом это связано и с необходимостью серьезно развивать такое направление, как конгрессный туризм...

— Сегодня конгрессный туризм является важным инструментом макроэкономической политики любой страны. Так, в конце 2011 г. правительством Петербурга была принята Программа развития туризма, в том числе и конгрессного. В этом направлении нами уже ведется активная работа. Созданное в 2008 г. на базе ГТИЦа конвенционное бюро стало официальным представителем города в крупнейших международных ассоциациях (ICCA, SITE, ECM) конгрессного туризма. И уже в марте 2012-го международная организация European Cities Marketing проведет в Петербурге свою рабочую встречу. На нее прибудут представители 120 конвенционных бюро и офисов по туризму из 32 стран Европы. Прежде всего — деятелей турбизнеса. Им предстоит оценить перспективы Северной столицы России как организатора крупных международных мероприятий. Для более плодотворного результата этой встречи мы пригласили руководителей компаний, работающих в сфере делового туризма, и ведущих специалистов из других регионов России — они тоже смогут познакомиться с европейским опытом развития конгрессного туризма. Несомненно, это хороший результат работы по продвижению Петербурга как привлекательной дестинации для проведения крупных деловых мероприятий. Полагаю, что участники встречи сумеют по достоинству оценить уникальные конгрессные и культурные возможности города. Ведь в этом — особый шарм и шик Петербурга, который совмещает черты европейского делового центра и мировой культурной столицы.

— О чем пойдет речь в ходе этой встречи?

— В первую очередь — это вопросы маркетинга и развития конгрессных бюро. Большое внимание будет уделено проблемам создания и поддержки информационных туристских центров, внедрению Карты гостя и многим другим. Кроме обмена опытом с коллегами из Европы и получения свежей информации о тенденциях развития конгрессного туризма, для нас очень важен сам факт проведения встречи ECM в Петербурге. Надеемся, что она даст существенный импульс к его про-



движению как города, очень подходящего для организации деловых встреч. По ее окончании мы намерены вступить в диалог со всеми заинтересованными в этом сторонами: нам важно объединить усилия бизнес-сообщества и властей для того, чтобы достичь нужного результата, превратив город в привлекательную на международном рынке конгрессную площадку.

— В чем специфика организации таких мероприятий?

— В их значимости. Мы представляем консолидированную экспозицию туристических возможностей Петербурга.

— В связи с акцентом на развитие этого направления будет ли создана отдельная программа развития MICE-туризма?

— Это направление станет развиваться в рамках общей программы развития туризма в Петербурге на 2011–2016 гг., принятой в прошлом году. На мой взгляд, здесь более важно разработать общую концепцию, которая позволяла бы продвигать деловой туризм совместно, консолидированно с бизнес-сообществом. Нужна такая форма сотрудничества, которая была бы интересна и выгодна всем сторонам. Надеюсь, что уже в ближайшее время нам удастся создать такую концепцию взаимодействия.

— Известно, что популярность конгрессных дестинаций во многом зависит от активности в их продвижении. Что делает Ваше бюро в этом направлении?

— Мы выпустили красочный буклет по MICE-туризму в Петербурге: он, в частности, был представлен участникам осенней встречи ECM, а также на целом ряде крупных

туристических выставок за рубежом. Сейчас отдел конгрессного туризма работает над созданием полноценного интернет-ресурса по данной тематике, и есть полная уверенность в том, что к середине года он будет готов. Благодаря участию нашего конвенционного бюро во всех трех ассоциациях мы имеем доступ к их информационным базам, а они, соответственно, получают доступ к нашим, что поможет им в организации и проведении мероприятий в Петербурге.

— Достаточными ли ресурсами обладает сейчас Петербург для того, чтобы на достойном уровне проводить международные мероприятия?

— Конечно. Сейчас в Петербурге появились многочисленные отели с современными конференц-залами. Для проведения крупномасштабных мероприятий свои услуги предоставляет выставочный центр Ленэкспо, а совсем скоро вступит в строй новый комплекс «ЭкспоФорум», что обещает сделать палитру делового туризма более насыщенной.

Что касается сообщения, то уже сегодня мы имеем новый пассажирский морской вокзал и скоростные поезда. А в недалеком будущем завершится и строительство нового аэропорта. Кроме того, организаторы конгрессных мероприятий, разрабатывая концепцию мероприятия, учитывают совмещение деловой и культурной программы, используя уникальные туристические преимущества города на Неве.

Но и проблемы у нас, безусловно, есть. Они связаны с инфраструктурой, транспортом, сервисом и так далее. Я считаю, что нам необходимо в полной мере использовать те возможности и ресурсы, которыми мы уже обладаем, а для решения проблем надо научиться консолидировать усилия как со стороны городских властей, так и со стороны бизнес-сообщества.

Последнее, на мой взгляд, принципиально важно. Да, существуют определенные трудности, но другого пути, кроме консолидации административного и коммерческого ресурса, в деле продвижения Петербурга как конгрессного центра нет. Это показывает и мировая практика, которая уже доказала свою эффективность, — только такой подход обеспечит успех в нашей общей работе! 🍷

Беседовал Владимир Сергачев

ЦЕНТР ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА

Недорогие туры для школьных, студенческих, взрослых групп и индивидуальных туристов в Санкт-Петербурге

- Бронирование гостиниц
- Экскурсии для организаций
- Заказ автобусов и микроавтобусов
- Прием паломников
- Любые туры по всему миру

20 ЛЕТ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ

Льготные цены
В фирме свои автобусы!

+7 (812) 908-9487, +7 (901) 312-1707,
т./ф.: +7 (812) 774-0465, +7 (812) 366-2546
e-mail: centtur@yandex.ru

Мы покажем Вам Санкт-Петербург, который Вы захотите увидеть!!!

Праздник австрийского туризма – actb-2012

С 22 по 24 января в центре Messe Wien прошла выставка **austrian and central european travel business (actb)**, профессиональная торговая ярмарка для австрийских и центральноевропейских инкаминговых компаний. Выставка **austrian travel business (atb)**, учрежденная в 1976 г., за счет участия центральноевропейских стран в 2007 г. расширилась до **actb**. В этом году в ней в качестве экспонентов в пятый и в последний (!) раз приняли участие Венгрия, Словакия, Словения и Чехия, а также международное маркетинговое объединение **Die Donau**. Старейшую туристическую выставку ждут перемены.



«Приезжайте и возрождайтесь»

— Австрия — страна с душой и сердцем, где путешественники могут почувствовать полноту жизни. Поэтому девиз **actb-2012** звучит так: «Приезжайте и возрождайтесь», — отметила, открывая пресс-конференцию, директор Австрийского национального туристического офиса (АНТО) г-жа Петра Штольба.

В этом году в выставочном павильоне 422 предприятия туристической индустрии на 243 стендах демонстрировали туристический потенциал Австрии, Венгрии, Словакии, Словении и Чехии, 22 экспонента международного маркетингового объединения **Die Donau** презентovali свои специальные программы. Большинство участников выставки представляли интересы инкаминговых туроператоров и гостиничного бизнеса. Оценить их предложения приехали более 600 профессиональных покупателей и 170 журналистов из 48 стран.

Целый ряд сервисов — от безупречно организованных трансферов и бесплатных интернет-терминалов до планирования встреч в электронном кабинете и инновационного приложения к смартфонам и планшетному ПК, созданного АНТО специально для **actb**, — делал работу на выставке максимально удобной и эффективной. Встречи с партнерами продолжались вне стендов, в ресторане и пяти кафе: в австрийских **SalzburgerLand Alm**, **CLUB.coffee-bar**, **Donauschifferl**, венгерском **Gerbeaud House** и словенском **Portoroz**.

Выставка меняет формат

Выставка **actb-2010** стала предметом подробного исследования Университета Санкт-Галлен. В итоге экспертами была признана необходимость реформы **actb** и разработана концепция, цель которой заключалась в создании инновационной эффективной торговой платформы с главным тематическим направлением «Почувствуй туристическую Австрию».

Таким образом, **actb** в нынешнем виде прошла в последний раз. Теперь ей на смену придут новые выставки — **atb_experience**

(в нечетные годы) и **atb_sales** (в четные). Первая станет местом встречи иностранных туроператоров, отельеров, журналистов с лучшими специалистами туристической Австрии, и зарубежные гости смогут на личном опыте оценить преимущества отдыха в стране. Впервые **atb_experience** пройдет в Каринтии в 2013 г. Ее тема звучит так: «Туризм и кризис. Устойчивое развитие австрийского туризма в эпоху перемен». Генеральный директор туристического офиса Каринтии г-н Крессе отметил в этой связи: «Я горжусь тем, что Каринтия получила контракт на проведение **atb_experience** и здесь будет представлена новая платформа. Мы сможем презентовать наши инновационные продукты и услуги на международном туристическом рынке. Безусловно, это событие даст импульс для развития туризма в Каринтии».

На **atb_sales**, эксклюзивной австрийской торговой платформе, основной акцент будет сделан на деловые контакты и прямые сделки иностранных покупателей. Выставка будет сфокусирована исключительно на Австрии, так что центральноевропейские компании на ней представлены не будут. «В условиях постоянно растущей конкуренции Австрии важно сконцентрироваться на своих интересах. Это должны учесть центральноевропейские партнеры **actb**», — подчеркнула Петра Штольба. Начиная с 2014 г. **atb_sales** будет проходить каждые два года в конце января в Вене.

Кроме того, новая концепция АНТО включает проведение за рубежом ежегодных маркетинговых кампаний, стимулирующих продажи австрийского турпродукта. Темы презентаций, рабочих встреч и семинаров будут постоянно обновляться и учитывать потребности как австрийских, так и иностранных партнеров.

«Мы убеждены, что новые платформы — **atb_sales**, **atb_experience** и маркетинговые кампании за рубежом — помогут австрийским фирмам. Цель создания новых платформ — продемонстрировать преимущества туристической Австрии. Мы должны сохранить наши позиции на международном рынке», — резюмировала глава АНТО.

Цифры и факты

Прошедший год оказался одним из лучших для туристической Австрии. С января по ноябрь страна приняла 31,8 млн иностранных гостей. Это на 3,6 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. Число ночевков туристов составило 116,6 млн (+1,2 %), а средняя продолжительность пребывания — 3,6 ночи.

По данным с января по ноябрь, самым посещаемым регионом Австрии традиционно оказался Тироль (39,1 млн ночевков, +0,2 %),



второе место занял Зальцбург (22 млн, +0,6 %), третья позиция у Каринтии (11,9 млн, +1,4 %), четвертая и пятая — соответственно у Вены (10,4 млн, +4,6 %) и Штирии (10,2, +1,7 %). Главные туристы в Австрии — немцы, показавшие, однако, небольшой спад (43,6 млн ночевков, -1,3 %), голландцы (8,2 млн, +0,7 %) и швейцарцы (4,0 млн, +12,1 %).

По предварительным итогам, Россия может войти в десятку стран, откуда в Австрию приезжает наибольшее количество туристов. «Российский рынок находится на небывалом подъеме. В последние годы, в зимний сезон, прирост числа российских туристов в Австрии составляет от 20 до 40 %. Этому способствует открытие визовых центров в крупных городах России, которое продолжится в 2012 г.», — отметила Петра Штольба.

С января по ноябрь страну посетило 360 тыс. россиян, что на 31,6 % больше по сравнению с указанным периодом 2010 г. Самыми популярными областями Австрии у наших соотечественников являются Тироль (41 % прибытий), Вена (32 %) и Зальцбург (16 %). Около 3 % россиян выбирают местом отдыха Каринтию и Штирию, 2 % — Нижнюю Австрию. Соотношение зимних и летних прибытий в Австрию составляет 4:1 — так, на январь приходится 40 % посещений; исключение — Каринтия, куда 70 % россиян приезжает летом. В зимний сезон 2010/2011 в Австрии отдохнуло 220 тыс. россиян (+35,2 %). Более 50 % российских гостей останавливаются в отелях 4–5*, 23 % — в отелях 3*, частные апартаменты и отели 2* выбирают соответственно 8,7 и 7,6 %, причем в последнее время наши соотечественники предпочитают прямое бронирование и самостоятельно организованный отдых.

«Отпуск в Австрии»

«Отпуск в Австрии» — это туристический бренд страны. Его составляющие — культура и искусство, природа, гастрономия, оздоровительный отдых и гостеприимство австрийцев. Развитие бренда является первоочередной задачей АНТО. Бюджет организации формируется из членских взносов Министерства экономики, семьи и молодежи (24 млн евро в 2012 г.) и Торговой палаты Австрии (8 млн евро), а также за счет участия предприятий туристической индустрии в маркетинговых акциях. В прошлом году весь бюджет составлял 50 млн евро.

В 2012 г. деятельность АНТО будет сосредоточена на трех регионах: Западной Европе, Центральной и Восточной Европе, Америке. Эти рынки покрывают 95 % всех ночевков в стране (около 124 млн в 2010 г.) и считаются наиболее перспективными.

В этом году Австрия будет позиционировать себя в мире как культурный центр Европы под девизом: «Страсть к традициям».

Страна представит гостям 39 уникальных традиций и древних ремесел, которые существуют и сегодня. Новая маркетинговая кампания проводится АНТО совместно с Национальным агентством нематериального культурного наследия ЮНЕСКО.

Лучшие предложения

Кроме информационных туров в Бургенланд, Штирию и Тироль, по инициативе АНТО в рамках **actb** были организованы медиабрифинги для журналистов. Девять национальных туристических офисов, представляющих федеральные земли Австрии, презентовали новые программы отдыха.



Например, Зальцбургенленд предлагает провести летний отпуск в альпийской хижине, побывать в гостях у сыродела и взять урок пения, а Тироль — в горах: с мая по сентябрь местный календарь насыщен спортивными и культурными событиями, а пять высокогорных ледников позволяют кататься на лыжах круглый год. Каринтия, «визитная карточка» которой — 1270 чистейших озер, отмеченных европейской премией по экологии **Tourism Tomorrow Award**, делает акцент на программах семейного отдыха. Зальцкаммергут представляет традиционные ремесла «страны озер»: от сапожного до скрипичного. Штирия готовится к чемпионату мира по горным лыжам в 2013 г. — сегодня на курорте Шладминг расширяются трассы, модернизируются канатные дороги и подъемники, открываются новые отели и рестораны, а также горнолыжные школы и спортивные магазины. Отцаль приглашает на весенний фестиваль **Electric Mountain** в Зельдене, а Инсбрук — в музей «Кристалльные миры **Swarovski**», где недавно появились работы российских мастеров. Нынешний год в Вене проходит под знаком 150-летия со дня рождения Густава Климта. Гениальному художнику посвящены выставки в Бельведере, Альбертине, Бургтеатре, Художественно-историческом, Этнографическом и других столичных музеях, а также тематические экскурсии об эпохе модерна в венской архитектуре. А следующий год пройдет в австрийской столице под девизом: «Искусство наслаждения». Здесь появятся три новых культурных объекта: в декабре 2012 г. вновь откроется Кунсткамера в Художественно-историческом музее и завершится строительство концертного зала для Венского хора мальчиков, а в начале 2013-го обновленный дворец Лихтенштейн представит искусство эпохи бидермайера.

Гостеприимство по-австрийски

Продолжая добрые традиции, АНТО и Венский совет по туризму и в этом году организовали блестящий прием в Венской Ратуше в честь открытия выставки, а также пригласили участников **actb** на знаменитые

Hospitality Suites для общения в неформальной обстановке.

Вечеринка, организованная семейным отелем **JUFA**, который примет первых гостей в августе 2012 г., прошла под девизом: «Откройте для себя новый опыт строительства». Ресторан **Gerstner** во дворце Тодеско пригласил участников выставки на кулинарно-художественный банкет. Ужин в атмосфере роскоши, в окружении картин Карла Рая и под звуки вальса, оставил незабываемые впечатления. В Естественно-историческом музее, в новом зале ящеров, открытом в 2011 г., гостям представили огромного аллозавра, который умеет двигаться и устрашающе

ще рычать. В ресторане **Piaristenkeller** можно было отдохнуть, «как во времена императора»: не только отведать блюда из придворного меню, но и примерить шляпу в музее головных уборов Франца Иосифа, заглянуть в монастырский погребок и оценить коллекцию вин императорской кладовой. А символ Вены — Дунайская башня, устремленная в небо на 252 м, стала 23 января наивысшей точкой австрийского гостеприимства.

Екатерина Губанова

Редакция благодарит Австрийское представительство по туризму в РФ за организацию поездки



Мнения участников выставки

Георг Капуш, директор Австрийского представительства по туризму в РФ

— Как всегда, организация выставки была выше всяких похвал, ее отличали удобный формат и современный дизайн. Однако в нынешнем виде она прошла в последний раз. В 2007 г. выставка уже менялась, став торговой площадкой не только для австрийского, но и для центральноевропейского турбизнеса. Но в последние годы продажи турпродуктов серьезно изменились, и мы не можем не учитывать современные тренды. Австрии важно сохранить конкурентоспособность на рынке международного туризма и представить предложения, соответствующие спросу. Новая концепция выставки держится на трех «китах». Выставка **atb_experience**, которая пройдет в 2013 г. в Каринтии и далее будет проводиться каждый нечетный год, позволит составить участникам личные впечатления от Австрии, **atb_sales**, которая впервые состоится в конце января 2014 г. в Вене и затем будет проходить по четным годам, станет эксклюзивной торговой платформой. Эти выставки будут дополнены маркетинговыми кампаниями за рубежом, например, такими, как **Super Workshop** в Японии или **Workshop Kalinka** в России. Здесь австрийские туроператоры смогут представить свои новые предложения, соответствующие потребностям регионов. Мы считаем такие изменения позитивными и привлекательными как для новых, так и для традиционных участников выставки.

Роман Перевертун, генеральный директор компании «Швейцарский Дом Путешествий» (Петербург)

— Я уже не первый год принимаю участие в выставке в Вене и могу сказать, что организация мероприятия всегда была на высоком уровне. Каждый раз организаторы выставки стараются удивить участников чем-то новым и эксклюзивным, и, несмотря на то что посещают **actb** профессионалы, каждый раз им это удается. Например, выбор мест для **Hospitality Suites** всегда очень разнообразен, и, в частности, передо мной открываются новые двери и закрытых, и публичных заведений, в которых я до этого не бывал. Торжественный прием в Венской Ратуше по случаю открытия **actb** настраивает на продуктивную работу. Количество и состав участников **actb** на протяжении нескольких лет приблизительно одинаковы, но, по моему мнению, делегация России и стран СНГ в этом году была меньше, чем в прежние годы. Что касается разделения **actb** на **atb_experience** и **atb_sales**, то я считаю, что однотипный формат любого мероприятия когда-то изживает себя и перестает приносить те «плоды», на которые рассчитывают участники. Чтобы поддерживать постоянный интерес — нужны изменения. Поэтому я думаю, что организаторы идут в правильном направлении: изменение формата и места проведения придаст дополнительный импульс мероприятию, а вместе с этим — и развитию австрийского направления.

Инна Жукова, компания Amphora TTG Company GmbH (Зальцбург)

— Впечатления от выставки очень хорошие. Мы постоянно принимаем в ней участие и неизменно ставим ее организаторам оценку «пять с плюсом»! На **actb** традиционно представлен интересный состав участников — сюда приезжают только профессионалы отрасли, а их количество всякий раз впечатляет. Важно, что современный формат проведения **actb** позволяет познакомиться с участниками заранее, а **Hospitality Suites** позволяют легко наладить контакты в неформальной обстановке. Выставка дает нам возможность поддерживать контакты как с европейскими, так и с российскими коллегами. «Амфора» работает с российским рынком не первый год. В последние три года мы отмечаем рост российского турпотока в среднем на 25 %. В прошлом году в Зальцбургский край приехало 50 тыс. гостей из России, большинство — зимой. Но наша компания предлагает немало интересного и для летнего отпуска: гольф-пакеты, пешеходные и автобусные экскурсии, винные и гастрономические туры. Сегодня мы относим к перспективным российским направлениям Самару, Челябинск, Екатеринбург, Краснодар, Сочи, и, конечно, Петербург и Москву. Я считаю, что новый формат выставки не повлияет на ее высокую профессиональную суть, и наша компания планирует принимать в ней участие и в дальнейшем.

Петербургский воркшоп: курс на инновации

Площадкой для V Петербургского международного workshop, как и в прошлом году, стал Sokos Hotel Palace Bridge. Как и в прошлом году, деловые встречи партнеров сопровождала «Академия АНТОР». Отличие же в том, что в нынешнем году на международной встрече турбизнеса в Петербурге было представлено значительно больше национальных туристических офисов, чем в 2011-м. Среди 40 организаций туристского и гостиничного бизнеса, принявших участие в воркшопе, было 11 национальных туроператоров.



Впервые своих специалистов делегировали национальные представительства Чехии, Гонконга, Аландских островов. А Греция, к примеру, увеличила свое участие в нем, представив, кроме традиционных программ, паломнический круиз по святыням Греции, созданный при поддержке Фонда Андрея Первозванного и греческого посольства в РФ специально для жителей России и Украины.

Как отметил Сергей Корнеев, вице-президент РСТ, растущий интерес к петербургскому воркшопу доказал, что у турбизнеса есть потребность в налаживании новых долгосрочных контактов и обмене опытом. Что касается контактов, то два важных договора о сотрудничестве были заключены как раз во время воркшопа. Один из них — соглашение между СЗРО РСТ и представительством Республики Коми в Северо-Западном регионе РФ, нацеленное на более широкое продвижение дестинации на туристическом рынке России. Другой договор — трехстороннее соглашение между СЗРО РСТ, АНТОР и агентством «Турпрактика» — позволит повысить качество подготовки менеджеров турагентств.

Вице-председатель АНТОР Сергей Канаев заметил, что петербургская рабочая встреча профессионалов турбизнеса становится площадкой для инноваций. Нынешний воркшоп не стал исключением. Инновации коснулись многих сфер турбизнеса.

Так, чешские специалисты предложили по-новому взглянуть на возможности организации зимнего и летнего отдыха в Восточной Моравии, провели презентацию самого большого отельного холдинга в Чехии — Clatien Prague Int.: 8 отелей этой сети уже действуют на территории республики, в 2013-м будет открыт девятый — в Оломоуце. А чешская компания AGL Travel представила на воркшопе учебно-ознакомительные туры для студентов, которые не имеют ничего общего с обучающим туризмом.

Республика Карелия тоже открылась с неожиданной стороны: компания «Арт-Тревел» презентовала круизы на парусниках по Онеге, этнокультурный туризм и шестидневные джип-туры «От Онеги до Ладоги». А загородный клуб «Малая Медвежка» предложил сочетать тихий семейный отдых на природе с активной спортивной программой.

Собрала аншлаги на презентации компания «Метеорс Трэвел», представив свои оригинальные туры в Кению. Экзотикой уже вряд ли кого удивишь, но «Метеорс» продвигает на рынке незнакомые петербуржцам курорты — Малинди и Ватамо, а также уникальные чартерные программы в Кению (к примеру, через Рим). Компания «Радио гид» продемонстрировала свои новейшие разработки радио- и аудиопроductии, систем синхронного перевода текстов. На российском рынке компания — один из лидеров в своей отрасли, ее разработками активно пользуются музеи Петербурга, круизные туристы.

Но воркшоп — не только презентации новинок туристического рынка, второй год в его рамках проводится «Академия АНТОР» — цикл семинаров, на которых представители национальных туристических офисов — членов АНТОР представляют свой взгляд на развитие и продвижение перспективных видов туризма на примере своих государств. И в этот раз «академики» отразили на своих мастер-классах общемировые тенденции в развитии туризма.

Руководитель национального туристического управления Чешской Республики в России Моника Лингартова рассказала об опыте продвижения и позиционирования конгрессного туризма на примере своей страны, обладающей богатым культурным наследием. Михай Араньоши, и. о. директора Бюро советника по туризму Венгрии, сделал акцент на развитии маркетинговых коммуникаций в туризме и продемонстрировал, как они «работают» на примере Будапешта. Галина Лысенко, глава представительства Министерства туризма Доминиканской Республики, вопреки ожиданиям, не позиционировала Доминикану как страну исключительно пляжного отдыха. Перспективы МICE-туризма в этой стране, на ее взгляд, очевидны, и она убедительно это доказала.

Изменение транспортных потоков рождает новые турпродукты. Услуга Stop over в Дубае от авиакомпании «Эмирейтс» ранее была доступна только туристам, вылетающим из Москвы. Но с запуском прямого рейса Петербург — Дубай воспользоваться этой услугой сможет еще больше транзитных пассажиров, следующих через Дубай. Более того, по мнению Сергея Канаева, аналогичный продукт можно формировать и для Петербурга.

Интересный опыт продвижения Таллина как культурной столицы Европы, способствовавший росту турпотока в Эстонию, как результат эффективного маркетинга культурного туризма, также может пригодиться Петербургу в продвижении дестинации на международном рынке. Томас Кястик, торговый атташе генконсульства Эстонии в Петербурге, привел убедительные аргументы в пользу развития этого вида туризма.

О новых подходах к продвижению событийного туризма рассказали директор Польской туристической организации Анджей Сераковский и его коллега из Варшавского бюро туризма Барбара Текели. Предстоящий Чемпионат Европы по футболу, который пройдет в Польше, можно использовать не только как событийный повод, но и как катализатор для продвижения туристических возможностей страны.

Новый для России турпродукт — доступный туризм, или туризм для инвалидов, представила на «Академии АНТОР» Кристина Ионицкая, директор представительства по туризму Каталонии. Доступный туризм в Испании поддерживается государством, а Барселона считается одним из самых крупных, доступных для инвалидов городов Европы. Этот вид туризма незначительно увеличивает долю рынка, но способствует повышению качества туристского направления. Пока о развитии такого направления туризма в России говорить рано, но опыт Каталонии заинтересовал.

Нынешний старт делового сезона для турбизнеса действительно получился инновационным. Это его главное отличие от прошлогоднего воркшопа. Нацеленность на инновации, а это стимулирование сегмента МICE, креативность в создании новых продуктов, грамотное использование событий в продвижении дестинаций и развитие маркетинговых коммуникаций, принесет свои плоды, но, как сказал Сергей Корнеев, «нам хочется, чтобы воркшоп не заканчивался сегодня: поднятые на нем темы должны оставаться актуальными в течение всего года». Итак, тренд выбран. Каким будет его развитие? 🍷

Елена Муковозова, фото Владимира Сергачева

В этот момент кто-то открыл для себя город с наилучшими условиями для жизни. Приезжайте и убедитесь сами!

WWW.VIENNA.INFO

ВЕНА

ТЕПЕРЬ ИЛИ НИКОГДА



Место встречи – MITT

На протяжении двух десятилетий MITT остается ведущей туристической выставкой России. О том, с чего все начиналось и что нового будет на выставке в 2012 г., рассказывает ее директор Елизавета Назарьева.



– **Елизавета, с чего начиналась выставка и как MITT выглядит сейчас?**

– В следующем году Международная выставка «MITT/Путешествия и туризм» будет отмечать свой 20-летний юбилей. Первая выставка состоялась в марте 1994 г. в Международном выставочном комплексе на Красной Пресне (так назывался ЦВК «Экспоцентр» в то время). В ней приняли участие 458 компаний из 31 страны мира. MITT1994 заняла два неполных зала второго павильона. Среди участников первой выставки были поверившие в успех и впоследствии ставшие ее постоянными экспонентами – авиакомпании «Аэрофлот» и «Трансаэро», гостиница «Украина», фирмы «Арт-тур», «ПАКС», «Спутник МТК», «Владивесттур», «Интаэр», «МИТС». В 1995 г. MITT уже заняла все три зала второго павильона, число участников увеличилось почти в два раза и составило около 800 компаний. К MITT 2008 присоединились «Агентство ПАК-ТРЭВЕЛ», «Натали Турс», «Асент Трэвел», «Туристическое агентство «Роза Ветров», «Ванд Интернешнл», БАО «Интурист», «Интерюнион-М», «Интур Спектр», «Ист-Лайн», «TEZ TOUR Алкан Групп» (сохранены оригинальные названия) и другие компании, ставшие лидерами туристического рынка. За прошедшие годы MITT прочно закрепилась в пятерке крупнейших туристических выставок мира, наряду с выставками в Лондоне и Берлине. Ежегод-

но в MITT принимают участие около 3000 компаний, которые представляют 189 стран и регионов мира, около 90 национальных туристических офисов. География экспонентов постоянно расширяется. В 2010–2011 гг. в выставке впервые приняли участие такие страны, как Канада, Нидерланды, Албания, Ботсвана, Бутан, Венесуэла, Колумбия, Никарагуа, Сальвадор. На MITT 2012 впервые будут представлены стенды Бразилии и Палау – одного из самых маленьких государств Тихого океана. Конечно, здесь соберутся практически все крупнейшие российские компании. Туроператоры, отели, авиакомпании и другие участники рынка считают свое участие в MITT обязательным условием успеха в предстоящем сезоне.

– **Где и когда пройдет выставка MITT 2012? Как получить приглашенные билеты специалистам, работающим в туризме?**

– MITT 2012 состоится в период с 21 по 24 марта в ЦВК «Экспоцентр» и займет восемь выставочных залов павильонов 1, 2, 8 и павильона «Форум». Станция метро «Выставочная» удобно расположена перед входом в выставочный центр. Вход на мероприятие – по бесплатным электронным билетам. Чтобы распечатать свой именной электронный билет, посетитель должен зарегистрироваться на сайте www.mitt.ru. В обмен на билет на стойках регистрации вы получите бейдж, действительный в течение всех четырех дней работы MITT. Также на сайте доступна функция восстановления электронного билета в случае его потери. Имея на руках электронный билет, вам не нужно будет регистрироваться на входе. Кроме того, вы сэкономите 400 рублей, так как вход на выставку без электронного билета – платный. Спонсор регистрации посетителей MITT 2012 – Министерство туризма Турции.

– **Какие основные мероприятия запланированы для участников и гостей MITT 2012?**

– В первый день MITT 2012 состоится ключевое мероприятие выставки – Международный туристический бизнес-саммит. Его основные задачи – обсуждение ключевых проблем туристического рынка, тенденций развития отрасли, обмен опытом ведущих российских и международных компаний. Саммит проходит при поддержке РСТ. Кстати, на MITT 2012 объявлена тема года – «Морские круизы» (в прошлом году темой года был «Медицинский туризм»). 22 марта, во второй день MITT, в рамках темы года состоится первая Международная конференция по морским круизам. Генеральным партнером темы года выступает компания «Атлантик Лайн Морские Круизы». Мы ожидаем повышенный интерес к мероприятию со стороны участников и посетителей MITT. По всем вопросам участия можно связаться с менеджерами выставки, их контакты указаны на сайте. Еще одно важное мероприятие – третий московский Конгресс по медицинскому и оздоровительному туризму – состоится 22 и 23 марта. В течение всех дней работы выставки в 12 конференц-залах «Экспоцентра» будут проходить пресс-конференции, презентации компаний-участников, семинары и консультации. Следите за новостями на www.mitt.ru.

– **Как Вы думаете, не изживают ли выставки себя как формат проведения деловых встреч? Почему они по-прежнему интересны агентам, даже в век Интернета?**

– На четыре дня на выставку MITT приезжает почти весь туристический мир. Это уникальная возможность встретиться практически со всеми партнерами и найти новых. Вы только представьте, сколько времени и денег это ежегодно экономит участникам и гостям выставки. Живое общение – один из самых важных факторов в бизнесе. На MITT у каждого агентства, в том числе регионального, есть возможность лично встретиться с первыми лицами и топ-менеджерами компаний-участников и обсудить все рабочие вопросы. Для менеджеров агентств MITT – это также очередная ступень повышения квалификации. Деловая программа выставки, состоящая из десятков семинаров и мастер-классов по всем аспектам деятельности турфирм, конференций, презентаций новых направлений и услуг, значительно повышает профессиональный уровень сотрудников. Работа на выставке MITT – это четыре дня, которые кормят весь год.

Беседовал Сергей Дементьев



INTOURFEST-2012

17 февраля ежегодная деловая встреча INTOURFEST, состоявшаяся в конгрессном центре «ПетроКонгресс», собрала более 250 специалистов турбизнеса и индустрии гостеприимства.

В выставочной экспозиции, сопровождавшей деловую встречу, приняли участие 40 компаний: зарубежные и российские турфирмы, отраслевые комитеты и ассоциации, отели и гостиницы, национальные офисы, музеи, туристско-информационные центры, консалтинговые компании, специализированные и электронные СМИ. Из иностранных участников были представлены компании из США, Великобритании и Венгрии.

Отдельный раздел на выставке был посвящен туристскому потенциалу Ленинградской области: муниципальные районы, туристско-информационные центры, гостевые дома и

турфирмы представили возможности Ленинградской области и ее районов. Свыше 100 специалистов приняли участие в мероприятиях деловой программы, которая была представлена мастер-классами и семинарами, отвечающими последним тенденциям туристского рынка. Состоялись мастер-класс для отельеров «Гостеприимство в Санкт-Петербурге. Взгляд изнутри. Успехи и проблемы», семинар-консультация «Турагент и туроператор. Игра по правилам и без», мастер-класс «Social Media в продвижении туристских услуг. Выездной туризм».

www.restec.ru

Финский дизайн – это отношение

3 февраля после двухнедельной технической проверки возобновилось паромное сообщение Санкт-Петербург – Хельсинки. Кстати, паром Princess Maria, который осуществляет маршрут, недавно получил международный сертификат безопасного судна, фактор, после известных событий в Италии, для туриста немаловажный. На пресс-конференции президент компании St. Peter Line Игорь Глухов рассказал об амбициозных планах довести пассажиропоток до 750 тыс. человек в год.

Такой прогноз кажется вполне реальным еще и в связи с тем, что Хельсинки, выдержав конкурентную борьбу с 46 городами, получил на ближайшие два года статус столицы мирового дизайна. На вопрос, в чем специфика именно финского дизайна, маркетинг-координатор Visit Helsinki Анна-Мари Валтонен ответила, что финский дизайн – это прежде всего отношение к людям, понимание их запросов, возможность более продуктивной коммуникации. Действительно, прибывающих в Хельсинки неизменно поражает продуманность обеспечения необходимого комфорта.

В рамках проекта «Столица мирового дизайна» планируется провести около 300 мероприятий в 200 точках города. Самым значимым из них является открытие этой весной часовни Безмолвия в районе Кампи на площади Нариннка. Часовню, построенную в соответствии с последними дизайнерскими тенденциями, предполагается сделать местом уединения и отдыха от городской суеты. В ней не будут проводиться службы, но зато ее посетители смогут встретиться со священнослужителями различных религиозных конфессий, а также с представителями Департамента города. Надо сказать, что ни один проект по изменению и улучшению городской среды в стране не проходит без тщательного согласования с ее жителями.

Теперь, благодаря регулярному паромному сообщению, стало возможно с легкостью и комфортом отправиться из Петербурга в Хельсинки и составить собственное представление о мире современного дизайна.

Борис Кричевский

FITUR-2012



18–22 января в Мадриде состоялась крупнейшая туристическая выставка Испании FITUR-2012. Экономический кризис не обошел экспозицию стороной. По сравнению с 2011 г. общая площадь выставочных залов сократилась почти на 10 тыс. кв. м – до 75 тыс., а число участников выставки – с 10,5 до 9,5 тыс.

Россию на выставке традиционно представляли Федеральное агентство по туризму и 50 ведущих туроператоров из Москвы и Петербурга, авиакомпания «Сибирь», а также музеи-заповедники Шолохова в станице Вешенской и Толстого в Ясной Поляне.

В ходе выставки прошли форумы по инвестициям в области туризма для стран Америки и Африки, по расширению прав и возможностей женщин в туристическом секторе. В рамках сегмента FITUR Green был представлен инициированный Всемирной туристской организацией проект «Решения для энергообеспечения гостиниц» (HES).

/TOURBUS.RU

Balttour-2012

10–12 февраля в Международном выставочном центре столицы Латвии прошла 19-я международная туристическая выставка-ярмарка Balttour-2012. В ней приняли участие более 600 компаний из 38 стран. За три дня работы выставки в ее залах побывало более 30 тыс. посетителей.

Гостеприимным хозяином выставки стал тематический зал «Путешествуй по Латвии!», демонстрирующий достопримечательности всех четырех регионов страны – Латгалии, Видземе, Земгале и Курземе. В экспозиции были представлены новые возможности сельского туризма и отдыха, изделия народных промыслов и экологически чистые домашние продукты.

Впервые в целях развития сотрудничества турбизнеса России и стран Балтии накануне открытия выставки прошло и крупное деловое мероприятие – форум «Balttour-2012. Российский фокус». По словам его организаторов, целью форума стало желание познакомить представителей российской туристической с возможностями туризма в Балтии, обсудить актуальные для отрасли вопросы, посредством прямых контактов наладить взаимовыгодные деловые отношения и расширить поток туристов из России в Балтию и из Балтии в Россию. Форум собрал более 120 профессионалов туризма из России и стран Балтии, в том числе представителей Ростуризма, АТОР, РСТ, руководителей крупных туроператоров и агентских сетей.

/TOURBUS.RU

BIT-2012

16–19 февраля в Милане состоялась международная туристическая выставка BIT-2012. Ключевыми мероприятиями выставки стали международная конференция на тему: «Безопасность и защита прав и интересов туристов» и Третье заседание рабочей группы Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) по вопросам защиты прав туристов.

На конференции российская делегация представила доклад о состоянии и развитии безопасности туризма в РФ и роли международно-правовых механизмов в повышении ее эффективности.

В заседании рабочей группы ЮНВТО по вопросам защиты прав туристов приняли участие юристы и эксперты из 12 государств, а также представители Международной организации гражданской авиации (ИКАО), Европейской комиссии, Европейской ассоциации турагентов и туроператоров, Ассоциации европейских гарантийных фондов в сфере туризма.

По итогам заседания рабочей группы руководство ЮНВТО обратилось к Федеральному агентству по туризму РФ с просьбой подготовить предложения по созданию универсального механизма финансовой защиты туристов на случай банкротства туроператоров. Генеральный секретарь ЮНВТО Талиб Рифаи обратился к участникам рабочей группы с просьбой завершить работу над Конвенцией к концу 2012 г., для того чтобы в 2013 г. мог начаться процесс ее согласования на уровне государств.

www.atorus.ru

Matka-2012

20–22 января в Хельсинки в 26-й раз прошла международная туристическая выставка Matka-2012. В этом году Россию представляли 24 экспоната из Северо-Западного региона страны, а также Федеральное агентство по туризму и соответствующие подразделения администраций Петербурга, Архангельской и Псковской областей, республик Карелия и Коми.



Международная туристическая выставка Matka, что в переводе с финского означает «путешествие», традиционно является первым в году крупным мероприятием туристической Северной Европы. В мероприятии приняли участие порядка 1100 компаний из 76 стран мира, а также свыше 80 тыс. посетителей, включая 18 тыс. специалистов отрасли.

В ходе выставки прошли презентация туристических возможностей Петербурга и ряд деловых встреч сотрудников Комитета по инвестициям и стратегическим проектам с представителями Финляндии по перспективному совместному взаимодействию. По мнению организаторов, ежегодно стенд Петербурга пользуется высокой популярностью среди посетителей.

По инф. СМИ

CONCORD® – ST.PETERSBURG

Уважаемые дамы и господа!

Приглашаем профессионалов посетить

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ:

FIBO

Всемирная выставка здорового образа жизни и фитнеса

19.04.2012 - 24.04.2012

Эссен, Германия

Festival del Fitness

Фестиваль фитнеса

07.06.2012 - 10.06.2012

Рим, Италия

EUROBIKE

Международная выставка-ярмарка велосипедов

29.08.2012 - 01.09.2012

Фридрихсхафен, Германия

Организуем бизнес-тур

Полный пакет услуг

Отели на любой выбор

СПб, Садовая ул., 28-30, корп. 1, оф. 23

Тел.: +7 (812) 335-0880, 335-0881

Факс: 335-0882

«Норвежские старты»

18 февраля Совет по туризму Норвегии и компания Bergans of Norway при поддержке петербургской Федерации горнолыжного спорта и сноуборда подарили гостям горнолыжного центра «Охта-Парк» спортивно-развлекательный праздник под названием «Норвежские старты», а «небесная канцелярия» – приятный морозец и яркое солнце.



Праздник открыл генеральный консул Королевства Норвегия в Петербурге г-н Руно Осхейм. «Норвегия – страна северная. И мы, норвежцы, очень любим зиму. Для нас зима – это время активное и спортивное. По всей стране прокладываются километры трасс для беговых лыж, начинают работу более 60 горнолыжных курортов. Лыжи – это практически национальный вид спорта для норвежцев», – сказал г-н Осхейм.

Глава российского представительства Совета по туризму Норвегии Ольга Филиппенко отметила, что «посетить горнолыжные курорты страны, сезон безупречного катания на которых длится шесть месяцев, и открыть для себя все прелести настоящей норвежской зимы стремится все больше россиян». По ее словам,

в прошлом году российские туристы осуществили в Норвегии почти 187 тыс. ночевоч, что на 8 % превышает показатель 2010 г.

Директор компании Bergans Хелена Кристиансен подчеркнула, что «не бывает плохой погоды, а бывает плохая одежда, но в одежде Bergans комфортный отдых обеспечен всем».

Праздничная программа включала соревнования: как спортивные – Кубок Bergans по параллельному слалому среди профессионалов и юных горнолыжников и лыжный эстафету «Россия – Норвегия», так и веселые – «Папа, мама, я – спортивная семья», участники которых состязались в сборе импровизированной земляники, строительстве «норвежских домиков» и перемещении по «снежным норвежским дорогам». А горнолыжные костюмы из последней коллекции знаменитого норвежского бренда стали достойной наградой победителям.

Завершился праздник веселой снежной батальей «Богатыри против викингов» и взятием ледяной крепости. В «Норвежских стартах» победили командный дух, здоровый образ жизни и хорошее настроение!

Евгения Смирнова

«Откройте Литву заново»

С таким предложением обратились к представителям турбизнеса Аушра Семашкене, генеральный консул Литовской Республики в Санкт-Петербурге, назвав одной из главных задач своей деятельности продвижение Литвы на рынке Петербурга и Северо-Запада.

По словам Раймонды Бальнене, директора Государственного департамента туризма Литвы, прошлый год в республике был удачным: турпоток вырос на 20 %. А пятерка стран, наиболее активно «поставлявшая туристов» в 2011 г., выглядит так: лидирует Польша, за ней – Германия и Россия, замыкают пятерку Белоруссия и Латвия. Рост российского турпотока эксперты оценивают в 43 %, при этом до 60 % турпотока обеспечивают жители Москвы и Калининграда, поэтому особый интерес у литовских туроператоров вызывают петербуржцы.

Литва предлагает на петербургском рынке пять турпродуктов: культурный туризм, сити-брейки, оздоровительный, экотуризм и конференц-туризм. Каждое из этих направлений постоянно обновляется, так, 2012-й объявлен в Литве годом музеев, а это значит, что не только музеи Вильнюса и Каунаса будут встречать туристов, но и многие небольшие музеи предложат свои программы. Плюс к этому пройдут фестивали искусств, например, в Пажайслисе, Клайпеде, Ниде, а также уличные инсталляции и фольклорные фестивали.

Популярными становятся сити-брейки. Двух- и трехдневные путешествия по желанию туриста могут включать водный или лыжный тур, игру в гольф или маленькое приключение на воздушном шаре. Как заметила Раймонда Бальнене, можно просто приехать в Литву, чтобы путешествовать на велосипеде. Кроме того, создана удобная инфраструктура – отельная, транспортная, ресторанная. Высоким спросом пользуются гастрономические туры.

Более всего востребован сегодня оздоровительный и SPA-туризм. Во многом благодаря тому, что удалось модернизировать курорты по европейским стандартам, а природные условия здесь всегда были особые. На севере республики круглогодично работают курорты Неринга и Паланга, на юге – Друскининкай и Бирштонас. В Друскининкае для привлечения туристов реализуют один проект за другим. Недавно здесь создан уникальный Снежный парк с лыжной трассой в 1,1 км, который работает и зимой, и летом. Сейчас на курорте реализуют другой амбициозный проект с помощью Евросоюза – создают искусственное море с подогретым пляжем, который обещают открыть в 2014 г.

Раймонда Бальнене надеется, что Литва скоро станет ближе к Петербургу. Есть намерение открыть прямое авиасообщение с Вильнюсом и Каунасом из города на Неве. Если вопрос с перевозчиком удастся разрешить в ближайшее время, то к лету можно будет долететь до Литвы за 220–250 евро. Вот почему «биржи контактов» между литовским и петербургским турбизнесом в последнее время проходят в режиме нон-стоп.

Елена Муковозова

Новости Эстонии

15 февраля состоялся семинар «Х-фреш 2012. Эстония». Он впервые прошел в конгрессном центре «ПетроКонгресс» и поэтому с некоторыми эстонскими новостями представители петербургского турбизнеса и СМИ познакомились в инновационном формате: между Северной столицей и Таллином был установлен видеомост.

В числе самых важных новостей – такие. К дню рождения города на Неве компания GoRail возобновит железнодорожное сообщение между Петербургом и Таллином. Поезд будет ходить ежедневно, время в пути составит 6 ч, но если пограничный и таможенный контроль станут проводиться во время движения поезда, то



оно сократится до пяти. Расписание и цена билета пока не называются, но, по мнению руководства компании, маршрут будет популярен, несмотря на конкуренцию – сейчас два города связывают автобусное, паромное и авиасообщение.

К слову, авиакомпания Estonian Air, которая в прошлом году перевезла более 678 тыс. пассажиров (+16,4 % по сравнению с 2010 г.), с 25 марта увеличивает число рейсов между Петербургом и Таллином до 19 в неделю и предлагает удобные стыковки по новым направлениям: Хельсинки, Ганновер, Вена, Венеция, Рига, Тбилиси. Автобусная компания LUX Express, увеличившая в 2011 г.

число своих клиентов на 30 %, открывает новый, четвертый ежедневный рейс Петербург – Тарту, а в автобусах класса Lounge на спинках кресел появляются сенсорные интернет-экраны.

Несмотря на то что Таллин передал титул культурной столицы словенскому Марибору и португальскому Гимарайншу, культурная жизнь в городе по-прежнему бьет ключом. 3 января здесь открылся Музей банка Эстонии, 4 апреля примет первых гостей обновленная телебашня, 12 мая откроется Летная гавань – Леннусадам, а летом впервые пройдет фестиваль «Таллин зовет в гости». С Tallinn Card можно будет совершить новые экскурсии: фототур АТКО и исторический тур на шхуне, а также однодневные поездки на остров Прангли и в Матсалуский заповедник.

Этот год пройдет в Эстонии под эгидой сельского, экологического туризма. Компания «360 градусов» представила на семинаре новые программы активного отдыха, а охотничий дом «Трофеи» – зимние и летние пакеты.

По данным Департамента статистики Эстонии, в 2011 г. в гостиницах страны остановились 1 807 919 иностранных туристов (+15,6 % по сравнению с 2010-м), число ночевоч увеличилось на 17 % и составило 3 748 865. Гостей из России стало больше на 43 % (545 144 человека), а число ночевоч достигло 475 905 (+44 %). В генеральном консульстве Эстонии в Петербурге было принято 45 814 визовых ходатайств (60 % – многократные визы), что на 11 % больше по сравнению с 2010 г.

Екатерина Губанова

Британия делает ставку на российский рынок

26 января в рамках ежегодного мероприятия Destination Britain Russia Северную столицу посетила британская делегация в составе 59 специалистов. Представители туркомпаний, отелей, магазинов, индустрии развлечений познакомили петербургских коллег с новинками британского туристического рынка.



В 2012 г. в целях увеличения турпотока Великобритания делает ставку на два главных события – 60-летний юбилей правления королевы Елизаветы II и Олимпийские игры. Для наших соотечественников упрощается процедура получения визы: россияне, намеревающиеся посетить Олимпийские игры, могут подать документы на визу за полгода до поездки.

По данным VisitBritain, в 2010 г.

страну посетило 170 тыс. российских туристов, а за три квартала 2011-го – более 200 тыс. При этом 33 % гостей из России – бизнесмены, 39 % – туристы, а 16 % россиян навещали друзей и родственников. Более 80 % наших соотечественников интересуются историей и культурой Великобритании, более 40 % любят посещать пабы, более 50 % занимаются шопингом.

Тем не менее, в 2010 г. всего 1 % заграничных поездок россиян пришелся на долю Великобритании. Как отметила руководитель торговой миссии, директор по стратегии и коммуникациям VisitBritain Патрисия Йейтс, «несмотря на то, что российский рынок очень динамичный и развивается высокими темпами, Великобритании нужно провести колоссальную работу, чтобы привлечь как можно больше российских туристов».

Елена Попова



HELIO PARK
HOTELS & RESORTS
Kaiserhof

Отель «Гелиопарк Кайзерхоф» расположен в самом сердце Калининграда, в комплексе «Рыбная деревня». Это современная гостиница с прекрасным видом на реку Преголя. Отель открыл свои двери в 2008 г. и сегодня имеет безупречную репутацию в сфере гостиничного бизнеса. Невозможно не отметить изысканный европейский стиль HELIOPARK Kaiserhof. Здание отеля и его внутренний интерьер говорят о том, что здесь умеют ценить лучшие европейские традиции.

К услугам гостей 117 гостиничных номеров, среди которых: президентский люкс, де люкс, бизнес-люкс, панорамный люкс, а также стандартные одноместные и двухместные. В отеле представлены номера для гостей с ограниченными возможностями.

В отеле представлены уникальные возможности для проведения конференций, семинаров, переговоров и фешиенебельных торжеств на высочайшем уровне. Наша инфраструктура полностью готова к проведению деловых мероприятий представительского класса.

Отель HELIOPARK Kaiserhof располагает удобными конференц-залами различной конфигурации, банкетными залами и комнатами для переговоров, в которых вы сможете организовать мероприятия любого масштаба.

Элегантный ресторан Hofburg в стиле замка рыцарских времен расположен в высоком атриуме отеля и способствует созданию приподнятого и слегка волнующего настроения, погружению в атмосферу таинственного величия и романтической мечты. Также в отеле есть двухуровневый лобби-бар, Space Bar, SPA-бары.

Гордость отеля – современный SPA-центр площадью 2000 кв. м, предлагающий постояльцам и посетителям широкий спектр оздоровительных услуг. Для всех гостей отеля действует специальное предложение: бесплатное пользование аквазоной с банями и фитнес-студией в комплексе HELIO-SPA.

Если Вы хотите подарить себе незабываемые выходные или продлить деловой визит и провести в Калининграде еще несколько дней, у Вас есть прекрасная возможность насладиться отдыхом на выгодных условиях: с пятницы до понедельника действует тариф выходного дня.

236039, Калининград,
ул. Октябрьская, д. 6А
Тел.: +7 (4012) 592-222,
факс: +7 (4012) 592-333
reception@kaiserhof.heliopark.ru
www.heliopark.ru

Ленобласть Финляндии не конкурент. Пока...



Пропаганда туристического потенциала региона – одна из актуальных тем. Она стала предметом обсуждения на конференции «Пропаганда привлекательности туристического потенциала Ленинградской области и формы его государственной и муниципальной поддержки», организованной 6 февраля Комитетом по физической культуре, спорту и туризму Ленинградской области. Представители Староладожского музея-заповедника, Лужского, Выборгского и Гатчинского районов рассказали о новых возможностях привлечения туристов и инвесторов в Ленинградскую область. Итоги дискуссии в беседе с корреспондентом «ТБ» подвела генеральный директор ООО «ТурЭкспертСервис Северо-Запад» Юлия Львовна Рыбакова.



— Ленинградская область ежегодно принимает около 2 млн туристов и по этому показателю занимает второе место на Северо-Западе. В целом Северо-Западный регион принимает около 11 млн гостей в год. Не имея пляжного ресурса, который во всем мире считается самым привлекательным для путешественников, Северо-Западный регион по объему въездного турпотока успешно конкурирует с Краснодарским краем, куда ежегодно приезжает 12–13 млн туристов. Так что, с учетом наших климатических условий, это очень неплохой результат — и для Ленобласти, и для региона. Но к сожалению, и это отмечают все эксперты, по финансированию туристической отрасли Ленинградская область находится не на первых позициях в регионе — по сравнению, скажем, с Вологодской областью, выделившей на развитие туризма в 2011 г. 50 млн руб., Республикой Коми, определившей на эти цели 80 млн, или Петербургом, потратившим в прошлом году 90 млн. А конкуренция при этом нарастает.

— И какой регион Вы считаете главным конкурентом Ленинградской области?

— Говорить о конкурентах достаточно сложно, так как специальные исследования на эту тему не проводились, но я думаю, что для жителей Петербурга конкурентом Ленобласти однозначно является Финляндия, для жителей Москвы — Республика Карелия. В качестве конкурентов стоит отметить и крупные города Северо-Запада, в первую очередь Великий Новгород. Но я бы сосредоточила маркетинговые усилия на Финляндии, все заметнее перетягивающей к себе турпоток петербуржцев (за прошлый год в генеральном консульстве Финляндии в Петербурге рассмотрели свыше 900 тыс. визовых заявок, что на 26 % больше, чем в 2010-м).

— Какие проблемы, кроме недостаточного финансирования и конкуренции со стороны Финляндии, Вы отмечаете, проводя маркетинговое исследование области?

— Ленинградская область явно недоста-

точно представлена в Интернете. Между тем за последние десять лет изменился и туризм, и потребитель турпродуктов. Массового туризма, который был развит в советский период, уже нет. На рынок выходит новое, молодое поколение потребителей. Они активно пользуются Интернетом, по-другому покупают, по-другому потребляют, они другого хотят от территории, на которой планируют отдыхать. А в социальных сетях, таких, как vkontakte и facebook, о Ленинградской области практически нет информации. Это положение надо исправлять, но продуманно: во-первых, создать общую систему позиционирования области в Интернете, во-вторых, контролировать информационные каналы, управлять ими. Станет легче работать и бизнесу, и муниципальным органам власти — самостоятельно им сложно создать свои интернет-ресурсы, проще включиться в действующие порталы и сайты.

Я считаю целесообразным провести социологическое исследование приезжающих в Ленобласть, это даст четкое представление о том, что хотят получить гости. В целом молодому поколению интересны высокотехнологичные турпродукты. Поэтому надо не продавать то, что у нас есть, а думать о том, на что сейчас есть спрос, ориентироваться при создании турпродуктов на новые ценности. Мы привыкли, что разработкой турпродуктов занимаются туроператоры. Но сложившаяся ситуация показывает, что туроператоры сегодня не особенно стремятся их создавать. Во многих регионах не туроператоры, а органы власти инициировали создание крупных имиджевых продуктов — в событийном туризме, в культурном, экологическом. Причем органы власти взяли на себя не только создание турпродуктов, но и управление ими. Это новый фактор в развитии туризма.

— По Вашему мнению, какие турпродукты целесообразно развивать в Ленобласти?

— С одной стороны, эксперты считают, что турпродуктов в Ленобласти мало. С другой

стороны, у нас созданы все условия для развития перспективных видов туризма: и культурного, и водного, и сельского, и спортивного. Значит, надо задуматься о каких-то «фишках», интересных дополнениях. Например, о гастрономическом бренде. На территории Ленобласти много производителей хороших натуральных продуктов, которые петербуржцы не могут купить в городе. Почему бы на этой базе не поддержать своих сельхозпроизводителей, не выстроить бизнес? Тем более что уже есть рынки, которые стихийно сложились на мурманском и Выборгском направлениях.

По данным последних исследований, 90 % туристов приезжают в Ленинградскую область на автомобильном транспорте. Из этого следует два вывода. Первый — негативный — заключается в том, что недостаточно развиты остальные виды перемещения. Второй вывод — позитивный: надо делать программу, ориентированную на автомобильный туризм. Если учесть, что для новой федеральной программы развития туризма автомобильный кластер является приоритетным, то перед Ленобластью зажигается «зеленый свет» для развития этого направления и включения соответствующего проекта в федеральную программу.

Сегодня простые схемы увеличения турпотока уже не работают. Вспоминая вопрос губернатора В. П. Сердюкова: «Когда же пойдут автобусы с туристами по всей Ленинградской области?» Вопрос — актуальный. Правильный ответ на него — тогда, когда начнется управление турпотоками, то есть после запуска на территории области межрайонных, межрегиональных маршрутов.

Большие возможности для развития областного туризма, привлечения ресурсов связаны с такими событиями, как 1150-летие российской государственности и проведение Олимпиады. Это хороший повод заявить о себе.

— Юлия Львовна, что требуется для успешного развития туризма в Ленобласти с точки зрения маркетинга и управления?

— С точки зрения маркетинга Ленинградской области нужна единая концепция продвижения территории, базирующаяся на общем туристическом бренде, с учетом разных целевых аудиторий. Нужны конкретные цели и задачи по отношению к конкурентам. Нужна правильная координация работы в сфере событийного туризма. С точки зрения управления — требуется решение проблем ограничения ведомственного подхода к продвижению. К сожалению, мы многое здесь теряем, потому что действуем разнонаправленно: комитет по туризму делает свою работу, турбизнес — свою, промышленность — свою. Нужна межведомственная координация. Без выполнения этой задачи Ленобласть конкурентом Финляндии не станет.

Беседовала Екатерина Губанова



Дед Мороз ждет гостей!

Вологодская область славится не только своими природными красотами и богатой историей. Известна она и великими земляками. А самый знаменитый из вологжан, конечно, Дед Мороз! Поселился он в большом и просторном тереме, в 11 км от города Великий Устюг, что раскинулся в месте слияния рек Сухоны и Юга, в 445 км от областного центра Вологды.

Каждый желающий может приехать к Деду Морозу в любое время года. В своем тронном зале зимний волшебник встречает гостей со всего света. Едут к нему и с радостью, и с печалью. Едут поодиночке и семьями, школьными классами, трудовыми коллективами, туристскими группами.

Для всех в его вотчине найдется что-нибудь интересное. Для маленьких детишек — удивительная Тропа Сказок, по которой их проведут знакомые сказочные персонажи. Для тех, кто постарше, в хозяйстве Деда Мороза есть своя пасека, зоопарк и зимний сад, площадки для игр и развлечений, ледяные фигуры, различные аттракционы. Трудно удержаться, чтобы зимой не скатиться с огромной 30-метровой горы или летом не совершить стремительное плавание на водном скутере.

Скульптурные композиции сказочных героев и все основные объекты в вечернее время преобразуются в лучах разноцветной подсветки. Для желающих погостить во владениях волшебника есть гостиница и комфортабельные коттеджи. К услугам гостей — кафе и большой парк развлечений «Двенадцать месяцев».

Поток посетителей на родину Деда Мороза увеличивается с каждым годом. Так, в 1997 г. зимнего волшебника посетило около тысячи детей и взрослых, в 2000-м — около 30 тысяч, а в 2011 г. во владениях Деда Мороза побывало более 151 тысячи гостей.

За годы существования проекта «Великий Устюг — родина Деда Мороза» (с 1998 г.) в его адрес поступило более 2,2 млн писем от детей и взрослых из всех регионов России и 15 зарубежных стран (примерно 200 тысяч писем в год). Авторы писем делятся самыми сокровенными тайнами и просят у Деда Мороза совета. На все письма помощники Деда Мороза стараются ответить.

При необходимости, по отработанной и согласованной схеме, письмо направляется в социальные службы субъектов Российской Федерации для принятия экстренных мер на местах. В 2011 г. прямую социальную помощь благодаря проекту получили не менее 400 юных жителей страны, в том числе дети

Вологодской области. Развиваются новая почтовая услуга «Подарок от Деда Мороза» и система электронной переписки с Дедом Морозом, через которую проходит почти четверть всей корреспонденции. В течение ряда лет в школах области по инициативе учителей из Великого Устюга проводится урок «Напиши письмо Деду Морозу».

В рамках «Детской Академии Деда Мороза» реализуются специальные образовательные программы. Ежегодно на базе детских оздоровительных лагерей «Легенда» (Вологодский район) и «Дружба» (Великоустюгский район) проводятся тематические смены.

Важное направление проекта касается развития физической культуры и спорта. Ежегодно в дни школьных каникул проводятся межрегиональные юношеские турниры по волейболу, мини-футболу, лыжному марафону на приз Деда Мороза. В Доме Деда Мороза открыта Спортивная комната, посвященная здоровому образу жизни и спортивным достижениям зимнего волшебника.

Ежегодно 18 ноября в Великом Устюге проходит большое торжество — «День рождения Деда Мороза». На праздник съезжаются зимние сказочные персонажи, говорящие на разных языках: Санта-Клаус (Финляндия), Томтэ (Швеция), Вайнахтсман (Германия), Миклаш (Словакия), Белорусский Дед Мороз, Святой Николай (Украина), Чысхаан (Республика Саха (Якутия), Пакайне (Карелия), Снеговик (Архангельск), Ямал Ири (Ямало-Ненецкий автономный округ), Снегурочка (Кострома) и многие другие. Главные гости праздника — это дети из разных регионов России и зарубежных стран, прибывающие в Великий Устюг специальным туристским поездом и автотранспортом. Кульминацией праздника является зажжение волшебником огня на первой в России новогодней елке, установленной на главной городской площади Великого Устюга.

По завершении праздничных мероприятий у себя на родине Дед Мороз отправляется в большое Новогоднее путешествие по городам России, странам ближнего и дальнего зарубежья. Визит зимнего волшебника в каждый город наполнен общением с ши-

рокой детской аудиторией, основной смысл которого — дарить радость людям. С этой важной миссией Дед Мороз посетил много стран мира и даже Антарктиду. В этом году он планирует побывать на Северном полюсе.

Ежегодно проводится акция «Космическое послание Деда Мороза». Впервые она состоялась в 2005 г. при поддержке Центра управления полетами им. Ю. А. Гагарина в городе Королёве и с одобрения Американского национального агентства по аэронавтике (НАСА). Тогда Дед Мороз принял участие в запуске космического аппарата, на котором находилась капсула с детскими посланиями миру, передал подарки и по линии прямой связи поздравил с Новым годом российского поздравления Дедом Морозом космонавтов МКС в ходе сеансов прямой связи. Сам зимний волшебник дружит со многими российскими космонавтами и с успехом пользуется навигационной системой ГЛОНАСС во время своих путешествий.

Попасть на родину Деда Мороза в город Великий Устюг совсем не сложно. Достаточно просто купить билет, сесть в поезд или на самолет, можно воспользоваться автомобильным транспортом.

Благодаря своей древней и богатой истории, необычайно привлекательному величавому облику, красоте ландшафта и живописной природе город Великий Устюг Вологодской области стал родиной главного зимнего волшебника нашей страны. Ряд церквей и храмов города совершенно уникальны, не имеют аналогов в России, например: Троице-Гледенский монастырь с его особенным иконостасом (основан в XII в.), Михайло-Архангельский монастырь, храмы Соборного двора XVII в., невысокие старинные особняки — архитектурные памятники гражданского зодчества. Много веков этот древний русский северный город удивляет самобытностью художественных промыслов, в том числе редчайшими из них — серебряно-черневыми изделиями всемирно известного завода «Северная чернь», сохранившимся народным промыслом XVIII в. — шемогодской резьбой по бересте.

Приезжайте! Город-сказка ждет Вас!



Департамент международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области. Управление туризма

г. Вологда, ул. Герцена, 27
Тел./факс +7 (8172) 72-84-43
Факс +7 (8172) 72-27-90

vologdatour@yandex.ru
www.vologdatourinfo.ru



Порог ответственности, или Почему на российском рынке нет полиса от банкротства



Евгений Дубенский,
заместитель генерального
директора – директор Северо-
Западной дирекции ОАО СК «Альянс»,
президент Союза страховщиков
Санкт-Петербурга и Северо-Запада



Гаянэ Календжян,
директор департамента
страхования
путешественников
СО «Помощь»



Андрей Свистунов,
директор филиала
ОАО СК «Цюрих»
в Санкт-Петербурге



Елена Емельчикова,
начальник управления
развития
партнерских продаж
ООО «Авант-
Страхование»



Ольга Замаруева,
директор департамента
страхования
выежающих за рубеж
ОАО «КИТ Финанс
Страхование»

Туристический рынок в начале года потрясли два события: крушение круизного лайнера «Коста Конкордия» и банкротство крупного российского туроператора «Ланта-тур вояж». В первом случае потерпевшими считаются 110 российских туристов, во втором – около 8 тыс. россиян. И если в первом случае удалось в досудебном порядке решить вопросы возмещения рисков, так как произошедшее на лайнере относится к сфере действия итальянского права, то в случае с «Ланта-тур» все значительно сложнее.

На рынке российского туристического бизнеса стало тенденцией регулярное банкротство туроператоров. В прошлом году с рынка туризма ушли, обанкротившись, 6 компаний, причем 3 из них в декабре, накануне Нового года. Такие данные приводит РСТ. В этом году первой потерпела финансовое крушение «Ланта-тур вояж». Помочь застрававшим за границей туристам и оплатить долги компании удалось только благодаря вмешательству премьер-министра. Но так везет не каждой компании. Эксперты признают, что рынок туризма в России нестабилен и непрозрачен.

Конкуренция на этом рынке сложная, царствует демпинг. Он, по признанию экспертов РСТ, нагнетается операторами, пытающимися получить большую долю рынка. Эти компании снижают цены, остальные же вынуждены следовать за ними, иначе туристы обойдут их стороной. Демпинг порождает другую проблему – компании остаются без оборотных средств, работая в убыток. По разным оценкам, на рынке 40–45 % турпродуктов продаются ниже себестоимости, а с прибылью – 10–15 %. Значит, банкротства будут продолжаться?

Слишком много игроков

По статистике, в России сегодня действуют 26 тыс. турфирм, в Москве, например, их около 12 тыс., на порядок меньше – в Петербурге. При этом ежедневно появляется до 30 новых компаний и примерно столько же бесследно исчезает. По мнению независимого эксперта туристического рынка Дмитрия Мачихина, которое он озвучил на круглом столе, организованном агентством Shadursky Promotion со-

вместно с НП «СИАЦ», одна из причин такой нестабильности связана с тем, что на рынке много непрофессиональных игроков, которые открыли туристический бизнес, не имея о нем никакого представления.

«Сегодня открыты туристический бизнес – не проблема. Необходимо иметь 20 млн руб. На что они идут: на аренду помещения, заработную плату персоналу, рекламную кампанию. После этого деньги кончаются. Чтобы продавать туры и привлекать внимание, компании начинают сбрасывать цены, чем создают нездоровую ситуацию на рынке – при низкой рентабельности бизнеса наличие скидок загоняет туроператоров и турагентов в долговую яму. Сейчас необходимо на законодательном уровне отсеять непрофессионалов, которые демпингуют и не дают работать более-менее успешным компаниям».

Действительно, рентабельность турбизнеса оценивается экспертами в 1,5–2 %. То есть при обороте в 30–40 млн руб. предприятие может принести прибыль в 100–300 тыс. руб. Но добиться даже таких показателей удается немногим, большая часть компаний убыточна, поэтому им приходится брать кредиты, из которых практически невозможно выбраться в дальнейшем. Получается, что туристический бизнес – это в некотором роде финансовая пирамида, которая может рухнуть в любой момент.

Рискует все

С кредитами работает большинство компаний на туристическом рынке. Низкая рентабельность бизнеса приводит к тому, что оборотных средств у многих компаний практически нет. Деньги новых клиентов идут на оплату уже предоставленных услуг другим туристам за прошлый период (оплату отелей, авиаперелета, трансфера и др.). В определенный момент деньги заканчиваются, долги остаются, а туроператор спешит за новым кредитом. Но банк может и отказать. Что и произошло в случае с «Ланта-тур».

Но ситуация с компанией «Ланта-тур» оказалась не совсем патовой. С кредитом на покрытие долга помог ВТБ по распоряжению премьер-министра. Кроме того, туроператор застраховал свою финансовую ответственность в Ингосстрахе на 100 млн руб. Это – высокий порог ответственности, большинство игроков на рынке довольствуются страховой суммой в 30 млн руб. Другое дело, что и 100 млн руб. может не хватить на возмещение рисков 8 тыс. туристам, пострадавшим от «Ланты».

Кроме того, финансовые гарантии от Ингосстраха не распространяются на тех туристов, кто покупал через «Ланту» только авиабилеты, а не полный турпакет. Иное дело с возмещением рисков туристам с «Коста Конкордии». Владелец лайнера – компания Costa Cruises в досудебном порядке приняла решение выплатить компенсации туристам, находившимся на «Конкордии» в момент крушения, по 11 тыс. евро в среднем. Возмещение морального вреда им предложено взыскать с компании через суд. Кроме того, туристы могут получить компенсации по тем рискам, которые были застрахованы ими перед поездкой. Однако и в этом случае никто не возместит стоимости потерянных видеокамер, дорогих фотоаппаратов, ноутбуков, ювелирных украшений, оставшихся в каютах «Конкордии».

Бизнес без гарантии

Проблема страхования рисков на туристическом рынке сейчас стоит очень остро. Финансовые обязательства туроператоров при входе на рынок очень низкие. Компании не обязаны их увеличивать с течением времени.

По мнению директора по развитию онлайн-турагентства Onlinetours.ru Дмитрия Литвинова, с туристическим рынком России нужно поступить так же, как и со страхованием: поднять минимальную сумму уставного капитала.

«Как было в страховании? После того, как минимальный уставный капитал был поднят до 60 млн руб., мелкие компании начали объединяться или уходить с рынка, – отметил Д. Литвинов. – Таким образом, регулятор добьется того, что на рынке останутся компании, которые могут выполнять свои обязательства перед клиентами. Подобную систему необходимо ввести и на туристском рынке».

Финансовые обязательства должны быть адекватны тем денежным потокам, которые проходят через компанию, – такого мнения придерживаются многие эксперты. Если бы изначально фингарантии были «привязаны» к денежному обороту компании, то сейчас не пришлось бы премьер-министру страны лично заботиться о выделении для «Ланта-тур» кредита через ВТБ. Но обязать туроператора поступать таким образом можно только на законодательном уровне.

Кстати, недавно на одном из совещаний в РСТ вице-президент союза Юрий Барзыкин предложил ввести обязательное страхование для каждого конкретного тура. В этом случае турист сможет получить обратно деньги за оплаченный тур в полном объеме. Проблема – не такая простая, однако ее обсуждают в среде турбизнеса.

Другой вариант решения проблемы предложил Дмитрий Литвинов на круглом столе в агентстве Shadursky Promotion. «Сейчас турист де-факто взаимодействует с агентством, а если происходит ЧП, то де-юре должен взыскивать деньги с туроператора. Если бы турагентства

брали на себя решение проблем в случае форс-мажора за счет страхования, то это было бы гораздо удобнее всем. Потом свои средства турагент получил бы по регрессивному иску от туроператора. И тому проще взаимодействовать с несколькими турагентствами, чем с потоком клиентов», – считает эксперт.

Сегодня туристы могут надеяться только на ответственность туроператора, который самостоятельно выбирает страховщика. Застраховаться самостоятельно от банкротства компании российские туристы не могут. Как правило, риск банкротства туроператора везде является исключением. Такого продукта на рынке страхования нет. За границей такой опыт есть. А нашим туристам в случае ЧП приходится вставать в очередь за выплатой...

Вопросы по существу

Для того чтобы навести порядок на рынке, считают эксперты, необходимо выполнить несколько условий. Первое – изменить условия выхода на туристический рынок новых компаний: увеличить минимальный порог финансовых обязательств компаний, чтобы отсеять фирмы-однодневки. Второе – ввести новые страховые гарантии не только для туроператоров, но и для турагентов. Как относятся к этим предложениям представители страхового бизнеса, обязанные страховать финансовую ответственность туроператоров? Чтобы выяснить это, мы задали им несколько вопросов:

1. Не пора ли вводить обязательное страхование туров (как было предусмотрено на «Конкордии» иностранным страховщиком) и на российском рынке?

2. Что, на Ваш взгляд, следует изменить в российском законодательстве в части страхования ответственности туроператоров, чтобы не возникало ситуаций, подобных той, в которой оказалась «Ланта-тур»?

3. Как Вы относитесь к предложению независимых экспертов ввести страхование ответственности не только для туроператоров, но и для турагентов? Поможет ли эта мера навести порядок на туристическом рынке РФ?

4. Ваш прогноз: какие изменения могут произойти в 2012 г. на рынке страхования выезжающих за рубеж?

Нужны независимый аудит и СРО

ЕВГЕНИЙ ДУБЕНСКИЙ, заместитель генерального директора – директор Северо-Западной дирекции ОАО СК «Альянс» (товарный →

ZURICH

Неожиданными будут впечатления, а не расходы!

Страхование путешественников

Мы рядом, чтобы помочь!
8 (800) 700 77 07
www.zurich.ru

ООО СК «Цюрих». Лицензия ФССН с № 1083 77.

Указанные сведения представлены для информационных целей, не являются публичной офертой в соответствии с п. 2 ст. 437 Гражданского Кодекса РФ и действительны по состоянию на 20.02.2012 года. Для получения подробной информации, пожалуйста, обращайтесь к представителям ООО СК «Цюрих».

СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТУРОПЕРАТОРОВ

АДВАНТ
СТРАХОВАНИЕ

СПб, Саперный пер., д.24
тел.: (812)702 60 02
факс: (812)702 60 01
www.advant-insur.ru



→ **знак – РОСНО), президент Союза страховщиков Санкт-Петербурга и Северо-Запада:**

1. Страховать каждый тур по отдельности теоретически можно в добровольном порядке, по желанию туриста, однако практически реализовать это сложно. При этом принятие такой меры будет стоить путешественнику до 3–5 % от стоимости тура. В обязательном порядке такое страхование вводить нельзя в силу требований ГК РФ.

Размер финансовых гарантий для крупных туроператоров должен учитывать максимальный объем обязательств на дату (считать как оборот/число проданных путевок, умноженное на среднюю стоимость тура за 2 месяца или квартал, исходя из средней глубины продаж). При установлении схемы расчета достаточного размера финансового обеспечения необходимо учесть мнение профобъединений туроператоров.

Важным условием повышения ответственности туроператоров является введение регрессного права для страховщиков в случае, если туроператор не исполнил свои обязательства перед туристом в результате умышленных действий.

2. На мой взгляд, меры, которые помогут обезопасить туристов от возможных банкротств туроператоров, — это усиление контроля за деятельностью туроператоров, введение обязательного аудита, создание СРО с компенсационным фондом, увеличение уставного капитала при регистрации турфирм.

3. Думаю, данная мера вряд ли поможет урегулировать ситуацию с банкротствами туроператоров.

4. Возможно, будут повышены лимиты ответственности (страховые суммы) для туроператоров, но в целом вопросы регулирования рынка туристских услуг — это вопрос законодателей. Страховщики, в свою очередь, при заключении договора с туроператором должны не демпинговать, а делать полную предстраховую оценку риска и давать адекватный тариф. Сейчас же получается, что многие туроператоры банкротятся, исчезают с рынка, а страховые компании при этом продолжают снижать цены в борьбе за клиента. В результате работы таких безответственных страховщиков, которые в дальнейшем банкротятся сами, падает «тень» на весь страховой рынок, пропадает доверие к страховщикам. Поэтому необходимо не только устанавливать стандартные правила страхования, но и регулировать тарифную политику страховщиков.

ГАЯНЭ КАЛЕНДЖАН, директор департамента страхования путешественников СО «Помощь»:

1. На мой взгляд, сегодня к этому не готовы ни туроператоры, ни страховщики, так как это требует внесения существенных изменений в закон, серьезных вложений в техническое оснащение для туроператоров и страховщиков, хотя бы для того, чтобы отслеживать в режиме on-line продажу путевок и страховых полисов.

Наверное, в будущем к этому стремиться надо. Сейчас лучше заняться доработкой действующего Закона о туризме и, как следствие, Правилами страхования на основе опыта, который накопился у туроператоров и страховщиков за четыре года действия закона. Там будет и так достаточно работы, так как есть противоречие в Законе о туризме и нормах ГК РФ: и нечеткость формулировок целого ряда определений и понятий, и порядок выплаты страхового возмещения, и другое.

2. Я всегда была сторонницей привязки страховой суммы к оборотам туроператора. Безусловно, это не даст 100 % гарантии туристам в случае банкротства туроператора. Сейчас изначально заложена заниженная страховая сумма, так как согласно закону туроператор, у

которого оборотные средства составляют до 100 млн руб., оформляет финансовые гарантии на 30 млн руб. и т. д.

Особенно это актуально в отношении крупных туроператоров, у которых сотни миллионов — оборотные средства, а максимальная страховая сумма — только 100 млн руб. Сейчас как раз в этой части внесены предложения по увеличению страховой суммы для крупных туроператоров.

3. К этому предложению отношусь положительно. Но, не изменив действующего Закона о туризме, введя в качестве субъекта страхования турагента, сделать это невозможно.

АНДРЕЙ СВИСТУНОВ, директор филиала ООО СК «Цюрих» в Санкт-Петербурге:

1. Не считаю, что нужно вводить обязательное страхование туров. Стоит сделать акцент на том, что не совсем правильно возлагать ответственность только лишь на страховщиков. Туроператор, в свою очередь, должен обладать определенными финансовыми возможностями и при случае иметь необходимые ресурсы для того, чтобы покрыть возникшие долги перед своими клиентами.

2. На мой взгляд, идти по пути увеличения страховой суммы неправильно. К сожалению, очень многие туроператоры воспринимают данное страхование как дополнительный налог, не анализируя его и не вдаваясь в подробности действия данного покрытия. Однако для туроператоров есть и другой подход к страхованию своей ответственности. Очень часто при обращениях туристов в случае неисполнения туроператором договора о реализации туристского продукта туроператоры отправляют туристов напрямую к страховщикам, поскольку считают, что финансовое обеспечение в виде договора страхования — это безусловный механизм, предусматривающий выплату возмещения туристам в любом случае даже без участия самого туроператора.

Считаю, правильной было бы увеличить уставный капитал при регистрации туристических фирм.

3. Однозначно, что для всех субъектов турбизнеса нужны определенные установленные правила. Они обязательно должны совершенствоваться и должны быть доработаны законодательством. Что касается «Цюриха», то мы работаем и с агентами, и с операторами, а последними особенно активно сотрудничаем в регионах.

ЕЛЕНА ЕМЕЛЬЧИКОВА, начальник управления развития партнерских продаж ООО «Авант-Страхование»:

1. Страхование каждой турпутевки обсуждалось еще при введении финансовых гарантий, но эта мера не получила реализации. Сегодня считаю это предложение актуальным, если ориентироваться на аналог данного продукта иностранных страховщиков, реализуя его с учетом специфики российского турбизнеса. Для введения этой нормы необходимо тщательно проработать вопросы, связанные с регистрационным учетом туристской путевки, и другие сопряженные вопросы.

2. На мой взгляд, финансовые гарантии для туроператоров необходимо дифференцировать, исходя из годового оборота компании плюс 5–10 % от общего оборота и установлением минимального размера финансовых гарантий. Введение СРО в турбизнесе считаю своевременным. Только комплексный подход в решении этого вопроса повысит надежность туроператоров.

3. Считаю, что введение страхования ответственности турагентов сегодня преждевременно. Необходимо определиться с деятельностью туроператоров и их ответственностью.

4. В конце 2011-го началась активная работа по исполнению поручения Правительства РФ по вопросу медицинского страхования российских граждан, выезжающих за рубеж. Вероятнее всего, в наступившем году будут разработаны и введены типовые стандарты по страхованию российских граждан, выезжающих за рубеж.

ОЛЬГА ЗАМАРУЕВА, директор департамента страхования выезжающих за рубеж ОАО «КИТ Финанс Страхование»:

1. Надо вводить обязательное страхование хотя бы наиболее часто встречающихся расходов при выезде за рубеж. От страхования на добровольной основе клиенты отказываются, несмотря на довольно низкие цены на страховую защиту.

2. Наверное, создание СРО в туризме с определенным мобильным фондом могло бы облегчить участь туристов, находящихся за рубежом в качестве заложников за долги туроператора. Тогда не пришлось бы вмешиваться первым лицам государства в урегулирование проблем.

Что касается самой фирмы «Ланта-тур вояж», то проблема исключительно в менеджменте. На заемные средства живет весь бизнес выше среднего.

3. У туроператоров страхуется договорная ответственность. Все обязательства перед туристом по туру застрахованы в договоре туроператор — страховая компания. Ответственность турагента — это довести правильную информацию о туре, вовремя собрать документы, оформить договор с туристом с предоставлением платежных документов при оплате тура, перечислить деньги туроператору. Здесь можно говорить о профессиональной ответственности менеджера турагента.

На мой взгляд, «страхование ответственности турагентов» требует серьезных изменений в законодательстве. При отсутствии профессиональных требований к турагенту никто страховать его ответственность не будет.

Чтобы навести порядок на рынке, должна быть, прежде всего, прозрачность бизнеса и ответственность первых лиц туроператора/турагента перед законом.

4. Будут определены стандарты в страховании при выезде за рубеж. Будет корректироваться законодательная база. Надеюсь, что участвовавшие громкие уходы с рынка крупных туроператоров заставят некоторых страховщиков изменить подход к тарификации рисков и демпинг наконец-то прекратится.

Резюме

История с «Ланта-тур вояж», безусловно, скажется на репутации российского туристического рынка. Специалисты считают, что увеличится число самостоятельных бронирований туров. Одновременно может сократиться число ранних бронирований поездок.

В Российском союзе туриндустрии массового обвала рынка не прогнозируют, но банкротства компаний возможны — этого тоже не отрицают.

Главная задача для государства на законодательном уровне — организовать прозрачность работы туристического рынка: ввести туроператорам финансовую планку для входа на туристический рынок, обеспечить создание гарантийного фонда подобно фонду компенсационных выплат РСА или Агентства страхования вкладов в банковском секторе и гарантировать финансовую защиту туриста путем страхования его отдыха на всех этапах от покупки путевки до возвращения домой, — считает Константин Байков, генеральный директор Страхового информационно-аналитического центра (СИАЦ). Ушедших по-английски станет меньше. Кроме того, возможно, не будет лишним ввести список аккредитованных страховых компаний, которые будут заниматься непосредственно страхованием туристического рынка.

На фоне ситуации с «Ланта-тур вояж» премьер-министр РФ Владимир Путин предложил создать «саморегулируемую организацию, которая взяла бы на себя часть проблем, которые возникают в подобных случаях». А Совет Федерации готовит поправки в законодательство, усиливающие ответственность турфирм.

Если этого не случится, то в положении «Ланта-тур вояж» могут оказаться многие пока еще внешне стабильные компании. ❖

Елена Муковазова

Мнения

— **На что могут рассчитывать российские туристы с Costa Concordia?**

Ольга Замаруева, «КИТ Финанс Страхование»:

— Если принимать в расчет страховую защиту, которую приобрели туристы до поездки самостоятельно, то можно рассчитывать на возмещение:

- 1) медицинских расходов, если таковые были;
- 2) стоимости багажа/фиксированной суммы за утрату багажа (крайне редко покупают страховку с этим риском);
- 3) расходов на поездку, если она еще должна была состояться на Costa Concordia, если был застрахован риск «невозможности совершения поездки».

Российским туристам «повезло», что лайнер принадлежал зарубежной компании Costa Cruises. Компания в досудебном порядке собирается компенсировать расходы на круиз, в том числе на предстоящие рейсы, авиаперелет пострадавших туристов с Costa Concordia, лимитированно возместить багаж и компенсировать моральный вред.

Елена Емельчикова, ООО «Авант-Страхование»:

— В зависимости от набора рисков в страховом полисе туристы могут рассчитывать на следующие выплаты: по риску «страхование медицинских и медико-транспортных расходов» возмещению подлежат расходы на организацию и оплату необходимой медицинской и медико-транспортной помощи; по риску «страхование от несчастного случая» — компенсация в зависимости от степени тяжести полученной травмы; по риску «страхование багажа» — компенсация утраты багажа в связи с аварией транспортного средства.

В связи с прерыванием поездки туристы могут рассчитывать на компенсацию стоимости тура в связи с неиспользованными днями отдыха в рамках программы страхования «отмена поездки». Все выплаты осуществляются в пределах страховых сумм по отдельно взятому риску.

Компания Costa Cruises уже официально заявила о размерах компенсаций туристам, находившимся на лайнере в момент крушения. Компенсация включает возмещение расходов на круиз, авиабилеты, трансферы, возмещение расходов на борту корабля, компенсацию утраченного багажа и личных вещей, возмещение расходов за лечение, расходов на дорогу домой, моральный ущерб.

Узнайте о системе страхования путешественников Online!

- 18-летний успешный опыт работы
- Один из лидеров Северо-Запада России по страхованию путешественников

Страхование путешественников в КИТ Финанс Страхование:

- Экстренная медицинская помощь через собственную сервисную компанию «КЛАСС-Ассист»
- Уникальные программы с расширенным перечнем рисков (в том числе медпомощь при воздействии солнечной радиации, аллергии и осложнениях по беременности до 24 недель)
- Широкий перечень дополнительных услуг (визит третьего лица в экстренной ситуации, возвращение несовершеннолетних детей и т.д.)
- Круглосуточная диспетчерская служба (7 дней / 24 часа в сутки)
- Отсутствие штрафных санкций при аннулировании полиса
- Оформление договора без ограничения возраста и наличия франшизы
- Гибкая система скидок

Позвоните и получите консультацию по вопросам страхования путешествующих

Санкт-Петербург, Московский проспект, 79, лит. А, тел.: +7 (812) 449-47-58
Москва, Семеновская площадь, 1А, БЦ «Соколиная гора», тел.: +7 (495) 644-45-85

Реклама. КИТ Финанс Страхование (ОАО). Лицензия С № 1675 78.

8-800-100-2-100
www.kitdirect.ru

Туроператор и турагент: есть вопросы

В турбизнесе всегда есть вопросы, но в последнее время в связи с грядущим изменением законодательства их становится все больше. Готовится ко второму чтению проект поправок в Закон «О туристской деятельности в РФ», будут изменения и в Законе «О страховании», касающиеся страхования выезжающих за рубеж. Потому вопросам взаимодействия участников этого рынка было придано важное значение на XXI деловой встрече профессионалов INTOURFEST-2012, состоявшейся в КЦ «ПетроКонгресс» 17 февраля.

Семинар, посвященный вопросам организации работы турагентов и разрешению споров с туроператорами, провели Галина Мазур, директор ООО «Азимут», специализирующегося на консалтинге для турбизнеса, и Гаянэ Календжян, директор департамента страхования путешественников СО «Помощь».

Галина Мазур ответила на наиболее часто встречающиеся в практике работы турагентов вопросы.

— **Турист аннулировал тур, туроператор выставил штраф, который внесенная туристом сумма предоплаты не покрывает. Возможно ли в судебном порядке с туриста взыскать остаток штрафа?**

— В соответствии со статьей 32 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель вправе отказаться от исполнения договора о выполнении работ (услуг) в любое время при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, связанных с исполнением обязательств по данному договору. Расходами турагента в этом случае, при наличии документальных доказательств, является оплата туроператору. Взыскание с туриста дополнительных сумм для погашения штрафов, наложенных на турагента, в судебном порядке бесперспективно.

Вероятнее всего, ситуация сложится иначе — турист не удовлетворится суммой возврата и обратится в суд с требованием о взыскании с турагента денежных средств, оплаченных по договору, в связи с его расторжением. Турагенту придется доказывать размер фактических расходов, понесенных для исполнения обязательств по договору.

Следует учесть, что штрафы туроператоров суды не признают расходом турагента и требуют подтверждения от туроператора, как расходовались деньги туриста, произведена ли оплата отеля, авиа-

билетов, прочих услуг. При отсутствии таких подтверждений суд посчитает расходы турагента по договору недоказанными и взыщет их в пользу туриста.

— **Если договором, заключенным между туроператором и турагентом в Петербурге, предусмотрено рассмотрение спора в Арбитражном суде города Москвы, можно ли с исковым заявлением обращаться в Арбитражный суд Петербурга?**

— Подсудность, установленная в отношении предъявления иска в арбитражный суд, предусмотренная договором, заключенным между сторонами, называется договорной подсудностью. Обязательность соглашения о территориальной подсудности выражается в том, что стороны не могут его изменить в одностороннем порядке. Изменение подсудности допустимо только по соглашению сторон.

Тем не менее, арбитражный суд может передать дело на рассмотрение другого арбитражного суда того же уровня, если обе стороны заявили ходатайство о рассмотрении дела по месту нахождения большинства доказательств. Таким образом, без соглашения об изменении договорной подсудности Арбитражный суд Петербурга определением откажет в рассмотрении спора, возникшего между сторонами.

— **Можно ли предусмотреть договорную подсудность и в договоре, заключенном между турфирмой и туристом?**

— Такое условие в договоре будет нарушать права туриста. Согласно части 1 статьи 16 Закона РФ «О защите прав потребителей» условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законом или иными правовыми актами РФ в области защиты прав потребителей, признаются недействительными.

В силу частей 7 и 10 статьи 29 ГПК РФ и пункта 2 статьи 17 Закона «О защите прав потребителей» иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту жительства или пребывания истца либо по месту заключения или исполнения договора, а также по месту нахождения организации, ее филиала или представительства. ❖

Подготовила Елена Муковозова

Ворота Севера

XI МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА И ТЕХНОЛОГИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

29–31 марта 2012 город Вологда

Основные направления выставки: развитие и продвижение программы внутреннего и въездного туризма Вологодской области и межрегиональных проектов, территорий Северо-Запада и Центрального региона России, возрождение и сохранение исторических территорий, социально-культурного и природного наследия как важнейших туристских ресурсов региона.

В рамках выставки состоятся:

- Совещание по вопросам развития внутреннего и въездного туризма в регионах России
- Круглые столы
- Семинары-практикумы
- Ярмарка профессий
- Презентации туристских возможностей Северо-Запада и Центрального региона для российских и зарубежных туроператоров
- Работа переговорных площадок
- Тематические разделы выставки: Внутренний и въездной туризм Вологодской области, Северо-

Западного и Центрального регионов, зарубежных стран

- Активный и спортивный туризм
- Речные и морские круизы
- Охота и рыбалка
- Гостиничный бизнес, гостевые дома и базы отдыха
- Детский оздоровительный отдых
- Образование в сфере туризма и индустрии гостеприимства
- Информационные технологии в туризме
- Народные художественные промыслы Вологодской области

Департамент международных связей и туризма Вологодской области

Тел.: (8172) 72-84-43, 75-00-61, 72-47-30, 56-54-23
Тел./факс: (8172) 72-27-90
E-mail: vologdatour@yandex.ru
Подробная информация на сайте: www.vologdatourinfo.ru

XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ЯНТУР-2012

Туризм. Спорт. Отдых

12-13-14 АПРЕЛЯ

Выездной и въездной туризм. Санаторно-курортный комплекс Балтийского побережья. Сельский туризм. Детский туризм. Событийный туризм. Сфера развлечений и отдыха. Туристическое снаряжение и спортивные товары. Принадлежности для охоты и рыболовства. Катера и яхты.

КАЛИНИНГРАД

ВЦ "Балтик-Экспо"

Россия, 236006, г. Калининград, ул. Октябрьская, 3а, т./факс: (4012) 36-11-52, 34-10-95 elena@balticfair.kaliningrad.ru

«Мы открыты для сотрудничества!»

Эта фраза — основной принцип работы компании Open Up, головной офис которой находится в замечательном швейцарском городе Берн. Ее история фактически началась уже в XXI в., и, наверное, поэтому Open Up привыкла шагать в ногу со временем. Уверенно развиваясь, но при этом сохраняя приверженность традиционно высокому качеству услуг.

— Головной офис в Берне был открыт в самом конце 2000 г., однако за ним довольно быстро появились и другие, — рассказывает директор представительства Open Up в Петербурге Анна Ярилова. — В том числе и в России: сейчас офисы компании действуют в Москве, Петербурге и Перми. Первоначально, конечно, они создавались для того, чтобы жители нашей страны могли в полной мере познакомиться со Швейцарией. С ее традициями. Культурой. Кухней. Нескончаемыми возможностями для организации отдыха, образования, деловых мероприятий. Однако, после того как она вошла в зону Шенгена, было принято решение не ограничиваться Швейцарией и расширить спектр предложений за счет Германии, Австрии и Франции. А уже затем появились офисы и в таких странах, как Китай и Мексика.

— **Чем обусловлено такое необычное сочетание направлений работы компании: с одной стороны — стабильные «старые» страны Европы, а с другой — явная «экзотика»?**

— Объясняется это довольно просто, — улыбаясь, говорит руководитель петербургского офиса Open Up. — Выбор тех или иных направлений осуществляет основательница компании и ее генеральный директор Татьяна Кох. Например, как-то она побывала в Китае, и эта страна ей настолько понравилась, что было решено начать работу и с ней. На контрасте... Но надо учитывать и тот факт, что число китайцев, желающих путешествовать (в том числе и в Швейцарию), постоянно растет: для компании это очень перспективный рынок. Мексика — совсем «свежее» и поэтому тоже весьма интересное со всех точек зрения направление. Богатая история, малознакомая европейцам культура, кристально чистый океан — веские причины для того, чтобы оно дополнило список уже имеющихся в Open Up. Можно сказать, что компания принципиально не работает с так называемыми массовыми направлениями отдыха. Потому, что мы всегда стараемся предложить что-то необычное, особенное.

— **А каковы другие приоритеты работы Вашей компании?**

— Во-первых, Open Up не работает с индивидуальными туристами — только с агентствами. Во-вторых, мы всегда открыты для сотрудничества и готовы обсуждать с партнерами их условия. Любые интересные идеи, проекты, акции — все это может стать не только предметом для обсуждения, но и реально реализованными делами. Поэтому тесно сотрудничаем с агентствами и делаем все, чтобы они не только знали, но и собственными глазами видели качество наших услуг, организуем для них самые разные туры. А качество действительно высокое: «изюминка» Open Up состоит, например, в том, что все наши гиды находятся на ставке и работают в штате, а компания не пользуется услугами сторонних транспортных фирм, располагая собственным парком автомобилей. Не говоря уже про такой важный нюанс, что все водители и менеджеры в швейцарском офисе, например, говорят по-русски, а «горячая линия» для туристов действует круглосуточно (входящие звонки бесплатны).

— **В настоящее время Open Up располагает уже десятью офисами в разных странах мира. Каково среди них место петербургского?**

— Офис в Берне по-прежнему остается головным и самым большим по штату, а мексиканский — самым молодым. В Петербурге офис появился в 2005 г., и мы работаем с партнерами не только в городе, но и на всем Северо-Западе России, включая Калининград. Сейчас с нами сотрудничают около 500 агентств, но их количество постоянно растет благодаря активной работе по продвижению услуг компании на рынок: стараемся участвовать во всех туристических выставках в Петербурге и регионах, регулярно проводить семинары и т. д. При этом для нас не имеют значения ни величина, ни «возраст» агентств — стараемся найти варианты сотрудничества со всеми, кто этого хочет. При определенных условиях возможно даже получение статуса эксклюзивного представителя нашей компании в том или ином регионе или получение повышенной комиссии — все обсуждается.

— **Компания больше тяготеет к «электронным» продажам?**

— Продажи такого рода занимают большую часть. Конечно, если к нам обращается новый агент, желающий продавать, например, туры в Швейцарию, и просит специально организовать презентацию по ним, мы это делаем, выезжая на место. Но это делается по запросу, поскольку даже той информации, что размещена на нашем сайте, достаточно для организации туров самой разной направленности.

— **Несмотря на наличие новых направлений, Швейцария по-прежнему остается основным?**

— Во всяком случае — одним из ведущих. Потому, что сейчас она предлагает рынку гораздо более разнообразный турпродукт, чем это было раньше. Я начала работать с этой страной еще 12 лет назад одновременно с началом моей карьеры в туризме, и те объемы и ассорти-



мент туров, что были тогда, несравнимы с нынешними. Во многом это связано и с появлением прямого ежедневного рейса из Петербурга в Цюрих авиакомпанией Swiss — только одно это значительно увеличило объемы. Но произошли кардинальные перемены и в структуре туров. Раньше зимние имели подавляющее преимущество, но теперь летний отдых в Швейцарии становится все более популярным. Все большее число россиян предпочитает хайкинг, бесчисленные велосипедные туры или SPA-отдых в Альпах поездкам в страны массового туризма. А поскольку Швейцария постоянно предлагает те или иные новинки — количество людей, ценящих качество и уровень отдыха в этой стране, все время увеличивается.

— **А каков Ваш подход к ценообразованию?**

— В отношении цен действует главный принцип: слишком дешевое качественным быть не может... Поэтому и ценообразование у нас взвешенное, основанное на реальной стоимости той или иной услуги. Во всяком случае, демпинг для нас неприемлем. Подход простой: соотношение цена-качество должно быть оптимальным, и основное внимание следует уделять не вопросу «как сделать тур самым дешевым?», а «как сделать тур интересным, не таким как другие?», но за приемлемые деньги...

— **Планируется ли в Open Up в ближайшее время расширение числа направлений?**

— Мексика у нас появилась совсем недавно: офис в этой стране был открыт в декабре 2011-го. А поскольку в нашей компании принято все делать со швейцарским качеством, в ближайшее время появления других направлений ожидать не стоит. Подход один для всех стран: качество прежде всего. Поэтому и в той же Мексике гиды будут работать в штате и у компании появится собственный транспортный парк. Главная задача — сделать отдых в этой стране по-швейцарски качественным. Так, как это нам удалось по всем предыдущим направлениям деятельности Open Up. ❖

Беседовал Сергей Владимиров

Open up

+7 (812) 712-9230
954-4547
www.openup.ru

Израиль: стоит только захотеть

Израиль давно входит в число излюбленных мест отдыха российских туристов. Впрочем, это неудивительно, ведь в этой небольшой ближневосточной стране есть все, что так любит наш путешественник. Это и невероятно богатая история, и превосходные условия для пляжного отдыха, и развитая инфраструктура оздоровительных возможностей в купе с природными богатствами и, конечно, что немаловажно, – практически родственная связь, ведь в свое время в Израиль иммигрировало огромное число наших соотечественников.



Кстати, последний факт позволяет чувствовать себя в стране очень комфортно: очень многие израильтяне говорят по-русски, остальная же часть свободно изъясняется по-английски. Даже если вам посчастливилось встретить человека, не владеющего этими двумя языками, восточное гостеприимство, свойственное всем без исключения жителям Израиля, поможет вам понять друг друга без малейших проблем.

Туризм приносит в государственную казну немалый доход, а потому власти прилагают максимум усилий как для поддержания и развития существующей инфраструктуры, так и для создания ее новых составляющих. По результатам прошлого года Израиль принял 3,5 млн иностранных туристов. Наибольший интерес уже несколько лет подряд к стране проявляют путешественники из США (они занимают первое место по количеству въездов в Израиль), а также из России (второе место по числу прибытий), демонстрирующие не только постоянное, но и растущее внимание к туристическим возможностям страны.

У самого Красного моря

С Россией Израиль связывают как регулярные, так и чартерные рейсы. Последние, как правило, прибывают в аэропорт Эйлата – курортного города, расположенного на Красном море. Несмотря на то что город этот относительно небольшой – его население составляет чуть более 47 тыс. человек, он занимает второе место в стране по количеству отелей, а по количеству номеров – первое.

В туристическом секторе занято 85 % трудоспособного населения города. Категории гостиниц в Эйлате представлены самые разные – от молодежных хостелов до пятизвездных курортов. Развлечения, предлагаемые инфраструктурой Эйлата, также отличаются разнообразием. Помимо любителей дайвинга и сноубординга (Красное море является одним из лучших мест для занятий этими видами спорта), сюда приезжают и поклонники серфинга, и семьи с детьми, а также увлеченные древней историей туристы. Основной интерес для последней категории путешественников представляет Парк Тимна, расположенный в 25 км от Эйлата на месте знаменитых копей царя Соломона. По сути своей парк является еще и неординарной природной достопримечательностью: это долина, окруженная разноцветными скалами, некоторые из которых взмывают ввысь на 850 метров! Прежде чем войти в парк, посетители знакомятся с историей этого места: смотрят фильм об искусстве выплавки меди во времена царя Соломона. Парк Тимна раскинулся на площади в 15 тыс. акров и предлагает десятки вариантов времяпрепровождения. Это и экскурсии по плавильным лагерям с осмотром главной рукоючной достопримечательности – храма богини Хатхор, и джип-сафари, и водные прогулки на озере Тимна, и трекинг, и катание на верблюдах, и даже дискотеки и караоке-бары. Впрочем, если одного дня вам покажется мало, здесь можно остановиться на ночлег: в парке функционируют кемпинги. Вход в парк стоит 44 шекеля (чуть больше 340 руб.), в стоимость включен не только доступ непосредственно в парк, но и просмотр фильма, а также сувенир на память.

Еще одним представляющим безусловный интерес для туристов местом в Эйлате является морская подводная обсерватория Coral World. Устроена обсерватория так, что большая ее часть находится под водой, и посетители парка имеют возможность наблюдать за жизнью обитателей Красного моря, просто прогуливаясь по коридорам. Есть на территории Coral World и наземная часть. Кроме того, за дополнительную плату можно отправиться на короткую прогулку на настоящей подводной лодке и во всех деталях рассмотреть пучину морскую. Входной билет



обойдется в 89 шекелей, а за дополнительные аттракционы нужно доплачивать.

Холм Весны

Главными воротами Израиля является аэропорт Тель-Авива, носящий имя одного из создателей и первого премьер-министра Израиля Давида Бен-Гуриона. В 2011 г. аэропорт, признанный лучшим на Ближнем Востоке, обслужил более 13 млн пассажиров. Именно здесь приехавшие в Израиль путешественники имеют шанс воочию наблюдать легендарный профессионализм государственной службы безопасности.

Город, название которого можно перевести как «Холм весны», – Тель-Авив является, пожалуй, лучшей отправной точкой для знакомства с Израилем. Этот культурный и финансовый центр страны, экономика которого является второй крупнейшей в Ближневосточном регионе, вместе с тем нельзя назвать стопроцентно израильским: это мегаполис международного уровня. Однако некоторые уроки местного образа жизни Тель-Авив преподать может. Один из них – урок шаббата. По шаббатам (субботам) в Израиле за редким исключением никто не работает. Закрыты рынки и торговые центры, не ходят автобусы (ездят только маршрутки (шеруты) и такси, владельцы которых арабы). К шаббату многие иудеи относятся настолько серьезно, что заканчивают работу, едва садится солнце. Так что, если вдруг таксист не довез вас до нужного места, а припарковался и заглушил двигатель, это значит, что на дворе вечер пятницы,

село солнце и начался шаббат. В гостиницах в эти дни могут не работать лифты и даже кофемашины (это не шутка: в одном из отелей Хайфы, попытавшись приготовить себе кофе на завтрак в шаббат, я не без изумления обнаружил на кофейном автомате объявление, гласившее, что по шаббатам устройство не работает). Впрочем, от удовольствия отказываться все же не придется: многие кафе, рестораны, а главное – пляж открыты всегда.

К слову, о пляжах. В Тель-Авиве их множество: пляжная линия тянется вдоль всего города. Здесь же – средоточие фешенебельных отелей, лучших ресторанов, самых веселых баров и прочая. Несмотря на то что пляжи эти считаются городскими, они очень чистые и располагают всем необходимым для комфортного отдыха – раздевалками, душевыми, туалетами, возможностью арендовать шезлонг и зонтик от солнца, есть здесь и служба спасателей.

Огромное количество в Тель-Авиве и ресторанов, предлагающих кухню всех народов мира. Согласно статистике, город является третьим в мире по числу суши-баров, а Министерство агропромышленности Италии официально присвоило Тель-Авиву звание города с лучшей итальянской кухней за пределами Италии. Нет недостатка и в гостиницах: здесь действует почти полсотни отелей с 6500 номерами самого разного формата, рассчитанных на любой кошелек.

Миру Тель-Авив известен как «Город, который никогда не спит», а по итогам 2011 г. Lonely Planet поставил Тель-Авив на третье место в рейтинге лучших городов планеты, которые стоит посетить. Впрочем, несмотря на прославившую Тель-Авив активную ночную жизнь, здесь есть немало и тихих мест, повествующих о самых древних временах. Яффо, ныне квартал Тель-Авива, некогда был самостоятельным городом. Говорят, будто именно здесь жил ветхозаветный Ной, построивший тот самый ковчег. За свою историю в несколько тысяч лет Яффо впитал в себя культуру и традиции множества наций, а сегодня являет собой пример настоящего музея под открытым небом. Желтые стены домов, сложенные из непрочного больших кирпичей, сплетающиеся в тугие клубки узкие улочки, названные в честь знаков зодиака (найти «свою» улицу –

любимое развлечение туристов), завораживающая тишина и многолюдность придают Яффо полумистический облик. Сегодня этот квартал облюбовали художники всех мастей: у многих дверей можно увидеть необычные картины, скульптуры, фантастического вида инсталляции.



Похожее умиротворение царит и в другом тель-авивском квартале – Неве Цедеке. Его, как и Яффо, облюбовали представители творческих профессий, а сам район отмечен печатью некоторой буржуазности хотя бы потому, что стоимость недвижимости здесь запредельно высока по причине большого спроса при почти полном отсутствии предложений. Ходит слух, что дом здесь хотел приобрести Роман Абрамович. Но не вышло.

Город-легенда

Тель-Авив, кроме всего прочего, является и важнейшим транспортным узлом страны. В Израиле очень развито автобусное сообщение, а небольшие размеры страны позволяют познакомиться со всеми ее красотами за относительно короткий срок: 10 дней пребывания хватит с лихвой. Примерно часовое путешествие на автобусе из Тель-Авива – и вы в столице страны, легендарном Иерусалиме. От автобусного вокзала до стен Старого города, представляющего главный туристический интерес, с недавних пор (а именно – с августа 2011 г.) ходит трамвай. К слову, работа над созданием трамвайного сообщения в Иерусалиме длилась более 10 лет и стала настоящей притчей во языцех. Иначе как «стройкой века» этот проект не называли. Кажется, никто уже не верил в то, что трамвай когда-либо будет пущен. Однако сегодня все сомнения израильтян развеяны: трамвай функционирует. Правда, для этого на главной улице города – Яффо – было закрыто автомобильное движение, и сегодня передвигаться по ней имеют право только трамваи и пе-

шеходы. Это спровоцировало еще одну трудность – альтернативные улицы в час пик теперь буквально загромождены автомобилями, так что передвижение, к примеру, на такси теперь более чем затруднительно и некомфортно.

Впрочем, если отвлечься от бытовых проблем, Иерусалим по праву можно назвать лучшим городом Израиля. Невероятные исторические, культурные и религиозные сокровища, которые хранит Старый город, пленяют, завораживают и не отпускают, да и за крепостной стеной жизнь бьет ключом. Уйма открытых кафе и ресторанов,личные музыканты и фокусники, торговые лавки с истинно израильскими сувенирами – менорами, ермолками, или кипами, серебряными украшениями и прочая... Особый интерес у гостей Иерусалима вызывают правоверные иудеи, одетые по всей строгости религиозных предписаний.

Согласно статистике, Иерусалим является наиболее посещаемым туристами городом: сюда заглядывает более 70 % прибывающих в Израиль путешественников. На втором месте следует Тель-Авив, на третьем – Мертвое море.

Гостиничная инфраструктура тут более чем развита и представлена недорогими хостелами, скромными гест-хаусами, средней руки отелями и фешенебельными гостиницами, некоторые из которых расположены непосредственно в Старом городе либо в шаговой доступности от него.

О достопримечательностях Иерусалима рассказывать можно бесконечно, ведь история каждой из них уходит в глубь веков, а список неперенных к посещениям памятников наверняка известен даже тем, кто в Израиле никогда не был. Педантичные израильтяне, к слову, на этот счет провели социологические исследования и выяснили, какие памятники вызывают у туристов наибольший интерес. На первом месте – Стена плача (77 %), далее следует Еврейский квартал (73 %), храм Гроба Господня (61 %), улица, по которой пролегал последний путь Иисуса Христа, – Виа Доллороза (60 %), и Масличная гора (55 %). Знакомиться с этими и другими достопримечательностями можно как самостоятельно, так и воспользовавшись услугами экскурсовода, предоставленного туроператором или найденного самостоятельно на одной из улиц Иерусалима или Тель-Авива, благо туристических бюро в Израиле достаточно. Кстати, если вам наскучит классический маршрут, его всегда можно разнообразить. К примеру, отправившись на прогулку по крепостным стенам (войдя в город через Яффские ворота, по левую руку буквально сразу вы увидите ступеньки наверх – это и есть нача-

ло маршрута). Еще один аттракцион – вечернее шоу в Цитадели Давида, представляющее собой удивительное действо, разыгрываемое на стенах крепости. Постановка – результат труда французской компании, которая на полную использовала не только свою фантазию, но и достижения научно-технического прогресса. Так, в шоу задействованы 20 прожекторов, 10 видеоплейеров, 10 км кабеля, 14 компьютеров и 14 громкоговорителей. Вход в Цитадель Давида обойдется в 30 шекелей, еще 55 придется заплатить за посещение вечернего шоу, двойной билет (включает в себя вход на территорию крепости и шоу) обойдется в 70 шекелей. Да, и не забудьте захватить с собой теплую одежду: с заходом солнца температура воздуха существенно падает.

Соль и солнце

Помимо ценностей культурного и исторического свойства, Израиль славится и своими природными достопримечательностями, главная среди которых – Мертвое море. Уникальные климатиче-

ские и природные условия привлекают сюда туристов в течение всего года, ведь здесь почти не бывает осадков, а проникающий уровень ультрафиолета намного ниже средних значений для региона. Оздоровительные возможности Мертвого моря трудно переоценить, сюда приезжают как



Мнения

О том, что сегодня предлагает туристическая индустрия Израиля, каковы приоритеты в работе с этим направлением, а также о перспективах его развития с точки зрения как авиаперевозок, так и общеполитической ситуации на Ближнем Востоке и в мире нам рассказали представители турфирм.

Анна Кулик, руководитель департамента «Солвекс-Турне»:

– Несмотря на то что Израиль является довольно популярным туристическим направлением, на наш взгляд, далеко не в полной мере раскрыт потенциал Тель-Авива и Эйлата. Это города на побережье, которые очень любят молодежь: развлечений для этой категории туристов там достаточно. В то же время все более и более популярным становится оздоровительный отдых, все условия для которого созданы в регионе Мертвого моря.

Значительной популярностью пользуется, прежде всего, познавательный туризм, поэтому экскурсионные туры в Израиль наиболее востребованы. И даже туристы, которые едут просто на отдых в Эйлат, на Мертвое или Средиземное море, всегда включают в программу своего пребывания поездки по стране. Растущий спрос наблюдается на комбинированные туры с отдыхом сразу на двух или даже трех морях.

Все регулярные рейсы, связывающие Россию и Израиль, прибывают в аэропорт Тель-Авива, и они, конечно, пользуются заслуженным спросом. Однако этот факт не отменяет необходимости и чартеров. К примеру, мы уже третий год имеем чартерную программу в Эйлат и видим, что она нужна и востребована. Отдых на Красном море как отдельное направление все более популярен, и туристы, которые едут в южный регион Израиля, предпочитают комфортный прямой перелет в аэропорт Овда, расположенный рядом с Эйлатом.

Виктория Кушнаренко, компания Skalt Tours (Израиль):

– Туристическая индустрия Израиля всегда славилась своей развитой инфраструктурой, высококлассным обслуживанием, тщательно продуманной культурной программой и индивидуальным подходом к каждому туристу. На сегодняшний день Израиль может предложить туристам и солнечные пляжи, и красивые коралловые рифы, и возможность увидеть исторические памятники архитектуры. Это страна для человека с абсолютно любыми запросами: будь то экстремальный, лечебный, паломнический, экскурсионный туризм или отдых на лоне природы. При всем этом выделить наиболее популярный вид отдыха в Израиле невозможно.

Израиль – один из самых объемных рынков сезона на фоне снижения спроса на туристические услуги Египта и Туниса. Наверняка можно говорить о том, что Израиль ожидает настоящий туристический бум, а это повлечет развитие других видов туризма (спортивного, агротуризма), а также появление новых маршрутов и программ. Сегодня активно разбираются туры на майские праздники, лечебные программы на Мертвом море, отдых на Красном море.

На увеличение турпотока в Израиль из России и Украины оказала влияние отмена визового режима. Вероятно, в скором будущем будут отменены въездные визы и для граждан Грузии.

Что касается авиаперевозок, то, на наш взгляд, в Израиль – страну, где с каждым годом увеличивается турпоток, должно совершаться максимально большое количество рейсов, как регулярных, так и чартерных.

→ за лечебными, так и за косметическими процедурами. Вдоль побережья устроены пляжи — все, как один, благоустроенные, так что выбрать место для отдыха и оздоровления стоит исходя из других ваших интересов. Так, если вы намерены пройти курс лечения или хорошенько отдохнуть в косметологических кабинетах, то направляться следует в местечко Еин Бокек, — именно там средоточие отелей, в реестре услуг которых главное место отведено оздоровительным процедурам и SPA. В числе функционирующих здесь отелей — Le Merdien David Dead Sea, Holiday



Inn Crowne Plaza, Royal Dead Sea, Isrotel и другие. Если же вам не чужд активный туризм, то непременно стоит заглянуть в Еин Геди — место на берегу Мертвого моря, где, хоть и не так и развита гостиничная инфраструктура оздоровительного типа, зато есть невероятные возможности для трекинга в национальном заповеднике Еин Геди. По сути своей это оазис, растительный и животный мир которого существует благодаря двум ручьям — Давиду и Аруготу — и источнику Еин Геди. Эти водные источники берут начало в Иудейской пустыне и, направляя свои по-

токи к Мертвому морю, образуют каскад разного размера водопадов и озер, в которых не без удовольствия купаются путешественники. Пешие маршруты, проложенные по руслам обоих ручьев, идут по дну живописных каньонов, окруженных невероятной высоты красно-желтыми скалами. Помимо природных, в заповеднике есть и рукотворные достопримечательности, которые помнят еще царя Давида. Вознаграждением за местами изнурительную прогулку является красивейшая панорама Мертвого моря, открывающаяся с вершины точки Еин Геди. Напротив входа в заповедник через дорогу находится общественный пляж, где можно с относительным комфортом передохнуть, искупаться, выпить прохладительных напитков. Кстати, в Еин Геди с незапамятных времен производят всевозможные косметологические препараты, а сегодня Ein Gedi — популярная марка недорогой, но очень качественной израильской косметики.

Вместо заключения

Несмотря на то что площадь государства Израиль почти в три раза меньше площади Ленинградской области, рассказать обо всех достопримечательностях этой удивительной страны в пределах одной статьи просто невозможно. Мы коснулись лишь главных, наиболее интересных и популярных у путешественников направлений, а ведь есть еще красавица Хайфа и живописный Митцпе Рамон, Назарет и Акко, любопытнейшие музеи, удивительные традиции и необычные праздники. На последние особенно богата осень, а именно — сентябрь и октябрь, когда отмечается и еврейский новый год Рош Ха-Шана, и Йом-Кипур, или Судный день, и праздник куши Суккот, когда у каждого здания, дома, а часто и на балконах вырастают дивные конструкции, напоминающие шалаши с крышами из пальмовых листьев в память о 40-летнем скитании по пустыне — событии, имевшем место быть 3500 лет назад! Такое отношение к истории своего народа не может не восхищать, так что нам у израильтян есть чему поучиться. И если одного отпуска для этого будет мало, то сюда всегда можно приехать еще и еще. Благо, интересных мест в стране в достатке, а дружественные отношения, выражающиеся, в частности, в отсутствии визового режима между Россией и Израилем, позволяют посещать Землю обетованную без долгой предварительной подготовки. Стоит только захотеть.

Валентина Лебедева

Редакция благодарит
Министерство туризма Израиля
за незабываемое путешествие
на Святую землю

На Мертвое море за здоровьем!



Виктория Кушнаренко представляет индивидуальный отдых на Мертвом море, совмещенный с лечением и путешествиями по Израилю

— Мода на здоровье и красоту никогда не проходит. Все хотят быть здоровыми, красивыми и богатыми. В наше время стрессы подстерегают нас повсюду, все тяжелее и тяжелее удержать свой организм от разнообразных болезней, необходима помощь. Один из оптимальных вариантов — совмещать отдых с лечением или оздоровлением организма. Мертвое море — это мировая здравница, здесь многие болезни побеждает климат и правильное использование «даров» этого района. Потрясающие, не имеющие аналогов в мире особенности этого водоема — наличие в воде минералов и солей, концентрация лечебных грязей и сероводородных источников, а также уникальный климат, когда 10 месяцев в году сохраняется теплая и сухая погода.

— **В какое время года лучше всего приезжать на Мертвое море для лечения?**

— Сюда едут лечиться круглый год, можно назвать это место курортом без остановок для лечения стрессов, синдрома хронической усталости, для восстановления жизненных сил. Для лечения псориаза, витилиго, акне и других кожных заболеваний, а также для ортопедических проблем самый благоприятный период — с марта до конца мая и с сентября до конца ноября.

— **Сколько времени длится лечение?**

— Минимально эффективный срок лечения на Мертвом море — 2 недели, согласно рекомендации докторов. Но, например, для лечения кожных заболеваний, таких, как псориаз, акне и витилиго, стоит остаться и на более продолжительный период.

— **Можно ли брать с собой на Мертвое море детей для лечения?**

— Обычно маленьким детям не назначают какого-то специального лечения, да и малыши очень редко соглашаются на какие-либо процедуры. Но расстраиваться по этому поводу не стоит. Даже то, что ребенок будет дышать этим целебным воздухом, — уже огромный плюс, после этого дети намного меньше болеют простудными и бронхолегочными заболеваниями. В самом воздухе магия: на Мертвом море человек находится в режиме круглосуточной лечебной ингаляции, что благоприятно сказывается на организме, даже астма отступает!

— **Каким образом Вы предлагаете совместить отдых с экскурсиями, куда на Мертвом море можно пойти, чем себя развлечь?**

— Все отели Мертвого моря расположены в небольшом курортном городке Эйн Бокек. Здесь развлечений никаких не найдешь. Сюда люди едут со всего мира за здоровьем, красотой и спокойной обстановкой. Здесь нет дискотек, клубов или развлекательных центров. Это место очень тихое и спокойное, поэтому развлечься можно оздоровительными процедурами и экскурсиями по различным направлениям. Из Мертвого моря до Иерусалима всего лишь полтора часа в пути. За это время профессиональный гид сможет рассказать вам много интересного, так что вы и не заметите, что уже находитесь в столице мира — Иерусалиме. Сюда можно приезжать много раз и каждый раз открывать для себя все новые и новые тайны истории.

— **Виктория, расскажите немного о себе и о том, чем Вы занимаетесь...**

— Я живу в Израиле, на юге страны, рядом с Мертвым морем и занимаюсь своим любимым делом: помогаю гостям Израиля получить максимум удовольствия от отдыха и совместить приятное с полезным — с лечением. Я успешно работаю в туристическом бизнесе уже несколько лет, отлично знаю все отели Мертвого моря и многие отели по Израилю в целом. Так как люблю сама путешествовать и очень часто, как обычный клиент, останавливаюсь в различных отелях, могу дать объективную оценку работы каждой из гостиниц. В перечень моих услуг входит:

- Бронирование гостиниц;

- Организация экскурсий, которые проводят профессиональные гиды — знатоки своего дела;
- Трансферы в любые точки Израиля. У меня работают водители исключительно с большим стажем;
- Организация оздоровительных программ и лечения на Мертвом море в специализированных клиниках;
- Индивидуальные туры и VIP-обслуживание;
- Корпоративный туризм — организация конференций, семинаров и бизнес-переговоров в Израиле.

— **Какими принципами Вы руководствуетесь в работе?**

- В своей работе я руководствуюсь следующими тремя принципами:
- Тщательный подход к организации отдыха;
- Персональный подход к каждому гостю;
- Оптимальное соотношение цены, качества и заботы.

Главное — я дорожу каждым своим гостем и лично забочусь о том, чтобы мой гость остался доволен своим пребыванием в Израиле.

— **Чем Ваш опыт работы может быть интересен российским туристическим компаниям?**

— Я нахожусь непосредственно на Мертвом море, в Израиле. Своих туристов я окружаю заботой и теплом, так что все они едут домой с чувством, что побывали в гостях у хороших друзей или родных, и многие начинают планировать свой следующий отпуск на Мертвом море, еще будучи здесь! Я всегда рядом и могу помочь, мой телефон работает 24 часа в сутки: +972-577771912.

Вам понравится, когда каждый ваш турист будет с восторгом делиться с вами впечатлениями об Израиле и обязательно закажет еще тур «в погоне за модой» — за здоровьем!

Ну и, конечно же, **моя ценовая политика вас порадует**. Цены на многие услуги, которые я предоставляю, прямые от поставщика. Стоимость проживания, трансферов и экскурсий вы можете узнать, обратившись с запросом по электронной почте: deadseanow@gmail.com.

Более подробно узнать обо мне и моей деятельности вы можете по адресу: www.deadseanow.ru

ЕВГЕНИЙ СКАЛЬТ

ДИПЛОМИРОВАННЫЙ ГИД В ИЗРАИЛЕ

«Впечатлениям Нет Границ!»
Именно такой будет ваша реакция, когда вы лично побываете в самых необыкновенных точках Израиля, о которых не пишут в газетах и не рассказывают в СМИ.
Впервые в Израиле:

«Мой Инновационный Метод Проведения Экскурсий Гарантирует: На Вас Нахлынет Волна Неопишемых Впечатлений, Знаний И Новизны, Доселе Неведомой Русскому Туристу!»
«Вы Увидите, Прикоснетесь И Лично Ощутите Все Прелести Государства Израиль!»

ЗАКАЗЫВАЙТЕ УЖЕ СЕГОДНЯ!

057-777-18-10

infoskalt@gmail.com www.isragid.pf

Трансферы по всему Израилю! • Русскоговорящие водители • Аэропорт - Мертвое море и обратно

Приглашаем к участию

в **workshop «Турбизнес»**

ВЕСНА
2012

26-27-28-29-30 МАРТА

СТАВРОПОЛЬ – КРАСНОДАР – РОСТОВ-НА-ДОНУ – ВОЛГОГРАД – САРАТОВ

2-3-4-5-6 АПРЕЛЯ

УФА – САМАРА – КАЗАНЬ – КИРОВ – НИЖНИЙ НОВГОРОД

9-10-11-12-13 АПРЕЛЯ

ИЖЕВСК – ПЕРМЬ – ЕКАТЕРИНБУРГ – ТЮМЕНЬ

ОМСК
СУРГУТ

23 АПРЕЛЯ
БАКУ

→ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

один город – 14 тыс. руб.,
Баку – 16 тыс. руб.
(без учета НДС 18%)
Включено: рабочее место, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение посетителей, размещение информации в каталоге workshop и в списке участников на сайте журнала, участие в кофе-паузах и приветственном коктейле, экскурсионное обслуживание.

Скидка компаниям, разместившим только по внутреннему туризму, – 10%

Скидка при оплате до 20 декабря – 10%

Скидки суммируются

→ СТОИМОСТЬ МАСТЕР-КЛАССОВ

30 мин. – 6 тыс. руб.,
45 мин. – 10 тыс. руб.,
60 мин. – 12 тыс. руб.
Включает аренду зала и оборудования, приглашение посетителей.

→ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

- Доставка материалов в города проведения workshop 44 руб./кг. (стоимость доставки в Баку будет объявлена позже).
- Размещение рекламы на обложках каталогов workshop (от 6 тысяч руб.).
- Заочное участие в одном городе – 6 тыс. руб.
- Индивидуальные презентации для компаний в городах России, СНГ и Европы.

→ БОНУС

УЧАСТНИКАМ

РАЗМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ
О КОМПАНИИ В ЖУРНАЛЕ
«ТУРБИЗНЕС», 1/6 ПОЛОСЫ
С ФОТОГРАФИЕЙ УЧАСТНИКА
ИЛИ ЛОГОТИПОМ КОМПАНИИ

→ **Онлайн-регистрация участников:**
www.tourbus.ru/ws_online/

→ **Дополнительная информация:**

+7 (812) 335-0883, 310-3245, +7 (901) 310-4096

e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbusspb.ru

WORKSHOP
ТУРБИЗНЕС

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» с 1998 по 2011 годы – 220 деловых встреч в 35 городах России и СНГ

«РоссТур»: свобода выбора – прежде всего

Красно-белые вывески туристической компании «РоссТур» уверенно шагают по всей стране вот уже более 7 лет. За этот период она создала прочную структуру продаж, которая не только успешно функционирует на туристическом рынке, но и продолжает развиваться. Почему же в условиях жесткой конкуренции, в то время как многие другие переживают не лучшие времена, компания растет с каждым годом? Этот вопрос мы и задали руководителю подразделения ООО «РоссТур» в Петербурге Виктору Пермякову.



выбор. «Базовый», например, не требует вступительных платежей и не предусматривает планов продаж – но и комиссия чуть ниже, чем в пакете «Премиум». Но «Премиум», в свою очередь, гарантирует максимальные комиссионные вознаграждения по операторскому продукту, а также имеет ряд преимуществ относительно компенсации рекламных затрат. В зависимости от региона, существует определенный размер роялти и вступительный взнос. Но это вовсе не догма: «РоссТур» готов индивидуально обсуждать условия сотрудничества со всеми турфирмами. Такая позиция объясняется тем, что именно франчайзи сейчас признаются приоритетными партнерами компании.

– **Скорее всего, аналогичная свобода выбора предполагается и для индивидуальных путешественников...**

– Туристы, которые пользуются услугами агентств «РоссТура», также имеют право выбора и могут организовать путешествие на свой вкус. У них есть возможность купить туристический пакет крупного оператора, специализирующегося на массовых направлениях. Приобрести собственный турпакет «РоссТура». Либо вообще самостоятельно организовать путешествие, используя систему бронирования авиабилетов и отелей по всему миру на сайте компании «РоссТур». В любом случае это удобно и исключительно выгодно, так как условия и цены гарантированы прямыми договорами с крупнейшими мировыми системами бронирования. В работе компании приятны и такие «мелочи», как единый колл-центр, удобный график работы и расположение офисов, широкий потребительский выбор туристических направлений, и многое другое.

– **В числе офисов «РоссТура» в крупнейших городах страны есть и петербургский. Как с ним связаться?**

– Базовый по Северо-Западу России офис, в котором работают профессионалы высокого класса, способные помочь и проконсультировать по всем интересующим клиентов и партнеров вопросам, компания открыла в мае 2011 г. Познакомиться с нами вы сможете на сайте www.ross-tur.ru, а если необходима личная встреча, то мы будем рады видеть вас в офисе на Литейном проспекте, 24. Связаться с нами по телефону можно по номеру: +7 (812) 640-80-10, а по электронной почте – отправив письмо по адресу: spb@rosstour.ru.

Что думают по поводу сотрудничества с «РоссТуром» те, кто уже имеет такой опыт? Мнения разные, но в целом очень позитивные. Кто-то отмечает внимательное отношение со стороны менеджеров «РоссТура» к каждой заявке и готовность помочь по любому вопросу. Другие – преимущества работы под уже раскрученным брендом, в числе которых называют его узнаваемость, наличие высоких стандартов обслуживания и качество организации туров. Третьи – возможность выбора вариантов франшизы и получения повышенной комиссии. И конечно, в качестве плюса называют ощущение причастности к большому делу, стабильной и быстро растущей компании.

А еще – большое внимание, которое уделяет «РоссТур» подготовке персонала в партнерах-франчайзи и очень удобную систему бронирования туров, позволяющую в онлайн-режиме отслеживать этапы прохождения заявки.

А общее мнение таково: «РоссТур» – это надежно, удобно и выгодно...

Подготовил Владимир Яковлев

Vedi Tour Group открывает Словению



В Доме предпринимателя прошла презентация Словении, организованная петербургским представительством Vedi Tour Group, туроператором Renee Tours и группой отелей LifeClass Hotels & Spa. Представители 60 турагентств Северной столицы познакомились с возможностями оздоровительного отдыха на словенских курортах.

На территории Словении 87 естественных термальных источников и 15 термальных лечебных курортов. Среди лучших – круглогодичный курорт Рогашка Слатина, где в 1952 г. был открыт источник знаменитой минеральной воды Donat. Чатеж – самый большой природный SPA-комплекс страны, суммарная площадь поверхности воды его бассейнов 12 тыс. кв. м. Курорт Порторож, где расположен комплекс отелей LifeClass Hotels & Spa, – прекрасная возможность совместить отдых на побережье с лечебными программами.

Петербургское представительство Vedi Tour Group предлагает программы по Словении на базе регулярных прямых рейсов до Вены авиакомпаний Austrian Airlines и «Россия», а также на стыковочных рейсах через Москву или Прагу.

Три фактора успеха туроператора «БАЛКАН ЭКСПРЕСС»



Летние предложения «БАЛКАН ЭКСПРЕСС» строятся исходя из трех ключевых факторов успеха:

- Качество во всем – обслуживание турагентств, технологичное бронирование, удобный по времени авиаперелет, фирменный хендлинг в стране отдыха: в Болгарии и Черногории работают собственные представительства и офисы.
- Всеобъемлющий ассортимент – мы работаем на клиента, который выбрал Болгарию или Черногорию местом отдыха летом 2012 г., – это значит, что в этих странах мы обеспечим любую категорию отеля в самом широком ценовом диапазоне. И уже отобрали самые лучшие.
- Разнообразие программ: семейный отдых, отдых без детей, туры красоты, включающие SPA-услуги, лечение, аренда апартаментов, молодежные туры, продажа авиабилетов и визовые услуги.

В Петербурге появился второй офис «Музенидис Трэвел»



В Петербурге в начале февраля в рамках масштабного расширения региональной сети «Музенидис Трэвел» открылся второй в городе офис ведущего греческого туроператора. Офис расположен в историческом центре города по адресу: Загородный проспект, 5.

«В обоих петербургских офисах «Музенидис Трэвел» штат укомплектован профессиональными сотрудниками, которые будут активно работать с агентствами, предоставляя им самую актуальную информацию, касающуюся разнообразных услуг туроператора, авторитетного лидера в области организации туров по Греции с 17-летним опытом успешной работы на туристическом рынке», – сообщили в компании.

Интерфакс-Туризм



БОЛГАРИЯ

- Санкт-Петербург - Варна - Санкт-Петербург, Санкт-Петербург - Бургас - Санкт-Петербург с марта по октябрь еженедельно по вторникам и пятницам.
- Пляжи курортов Варны и Бургаса.
- Отели и апартаменты от эконом до luxury.
- Продажа авиабилетов.
- Фирменная программа «Мама и море» - выгодный отдых с ребенком!

ЧЕРНОГОРИЯ

- Санкт-Петербург - Тиват - Санкт-Петербург, с 26.05 еженедельно по субботам и средам.
- Отели и апартаменты Будванской, Барской, Ульцинской и Герцег-Новской Ривьеры.
- Туры, авиабилеты.

ХОРВАТИЯ

- Отдых в Дубровнике (перелет через Тиват) с 26.05 еженедельно по субботам
- Пула, Сплит еженедельно по субботам

СЛОВЕНИЯ

- С 26.05 еженедельно по субботам
- Термальные и СПА-курорты, отдых и лечение на Адриатическом море Рогашка Слатина, Порторож, Блед, Бохинь

РУМЫНИЯ

- Бальнеология, отдых на Черном море, экскурсии

ВЫСТАВКА
"ОТДЫХ БЕЗ ГРАНИЦ. ЛЕТО 2012"
стенд № 603

м. Достоевская / Владимирская:

ул. Большая Московская д. 7

м. Адмиралтейская:

ул. Большая Морская д. 3-5, офис 202

м. Площадь Ленина:

ул. Комсомола, д. 41 Бизнес-центр

Финляндский, офис 317

[812] 308-04-04

[812] 248-04-04



www.balkan.ru

Ваш туроператор по Балканам.

5-8 АПРЕЛЯ



ВЫСТАВКА ПУТЕВОК

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж», Исакиевская площадь, д. 1

Отдых без границ лето 2012

Организаторы:



Тел.: (812) 320 6134 www.restec.ru/travelexpo



Pegas Touristik: к лету готовы!

24 февраля многопрофильный туроператор Pegas Touristik провел рабочую встречу с представителями популярных отелей Турции для турагентств и журналистов. Почетным гостем мероприятия был генеральный консул Республики Турция в Петербурге г-н Танжу Бельгич. Сохраняя традиции, Pegas пригласил гостей в Sokos Hotel Olympic Garden.

Открывая встречу, генеральный директор петербургского офиса Мария Бакина тепло поблагодарила отельеров и турагентства за плодотворное сотрудничество в минувшем году. Рассказывая о своих планах и маршрутах, и в первую очередь, конечно, о Турции, она выразила надежду на то, что новый сезон принесет новые «плоды» и будет еще более успешным и прибыльным. Для этого у Pegas Touristik имеется свой «багаж» знаний и предложений. Компания начнет полетную программу из Петербурга в Турцию 12 апреля, а с 27 апреля вылеты будут осуществляться ежедневно на Boeing 737-800 авиакомпании Openair и Turkish Airlines. Как и в прошлом году, продолжатся чартерные программы в Грецию, Испанию, Тунис, Египет и Таиланд. В числе других новостей компании – эксклюзивные цены на авиабилеты и онлайн-бронирование гостиниц по всему миру.

Представители турецких отелей Q Premium, Limak Hotels, Queen's Park, Marco Polo, Gloria hotels, Ela Quality, Grand Prestige, La Mer Hotels, Ak-Ka Hotels, PGS hotels рассказали в подробностях о готовности своих гостиниц к летнему сезону. В связи с увеличивающимся год от года потоком туристов и, что немаловажно, возросшими требованиями гостей, были проведены реновация и косметический ремонт номерного фонда и подготовлены новые программы. Каждый из отелей предлагает своим гостям какую-то «изюминку». Это могут быть: русскоговорящая команда аниматоров, мини-клубы по интересам, отдельные виллы со своими бассейнами и дворцами, обновленные аквапарки, дискотеки на пляже и в так называемых «гаражах», безалкогольные дискотеки для тинейд-

жеров, детские ресепшены и рестораны со здоровым питанием без фастфуда.

В знак благодарности за проделанную работу в сезоне 2011 представители отелей наградили особо отличившиеся турагентства дипломами, памятными медалями и сертификатами на недельное проживание в своих отелях. По окончании рабочей встречи, которая прошла в теплой и продуктивной атмосфере, состоялся банкет в ресторане Fransmanni.

Сергей Луговой

Петербург и Токио соединит прямой рейс

26 января состоялся информационный семинар, организованный Агентством путешествий «РОССИТА» и туроператором Japan Air Travel Marketing (JATM) при поддержке генерального консульства Японии в Петербурге и Японского Центра в Северной столице.

Мероприятие открыл приветственным словом генеральный консул Японии в Петербурге г-н Ичиро Кавабата. Он поблагодарил петербуржцев за моральную и материальную поддержку, подчеркнув, что «город на Неве – самый близкий Японии российский город», и отметил, что все регионы страны, за исключением пострадавших от стихийного бедствия, абсолютно безопасны для посещения. По его мнению, «возобновление 21 июня прямого регулярного рейса авиакомпании «Трансаэро» между Петербургом и Токио даст толчок к кардинальному увеличению числа туристов».

Полеты будут выполняться на дальнемагистральном Boeing 767-200, рассчитанном на 216 мест, 22 из которых относятся к бизнес-классу. Рейс UN867 будет отправляться из Петербурга по четвергам в 20.45, а прибывать в Токио в пятницу в 06.30. Из Токио обратный рейс UN868 будет отправляться в пятницу

Балтийский Берег
туристическая компания

Всегда Приятные Цены!

БОЛГАРИЯ
Туры самолетом, поездом, поездом + автобусом, автобусом из СПб
Тур Дракулы в Румынии + отдых на море в Болгарии
ХОРВАТИЯ ЧЕРНОГОРИЯ ИТАЛИЯ
Туры с отдыхом на море + экскурсии по Европе
ЧЕХИЯ ВЕНГРИЯ БЕЛАРУСЬ
Туры с отдыхом на Балатоне, Хевизе + экскурсии
ЛАТВИЯ ЭСТОНИЯ ЛИТВА
Экскурсионные туры с отдыхом и СПА. Туры в БЕЛАРУСЬ
ДЕТСКИЙ ОТДЫХ
Детские лагеря в Болгарии, Венгрии, Украине, России
Международные Фестивали в Болгарии

www.balt-bereg.ru



в 08.00, а прибывать в Петербург в 18.10. Время в пути – от 9 ч 50 мин до 10 ч 10 мин. Тарифы уже известны. Стоимость билета в бизнес-классе (туда/обратно) составляет от 96 247 руб., включая сборы, в экономклассе (туда/обратно) – от 25 372 руб., включая сборы. По словам Никиты Корнильева, руководителя группы по работе с агентствами компании «Трансаэро», если период бронирования для индивидуальных туристов составляет 24 ч, то для организованных групп численностью не менее 10 человек он может быть увеличен по договоренности с авиакомпанией. Полеты продлятся до 26 сентября, но в перспективе «Трансаэро» планирует сделать этот рейс круглогодичным. Очевидно, это станет возможным при консолидации усилий всех участников рынка, поэтому со своей стороны компании JATM и «РОССИТА» разработали новые программы, от экономичных до наполненных экскурсиями. Например, программа «Очарование сакуры» рассчитана на 10 дней и включает посещение Осаки, Киото, Наре, Токио, Никко и Хакоме, а 8-дневная программа «Сакура-2012» предусматривает подробное знакомство с японской столицей.

Отметим, что начиная со второй половины 2011 г. в туристической Японии четко обозначилась тенденция восстановления въездного турпотока. Это стало возможно в том числе благодаря мерам, предпринимаемым Японской национальной организацией по туризму (JNTO), среди которых участие в зарубежных выставках, проведение семинаров, организация рекламных туров. Согласно прогнозу JNTO, в 2012 г. страна примет 7,9 млн иностранных туристов, что на 26,5 % больше по сравнению с 2011-м.

Екатерина Губанова

Зона нераскрытых возможностей — так оценивают специалисты состояние рынка медицинского туризма в России



Во многих странах мира медицинский (или лечебный) туризм как турпродукт давно и успешно развивается. Только в России с ее богатой лечебными ресурсами санаторно-курортной базой о развитии лечебного туризма заговорили в последние годы. Само направление, безусловно, развивалось, санатории обновляли материальную базу, расширяли спектр услуг и самостоятельно выводили на рынок новые продукты.

Однако ни статистики спроса на лечебный туризм внутри страны, ни единой базы санаториев и медицинских центров по регионам, ни единой политики в продвижении медицинского туризма не было. Отсутствие единого реестра санаториев привело к тому, что, по сведениям Минздрава, их насчитывалось 2400, а по данным Росстата — всего 1400.

В такой ситуации говорить о целенаправленном продвижении медицинского туризма в России вряд ли было возможно. Каждый санаторий продвигал свои услуги, как хотел и как мог. Турбизнес был занят больше выездным медицинским туризмом, который в последние годы демонстрировал устойчивый рост на 5–7 % в год.

Лечебными ресурсами богаты, но...

Одним из основных препятствий для развития медицинского туризма в России эксперты считают ограниченность государственного финансирования в этой сфере. Так, например, **Елена Гарвардт, эксперт в области лечебно-оздоровительного туризма**, отмечает большой потенциал этого рынка и в то же время — «недостаточное финансирование со стороны государства».

Другие эксперты полагают, что, как минимум, 5–6 лет цены на медицинские услуги в России будут ниже, чем в любой европейской стране, и в итоге — выездной медицинский туризм в России в ближайшие 2–3 года начнет расти.

Сегодня картина меняется — о том, что выездной медицинский туризм в России может успешно развиваться, говорят многие зарубежные эксперты, в частности, этой теме была посвящена международная конференция, прошедшая в рамках выставки Inwetex-CIS Travel Market 2011. В ней участвовали представители курортов Северо-Запада РФ, российские и зарубежные специалисты туристической индустрии.

Многие из них отмечали, что медицинский туризм становится все более популярным в России, при этом делали акцент на выездном туризме. Противоположную точку зрения высказал **Андрей Трапезников, генеральный директор санатория «Дюны»**, отметивший, что на фоне продолжающейся активности россиян на рынке выездного медицинского туризма в Германию, Израиль и другие страны увеличивается спрос на получение медицинских услуг на внутреннем рынке. Особенно это касается курортов Северо-Западного региона России, располагающего богатой лечебной базой.

Это мнение поддержал и **Александр Солонин, генеральный директор холдинга PRIMED**: «Когда турист выбирает цель своего пу-

тешества, он сравнивает различные места и услуги, которые там предлагают, и выбирает те из них, которые ему лучше подходят. ВТО определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха и оздоровления. Петербург как раз располагает значительными лечебно-оздоровительными ресурсами».

Но парадокс в том, как отметил **Анатолий Меньшов, генеральный директор Ассоциации курортов Северо-Запада**, что россияне едут лечиться за рубеж, а к нам едут иностранцы. Едут туристы из Финляндии, стран Восточной Европы, СНГ потому, что лечение в России им обходится дешевле. Так, например, в 2010 г. белорусские туристы оставили \$22 млн за лечение в Петербурге. «Они выбирают высокие технологии и хороших врачей», — считает А. Меньшов.

Курорты Северо-Западного региона традиционно востребованы у россиян — жителей других регионов РФ. Развивать медицинский туризм нужно и на этом направлении, убежден А. Трапезников. Медицинский туризм сегодня трактуют как практику получения медицинских услуг вне страны проживания. «Однако для такой страны, как Россия, большое значение имеет как раз внутренний медицинский туризм, — полагает он. — Понятие медицинский туризм нужно трактовать как получение медицинских услуг вне региона проживания».

Как ни назови турпродукт, прежде всего его нужно успешно продать. А пока можно констатировать, что в 2010 г. (за 2011-й пока нет статистики) российские здравницы приняли на отдых и лечение 4,5 млн наших сограждан — это около 3 % населения страны.

Путешествие за здоровьем в Петербург

Одними из самых популярных у россиян маршрутов, и это признали многие специалисты, являются лечебные туры в Петербург. В чем их особенность?

— Географически и исторически в Петербурге сложилась уникальная ситуация. Одним из районов города является Курортный, расположенный вдоль Финского залива в реликтовых хвойных и смешанных лесах, — отмечает Андрей Трапезников, гендиректор санатория «Дюны». — В районе великолепно развита медицинская инфраструктура, создана мощная сеть санаторно-курортных учреждений. Современная транспортная инфраструктура Курортного района позволяет доставить пациента в необходимое ему медицинское учреждение города в кратчайшие сроки.

— Одним из доминирующих факторов в привлечении туристов является состояние окружающей среды. Хорошая экология — визитная карточка района, — считает **Юрий Петров, представитель Комитета по здравоохранению правительства Петербурга**. — Летом 2011-го в поселке Комарово на побережье Щучьего озера открыли заказник — особо охраняемую зону. Это важно для сохранения природы Карельского перешейка — вместе с парком «Дубки» в Сестрорецке и Зеленогорском парком культуры он составляет уникальную зону отдыха в природных условиях. Кроме того, Курортный район расположен настолько близко к мегаполису, что отдых в санаториях можно легко совмещать с экскурсиями по Петербургу.

— Сегодня в Курортном районе работают 42 учреждения санаторно-курортного профиля, — сообщил Анатолий Меньшов, гендиректор Ассоциации курортов Северо-Запада. — Причем все они — круглогодичного использования. Появились отличные SPA-отели, например, в Репино. В Сестрорецке и Репино созданы уникальные условия для оздоровления людей с болезнями сердца, перенесших инсульт.

На конференции отмечалось, что в последние годы произошли качественные изменения в инфраструктуре здравоохранения Петербурга. Появились медицинские центры европейского уровня, оснащенные высокотехнологичным оборудованием и укомплектованные специалистами, имеющими международные сертификаты. Это позволяет реализовывать запросы потенциальных туристов-пациентов на самом высоком уровне.

В санатории «Северная Ривьера», например, впервые в практике восстановительного лечения используется новейшее достижение отечественной медицины — экстремальная криотерапия. Эта высокоэффективная технология лечения холодом направлена на мобилизацию защитных сил организма при различных заболеваниях. Принять курс холода может любой желающий, если не имеет противопоказаний. Для деловых людей предусмотрены курсы психоэмоциональной разгрузки и реабилитации, выстроен небольшой коттеджный поселок, где можно отдохнуть вдаль от суеты.

Лечение в санатории «Сестрорецкий курорт» основано на использовании уникальных природных факторов — минеральной воды, лечебной грязи и приморского климата. Более 110 лет курорт сохраняет традиции русского санаторно-курортного лечения. Среди услуг, кото-

рыми можно воспользоваться здесь, — водолечение и грязелечение, диетотерапия и иглорефлексотерапия, гирудотерапия и косметология, лечебный бассейн с минеральной водой и кедровая сауна.

Новые медицинские методики используют в лечении и реабилитации пациентов в санатории «Белые ночи». Аюрведический массаж, жемчужные, озоновые и пантовые ванны, стоун-терапия и талассотерапия — лишь некоторые из них. Дополняет лечение уникальный микроклимат — на территории санатория расположен парк площадью 33 га, в котором растут 400 видов деревьев, кустарников и цветов. Кроме того, в лечении используются местная минеральная вода и гиттиевая грязь.

Центр сердечной медицины «Черная речка» предлагает кроме кардиологической реабилитации эстетотерапию, гидротерапию, программы лечения болей в спине, снижения веса. Природный фактор здесь тоже играет значительную роль — воздух насыщен ароматом хвои и озоном, а сочетание тишины и мягкой красоты окружающей природы оказывают благотворное влияние на организм человека.

Оригинальная схема лечения и реабилитации туристов-пациентов разработана в санатории «Дюны». По индивидуальной программе после базовых исследований у туристов есть возможность провести углубленные исследования в профильных медицинских центрах Петербурга, с которыми у санатория налажено сотрудничество. Подготовка к операции и послеоперационная реабилитация, если они нужны, обеспечиваются в санатории. Все это позволяет оптимизировать лечебно-диагностический процесс, повысить качество предоставляемой услуги. Как результат, ежегодно в санатории отдыхают и получают лечение более 5 тыс. человек.

В Пушкинском районе комплекс «Детскосельский», единственный на Северо-Западе геронтологический санаторий, специализируется на санаторно-курортном лечении возрастных пациентов, страдающих заболеваниями сердечно-сосудистой системы, опорно-двигательного аппарата и желудочно-кишечного тракта. Девятнадцать уникальных методик, подобранных для лечения, разработаны с учетом возрастных особенностей отдыхающих. В 2008 г. этот комплекс, как лауреат форума «Здравница-2008», был отмечен дипломом I степени в номинации «Лучшая специализированная здравница».

Одной из уникальных особенностей санатория является парк финской ходьбы, открытый здесь по инициативе представительства Original Nordic Walking Federation (ONWF). Благодаря этому «Детскосельский» считают «колыбелью» финской ходьбы в России. Сюда

в 2010 г. на первый семинар приезжал основатель современного метода ходьбы с палками финский спортсмен Марко Кантанева. Программа «Финская ходьба — путь к долголетию» позволяет отдыхающим освоить технику ходьбы и начать активную жизнь без лекарств.

Близость к Петербургу позволяет активно использовать потенциал научных коллективов. Санаторий совместно с Санкт-Петербургским институтом биорегуляции и геронтологии СЗО РАМН готовит санаторно-курортную программу на основе разработок института, направленную на оздоровление пожилых пациентов. Кстати, среди них были и настоящие знаменитости. Например, Федор Углов, внесенный в Книгу рекордов Гиннесса как старейший практикующий хирург в России и СНГ. В год своего столетия Ф. Углов отдыхал в санатории «Детскосельский».

Карт-бланш для развития дан

Сегодня многие эксперты говорят о том, что медицинский туризм занимает 10 % мирового рынка туризма. Если раньше на этом рынке доминировали три страны — США, Израиль и Германия, то сегодня, по словам Александра Солонина, гендиректора холдинга PRIMED, около 30 стран активно работают на этом направлении. В мире около 100 тыс. клиник задействованы в развитии рынка лечебного туризма. А этот рынок включает предприятия санаторно-курортного профиля, медицинские организации, страховые компании и туристские фирмы.

По мнению А. Солонина, выездной медицинский туризм в Петербурге необходимо развивать, чтобы не остаться в стороне от мирового тренда. И одним из важных аспектов региональной программы развития туризма в Петербурге он считает продвижение медицинского туризма, включающего направления санаторно-курортного лечения, медицинские услуги в составе турпакета и медслужбы в структуре медицинского страхования лечебного тура. Одним из важных аспектов этой программы, на его взгляд, должно быть более широкое включение в сферу турбизнеса возможностей, которыми располагают медицинские организации города.

Иными словами, турбизнесу делают предложение, от которого трудно будет отказаться. Причем Александр Солонин уверен, что успех новых проектов будет в значительной степени зависеть от того, насколько турфирмы, страховые компании и медицинские организации, с одной стороны, смогут увидеть рентабельность развития этого направления, а с другой — смогут правильно построить свою маркетинговую стратегию.






40 лет опыта и истории!



Приглашаем Вас к сотрудничеству с санаторно-курортным комплексом «ДЕТСКОСЕЛЬСКИЙ» — единственным на Северо-Западе России геронтологическим санаторием, специализирующимся на лечении ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ!

Расположен в живописных окрестностях города Пушкина. Чистый воздух, парк с тенистыми аллеями, небольшой пруд, уютная домашняя атмосфера и заботливый персонал.

Размещение: уютные двухместные номера с удобствами и TV на 100 отдыхающих. Профиль санатория — общетерапевтический.

Современная лечебная база: физиотерапия, психотерапия, гидромассаж, ванны, душ Шарко, циркулярный душ, озокерит, лечебная физкультура.

Питание: 5-разовое из экологически чистых продуктов концерна «Детскосельский».

К УСЛУГАМ ОТДЫХАЮЩИХ:

- Отдых и лечение в санатории от 1100 руб./сутки
- Два коттеджа на 8 (+2) мест с камином и сауной от 9000 руб./сутки
- Экскурсионная программа по пригородам Санкт-Петербурга
- Индивидуальный и корпоративный отдых
- Конференц-зал на 500 мест
- Парк знаменитой финской ходьбы. Прокат палок для финской ходьбы
- Теннисный корт
- Сауна

196634, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Детскосельский, Центральная ул., д. 11
Тел./факс: +7 (812) 452-5888, +7 (812) 459-7618

<http://sanatoriya.ru>
E-mail: 4525888@list.ru, info@sanatoriya.ru



→ В том, что въездной медицинский туризм в Петербурге необходимо развивать, уверен и Андрей Трапезников. Он привел такие цифры: по прогнозам, Россия способна принимать до 40 млн туристов в год, тогда как сейчас их количество (с учетом внутреннего туризма) не превышает 22 млн. Нужны новые проекты. В связи с этим он упомянул о Федеральной программе развития внутреннего и въездного туризма в РФ.

По прогнозам, планируемый объем ее финансирования в период 2011–2016 гг. составит 96 млрд руб. Однако в 2011 г. программа была откорректирована, ее реализация продлена до 2018 г., определены пилотные проекты. А в сентябре 2011-го подписано Соглашение о реализации инвестиционных проектов в рамках программы.

«Сегодня акцент сделан на развитии внутреннего оздоровительно-го туризма, — отметил А. Трапезников. — И хотя в программе не определено понятие лечебного или медицинского туризма как высшей формы оздоровительного, его надо развивать».

К сожалению, ответа на это предложение от представителей турбизнеса на конференции услышать не удалось. Все-таки сложный это продукт — медицинский туризм, видимо, государство, в том числе и по этой причине, решило простимулировать его развитие.

Резюме

Вот и наш рынок, наконец, созрел до признания важности медицинского туризма в плане привлечения в регион новых туристов. Сейчас

самое время привлечь зарубежный опыт к реализации этой задачи. А на Западе, как рассказала **Кристина Ионицкая, заместитель директора представительства «Каталония Турист Борд», член Совета АНТОР**, успешно применяют принципы государственно-частного партнерства в развитии туристской сферы, и в частности медицинского туризма.

Особенно успешное государственно-частное партнерство демонстрирует Турция, есть успехи на этом направлении в Венгрии, где созданы и работают кластеры «бальнеология», «стоматология», «эстетическая медицина». Эффективно работает такое партнерство и в Каталонии: 26 млн туристов в год принимает Каталония и ее столица Барселона, из них 16 тыс. выбирают медицинский туризм. Государство активно поддерживает бизнес, который привлекает туристов в регион, и многое делает для продвижения Барселоны на международном рынке туризма.

Создание кластеров медицинского туризма на принципах государственно-частного партнерства позволяет решить многие вопросы. Среди них — формирование инфраструктурного комплекса, инвестиции, законодательная база, продвижение и коммерциализация продукта на международном рынке. По прогнозам Deloitte, к 2017 г. в мире будет уже 23 млн медицинских туристов. Сколько из них выберут лечебные туры в Россию и Петербург?

Елена Муковозова

Инвестиции государства на развитие отрасли

96 млрд руб. — планируемый объем финансирования Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2016 гг.)»

14,7 млрд руб. — общая сумма средств федерального бюджета на развитие здравоохранения в РФ (2011–2012 гг.)

10,6 млрд руб. — объем инвестиций, направленных на программу модернизации здравоохранения из различных бюджетов в 2011 г.

Прогнозы международных экспертов

23 млн — число медицинских туристов в мире к 2017 г.

\$79,5 млрд — оборот медицинского туризма в мире к 2017 г.

По данным Deloitte

LENTRAVEL 2012

Х специализированная туристская выставка

LENTRAVEL

30-31 марта 2012

Петропавловская крепость, Атриум Комендантского дома

Вход свободный

Организаторы:

При участии:

Тел.: +7(812) 496-39-49
Факс: +7(812) 496-39-70
E-mail: lenttravel@mail.ru
www.lenttravel.ru

ОРГАНИЗАТОР **ЗАГОРОДНЫЙ ОТДЫХ**

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА **ЗАГОРОДНЫЙ ОТДЫХ**

24-25 МАРТА

Питербургский **СКК**

Пара Победы

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР **Решино Cronwell Park Отель**

www.hotel-repino.ru
www.cronwell.ru

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

Корпоративный отдых Коттеджи, базы отдыха, отели
Санатории, рестораны Охота, рыбалка

NEW! Spa & Wellness

ПРИКЛЮЧЕНИЙ БИЛЕТ

(812) 600 92 92 www.zagorod.travel

ТУРФИРМА
Нева

Раннее бронирование “Лето 2012”

до 30%

В стоимость туров включены скидки от отелей

Болгария, Греция, Италия, Испания, Кипр (из СПб), Тунис, Турция, Хорватия, Черногория, Чехия, Франция, Венгрия, Россия, автобусные туры по Европе и Скандинавии, Мальта, Португалия, паромные туры

Подробности акции смотрите на сайте

www.nevatravel.ru

(812) 33-555-33

Бизнес-класс, достойный Ваших клиентов.

Знаменитый комфорт, сервис
и развлечения на борту.

Эмирейтс осуществляет ежедневные рейсы из Пулково в более 120 направлений по всему миру через Дубай. Ваши клиенты смогут получить настоящее удовольствие от безупречного сервиса нашего экипажа, изысканного меню, уникальной развлекательной системы ice с персональным экраном, мировыми музыкой и кино на русском языке и свободы общения по мобильному телефону – все это на высоте 12000 м.

Направление	Бизнес-класс от, руб.
Дубай	52 000
Мальдивы	98 000
Гонконг	66 000
Сингапур	74 000
Бангкок	62 000
Сейшелы	116 000
Маврикий	109 000

Агентская комиссия за продажу билетов Бизнес-класса для агентов Эмирейтс в России – 5% от тарифа. Тарифы доступны для расчета в Вашей системе бронирования, включая Farelogix и «Сирена-Трэвел».

Летайте Эмирейтс. Совершайте открытия.

emirates.ru

На фото показан салон Бизнес-класса Аэробуса A340-300 Эмирейтс. Представленные тарифы Бизнес-класса туда и обратно округлены до тысяч, рассчитаны на 20.02.2012 года и включают все налоги и сборы аэропортов. Возможны изменения в зависимости от курсов валют. В Санкт-Петербурге, Дубае и многих других городах предоставляется услуга «Личный шофер», включающая в себя трансфер на автомобиле представительского класса, который доставит Вашего клиента из дома в аэропорт или из аэропорта домой. Для получения дополнительной информации, пожалуйста, посетите сайт www.emirates.ru или свяжитесь с центром информации и бронирования Эмирейтс по телефону: +7 812 385 1919 и 8 800 555 19 19 или электронной почте eklussia@emirates.com. Забронируйте остановку в Дубае и получите визовую поддержку, а также информацию по пакетам «Остановка в Дубае» в Дубайском Визовом Центре (ДВЦ) по телефону: +7 (812) 309 34 49 или на сайте www.dubaivisa.net. Виза в Дубай требуется только в случае выхода за пределы транзитной зоны аэропорта. Эмирейтс – авиакомпания 2011 года по версии Air Transport World.